



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS EXPORTACIONES DE

QUINUA DE PERÚ Y BOLIVIA

2005 – 2010

PRESENTADA POR

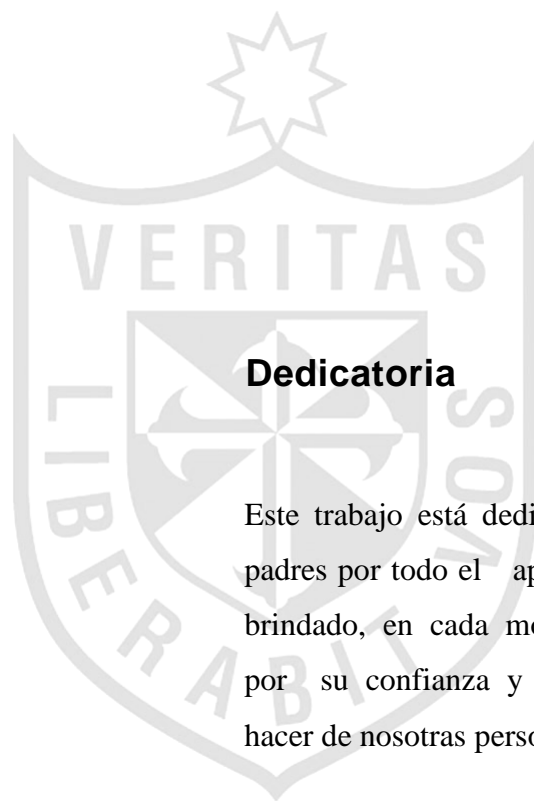
ROSALIA FALCÓN MUÑOZ

EVELYN RIVEROS VILLANUEVA

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA-PERÚ

2011



Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a nuestros queridos padres por todo el apoyo, comprensión y amor brindado, en cada momento de nuestras vidas, por su confianza y dedicación constante para hacer de nosotras personas de éxito.

Agradecimiento

Este trabajo es el producto del apoyo constante de personas meritorias que contribuyeron a nuestro desarrollo profesional.

Gracias a nuestros padres por motivarnos cada día, por su comprensión, apoyo y amor constante a lo largo de nuestras vidas, impulsándonos a ser personas de éxito.

Y un especial agradecimiento a nuestro asesor Augusto Proaño por su continua orientación, motivación y exigencia a largo de la realización de la presente investigación.

Gracias a cada uno de ustedes.

Rosalía Falcón Muñoz

Evelyn Riveros Villanueva

Resumen

La presente investigación realizó un análisis comparativo de las exportaciones de quinua entre Perú y Bolivia desde el 2005 al 2010, determinando cuales han sido los factores de éxito que han ido influyendo en el crecimiento de las exportaciones, tomando como modelo al mercado boliviano, por tratarse del principal productor y exportador de quinua, encontrado como principales factores a la asociatividad y la promoción a las exportaciones.

La investigación se centró sobre la base de la aplicación de un diseño exploratorio.

Se ha realizado entrevistas a profundidad y revisión documentaria y focus group, las cuales nos han permitido determinar los factores de éxito de Bolivia.

Como resultado, se ha identificado la necesidad de constituir una Asociación nacional de quinua en el Perú e incentivar la promoción a las exportaciones por parte del estado peruano logrando mayor presencia en el mercado mundial, teniendo como antecedente el éxito de Bolivia.

Palabras clave: Quinua, Mercado mundial, Asociatividad, Promoción a las exportaciones, Bolivia, Perú.

Abstract

This research conducted a comparative analysis of quinoa between Peru and Bolivia exports from 2005 to 2010, determining which have the success factors that have been influencing the growth of exports, taking as a model the Bolivian market as the main producer and exporter of quinoa, found as key factors to the associativity and the export promotion.

The research focused on the basis of the implementation of an exploratory design. It has been interviews with depth and documentation review and focus group, which have enabled us to determine the success factors of Bolivia.

As a result, identified the need to form a National Association of quinoa in the Peru and encourage the promotion to the Peruvian State exports achieving greater presence in the global market, succeeding Bolivia as a background.

Keywords: quinoa, world market, associativity, promoting exports, Bolivia, Peru.



Índice

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Resumen	4
Abstract	5
Índice de Tablas	11
1. Problema de Investigación	14
1.1 Planteamiento del problema	14
1.2 Objetivos de la investigación	16
1.3 Impacto potencial	17
2. Fundamentación Teórica.....	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Bases teóricas	24
2.2.1 Características	24
2.2.1.1 Origen.....	24
2.2.1.2 Historia.....	26
2.2.1.3 Descripción y Características del Producto	28
2.2.1.3.1 Variedades De Quinua En El Perú	29
2.2.1.3.2 Variedades de Bolivia.....	32
2.2.2 Cultivo	34
2.2.2.1 Cosecha de la Quinua.....	34
2.2.3 Calidad	37
2.2.3.1 Norma Técnica Peruana de la Quinua	37
2.2.3.2 Propiedades.....	41
2.2.3.3 Beneficios.....	42
2.2.3.4 Valor Nutricional.....	43
2.2.4 Usos y Productos Derivados	44
2.2.4.1 Usos de la Quinua.....	44
2.2.4.2 Principales Formas de Transformación	45
2.2.5 mercado Mundial.....	50
2.2.5.1 Producción de Quinua (Perú y Bolivia).....	50
2.2.5.2 Exportaciones De Quinua (Perú Y Bolivia)	54

2.2.5.3	Principales Mercados Importadores de Quinua en el Mundo (EE.UU., Canadá y UE).....	67
2.2.5.4	Análisis y Tendencias del Precio de la Quinua (Perú y Bolivia)	74
2.2.6	Tendencias de Consumo	76
2.2.6.1	Estados Unidos	76
2.2.6.2	Unión Europea	80
2.2.6.3	CANADA	82
2.2.7	Factores de Éxito de las Exportaciones de Quinua según el Modelo Boliviano.....	85
2.2.7.1	Asociatividad	85
2.2.7.1.1	Caso Bolivia	85
2.2.7.1.2	Caso Peruano	87
2.2.7.2	Promoción a las Exportaciones de Quinua por parte del Estado	89
2.2.7.2.1	Caso Bolivia	89
2.2.7.2.2	Caso Peruano	90
2.2.8	Canales de Distribución para Ingresar al Mercado (EE.UU, Canadá y UE).....	92
2.2.9	Empresas.....	98
2.2.9.1	Principales Empresa Exportadoras de Quinua (Perú Y Bolivia)	98
2.2.9.2	Principales Empresas Importadoras de Quinua (EE.UU, Canada, UE).....	104
2.2.10	Acceso Al Mercado	105
2.2.10.1	Requerimientos del Acceso a los Mercados.....	105
2.3	Glosario de términos técnicos.....	142
3	Hipótesis	146
3.1	Hipótesis General.....	146
3.2	Hipótesis Específicas.....	146
3.3	Matriz de Coherencia.....	146
4	Método.....	148
4.1	Diseño	148
4.2	Población	149
4.3	Muestra	149
4.4	Instrumentación.....	150
4.5	Instrumentación.....	159

5	Resultados y Discusión	160
	5.1. Resultados de la investigación	160
	5.2. Discusión de resultados	176
6	Conclusiones y Recomendaciones	177
	6.1 Conclusiones	177
	6.2 Recomendaciones	178
	Referencias Bibliográficas	179
	APENDICES	182
	ANEXOS	196



Índice de Ilustraciones

Figura 1.	Representación de la planta de quinua (<i>Chenopodium quínoa WILLD.</i>)	27
Figura 2.	Planta de Quinua en plena cosecha	28
Figura 3.	Plantas de quinua mostrando diferentes colores y formas de inflorescencia, en la zona de los salares de Bolivia.....	32
Figura 4.	Campeñas Bolivianas dedicadas al cultivo de la quinua	34
Figura 5.	Industrialización de la quinua.....	41
Figura 6.	Productos intermedios y terminados de la quinua	47
Figura 7.	Productos derivados de la industrialización de la quinua.....	48
Figura 8.	Usos del tallo y las hojas de la quinua.....	49
Figura 9.	Producción Nacional de quinua en el Perú.....	51
Figura 10.	Zonas de producción de quinua en el Perú.....	51
Figura 11.	Producción de quinua en la provincia de Puno.....	52
Figura 12.	Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a los Estados Unidos en peso Neto	57
Figura 13.	Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a los Estados Unidos en valor FOB	58
Figura 14.	Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la unión Europea en peso Neto	61
Figura 15.	Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la unión Europea en valor FOB	62
Figura 16.	Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en peso Neto	65
Figura 17.	Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en valor FOB	66
Figura 18.	Comparativo de Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia.....	68
Figura 19.	Comparativo de Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia en peso Neto	69
Figura 20.	Comparativo de Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en valor CIF.....	71
Figura 21.	Comparativo de Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en peso Neto	72

Figura 22. Comparativo de Importaciones de quinua de Canadá a Perú Y Bolivia en peso Neto..... 73

Figura 23 Indicadores Económicos de Estados Unidos..... 78

Figura 24. Modelo de etiquetado de productos para la exportación al mercado de Estados Unidos 111

Figura 25. Modelo de etiquetado de productos para la exportación al mercado de Estados Unidos 112



Índice de Tablas

Tabla 1	Contenido de requisitos bromatológicos de la quinua.....	38
Tabla 2	Determinación del tamaño de los granos de la quinua en función del diámetro promedio... 39	39
Tabla 3	Tolerancias admitidas para la clasificación de los granos de quinua en función a su grado. 40	40
Tabla 4	Contenido de componentes de la quinua y otros	44
Tabla 5	Cuadro Estadístico – Principales Países Destinos De Las Exportaciones De Quinua Peruana Del 2005-2010 (*)	54
Tabla 6	Cuadro Estadístico – Principales Países Destinos De Las Exportaciones De Quinua Boliviana Del 2005-2010	55
Tabla 7	Exportaciones de quinua a Estados Unidos en peso Neto	56
Tabla 8	Exportaciones de quinua a Estados Unidos en valor FOB	56
Tabla 9	Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la Unión Europea en peso Neto	59
Tabla 10	Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la Unión Europea en valor FOB	60
Tabla 11	Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en valor FOB	63
Tabla 12	Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en valor FOB	64
Tabla 13	Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia valor FOB	67
Tabla 14	Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia en peso Neto	67
Tabla 15	Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en valor CIF	70
Tabla 16	Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en peso Neto	70
Tabla 17	Importaciones de quinua de Canadá a Perú Y Bolivia en valor CIF	73
Tabla 18	Precios Unitarios Promedios de la quinua en Perú.....	74
Tabla 19	Precios Unitarios Promedios de la quinua en Bolivia	75
Tabla 20	Canadá: Indicadores Económicos.....	83
Tabla 21	Matriz de Coherencia	147

Introducción

La quinua o quínoa, es un pseudocereal de la familia *chenopodiacea*. El Cual es denominado pseudocereal porque no pertenece a la familia de las gramíneas en las que ubican los cereales tradicionales, pero debido a su alto contenido de almidón su uso es el de un cereal.

Se destaca como principal productor y exportador de quinua a Bolivia, seguido de Perú, en ambos caso con un benéfico crecimiento en sus exportaciones, sin embargo Bolivia tiene mayor representatividad en el mercado internacional.

La presente investigación ha sido realizada con el propósito de determinar los principales factores de éxito de las exportaciones de quinua tomando como referencia al mercado boliviano

Esta investigación está dividida en seis capítulos. El Capítulo I presenta la definición del problema central, considerando un planteamiento general, una formulación del problema, la determinación de los objetivos y su justificación.

En el Capítulo II se plantea la fundamentación teórica estableciendo los antecedentes del caso, las bases teóricas necesarias para poder determinar la estructura del documento y un glosario de términos que permite la aclaración de las palabras claves.

En el Capítulo III define la hipótesis y las variables de los principales factores de éxito del mercado boliviano. Esta tercera etapa de la investigación desarrolla la matriz de coherencia.

Por otro lado, en el Capítulo IV se establece la metodología que es aplicada en el proceso de la investigación, considerando un diseño, una población, un procedimiento muestral, los instrumentos a utilizar para la recolección de la información para los análisis estadísticos, las técnicas de procesamiento y el análisis de los datos obtenidos del proceso.

En el Capítulo V se establecen los resultados y la discusión de los mismos, presentándolos en función a los objetivos establecidos previamente, buscando así dar respuesta a cada planteamiento.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones del caso responden a las determinaciones del problema de investigación. Las referencias bibliográficas y las fuentes de las tablas gráficos permiten encontrar los orígenes que validan la información encontrada en este documento.

Esta investigación incluye apéndices y anexos que soportan el detalle de las actividades relacionadas con el levantamiento de la información.



1. Problema de Investigación

1.1 Planteamiento del problema

Actualmente la quinua es uno de los principales productos de mayor protagonismo en el mercado internacional, gracias a sus propiedades y valor nutricional.

Los principales productores de quinua son Bolivia siendo este el principal productor, seguido de Perú.

Durante los últimos 5 años las exportaciones de quinua han ido tomando protagonismo en diferentes mercados internacionales como por ejemplo: Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea, sin embargo los productores y exportadores de Quinua en nuestro país presentan diversas limitaciones, considerando como las más importantes los siguientes factores:

- 1) El Perú no cuenta con ninguna asociación nacional de productores de quinua que les permita tomar decisiones adecuadas para un mejor desarrollo en sus labores de comercio exterior a diferencia de Bolivia quien cuenta con una asociatividad consolidada a través de representativas instituciones como son La ANAPQUI (Asociación Nacional de quinua) y COLLALQUI, la cual reúne el esfuerzo de todos sus participantes permitiéndole ser más competitivo y reconocido en el mercado internacional.

Por tal motivo nuestro proyecto busca incentivar y promover la creación de una Asociación nacional de Quinua en el Perú, lo cual le va permitir contribuir a una mejor gestión en cuanto a la toma de decisiones, poniendo como ejemplo concreto a nuestro principal competidor (Bolivia).

Se han observado algunos problemas importantes en el proceso de comercialización de la Quinua tales como:

- Aislamiento con poca información
- Bajos volúmenes de producción

- Carencia de infraestructura de almacenamiento
- Pocas opciones de financiamiento
- Deficiencia en el nivel de organización de los productores y baja capacidad de negociación.

Por ello lo que se busca es demostrar el impacto que tendrá formar una Asociación con los productores de Quinua, lo que permitirá contribuir al mejoramiento de las negociaciones en el comercio internacional, optimizando la toma de decisiones para la exportación.

- Manejo de mayor volumen de producción
- Disminución de costos
- Aumento de las relaciones y contactos, lo que permite acceder a créditos nuevos mercados y programas de apoyo.
- Mayor acceso al financiamiento
- Riesgos compartidos
- Aumenta la posibilidad de establecer alianzas estratégicas
- Mayor posibilidad de adquisición de infraestructura.

2) La promoción a las exportaciones de quinua , la carencia de difusión de la importancia del producto en estudio, cuyo objetivo es concientizar y resaltar la importancia de la quinua para nuestro país y el comercio internacional positivo que nos genera con el incremento de nuestras exportaciones, mejorando la presencia y el prestigio de los productos peruanos en el exterior.

Emplearemos como ejemplo a Bolivia analizando las herramientas estratégicas empleadas, que lo han colocado como el principal país productor y exportador de quinua posicionándolo en el mercado internacional.

Lo importante de este factor es lograr los siguientes aspectos:

- Propiciar el desarrollo de la capacidad exportadora regional, identificar nuevos mecanismos de promoción de exportaciones y fomentar conciencia exportadora en la comunidad empresarial nacional. Administrar la cooperación técnica en favor de la promoción de las exportaciones de productos nacionales.
- Mejorar la competitividad de la oferta exportable del país a través de la ejecución de Proyectos de mercado internacional, gestión empresarial y asistencia técnica.
- Administrar y supervisar los servicios de promoción comercial externa; brindar Información de comercio exterior, así como facilitación y atención al exportador.
- Promover la apertura y consolidación de mercados de exportación en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y otras entidades nacionales e internacionales relacionadas con el comercio exterior. Ejecutar acciones de inteligencia comercial enmarcadas en proyectos de mercado; apoyar las negociaciones internacionales y administrar las acciones de promoción en el exterior.

1.2 Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Determinar los principales factores de éxito de las exportaciones de Quinoa de Bolivia en comparación al caso peruano.

Objetivos Específicos

- Comparar el nivel de asociatividad de los productores y exportadores de quinua establecidos en Bolivia frente al caso peruano.
- Establecer la importancia de la promoción de las exportaciones de quinua tomando como modelo a Bolivia y la situación peruana.

1.3 Impacto potencial

La presente investigación se justifica dado a que aún no se ha planteado un análisis comparativo de las exportaciones de quinua entre Perú y Bolivia determinando los principales factores de éxito de Bolivia en el mercado internacional, es decir da una explicación del porque la relación de quinua igual a Bolivia y analizar el caso peruano determinado los puntos que faltan implementar reflejándonos en nuestro principal competidor.

Por lo tanto es importante la realización de la presente investigación, para así poder determinar los factores que implican el éxito en la exportaciones de quinua en función al modelo Boliviano; por tratarse de nuestro único y principal competidor, analizando los siguientes puntos: la asociatividad y la promoción a la exportaciones de quinua, brindando información a detalle del comportamiento del mercado mundial y las exigencias de las mismas, tomando como referencia a Bolivia.

Así mismo orientar al productor y exportador en la mejora de la toma de decisiones en cuanto a la producción y negociación con los principales mercados potenciales como son: Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea, promoviendo la mejora continua a través del análisis del mercado competidor y las implicancias de su éxito, con la finalidad de darles una mejor visión del mercado internacional volviéndose más competitivo.

2. Fundamentación Teórica

2.1 Antecedentes

En La actualidad se han llevado a cabo las siguientes investigaciones que determinan e identifican el desarrollo, producción, tratados y exportación de la quinua en los principales mercados mundiales de consumo.

En el ámbito nacional se han desarrollado las siguientes investigaciones:

Cueva Beteta Vanessa y Ledesma Arévalo Silvia (2000)

El estudio realizado es acerca de la producción y comercialización de la quinua tanto en el mercado nacional como extranjero. En dicho documento se plantean tres posibles potenciales mercados extranjeros así como también los factores que afectarían al buen desenvolvimiento de la quinua en el mercado exterior.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006)

Trata acerca del Plan Operativo de la Quinua de Puno que básicamente es una herramienta estratégica que define acciones específicas por parte del sector público y privado que están involucrados en el desarrollo de la actividad productiva y exportadora de la quinua. Comprende un análisis de la cadena de valor actual y su mercado internacional.

Ángel Mujica Sánchez, Marcos Aros, René Ortiz, Víctor Choquehuanca, Luis Jimenes, Rolando Ponce y José Rossel (2003)

Este documento ha sido elaborado en el marco del proyecto "Quinua: cultivo multipropósito para usos agroindustriales en los países andinos", con la finalidad de difundir todos los conocimientos disponibles en la actualidad sobre las investigaciones agroindustriales que se han realizado para la mejora de la calidad nutritiva y forma de utilización de los productos agroindustriales de la quinua y kañiwa, y para que el público consumidor pueda darle mayor importancia y prioridad en sus compras, de tal manera que este producto pueda competir con cualquier otro producto de importación.

Maritza Monca Flores (2004)

Este documento hace referencia a que los cultivos andinos poco conocidos y comercializados en el pasado, como es el caso de la quinua, ahora ingresan al mercado internacional y con mayor dinámica en el comercio interno debido principalmente a la transformación en productos más elaborados y requeridos por el consumidor, para ello es necesario que tanto productores, comercializadores, transformadores se adecuen a las exigencias de sus demandantes tanto en calidad como en tiempo. Finalmente, en el presente informe se darán a conocer los resultados de los diferentes procesos agroindustriales que se aplicaron a treinta cultivares de quinua.

Innovación y Competitividad para el agro peruano – INCAGRO (2004)

Este subprefecto tiene como propósito producir una zonificación agro-eco-tecnológica que permita mejorar la producción en cantidad y calidad del cultivo de quinua en el Valle del Mantaro. Los componentes trabajarían en la caracterización de los sitios en base a su potencial natural para el cultivo y sus variedades, en la evaluación de la adaptabilidad de las variedades de quinua a los sitios, en la sistematización del manejo de las variedades en los sitios, en el desarrollo de un sistema de zonificación agro-eco-tecnológica de las zonas en relación al cultivo de quinua y en el fortalecimiento institucional.

Guillermo Corredor Sánchez, Arturo Romero Rodríguez y María Teresa Ochoa (2006)

El proyecto tiene como objetivo principal establecer un proyecto colaborativo en la región andina sobre el cultivo de la quinua. En este informe se presentan las actividades de 4 años de investigación agrícola como agroindustrial, poniendo a disposición de las autoridades y entes financieros los resultados obtenidos en Perú, Colombia y Bolivia con matices y particularidades de cada institución ejecutora del proyecto, el cual ha enriquecido los conocimientos generados y puestos a disposición de los usuarios primarios en este caso agricultores agroindustriales de las zonas de influencia del proyecto; puesto que mediante las experiencias y logros obtenidos en el desarrollo del proyecto se podrá dar a conocer las técnicas agronómicas de adaptación de las diferentes variedades de quinua ensayadas en estaciones experimentales y campos agrícolas. Finalmente, se señala como resultado en este informe que las capacitaciones efectuadas en los países andinos favorecieron grandemente a los agricultores y agroindustriales

Ángel Mujica Sánchez, Felipe Amachi, Alipio Murillo, Carlos Hernando, Jacobsen Moeller, Rigoberto Estrada (2006)

Este informe final presenta las actividades efectuadas y los resultados logrados del proyecto "Desarrollo Sostenible de Quinoa Orgánica en el Perú", este último tiene como objetivo mejorar la producción y los sistemas de mercadeo de la quinoa con la finalidad de contribuir a la seguridad del suministro de alimentos, generación de ingresos y preservación del medioambiente en la zona andina. Los temas principales del proyecto fueron: mejoramiento de la producción y productividad de la quinoa, difusión, mercado y organización

Alipio Murillo, Roberto Fernández y Ángel Mujica (2003)

Esta publicación cubre con la necesidad de informar al público consumidor sobre las propiedades, potencial, valor nutritivo y formas de uso de la Quinoa y Kañihua. Se presentan los principales resultados de la investigación y la sistematización de las experiencias, referidas a los beneficios nutritivos que ofrecen estos granos andinos. Incluye un recetario de los alimentos a base de Quinoa y Kañihua.

Innovación y Competitividad para el agro peruano - INCAGRO (2004)

El documento presenta información acerca del cultivo de la quinoa con el objetivo de lograr una gestión empresarial del producto. Señala los pasos y recomendaciones para lograr un adecuado cultivo de la quinoa; posteriormente expone la manera de lograr la organización social y gestión empresarial, planificación estratégica en la producción, la competitividad, calidad, liderazgo y emprendimiento del producto obtenido.

CARE PERU (2001)

El presenta plan de desarrollo estratégico del gobierno local de Quinoa, está dividido de la siguiente manera: referencias históricas; perfil del distrito; procesos y tendencias; roles económicos y capacidades humanas a consolidar; visión de desarrollo; diagnóstico, opciones y estrategias generales; opciones estratégicas a 3 años, proyectos y actividades; organización para la gestión del plan.

En el ámbito internacional se han llevado a cabo diversas investigaciones importantes relacionadas al desarrollo, producción y exportación de quinoa.

A continuación se resumen las más importantes:

Pablo Laguna (2002)

El presente texto pretende aportar algunos elementos para el estudio evaluación de las OECAS (Organizaciones económicas campesinas) en Bolivia que desde un ángulo económico nos permitan conocer la viabilidad empresarial y comercial de esta asociación, al igual que su capacidad de remunerar mejor al productor e identificar nuevos elementos.

Con este propósito, hemos optado por conocer la capacidad esta asociación, nuestro objeto de estudio, en competir con otras organizaciones o empresas privadas a través de su inserción en la dinámica global de la oferta y la demanda de quinua y los resultados financieros que obtuvo.

Instituto Boliviano de Comercio Exterior (2010)

El presente trabajo pretende dar a conocer las bondades de la quinua que tiene Bolivia al ser uno de los mayores productores de este producto, al cual debe prestarse especial interés, no solo por su potencial exportador sino también por la oferta exportable y sus cualidades en sí. Además se muestra las estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país de destino, también se muestran los principales destino de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen y valor.

Por otro lado se describen las principales tendencias en el mercado, como el comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios así como también desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados, acuerdos y preferencias arancelarias.

The Food and Agriculture Organization of the United Nations (2001)

Este es uno de los estudios más completos sobre la quinua, ya que explica desde el origen y descripción de la quinua, el cultivo de la quinua, plagas y enfermedades, resistencia a factores adversos de la quinua, valor nutritivo y usos de la quinua, pos cosecha, transformación y agroindustria y por ultimo aspectos económicos de la producción de la quinua.

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural – PROMUEVE BOLIVIA (2010)

Este estudio realizado por Promueve – Bolivia explica acerca del producto de la quinua real, valor nutricional, la forma de consumo de la quinua, las principales zonas agroecológicas de producción, la importancia socio-económica de la quinua real, luego realiza un análisis acerca de las exportaciones bolivianas a sus principales mercados y los aranceles aplicados a este productos en los diferentes mercados.

Francisco Fontúrbel R (2001)

Dicho informe desarrolla brevemente la problemática de la producción y comercialización de la quinua real en Bolivia a nivel local, regional e internacional, considerando como principal factor de análisis a las saponinas, pero sin dejar de lados los demás factores relacionados a esta problemática.

José Luis Soto, Frank Hartwich, Mario Monge y Luis Ampuero (2006)

Este informe analiza la relación entre el uso de elementos de paquetes de innovación en Quinua y las capacidades de absorción en comunidades de productores la mayoría con escasos Recursos. Resulta de un estudio en cuatro micro-regiones del altiplano boliviano, donde se cultivo de Quinua.

Además realiza un análisis acerca de la innovación en la agricultura boliviana indicando que es de suma importancia para el desarrollo productivo por ser un sector que se caracteriza por la bajas proporciones de uso en conocimiento avanzado de producción y tecnología, a pesar de los esfuerzos continuos en investigación e extensión por las agencias del gobierno y la cooperación internacional para desarrollar la innovación agrícola entre los productores de escasos recursos económicos.

Instituto Boliviano de Comercio Exterior (2010)

En el artículo Boliviano dan a conocer el perfil de mercado de la quinua, el cual muestran los principales beneficios alimenticios y oportunidades comerciales en el mercado internacional para un producto que ofrece alto valor nutritivo al consumirse. Para Bolivia, dada la creciente demanda de los productos orgánicos en el mercado internacional, ha considerado el importante potencial que tiene la quinua como fuente de ingresos a partir de su exportación a mercados potencialmente atractivos.

Luis Chang (2003)

Dicho informa analiza la importancia del clúster que promueven la competencia y la cooperación que permite que cada miembro se beneficie como si tuviera una escala mayor o como si hubiera unidos a otros de manera formal. Y como ejemplo ilustra el caso del Clúster de la quinua en Bolivia.

Centro de Promoción de Tecnologías Sostenibles - Bolivia (CPTS)

Este proyecto identificó que el principal cuello de botella en la cadena productiva de la quinua real era el proceso de beneficiado del grano de quinua. En particular, la operación de escarificado era la que mayormente limitaba la capacidad de la línea de producción; y las operaciones de lavado y centrifugado eran muy engorrosas e intensivas en mano de obra. Más aun, las operaciones de limpieza del grano de quinua no eran eficientes y requerían de una operación de selección manual de las impurezas.

Por ello la CPTS decidió desarrollar tecnología de producción más limpias (PML) para el beneficiado del grano de quinua e implementarlo en seis empresas, los cuales al final estos se vieron muy beneficiados con los resultados.

Además se muestra las estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país de destino, también se muestran los principales destino de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen y valor.

Por otro lado se describen las principales tendencias en el mercado, como el comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios así como también desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados, acuerdos y preferencias arancelarias.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Características

2.2.1.1 Origen

La zona andina comprende uno de los ocho mayores centros de domesticación de plantas cultivadas del mundo, dando origen a uno de los sistemas agrícolas más sostenibles y con mayor diversidad genética en el mundo. La quinua, una planta andina, muestra la mayor distribución de formas, diversidad de genotipos y de progenitores silvestres, en los alrededores del lago Titicaca de Perú y Bolivia, encontrándose la mayor diversidad entre Potosí - Bolivia y Sicuani (Cusco) – Perú. Existen pocas evidencias arqueológicas, lingüísticas, etnográficas e históricas sobre la quinua.

La quinua fue cultivada y utilizada por las civilizaciones prehispánicas, y reemplazada por los cereales a la llegada de los españoles, a pesar de constituir un alimento básico de la población de ese entonces.

La quinua recibe diferentes nombres en el área andina que varían entre localidades y de un país a otro, así como también recibe nombres fuera del área andina que varían con los diferentes idiomas (Mujica, 1996).

En Perú: Quinua, Jiura, Quiuna;

En Colombia: Quinua, Suba, Supha, Uba, Luba, Ubalá, Juba, Uca;

En Ecuador: Quinua, Juba, Subacguque, Ubaque, Ubate;

En Bolivia: Quinua, Jupha, Jiura;

En Chile: Quinua, Quingua, Dahuie;

En Argentina: Quinua, quiuna.

Español: Quinua, Quinoa, Quingua, Triguillo, Trigo inca, Arrocillo, Arroz del Perú, Kinoa.

Inglés: Quinoa, Quinua, Kinoa, Swet quinoa, Peruvian rice, Inca rice, Petty rice.

Francés: Anserine quinoa, Riz de peruo, Petit riz de Peruo, Quinoa.

Italiano: Quinua, Chinua.

Portugués: Arroz miudo do Perú, Espinafre do Perú, quinoa.

Alemán: Reisspinat, Peruanischer reisspinat, Reismelde, Reis-gerwacks, Inkaweizen.

India: Vathu

China: Han

Quechua: Kiuna, Quinoa, Parca.

Aymara: Supha, Jopa, Jupha, Jauira, Aara, Ccallapi, Vocali, Jiura.

Azteca: Huatzontle.

Chibcha: Suba, Supha, Pasca.

Se atribuye su origen a la zona andina del Altiplano Perú-boliviano, por estar caracterizada por la gran cantidad de especies silvestres y la gran variabilidad genética, principalmente en ecotipos, reconociéndose cinco categorías básicas.

➤ Quinoa de los valles

Que crecen en los valles interandinos de 2000 a 3600 m.s.n.m., se caracterizan porque tienen gran desarrollo, pueden llegar de 2 a 2.5 m de altura, son ramificadas, su periodo vegetativo es largo, en este grupo tenemos a la blanca de Junín, amarilla de Marangani y rosada de Junín.

➤ Quinuas altiplánicas

Crece en lugares aledaños al lago Titicaca a una altura de 3 800 m.s.n.m., estos cultivos se caracterizan por tener buena resistencia a las heladas, son bajos en tamaño, llegan a tener una altura de 1.00 a 2.00 m., con periodo vegetativo corto, se tiene quinuas precoces como: Illpa-INIA y Salcedo-INIA, semi-tardías: blanca de Juli, tardías: como la kancolla, chewecca, tahuaco, Amarilla de Marangani.

➤ Quinuas de los salares

Son nativas de los salares de Bolivia, como su nombre lo indica son resistentes y se adaptan a suelos salinos y alcalinos, los granos son amargos y tienen alto porcentaje de proteínas miden

de 1 a 1.5 m. de altura; tenemos: la real boliviana, ratuqui, rabura, sayaña (variedades del altiplano boliviano).

➤ Quinuas al nivel del mar

Crecen en el Sur de Chile, los granos son de color amarillo a rosados y a su vez amargas, como en el Sur de Chile en Concepción, las quinuas se caracterizan por tener un foto período largo y la coloración de los granos de color verde intenso y al madurar toman una coloración anaranjada y los granos son de tamaño pequeño y de color blanco o anaranjado.

➤ Quinuas sub-tropicales

Crecen en los valles interandinos de Bolivia, se caracterizan por ser plantas de color intenso y al madurar toman una coloración anaranjada y los granos son de tamaño pequeño y de color blanco o anaranjado.

2.2.1.2 Historia

La historia tiene pocas evidencias arqueológicas, lingüísticas y etnográficas, sobre la quinua, pues no se conocen muchos ritos religiosos asociados al uso del grano. Las evidencias arqueológicas del norte chileno, señalan que la quinua fue utilizada 3000 años antes de Cristo, mientras que hallazgos en la zona de Ayacucho indicarían que la domesticación de la quinua ocurrió hace 5000 años antes de Cristo. Existen también hallazgos arqueológicos de quinua en tumbas de Tarapacá, Calama, Arica y diferentes regiones del Perú, consistentes en semillas e inflorescencias, encontrándose abundante cantidad de semillas en sepulturas indígenas de los Tiltil y Quillagua (Chile).

Una evidencia del uso de la quinua se encuentra en la cerámica de la cultura Tiahuanaco, que representa a la planta de quinua, con varias panojas distribuidas a lo largo del tallo, lo que mostraría a una de las razas más primitivas.

A la llegada de los españoles, la quinua tenía un desarrollo tecnológico apropiado y una amplia distribución en el territorio Inca y fuera de él. El primer español que reporta el cultivo

de quinua fue Pedro de Valdivia quien al observar los cultivos alrededor de Concepción, menciona que los indios para su alimentación siembran también la quinua entre otras plantas. Posteriormente, Bernabé Cobo, confunde la quinua con la Kiwicha e indica que la quinua es una planta muy parecida al bledo de Europa. Garcilaso de la Vega, en sus comentarios reales describe que la planta de quinua es uno de los segundos granos que se cultivan sobre la faz de la tierra denominada quinua y que se asemeja algo al mijo o arroz pequeño, y hace referencia al primer envío de semillas hacia Europa, las que desafortunadamente llegaron muertas y sin poder germinar, posiblemente debido a la alta humedad reinante durante la travesía por mar. Posteriormente, Cieza de León (1560), indica que la quinua se cultivaba en las tierras altas de Pasto y Quito, mencionando que en esas tierras frías se siembra poco maíz y abundante quinua. También Patiño (1964), menciona que en sus revisiones sobre La Paz, se habla de la quinua como una planta que servía de alimento a los indígenas (Jiménez de la Espada, 1885, II, 68) y finalmente Humboldt, al visitar Colombia indica que la quinua siempre ha acompañado y seguido a los habitantes de Cundinamarca.

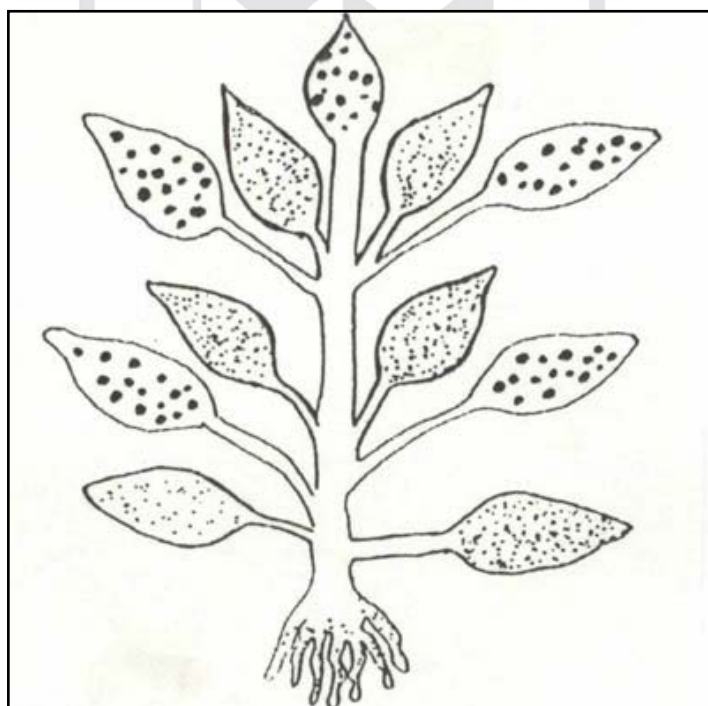


Figura 1. Representación de la planta de quinua (*Chenopodium quinoa* WILLD.)
Cultura Tiahuanaco. (Yacovleff y Herrera, 1943).

Fuente: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

2.2.1.3 Descripción y Características del Producto

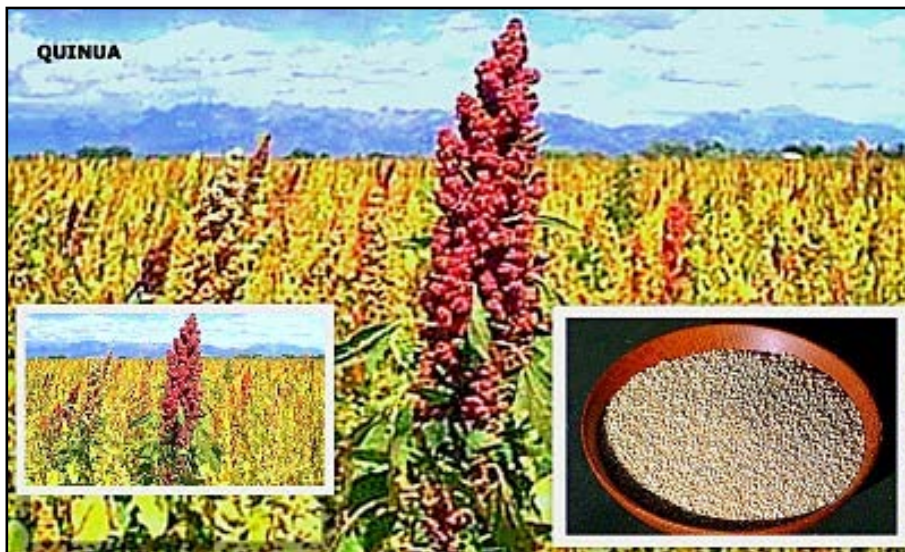


Figura 2. Planta de Quinoa en plena cosecha
Fuente: Universidad Nacional del Altiplano - Puno

Producto	Partida Perú
QUINUA (<i>Chenopodium quínoa WILLD</i>) EXCEPTO PARA LA SIEMBRA	1008901900

La quinoa es una planta de la familia *Chenopodiaceae*, género *Chenopodium*, sección *Chenopodia* y subsección *Cellulata* y sus características son:

- Presenta una raíz pivotante, que según la variedad y textura del suelo puede alcanzar profundidades muy variables, desde 0.30 hasta 0.60 cm.
- Su tallo es cilíndrico a la altura del cuello y de una forma angulosa en el resto del tallo, estando dispuestas las hojas en las 4 caras del tallo, la altura es variable de acuerdo a las variedades que se cultivan.
- En la quinoa, se puede apreciar que la hoja está formada por una lámina y un pecíolo, los pecíolos son largos acanalados y finos, la lámina es polimorfa, así tenemos que las hojas inferiores son de forma romboidal o de forma triangular y las hojas superiores pueden ser lanceoladas o triangulares de acuerdo a las variedades que se cultivan y van del verde al rojo o púrpura.

- Su Inflorescencia, es de tipo racimosa y por la disposición de las flores en el racimo se le denomina panoja, por el hábito de crecimiento algunas inflorescencias difieren por que pueden ser terminales y sin ramificaciones, la inflorescencia puede ser amarantiforme, glomerulada e intermedia y dentro de estas pueden ser laxas o compactas.
- Sus flores son muy pequeñas de 1 a 2 mm., son flores incompletas porque carecen de pétalos.
- El fruto es un aquenio, el que se encuentra cubierto por el perigonio, que cuando se encuentra en estado maduro es de forma estrellada por los cinco sépalos que tiene la flor, el color del grano está dado por el perigonio y se asocia directamente con el color de la planta, el pericarpio del fruto se encuentra pegado a la semilla y es donde se encuentra la saponina que es un glucósido de sabor amargo.
- La semilla es de tamaño pequeño, aproximadamente entre 1.4 mm a 2.2 mm de diámetro y 1 mm de espesor. El color puede ser amarillo, café, crema, blanco o translúcido. La semilla es considerada como aquenio y está formado por el perigonio que contiene la semilla, la que se desprende fácilmente al friccionar el fruto cuando se encuentra seco. El pericarpio, está formado por tres capas, pegado a la semilla y contiene saponina en un rango de 0.012% (ecotipos dulces) a 0.98% (ecotipos amargas).

Cabe destacar que el embrión presenta la mayor proporción de la semilla (30% de peso), mientras que en los cereales corresponde solamente al 1%. De allí resulta el alto valor nutritivo de la quinua.

Los colores varían según la variedad y el estado fisiológico de la planta, así van del púrpura al rosado amarillo, del verde al amarillo pálido y otros.

2.2.1.3.1 Variedades De Quinua En El Perú

Las variedades comerciales de quinua con mayor difusión y mayor aceptación por el mercado, en el departamento se tienen:

GRANO BLANCO

Salcedo-INIA, Illpa-INIA, blanca de Juli, kancolla, chewecca, tahuaco, Camacani I y Camacani II.

- Salcedo-INIA:(Apaza, V.; Mujica, A.)

Selección surco-panoja var. “real boliviana x sajama”, en la estación experimental de Patacamaya introducido en Puno en 1989, grano grande de 1.8 a 2 mm de diámetro de color blanco, panoja glomerulada, periodo vegetativo de 160 días (precoz), rendimiento 2500 Kg. /ha, resistente a heladas (-2C), tolerante al mildiu. Se recomienda su cultivo en la zona circunlacustre.

- Illpa-INIA:(Apaza, V.)

Esta variedad se genera a partir de la cruce de las variedades sajama x blanca de Juli, realizado en los campos experimentales de Salcedo-Puno, en el año de 1985, presenta tamaño de grano grande de 1.8 a 2mm de diámetro, de color blanquecino, panoja glomerulada, periodo vegetativo de 150 días (precoz), rendimiento promedio 3,083 Kg. /ha resistente heladas, tolerante al mildiu.

- Blanca de Juli (Morales, A.)

Selección de ecotipos locales de Juli-Puno grano mediano con 1.4 a 1.8 de diámetro, de color blanco, semidulce, tipo de panoja glomerulada algo laxa, periodo vegetativo 160 a 170 días (semitardia), rendimiento 2500 Kg. /ha, tolerancia intermedio al mildiu, apta para zona circunlacustre, zonas de Juli, Pomata, Zepita, Península de Chucuito e Ilave.

- Kancolla:(Flores, F. 1960)

Obtenido por la selección masal de ecotipos de Cabanillas (Puno), grano mediano de 1.6 a 1.9mm de diámetro, de color blanco o rosado, alto contenido en saponina, tipo de panoja glomerulada, periodo vegetativo 160 a 180 días (tardía) rendimiento 3500 Kg. /ha, tolerancia intermedia al mildiu, muy atacado por la kcona kcona (Eurysacca quinoa Povof.), recomendable para zonas alejadas del lago Titicaca, como Juliaca, Cabanillas, Azángaro.

- Chewecca:(Canahua, A. 1978)

Obtenida por selección de ecotipos de Orurillo (Puno), grano pequeño de 1.2mm. De diámetro, de color blanco, semidulce, tipo de panoja amarantiforme, periodo vegetativo 180 a 190 días (tardía), rendimiento 3000 Kg. /ha resistente al ataque del mildiu, recomendable para zona Melgar, recomendada para las zonas de Lampa, Azángaro, Mañazo y Vilque.

- Tahuaco: (Valdivia, R.1983)

Obtenida por selección surco panoja de ecotipos tipo kancolla, presenta grano de tamaño Mediano de 1.5 a 1.7mm. de diámetro, de color blanco, es semi-dulce, su panoja es amarantiforme, periodo vegetativo de 180 a 190 días (tardía), rendimiento promedio de 3000 Kg. /ha, resistencia al ataque del mildiu, recomendada para las zonas de Lampa y Azángaro.

- Sajama. (Gandarillas, H. 1967)

Esta variedad se genera, a partir de la cruce de dos líneas, Real 547 x dulce 559, es de origen Boliviano, es precoz de alto rendimiento, de grano blanco y grande, de 2 a 2.2mm de diámetro, es una variedad dulce libre de saponina, su panoja es glomérulada, de 170 días de periodo vegetativo, llega a una altura de 1.10 m, es susceptible al ataque ornitológico y mildiu por su carácter dulce, tiene un rendimiento de 3000 Kg./ha; se adapta bien en Azángaro, Ayaviri y Lampa

- Witulla

Es una variedad resultado de una selección masal predominante en la zona de Ilave (Puno), de grano mediano de 1.5 a 1.8mm de diámetro es de color morado a rosado, panoja tipo amarantiforme, es amarga y se le cultiva por la zona de Ilave, con rendimientos de 1200 a 1800 Kg. /ha, periodo vegetativo de 180 días, resistente al ataque de mildiu.

GRANO DE COLOR

- Pasankalla

Es una variedad de color de grano plumizo a rosado, de sabor amargo, periodo vegetativo tardía, con gran aceptación en el mercado externo por sus cualidades de transformación.

- Amarilla de Maranganí o cica 17 del Cusco.

De selección masal de zona de Sicuani (Cusco), grano de color amarillo, con alto contenido de saponina, panoja tipo amarantiforme, con rendimiento de 3500 Kg./ha, tiene un periodo vegetativo de 210 días, es resistente al ataque de mildiu.



Figura 3. Plantas de quinua mostrando diferentes colores y formas de inflorescencia, en la zona de los salares de Bolivia

Fuente: Ángel Mujica Sánchez

2.2.1.3.2 Variedades de Bolivia

Bolivia tiene la mayor colección de variedades de quinua con 3178 accesiones, conservadas en el banco de germoplasma de la Fundación PROINPA, centro Quipaquipani; el Perú cuenta con 3000 accesiones conservadas en el banco de germoplasma del Instituto Nacional de Innovación Agraria-INIA, Estación Experimental Illpa, habiendo sido

caracterizados 1600 accesiones. Existen otras colecciones en Chile, Argentina, Ecuador, Estados Unidos, Dinamarca, Inglaterra y Rusia.

- **HUARANGA:** Material obtenido de la cruce de S-67 (línea de la var. Sajama) x Real 488 de Salinas de Garci Mendoza mediante selección masal y panoja surco, se caracteriza por tener habito de crecimiento erecto, panoja glomerulada, tamaño de planta mediana de 88 cm de altura, color de planta verde, con periodo vegetativo de 160 días, color de grano blanco y de tamaño grande (2.2. a 2.5 mm), con bajo contenido de saponina, considerado como dulce, susceptible a las heladas y al ataque de mildiu, con rendimiento promedio de 2500 kg/ha. (Bonifacio y Gandarillas, 1986)
- **CHUCAPACA:** obtenido de la cruce de dulce 573 de Achuma x Real 488 de Salinas de García Mendoza, mediante selección masal y panoja surco, tiene hábito de crecimiento erecto, panoja glomerulada, tamaño de planta mediana con 102 cm de altura, color de planta roja, con período vegetativo de 165 días, grano de tamaño grande (2.2 a 2.5 mm), blanco y dulce (bajo contenido de saponina), es resistente al frío y medianamente resistente al mildiu, con 2500 kg/ha de rendimiento de grano.
- **KAMIRI:** Obtenida de la cruce S-67 (línea de la var. Sajama) x Real 488 de Salinas de Garci Mendoza, mediante selección masal y panoja surco, de hábito de crecimiento erecto, panoja glomerulada, con altura de planta de 97 cm, color de planta verde, con 160 días de período vegetativo, de grano grande (2.2 a 2.5 mm), dulce y blanco, susceptible al ataque de heladas y Mildiu, con un rendimiento de grano promedio de 2500 kg/ha.
- **SAJAMA:** Obtenida de la cruce de una variedad dulce (559 de Patacamaya) x real de Salinas de Garci Mendoza (Amarga 547) por selección másal y panoja surco en la generación F6, con habito de crecimiento erecto, panoja glomerulada, con altura de planta de 96 cm, color de planta verde, con un período vegetativo de 160 días, de grano grande (2.2 - 2.5 mm), de color blanco y bajo contenido de saponinas (Dulce), susceptible a las heladas y al ataque de mildiu, con un rendimiento promedio de 2100 kg/ha (Gandarillas y Tapia, 1976).

- RATUQUI: obtenida en 1993 por cruzamiento de Sajama x Ayara, de habito medianamente ramificado, semiprecoz, con altura de planta de 90 cm, color de planta verde, color de panoja a madurez amarillo pálido, tipo de panoja glomerulada, grano de color blanco, mediano, sin saponina (dulce) y con potencial de rendimiento de 1800 Kg/ha, tolerante a las heladas y moderadamente tolerante al ataque de Mildiu.
- SAYAÑA: Obtenida en 1992, producto de la crusa de Sajama x Ayara, de crecimiento erecto, semi-precoz, con una altura de planta de 1.10 m, de color de planta púrpura, a la madurez la panoja se torna de color Anaranjado, con panoja glomerulada, grano de color amarillo pálido de tamaño grande, sin saponina, con rendimientos de 1950 Kg/ha, tolerante a las heladas y medianamente al ataque de mildiu.



Figura 4. Campesinas Bolivianas dedicadas al cultivo de la quinua

Fuente: Promueve Bolivia

2.2.2 Cultivo

2.2.2.1 Cosecha de la Quinua

La quinua es una planta herbácea de ciclo anual perteneciente a la familia de las quenopodiáceas. Su tamaño varía de 1 a 3,5 metros según las diferentes variedades y ecotipos.

Es uno de los cultivos más difundidos en los países del área andina como Bolivia, Ecuador y Perú; también el que ha merecido mayor cantidad de estudios e investigaciones.

La planta presenta tallo erguido y ramas laterales del mismo tamaño si es que corresponde a ecotipos cultivados en los valles interandinos. En la zona del altiplano, en cambio, el tallo de la planta se destaca sobre varias ramas laterales cortas. La forma de las hojas es muy variada, con bordes dentados que pueden ser pronunciados o leves. Su coloración varía de verde claro a verde oscuro, que va tornando a amarillo, rojo o púrpura según el estado de maduración. Las raíces se expanden desde 0,5 hasta más de 2 metros.

La quinua posee una inflorescencia denominada panícula, de forma glomerulada y aspecto laxo y compacto.

Puede alcanzar hasta 0,70 m. El tamaño y la densidad condicionan en gran parte el rendimiento de la planta. Las flores son pequeñas y pueden ser hermafrodita y femenino, lo que permite una gran variación sexual según los diferentes ecos tipos y variedades.

El fruto de la quinua es un aquenio pequeño y presenta diferentes coloraciones. Tiene una capa externa rugosa y seca que se desprende con agua caliente o al ser hervida. En ella se almacena la sustancia amarga denominada saponina, cuyo grado de acritud varía según los tipos de quinua. Debe decirse que en el Perú existen alrededor de 13 variedades.

- **BOLIVIA**

En Bolivia La preparación del terreno se realiza de Enero a Marzo con la finalidad de captar humedad de las precipitaciones propias de esos meses. La siembra se la realiza entre los meses de Agosto y Septiembre mediante la apertura de hoyos con taquiza, colocando más de 100 semillas por hoyo.

La quinua no requiere de precipitaciones para germinar, le basta la humedad del suelo que resta de las lluvias del año anterior. Luego de la siembra se realiza el “tiznado” que consiste en cubrir las superficies sembradas con paja o tola, para proteger las semillas de la radiación solar y las heladas.

La quinua a pesar de su rusticidad, tiene factores limitantes que influyen en su productividad, de todos estos las plagas son las que causan mayores pérdidas al atacar al cultivo en sus diferentes fases fonológicas. Entre las principales plagas de la quinua se pueden citar a las ticonas, medidor, mosca minador, gusano alambre y pulgones.

La cosecha se lleva a cabo principalmente en Abril, en forma manual arrancando o cortando (recomendado) la planta; esta labor dura aproximadamente un mes y medio, debido a que la maduración de la planta no es uniforme. Luego del cortado se colocan las plantas en hileras dobles de 20 metros, para permitir el secado. La trilla se la realiza en forma mecanizada, semi-mecanizada o tradicional, dependiendo del área de producción y de los medios disponibles.

- PERÚ

En el Perú la siembra varían de acuerdo a la zona y las variedades que se van a cultivar (precoces o tardías), también depende de la presencia de la lluvia y del grado de humedad del suelo; por ejemplo. Las variedades sajama, Salcedo INIA, Illpa INIA, que son precoces de 140 – 150 días, se deben sembrar en los meses de octubre a primera semana de noviembre; Mientras que las variedades Kancolla, chewecca, tahuaco, que son tardías de 170 a 180 días de periodo vegetativo deben sembrarse en los meses de septiembre y la variedad Blanca de Juli, que es semitardia con 170 días de periodo vegetativo, se recomienda sembrar en octubre. En cuanto a la cosecha esta se realiza una vez que las plantas hayan alcanzado su madurez fisiológica y estas se reconocen cuando las hojas inferiores se forman amarillentas y caedizas dando un aspecto característico a toda la planta, así mismo el grano al ser presionado con las uñas presenta resistencia; la madurez fisiológica depende de la variedad, la cosecha se recomienda realizar en los meses de abril a mayo, cuando no hay presencia de lluvias. Si la cosecha se realiza en días de alta humedad o precipitación, se corre el riesgo de presentarse fermentaciones o el enmohecimiento en las parvas, disminuyendo la calidad del grano (amarillento y con presencia de hongo).

2.2.3 Calidad

2.2.3.1 Norma Técnica Peruana de la Quinua

Actualmente contamos con las siguientes variedades de quinua, según la norma técnica peruana:

Tipo	Variedades	Zonas de Producción
Blancas de Altiplano	Illpa Inia	Altiplano Peruano
	Collao	
	Salcedo Inia	
	Rosada De Taraco	
	Kancolla	
	Tahuaco	
	Blanca De Juli	
Blancas del Valle	Blanca De Junin De Huancayo	Huancayo
	Huancayo	Huancayo
	Hualhuas	Huaraz
	Amarillo Marangui	Cusco Sicuani
	Amarillo Sacaca	Cusco
	Blanca De Junin Del Cusco	Cusco/Huancayo
Color Altiplano	Pasankalla	Puno:Circunlacustre
	Negra	Altiplano Peruano

Tabla 1 Variedades de quinua existente en el Perú

Fuente: Norma Técnica Peruana

Disposiciones Relativas de la Quinua:

- Disposiciones Relativas a la Calidad

Requisitos Mínimos:

Según las disposiciones especiales de conformidad para cada categoría y las tolerancias permitidas, los granos de quinua deberán cumplir con los siguientes requisitos:

Requisitos Organoléptico:

Color, olor y sabor característico del producto.

Aspecto:

Debe responder a un grado de homogeneidad respecto a las otras características organolépticas

Requisitos Bromatológicos:

Los requisitos bromatológicos que deben cumplir los granos de quinua, se especifican en la Tabla 2:

Requisitos	Unidad	Valores		Método De Ensayo
		Min	Max	
Humedad	%		13,5	Aoac 945.15
Proteínas	%	10		Aoac 992.23
Cenizas	%		3,5	Aoac 945.38
Grasa	%	4,0		Aoac 945.38-920.39c
Fibra Crudo	%	3,0		Aoac 945.38-962.09e
Carbohidratos	%	65		Determinación Indirecta Por La Diferencia De 100 En %
Saponinas	Mg/100g	Ausencia		Método De La Espuma

Tabla 1 Contenido de requisitos bromatológicos de la quinua

Fuente: Norma Técnica Peruana

NOTA1. Los valores referidos están expresados en base seca.

NOTA 2: La unidad en la que se expresa el contenido de saponina es en mg/100g. El valor de 120 mg/100mg es equivalente a 0,12%.

NOTA 3: Como información al consumidor, los granos de quinua no contienen gluten.

- DISPOSICIONES RELATIVAS A LA CLASIFICACION

La clasificación del tamaño del grano de quinua, se define por el diámetro promedio, según la Tabla 3.

Tamaño de los granos	Diámetro promedio de los granos, expresado en mm	Malla
Extra grande	Mayor a 2,0	85%retenido en la malla ASTM 10
Grandes	Mayor a 1,70 hasta 2,0	85%retenido en la malla ASTM 12
Medianos	Mayor a 1,40 hasta 1,69	85%retenido en la malla ASTM 14
Pequeños	Menor a 1,40	85%retenido en la malla ASTM 14

Tabla 2 Determinación del tamaño de los granos de la quinua en función del diámetro promedio.

Fuente: Norma Técnica Peruana

CLASIFICACION POR SU CATEGORIA

Los granos de quinua se determinan por los valores porcentuales de las características citadas en la tabla 4, indistintamente de la clasificación por el tamaño.

DESIGNACION DE LOS GRANOS DE QUINUA, POR SU TAMAÑO Y CATEGORIA

Para designar a los granos de quinua, primero se nombrara su clase y por ultimo su categoría.

Ejemplo: Quinoa de tamaño grande, categoría 1 o Quinoa tamaño grande categoría 3

- DISPOSICIONES RELATIVAS A LA TOLERANCIAS

Parámetros	Unidad	Categoría 1		Categoría 2		Categoría 3	
		Min	Max	Min	Max	Min	Max
Sensoriales	%						
Granos enteros	%						
Granos quebrados	%	96	1,5	90	2,0	86	3,0
Granos dañados	%		1,0		2,5		3,0
Granos Germinados	%		0,15		0,25		0,3
Granos Recubiertos	%		0,25		0,30		0,35
Granos Inmaduros	%		0,5		0,7		0,9
Impurezas totales	%		0,25		0,30		0,35
Piedrecillas en 100 g de muestra	U/100g		ausencia		ausencia		ausencia
Granos Contrastantes	%		1,0		2,0		2,5
Insectos (enteros, partes o larvas)	%		ausencia		ausencia		ausencia

Tabla 3 Tolerancias admitidas para la clasificación de los granos de quinoa en función a su grado.

Fuente: Norma Técnica Peruana

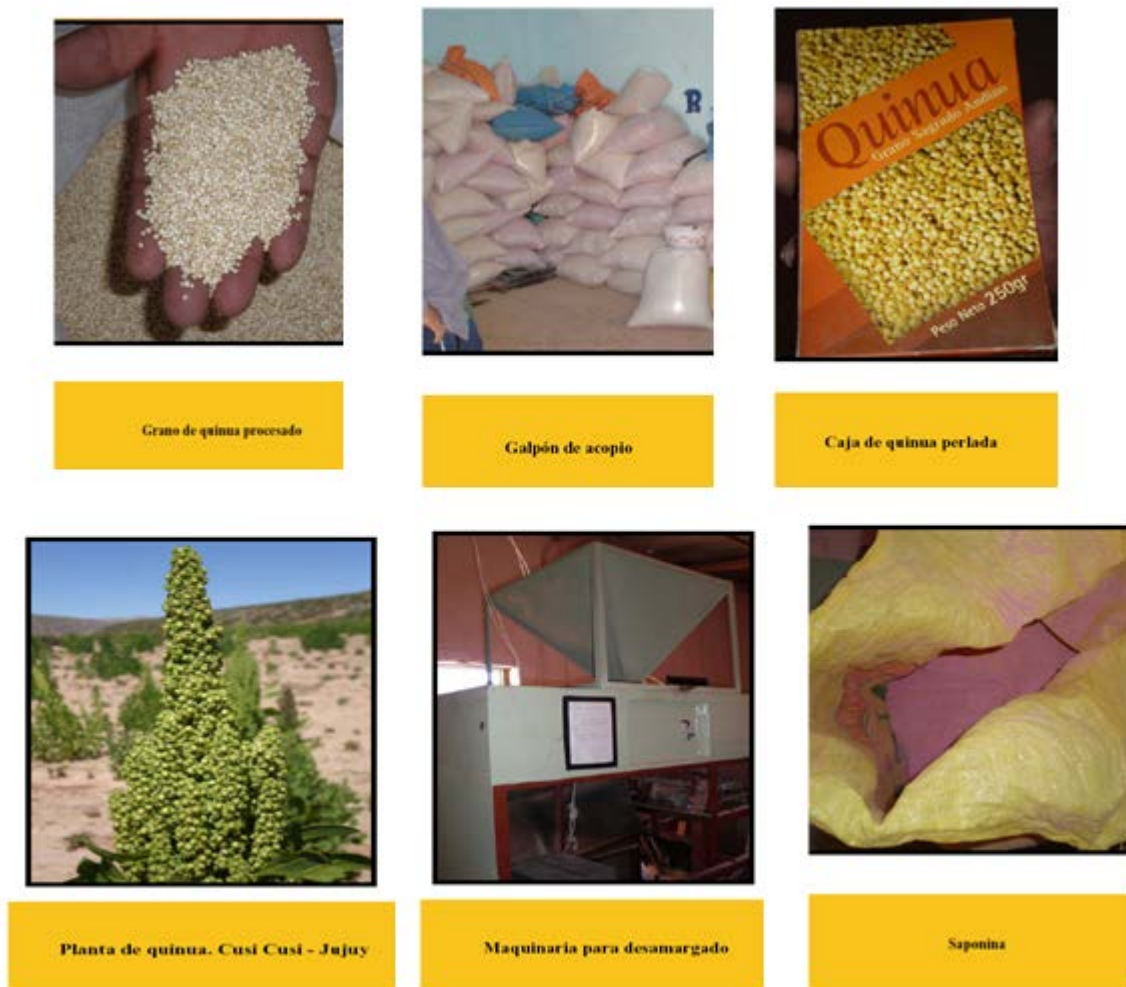


Figura 5. Industrialización de la quinoa
 Fuente: La Universidad Nacional Agraria (2009)

2.2.3.2 Propiedades

- ✓ Como alimento reconstituyente, por la presencia de la lisina que lo convierte en un alimento clave para el crecimiento y desarrollo de las células del cerebro.
- ✓ Anti cancerígeno y la prevención de la osteoporosis y enfermedades del corazón.
- ✓ Alta digestibilidad, y su naturaleza dietética por su bajo contenido de colesterol y de gluten.

Los beneficios que aporta la quinua son múltiples, convirtiendo a la especie en una medicina natural muy eficiente. Su harina resulta beneficiosa para tratar enfermedades que se manifiestan en la piel así como en quemaduras y heridas abiertas, debido a que su alto contenido de saponina contribuye a la eliminación de los tejidos lastimados y a su rápida reconstitución.

Asimismo, se utiliza para el tratamiento de abscesos, hemorragias y luxaciones; y contra el vómito. Y además de ser un eficiente antiespasmódico, un efectivo laxante y diurético, ayuda a prevenir la formación de células cancerígenas... En fin, conocidas sus propiedades no perdamos -al menos yo no la perderé- la oportunidad de saborear un rico plato de quinua y hacerle así un gran favor a nuestro organismo con sus innumerables beneficios.

2.2.3.3 Beneficios

La quinua contiene fitoestrógenos, sustancias que contribuyen a la absorción de calcio en el organismo y que previenen enfermedades crónicas como la osteoporosis, cáncer de mama, enfermedades del corazón y otras alteraciones ocasionadas por la falta de estrógenos durante la menopausia.

De acuerdo a estudios realizados por laboratorios internacionales, los fitoestrógenos se encuentran en algunos cereales y en la soya. Está presente en la quinua en cantidades elevadas, lo que aclara el ¿por qué las mujeres altiplánicas que regularmente la consumen en su dieta no registran osteoporosis.

Otros estudios nutricionales aseguran que si se consume este alimento, no son necesarios otros vegetales, incluso reemplaza a la carne y leche, por su balance ideal de aminoácidos esenciales y alto

Contenido de calcio y hierro.

La quinua posee cualidades superiores a los cereales y leguminosas.

Son innumerables los beneficios de la quinua, además de proveer un alimento de gran valor nutritivo, de fácil digestión y asimilación por el organismo humano y animal, la planta

permite que se pueda aprovechar integralmente el tallo, hojas, inflorescencia y grano. Tanto en la producción de alimentos, como en el uso medicinal debido a sus propiedades cicatrizantes, desinflamantes, analgésicas y desinfectantes y en la obtención de jabones para el uso domestico (lavaplatos y detergente para la ropa) y cosmético (jabón de tocador y champú para el cabello).

2.2.3.4 Valor Nutricional

Tiene un excepcional balance de proteínas, grasa, aceite y almidón. El contenido de proteínas es alto ya que el embrión constituye una gran parte de la semilla.

El promedio de proteínas en el grano es de 16%, pero puede contener hasta 23%, más del doble que cualquier otro cereal. Además las proteínas contenidas están cerca del porcentaje que dicta la FAO para la nutrición humana.

Las proteínas de la quinua tienen un alto grado de aminoácidos, Lisina, metionina y cistina, complementando a otros granos y/o legumbres como las vainitas.

La semillas contiene entre 58 y 68% de almidón y 5% de azúcares, a pesar que los granos de almidón son bastante pequeños, éstos contienen cerca de 20% de amilosa, y forman gelatinas entre los 55 a 65 °C.

La grasa contenida es de 4 a 9%, de los cuales la mitad contiene ácido linoleico, esencial para la dieta humana. También contiene un alto nivel de calcio y fósforo.

En contenido nutricional de la hoja de quinua se compara a la espinaca. Los nutrientes Concentrados de las hojas tienen un bajo índice de nitrato y oxalato, los cuales son considerados elementos perjudiciales en la nutrición.

- La Quinoa No Tiene Colesterol
- No Forma Grasas En El Organismo
- No Engorda, Es De Fácil Digestibilidad
- Contenido De Saponina 0.08%

● Es Un Producto Natural Ecológico

La Quinoa Posee cualidades superiores a los cereales y gramíneas. Se caracteriza más que por la cantidad, por la calidad de sus proteínas dada por los aminoácidos esenciales que constituye como: la ISOLEUCINA, LEUCINA, LISINA, METIONINA, FENILALAMINA, TREONINA, TRIFTOFANO, Y VALINA. Es una de las principales fuentes de proteínas como se puede apreciar en los cuadros comparativos.

La QUINUA posee mayor contenido de minerales que los cereales y gramíneas, tales como FÓSFORO, POTASIO, MAGNESIO, Y CALCIO entre otros minerales.

Cuadro comparativo de los componentes de la quinua con otros productos (kgs)

COMPONENTES%	QUINUA	TRIGO	MAIZ	ARROZ	AVENA
Proteínas	13.00	11.43	12.28	10.25	12.30
Grasas	6.70	2.08	4.30	0.16	5.60
Fibras	3.45	3.65	1.68	VEGETAL	8.70
Cenizas	3.06	1.46	1.49	0.60	2.60
Calcio	0.12	0.05	0.01	-	-
Fósforo	0.36	0.42	0.30	0.10	-
Hidratos de Carbono	71.00	71.00	70.00	78.00	60.00

Tabla 4 Contenido de componentes de la quinua y otros

Fuente: Food and Agriculture Organization – FAO (2010)

2.2.4 Usos y Productos Derivados

2.2.4.1 Usos de la Quinoa

La quinua es un producto versátil, siendo sus usos múltiples, cuyo detalle se describe a continuación:

- Alimento

Los granos de quinua una vez desaponificados, estos son consumidos en diferentes formas y presentaciones desde lo tradicional como los quispiños, tajtis, torrejas con ají o queso, jugo de quinua con manzana, hasta los platos más sofisticados denominados comida novo-andina, siendo en sopas, graneados, guisos, postres y como bebidas chichas y refrescos. Las hojas tiernas como verdura y en sopas.

- Forraje

La broza de la quinua, denominado quiri (quechua) y los residuos del grano denominado jipi (quechua), son utilizados en la alimentación del ganado.

- Medicina

En forma de emplasto para torceduras y contusiones, como vomitivo, lactóforo, antiespasmódico, laxante y diurético, dentífrico, contra el cáncer.

- Cosmético

En la actualidad también se viene utilizando en cremas de cuerpo y faciales, shampoo orgánico, entre otros.

2.2.4.2 Principales Formas de Transformación

- Harina Cruda de Quinua

Es el producto resultante de la molienda de la quinua perlada, su finura depende del número de zaranda o malla utilizada en la molienda. Se emplea en panificación, fidelería, galletería y repostería.

- Harina Tostada de Quinua

Es el producto proveniente de la molienda de quinua perlada tostada. Se usa en repostería.

- Quinua Perlada

Es el grano entero obtenido del escarificado o desaponificado del grano de quinua. Se utiliza directamente en la elaboración de guisos tradicionales o indirectamente para la elaboración de harinas, hojuelas y expandidos (maná).

- Harina Instantánea de Quinua

Es la harina de quinua precocida (gelatinizada), reducida a polvo y que se dispersa rápidamente en líquidos. Esta cualidad y la de poder ser consumido sin previa cocción la pone en ventaja sobre la harina cruda para ciertos usos como en la preparación de bebidas instantáneas, en postres, cremas como suplemento nutritivo en cocoa y leches malteadas.

- Hojuelas de Quinua

Los granos de quinua perlada son sometidos a un proceso de laminado a presión, ejercido por dos (2) rodillos lisos sobre los granos, lo que permite darles una forma laminada o aplanada. Este producto es consumido previa cocción y mezclado con leche en el desayuno bajo la forma de "cereal".

- Expandido de Quinua

Se obtiene a partir de la quinua perlada, o de la quinua al natural. Este producto es el resultado de la expansión brusca de los granos obtenidos al someterlos a una temperatura alta y descompresión violenta. El extruído de quinua se realiza a partir de la mezcla de harina de quinua y de trigo, sometiéndolas a altas temperaturas para cocinarlas y aumentar su digestibilidad. Se obtiene un producto ligero y de buen volumen que puede ser saborizado o endulzado. Por sus características organolépticas y de alto valor nutritivo es ideal para los niños.

- Leche de Quinua

Se obtiene luego de la cocción de la quinua (en grano o su harina) y posterior filtración para la eliminación de sólidos. Puede ser saborizada, edulcorada y pasteurizada.

- Productos para Regímenes Dietarios Especiales

Son productos para personas con requerimientos especiales en su alimentación. Por ejemplo las fórmulas para el desmame y crecimiento para bebés, personas con alergias alimentarias y/o intolerancias, personas que requieren rotación en sus dietas, ó simplemente personas con interés en incorporar a su dieta alimentos especiales por una variedad de razones nutricionales y la aventura gourmet. Se debe tomar en cuenta que cuando una persona tiene restricciones en su dieta, puede ser un problema conseguir alimentos. Los productos más difíciles de eliminar

son los panes, galletas y pastas (fideos). La empresa Nutrasweet ha desarrollado un sustituto a la crema de carbohidratos a base del almidón de quinua.

PRODUCTOS INTERMEDIOS Y TERMINADOS DE LA QUINUA

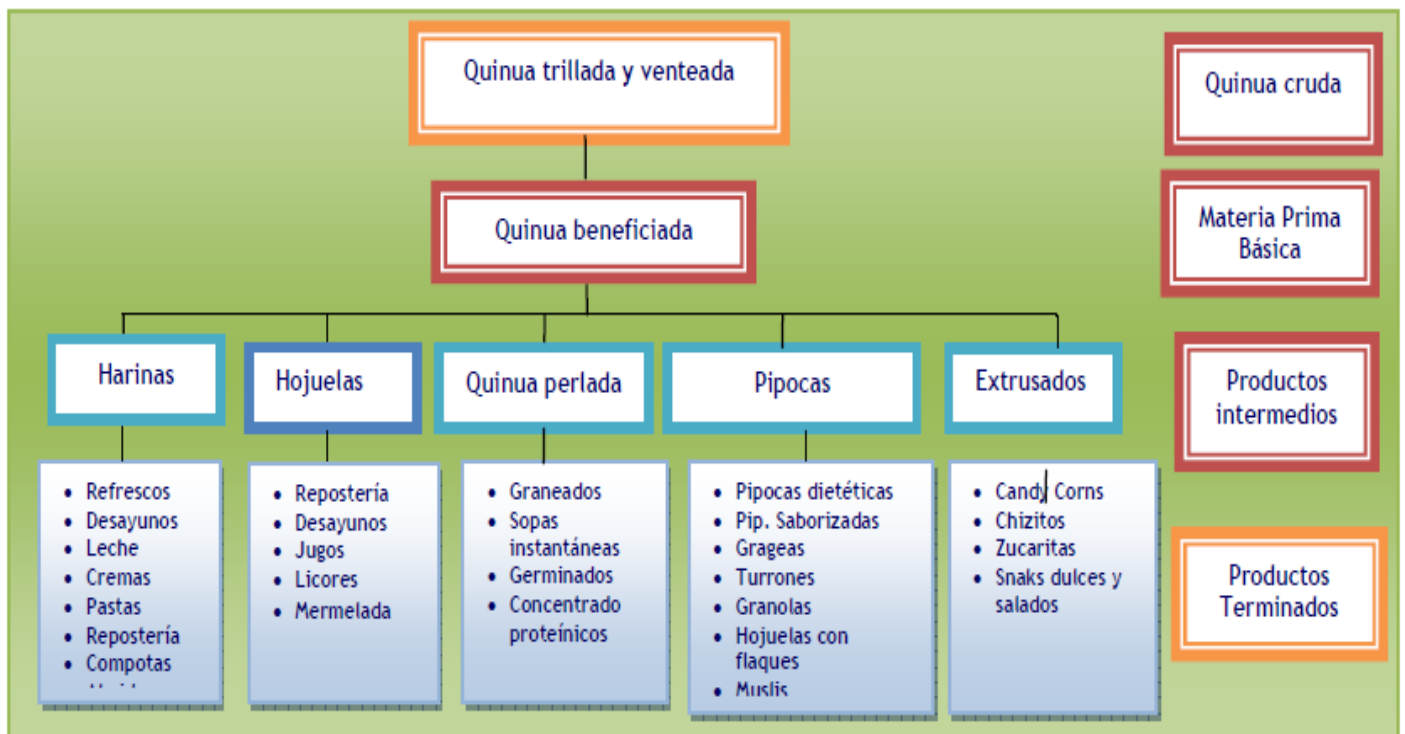


Figura 6. Productos intermedios y terminados de la quinua

Fuente: Promueve Bolivia

Algunos subproductos de la quinua se describen a continuación:

- **Polvillo con saponina**
Es el producto obtenido en el descascarado por fricción de la quinua perlada. Se usa en la fabricación de jarabe de frutas, cerveza, crema de afeitar, entre otros.
- **Polvillo sin saponina y granos partidos**
El polvillo sin saponina es el provecho resultante del pulido del grano de quinua descascarada y los granos partidos que se obtienen durante el proceso de la quinua perlada. Ambos subproductos se utilizan en la alimentación del ganado y aves de corral.

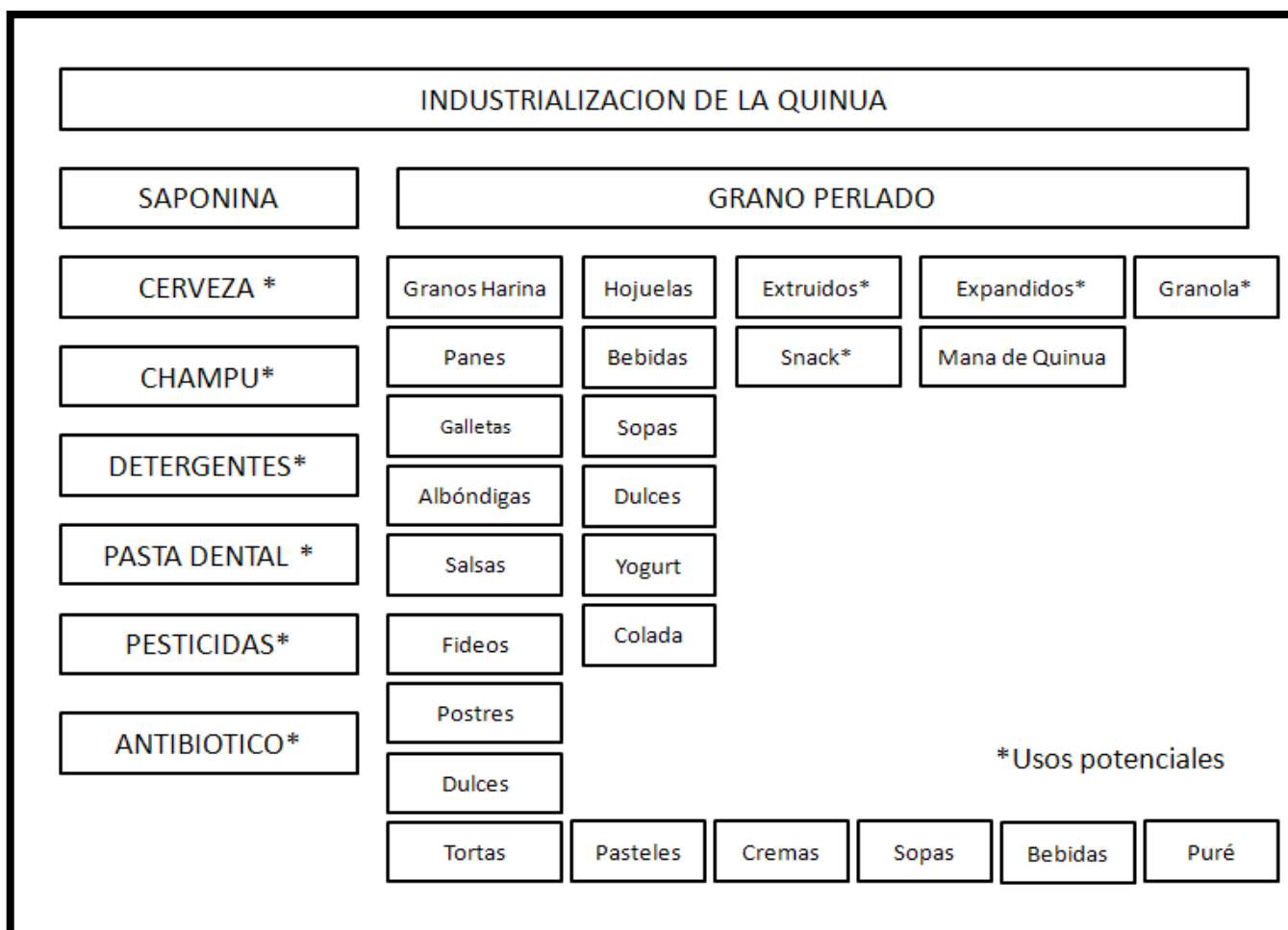


Figura 7. Productos derivados de la industrialización de la quinua

Fuente: Ángel Mujica Sánchez

- Hojas

La época oportuna para la utilización de las hojas de quinua en la alimentación humana es poco antes del inicio de la floración, que puede ocurrir entre los 60 y 80 días después de la germinación. El consumo de la hoja de quinua es conocido en la región andina del Perú y Bolivia y su utilización reemplazaría a las hojas de espinaca, especie a la cual es muy afín botánicamente.

- Tallos

El estudio químico del tallo comprende generalmente tanto el tallo en sí como las hojas secas, los tallos secundarios, los pedúnculos y el rastrojo de la trilla para el ganado, cuyo conjunto se denomina broza o "quiri" (quechua) y el residuo del grano "jipi" (quechua).

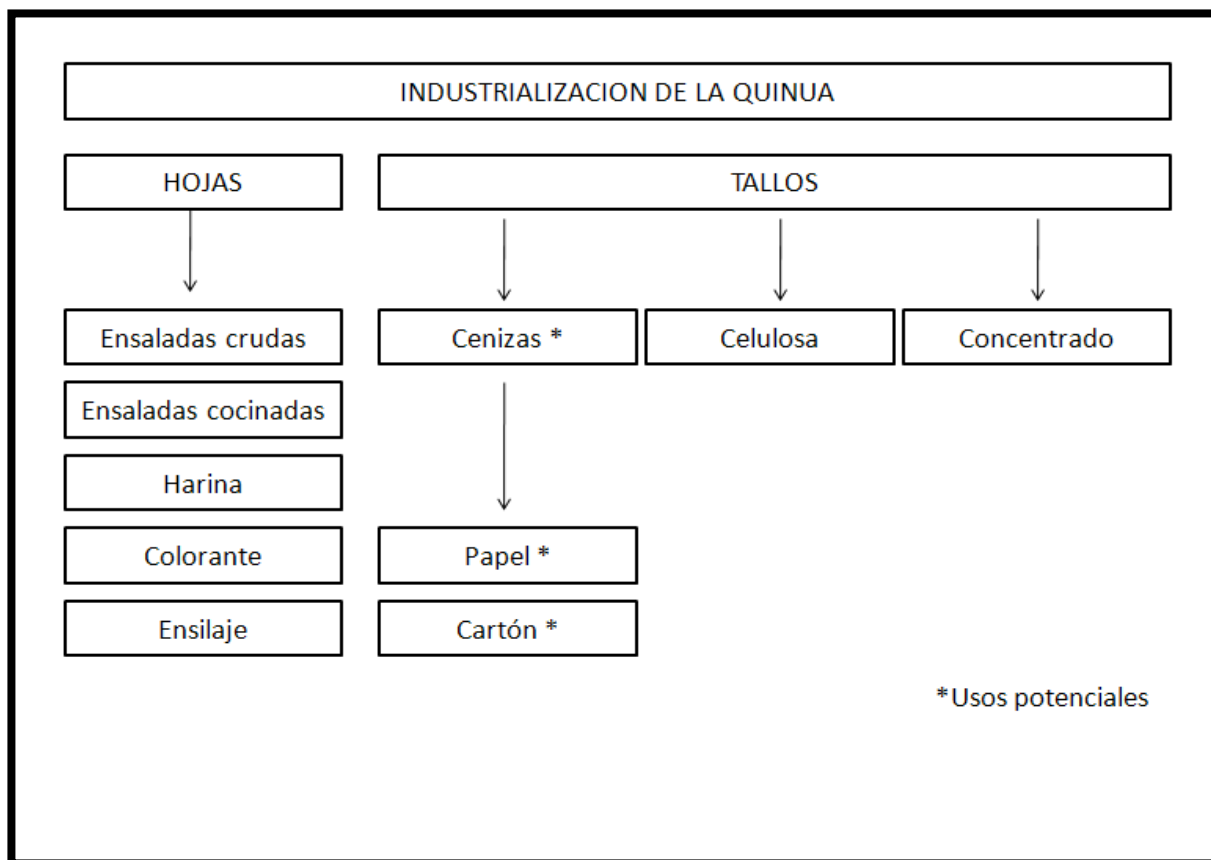


Figura 8. Usos del tallo y las hojas de la quinua

Fuente: Miguel Ángel Mujica Sánchez

La quinua no tiene mayor competencia en su consumo por su alto valor nutritivo, sin embargo es una alternativa como producto sustituto de otros granos como arroz, cebada, maíz y trigo. La quinua es un grano andino de alto valor nutritivo fuertemente arraigado a los hábitos de consumo de los pobladores de los países andinos, cumple un rol importante en su economía y alimentación. Asimismo, se está posicionando en el mercado internacional como un producto portador de nutrientes esenciales y energéticos, esta posición se sustenta en la decisión de la FAO de apoyar la investigación y producción en los cinco continentes, haber sido seleccionada como alimento de los astronautas en sus viajes espaciales y la indiscutible composición balanceada de la misma. Su composición le otorga un lugar privilegiado en la alimentación humana frente a otros cereales.

2.2.5 Mercado Mundial

2.2.5.1 Producción de Quinua (Perú y Bolivia)

De acuerdo a las investigaciones realizadas, se consideran a nivel mundial como principales productores y exportadores de quinua a los países de Bolivia y Perú, ambos países suman una participación del mercado aproximadamente de un 90%.

El 10% restante de participación está conformado por los países de: Ecuador, Estados Unidos y Canadá.

Tomando en cuenta esta información procederemos al análisis detallado de los principales países exportadores mencionados:

- PERU:

Hacia mediados del siglo pasado producíamos más de 40 mil toneladas de quinua al año. Desde ese momento, y por los siguientes cuarenta años, la producción de quinua empieza un pronunciado declive, que toca fondo hacia 1990, cuando se sitúa por debajo de las 5 mil toneladas anuales. Desde entonces, sin embargo, la quinua ha experimentado un sorprendente proceso de recuperación que la ha llevado a aproximarse a los altos niveles de producción registrados en los años cincuenta.

A fines de 2009, su producción alcanzaba las 39 mil toneladas, que se sembraban en 34 mil hectáreas, aproximadamente.

A Continuación detallaremos el análisis de oferta del Perú, considerando su importancia en el mercado internacional, como uno de los principales productores y exportadores de Quinua.

Producción Nacional:

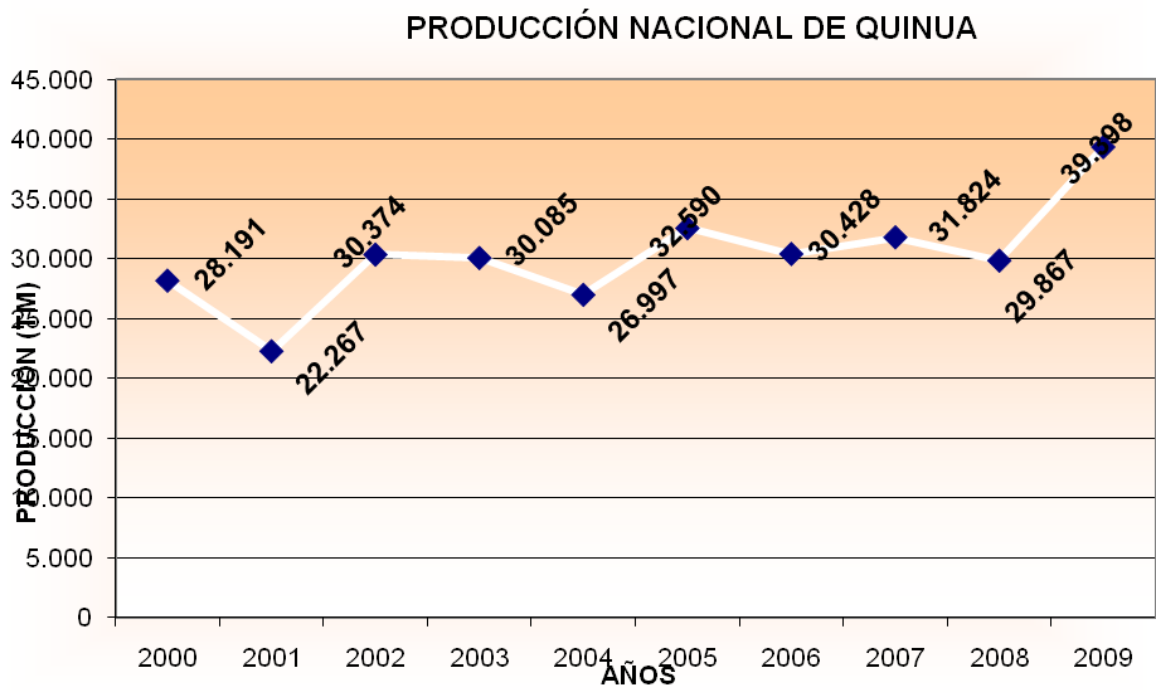


Figura 9. Producción Nacional de quinua en el Perú

Fuente: Ministerio De Agricultura

Elaboración: Propia

Perú: Zonas de Producción de Quinua



Elaboración: Sector Agro y Agroindustria – PROMPERU

Figura 10. Zonas de producción de quinua en el Perú

Fuente: Ministerio de Agricultura

Según el cuadro presentado se puede observar el comportamiento de la producción nacional de quinua en el periodo 2000 al 2009; en estos nueve años se ha tenido una ligera disminución en la producción, sin embargo los incrementos han sido mucho más significantes, debido a una creciente demanda en el mercado nacional como internacional.

La quinua se desarrolla principalmente en las zonas alto andinas del sur, las que concentran el 92% de la producción nacional, en especial Puno (79% del total nacional). Mucho mas atrás siguen Cuzco (5%), Ayacucho (4.5%), Junín (4%) y Apurímac (2%).

Produccion Regional:

En puno, las principales provincias productoras de Quinua son: El Collao, Azángaro, Chucuito, Puno y San Román, que en conjunto producen el 81% del total departamental. En las dos primeras provincias se concentran casi el 41%.

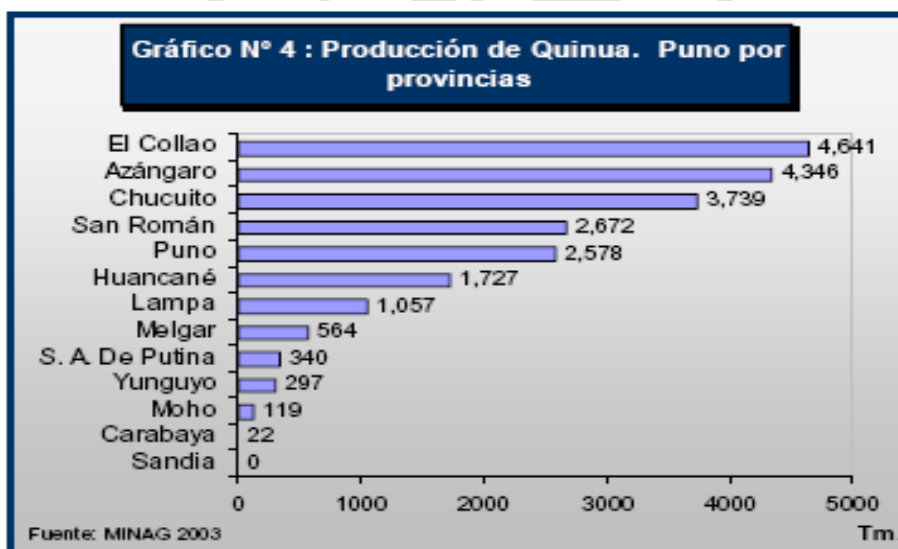


Figura 11. Producción de quinua en la provincia de Puno

Fuente: Mesa de Trabajo de Puno

El comportamiento de la producción y los rendimientos de quinua en Puno evidencia una tendencia creciente en el largo plazo. Entre el año 1995 y el año 2000, el incremento fue sostenido pero en el año 2005 decreció para recuperarse posteriormente. Las fluctuaciones

responden básicamente al comportamiento del clima que se ha vuelto muy inestable, en términos de la "regularidad" secular. La quinua es un cultivo muy sensible, no necesita mucha agua, pero tampoco soporta poca agua.

- BOLIVIA

Bolivia es el mayor productor de quinua con un 46% aproximadamente de la producción mundial, seguido por Perú con un 42% y Estados Unidos con 6,3%. Según la Corporación Andina de Fomento (CAF, CID, CLACDS-INCA,), la producción nacional de quinua en los años 70 era de aproximadamente 9000 Tn/año en una superficie de aproximadamente 12.000 ha cultivadas.

En los últimos años se ha incrementado a un promedio de 22.000 Tn/año, producidas en una extensión de cerca de 36.000 ha.

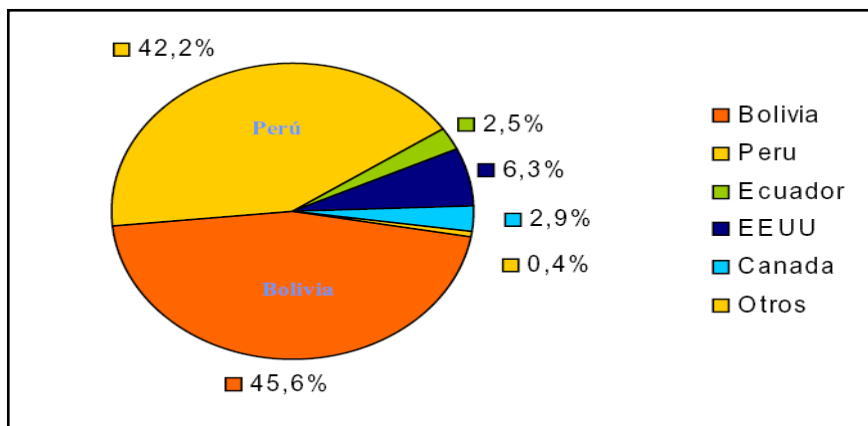
La variedad de quinua más cotizada a nivel internacional es la Quinua Real que solo se produce en el Altiplano Sur y parte del Altiplano Central y no ha podido ser adaptada a otras regiones del mundo, ya que es una variedad de altura u su floración depende de un número de horas luz bien definido.

Producción Regional

En Bolivia, en los últimos años se cultiva en promedio una superficie de más de 35 mil hectáreas en todo el altiplano boliviano. Las principales áreas de cultivo que se han desarrollado en el país están en:

- La Paz, en las provincias Aroma y Gualberto Villarroel.
- Oruro, la región de salinas de García Mendoza en la provincia Ladislao Cabrera, el 80% del trabajo de siembra y cosecha se realiza en forma manual.
- Potosí, región de Llica, provincia Daniel Campos.

2.2.5.2 Exportaciones De Quinoa (Perú Y Bolivia)



- Exportaciones de Quinoa Peruana

PAIS DESTINO	Año											
	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)
CANADA	51,277	44,219	212,907	177,560	468,953	367,258	1,087,560	503,611	1,199,808	394,658	1,109,364	342,858
ALEMANIA	301,800	253,039	867,126	674,390	1,342,176	1,027,300	2,175,479	1,025,219	3,058,211	991,537	2,269,234	733,757
ESPAÑA	4,892	6,240	38,048	29,466	15,716	12,142	12,277	4,660	32,527	9,336	46,122	14,060
ESTADOS UNIDOS	1,554,536	1,444,056	2,224,015	2,002,011	3,244,699	2,626,241	10,184,637	4,099,741	19,381,362	6,451,009	12,311,557	3,966,542
FRANCIA	1,653,476	1,251,205	2,219,212	1,688,232	3,160,769	2,329,259	3,727,855	1,718,692	7,771,563	2,518,807	4,036,641	1,304,294
ITALIA	14,200	13,500	28,380	24,500	25,840	23,000	89,286	53,500	136,963	41,300	203,014	62,800
PAISES BAJOS	1,278,842	1,117,968	1,606,250	1,434,450	2,862,983	2,345,120	3,052,564	1,454,144	6,356,743	2,171,234	2,695,186	908,916

Tabla 5 Cuadro Estadístico – Principales Países Destinos De Las Exportaciones De Quinoa Peruana Del 2005-2010 (*)

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia //(*)Valor Fob. en Dólares Americanos // Dato 2010 Hasta El Mes de Mayo

- Exportaciones de Quinua Boliviana

PAIS DESTINO	Año											
	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (\$us.)	Peso Neto (Kg.)
CANADA	51,277	44,219	212,907	177,560	468,953	367,258	1,087,560	503,611	1,199,808	394,658	1,109,364	342,858
ALEMANIA	301,800	253,039	867,126	674,390	1,342,176	1,027,300	2,175,479	1,025,219	3,058,211	991,537	2,269,234	733,757
ESPAÑA	4,892	6,240	38,048	29,466	15,716	12,142	12,277	4,660	32,527	9,336	46,122	14,060
ESTADOS UNIDOS	1,554,536	1,444,056	2,224,015	2,002,011	3,244,699	2,626,241	10,184,637	4,099,741	19,381,362	6,451,009	12,311,557	3,966,542
FRANCIA	1,653,476	1,251,205	2,219,212	1,688,232	3,160,769	2,329,259	3,727,855	1,718,692	7,771,563	2,518,807	4,036,641	1,304,294
ITALIA	14,200	13,500	28,380	24,500	25,840	23,000	89,286	53,500	136,963	41,300	203,014	62,800
PAISES BAJOS	1,278,842	1,117,968	1,606,250	1,434,450	2,862,983	2,345,120	3,052,564	1,454,144	6,356,743	2,171,234	2,695,186	908,916

Tabla 6 Cuadro Estadístico – Principales Países Destinos De Las Exportaciones De Quinua Boliviana Del 2005-2010

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Bolivia

Elaboración: Propia //(*)Valor FOB en Dólares Americanos // Dato 2010 Hasta El Mes De Mayo

- EXPORTACIONES DE QUINUA DE PERU Y BOLIVA A ESTADOS UNIDOS:

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
EXPORTACION A EE.UU (PESO NETO-KG) Perú	362,906.27	610,773.75	838,732.77	1,271,806.74	1,148,057.10	312,862.54
EXPORTACION A EE.UU (PESO NETO-KG) Bolivia	1,444,056.00	2,002,011.00	2,626,241.00	4,099,741.00	6,451,008.00	2,365,136.00

Tabla 7 Exportaciones de quinua a Estados Unidos en peso Neto

Fuente Perú: SUNAT/ADUANAS

Fuente Bolivia: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE BOLIVIA

Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
VALOR FOB (DOLARES) Perú	435,129.33	742,216.68	1,087,601.89	3,178,814.77	3,326,431.90	874,709.68
VALOR FOB (DOLARES) Bolivia	1,554,536.00	2,224,015.00	3,244,699.00	10,184,636.00	19,381,362.00	7,188,582.00

Tabla 8 Exportaciones de quinua a Estados Unidos en valor FOB

Fuente Perú: SUNAT/ADUANAS

Fuente Bolivia: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE BOLIVIA

Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

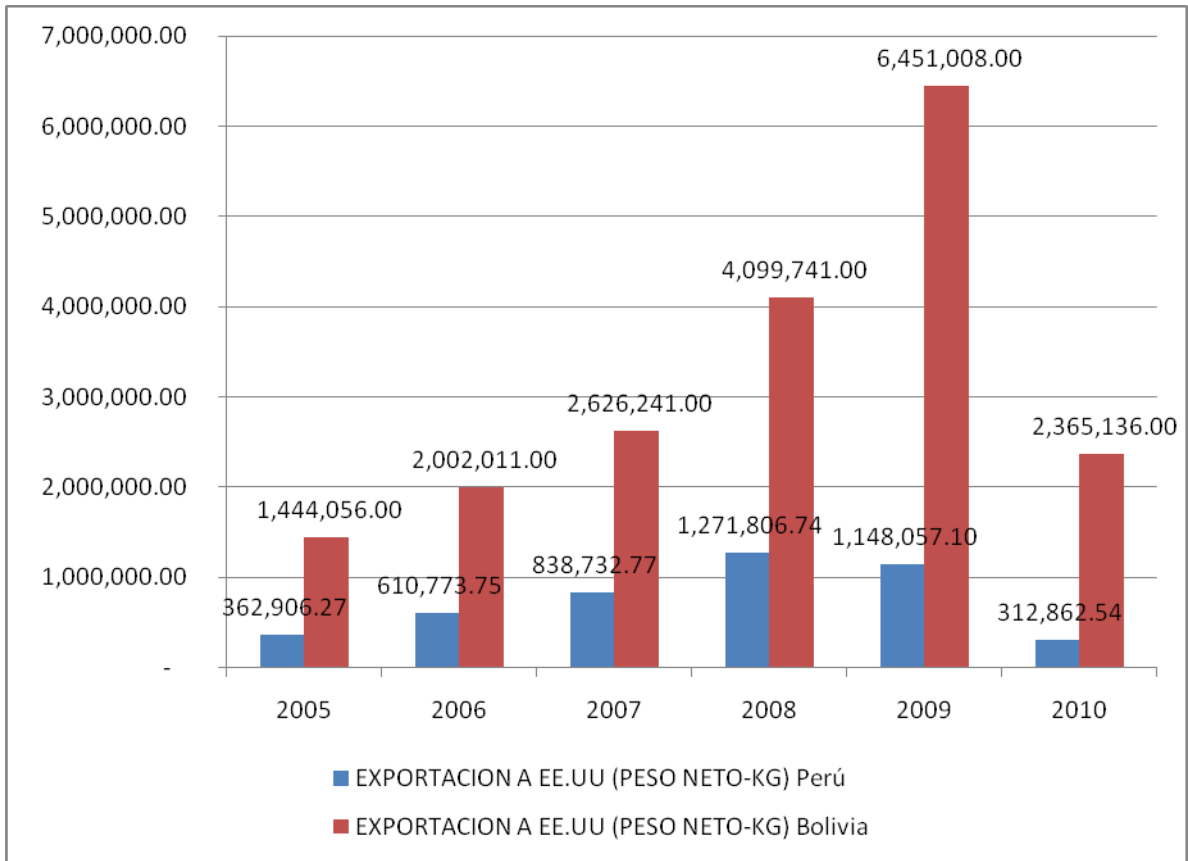


Figura 12. Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a los Estados Unidos en peso Neto

Fuente: SUNAT// Instituto Nacional de Estadística de Estadística de Bolivia

Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

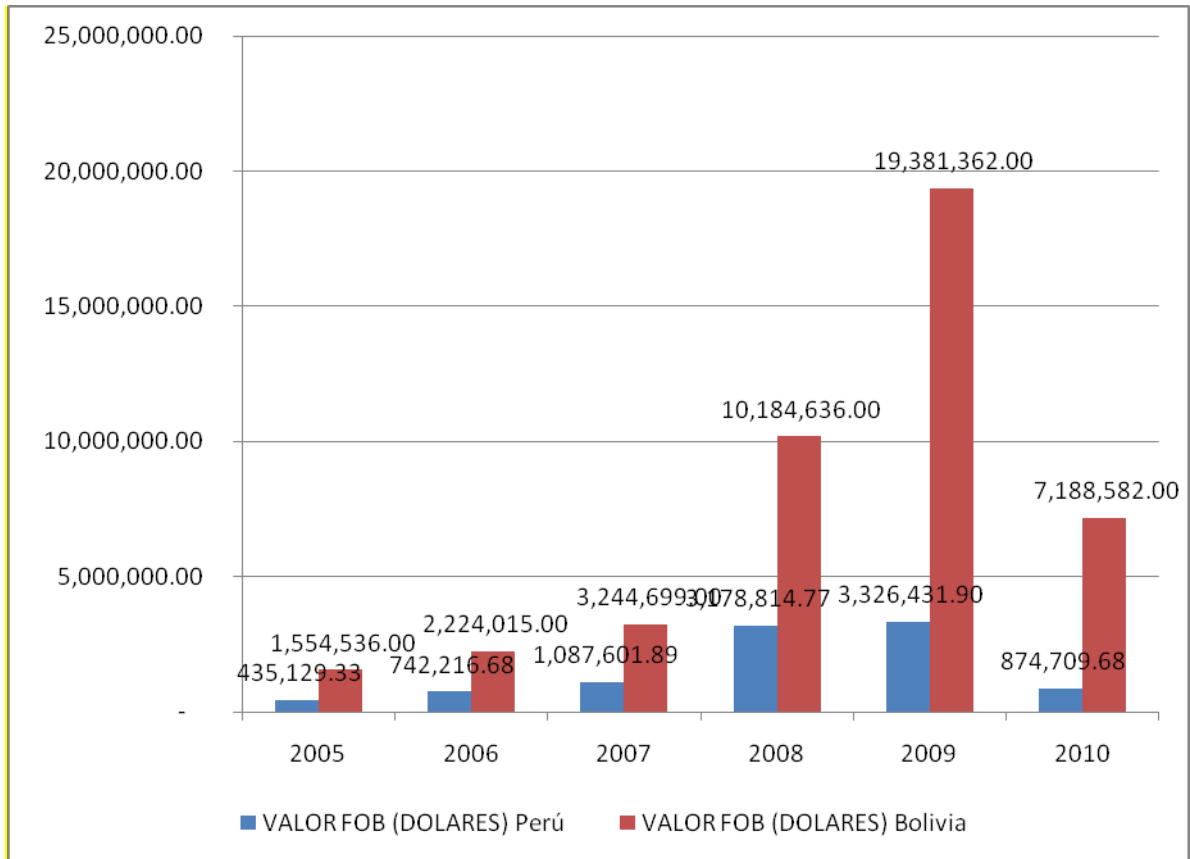


Figura 13. Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a los Estados Unidos en valor FOB

Fuente: SUNAT// Instituto Nacional de Estadística de Estadística de Bolivia
 Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

- Exportaciones de Perú y Bolivia a la Unión Europea:

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
País de Destino						
Peso Neto(KG) Perú	112,231.34	171,603.31	185,964.07	176,174.23	243,788.28	187,989.24
Peso Neto(KG) Bolivia	2,641,952.00	3,851,038.00	5,736,821.00	4,256,213.00	5,732,214.00	2,155,117.00

Tabla 9 Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la Unión Europea en peso Neto

Fuente Perú: SUNAT/ADUANAS

Fuente Bolivia: Instituto Nacional De Estadística De Bolivia

Elaboración: Propia / (*) Datos hasta el mes de mayo 2010.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
País de Destino						
Valor FOB(US\$) Perú	140,687.76	213,934.62	295,682.46	43,884.57	876,068.09	497,470.01
Valor FOB(US\$)Bolivia	3,253,210.00	4,759,016.00	7,407,484.00	9,057,460.00	17,356,004.00	6,596,951.00

Tabla 10 Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la Unión Europea en valor FOB

Fuente Perú: SUNAT/ADUANAS

Fuente Bolivia: Instituto Nacional de Estadística De Bolivia

Elaboración: Propia / (*) Datos hasta el mes de mayo 2010.

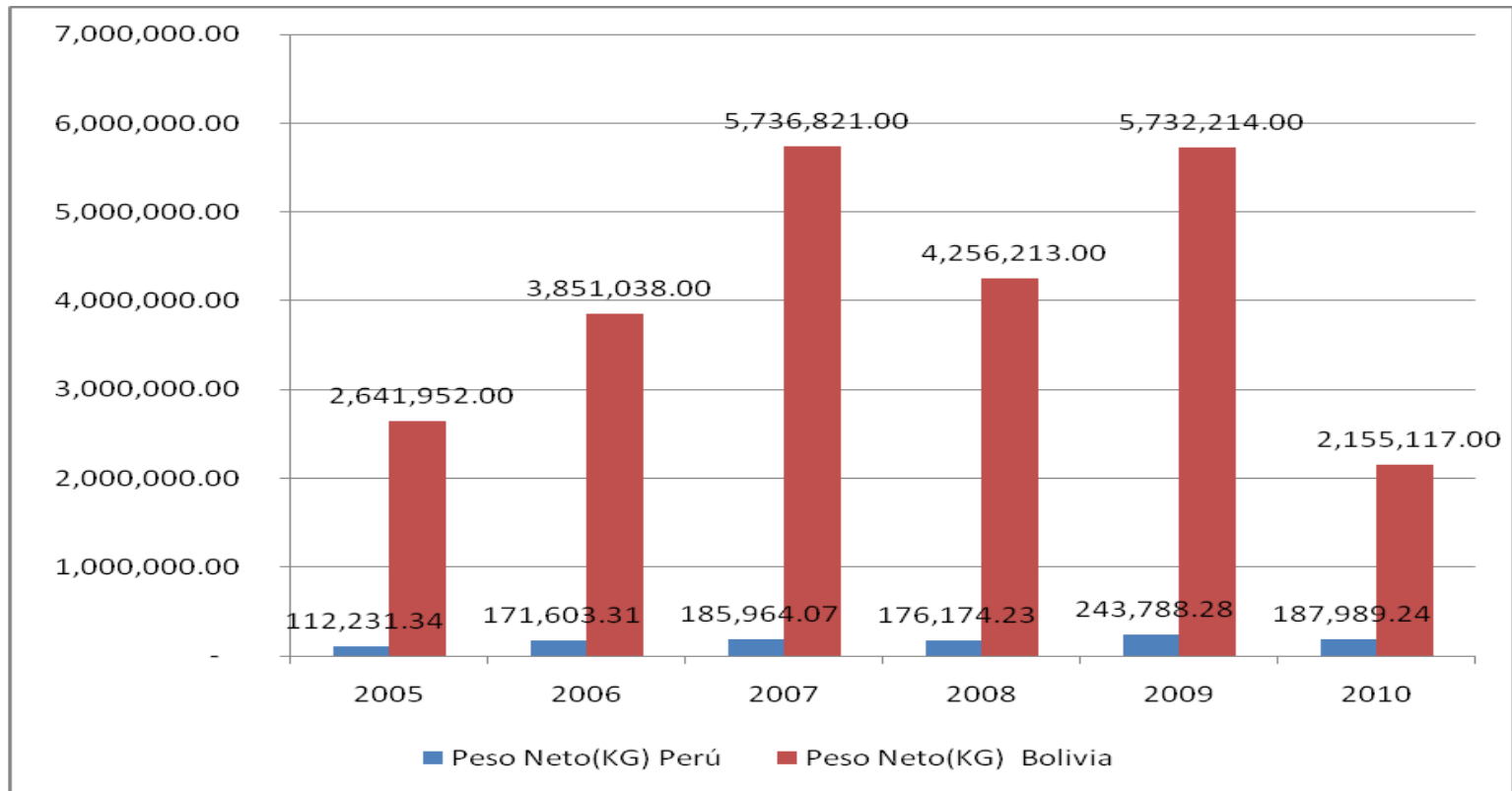


Figura 14. Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la unión Europea en peso Neto

Fuente: SUNAT// INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA DE ESTADISTICA DE BOLIVIA

Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

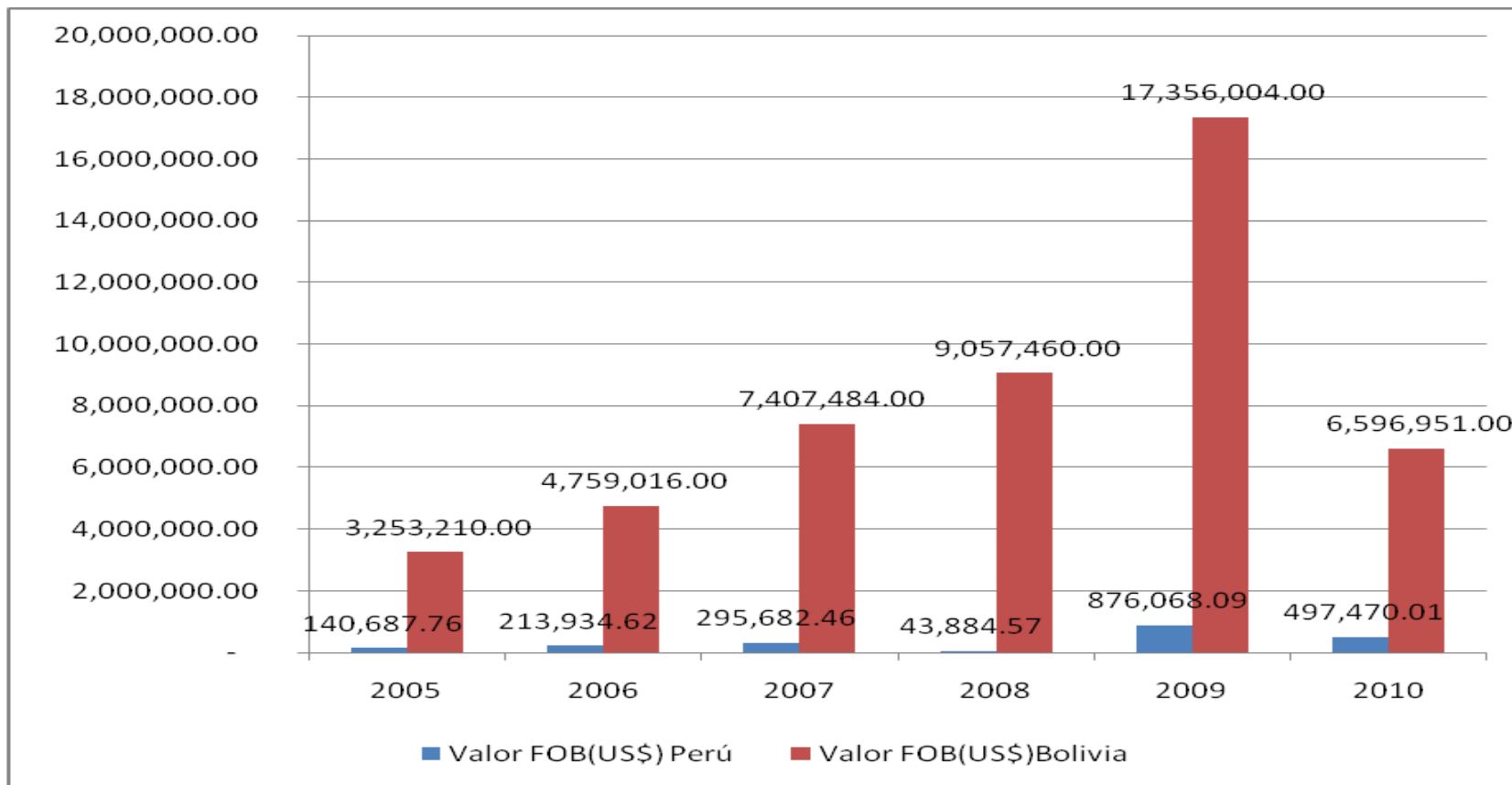


Figura 15. Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a la unión Europea en valor FOB
Fuente: SUNAT// INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA DE ESTADISTICA DE BOLIVIA
Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

- Exportaciones de Perú A Canadá:

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Valor FOB (US\$) Bolivia	53,280.00	228,329.00	488,207.00	1,125,312.00	1,199,808.00	640,766.00
Valor FOB (US\$) Perú	29,004.23	21,589.74	222.00	120,682.79	245,496.63	456,491.80

Tabla 11 Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en valor FOB

Fuente Perú: SUNAT/ADUANAS

Fuente Bolivia: Instituto Nacional de Estadística de Bolivia

Elaboración: Propia / (*) Datos hasta el mes de mayo 2010.

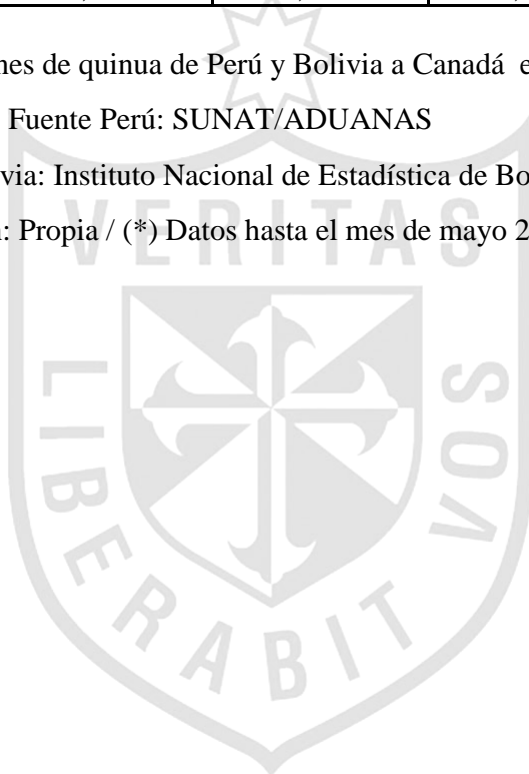
Países	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Peso Neto (KG) Perú	27,000.00	18,947.00	110,000.00	46,709.69	99,596.26	189,894.56
Peso Neto (KG) Bolivia	196,964.00	389,556.00	533,704.00	402,748.00	208,321.00	47,327.00

Tabla 12 Exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en valor FOB

Fuente Perú: SUNAT/ADUANAS

Fuente Bolivia: Instituto Nacional de Estadística de Bolivia

Elaboración: Propia / (*) Datos hasta el mes de mayo 2010.



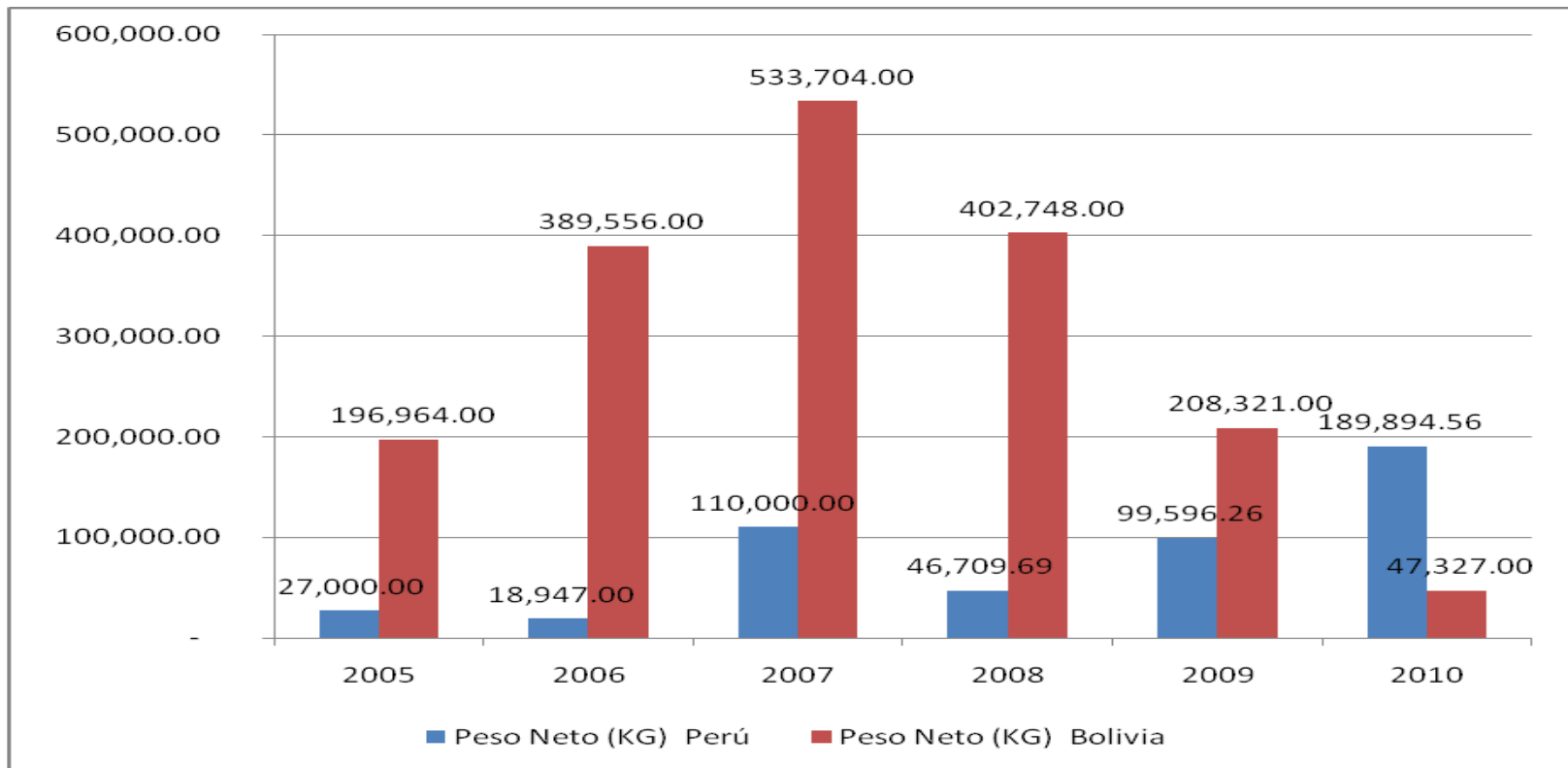


Figura 16. Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en peso Neto

Fuente: SUNAT// INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA DE ESTADISTICA DE BOLIVIA

Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

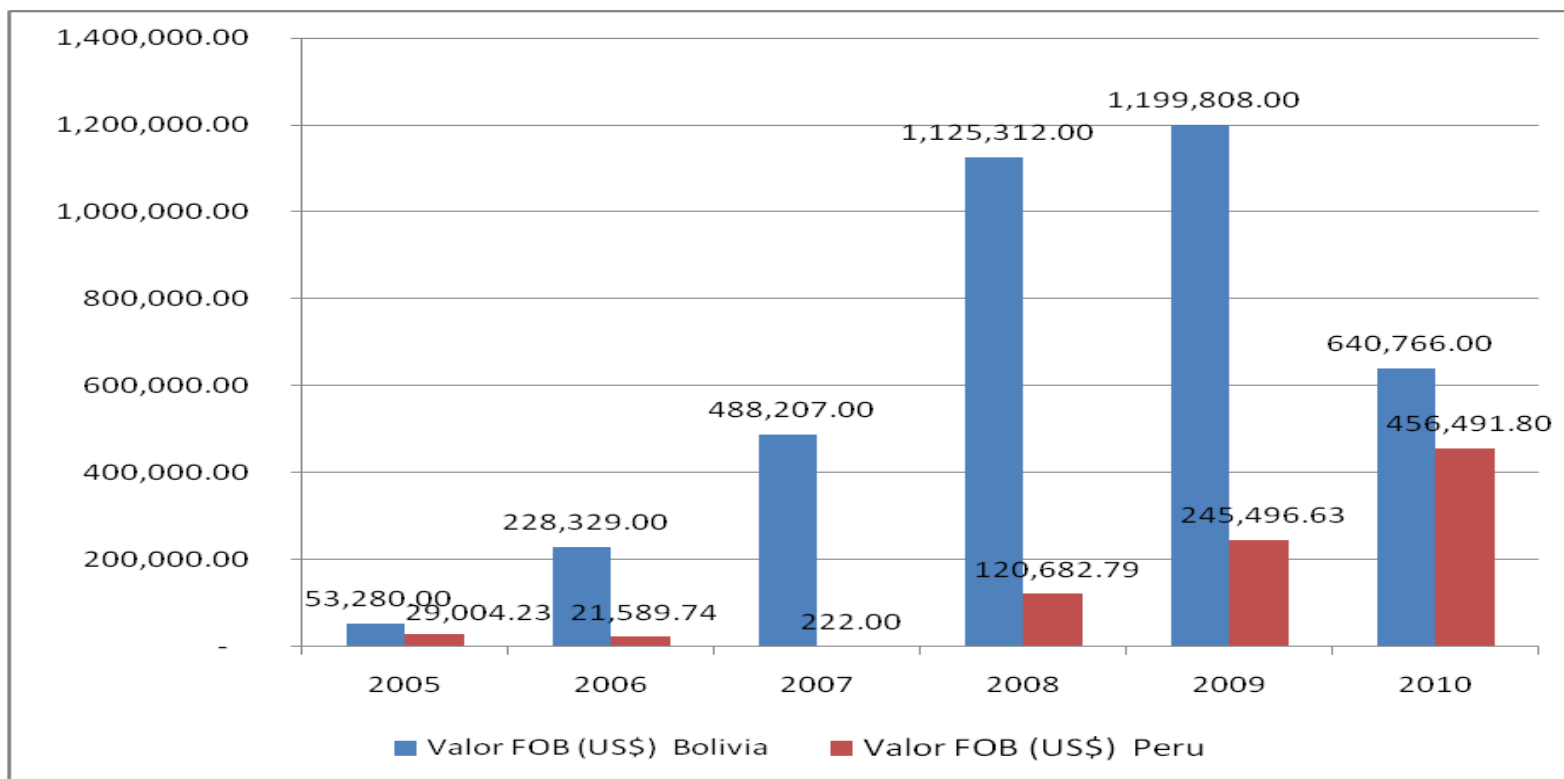


Figura 17. Comparativo de exportaciones de quinua de Perú y Bolivia a Canadá en valor FOB

Fuente: SUNAT// INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA DE ESTADISTICA DE BOLIVIA

Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

2.2.5.3 Principales Mercados Importadores de Quinua en el Mundo (EE.UU., Canadá y UE)

➤ Estados Unidos de América

- Importaciones de Estados Unidos a Perú y Bolivia:

PAISES	2005	2006	2007	2008	2009
VALOR CIF PERU	423.982	603.512	715.677	730.839	1,112,221
VALOR CIF BOLIVIA	68.019	126.237	192.695	372.53	440.216

Tabla 13 Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia valor FOB

Fuente: USTIC

Elaboración: Propia

PAISES	2005	2006	2007	2008	2009
PESO NETO KG PERU	335,748,000.00	470,655,000.00	470,884,000.00	367,484,000.00	422,892,000.00
PESO NETO KG BOLIVIA	37,491,000.00	70,686,000.00	103,310,000.00	125,579,000.00	135,489,000.00

Tabla 14 Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia en peso Neto

Fuente: USTIC

Elaboración: Propia

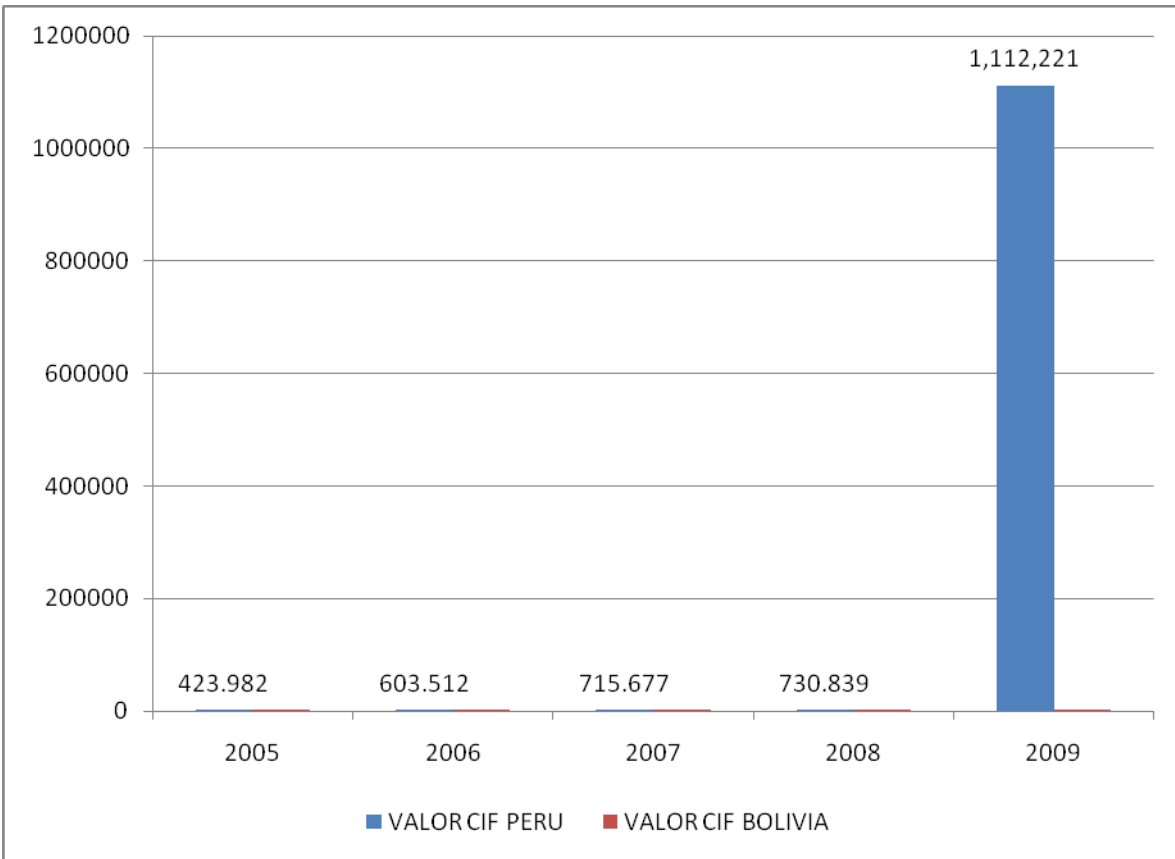


Figura 18. Comparativo de Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia en valor CIF (miles \$ USD)
 Fuente: USTIC
 Elaboración: Propia

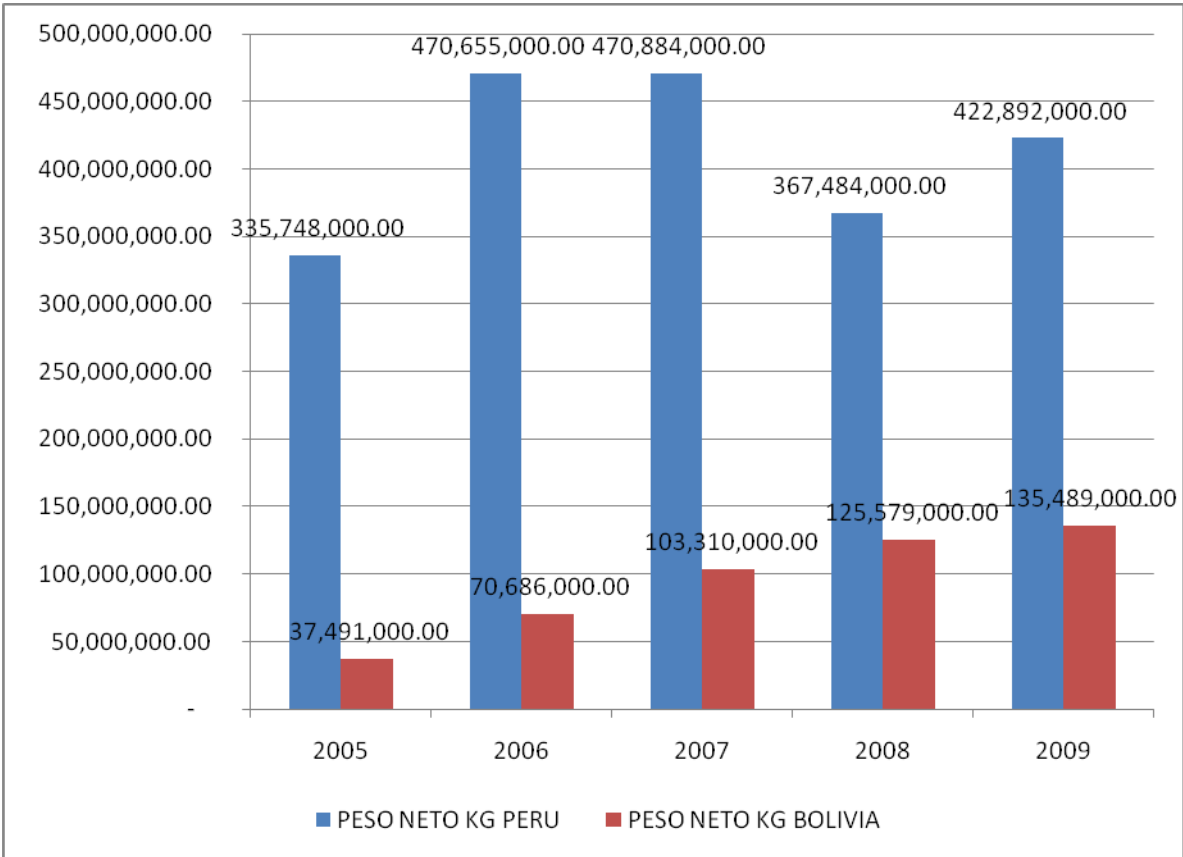


Figura 19. Comparativo de Importaciones de quinua de Estados Unidos a Perú Y Bolivia en peso Neto

Fuente: USTIC

Elaboración: Propia

➤ Unión Europea

- Importaciones de la Unión Europea a Perú y Bolivia:

	2005	2006	2007	2008	2009
Valor CIF(US\$) Peru	64,358,123.20	817,143.80	35,761,530.60	961,982.20	1,899,479.00
Valor CIF(US\$) Bolivia	3,085,922.20	4,854,092.40	5,324,589.30	5,128,920.40	12,529,680.30

Tabla 15 Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en valor CIF

Fuente: EXPORT HELPDESK

Elaboración: Propia

	2005	2006	2007	2008	2009
Peso Neto(KG) Peru	655,700.00	676,000.00	1,176,200.00	7,175,700.00	1,115,500.00
Peso Neto(KG) Bolivia	2,179,500.00	3,486,600.00	4,074,000.00	2,977,200.00	4,437,500.00

Tabla 16 Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en peso Neto

Fuente: EXPORT HELPDESK

Elaboración: Propia

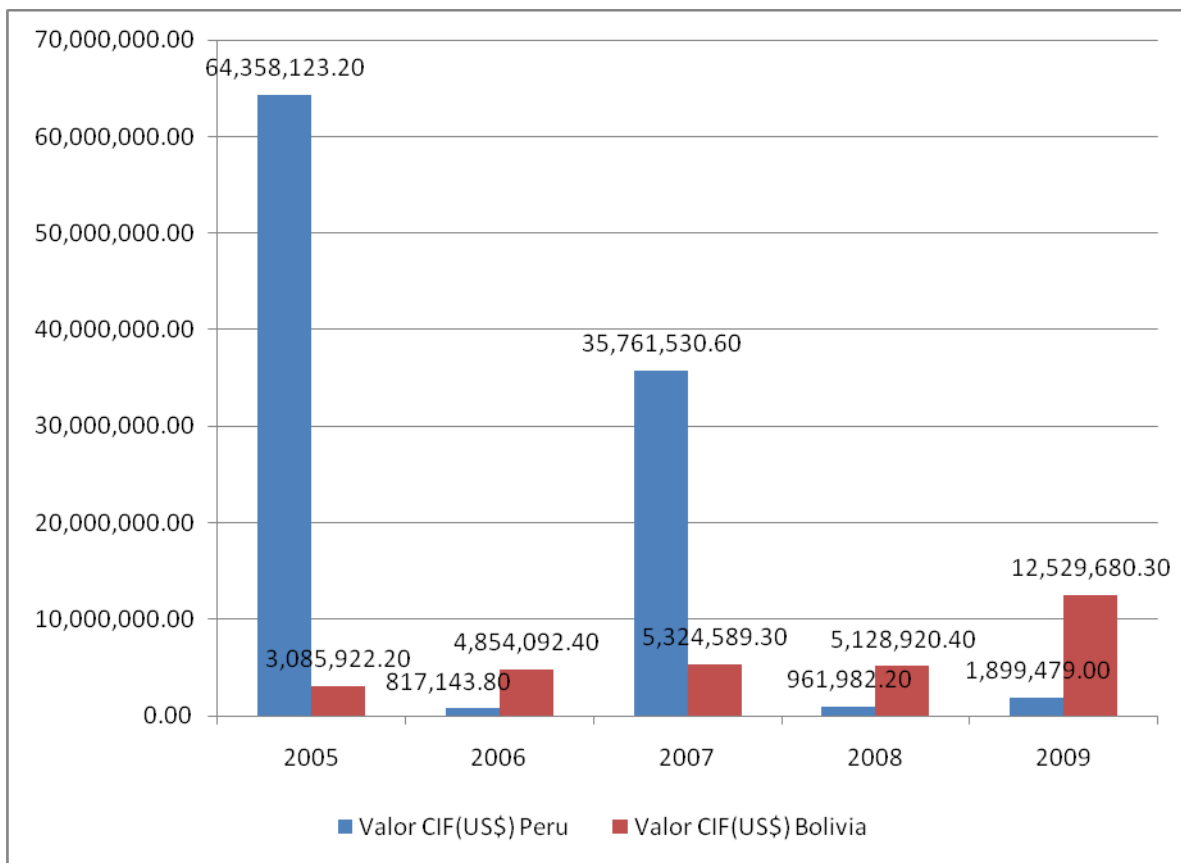


Figura 20. Comparativo de Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en valor CIF

Fuente: EXPORT HELPDESK

Elaboración: Propia

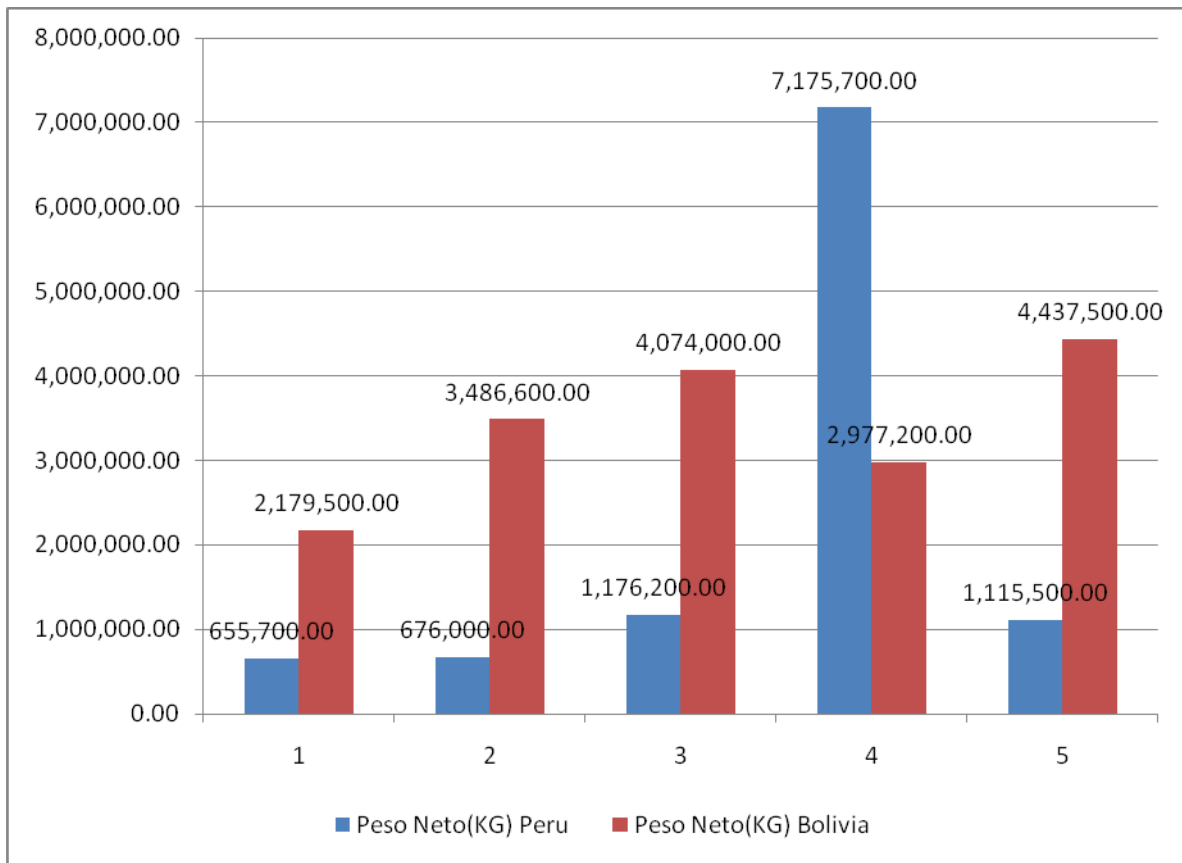


Figura 21. Comparativo de Importaciones de quinua de la Unión Europea a Perú Y Bolivia en peso Neto

Fuente: EXPORT HELPDESK

Elaboración: Propia

➤ Importaciones de Canadá a Perú y Bolivia

	2005	2006	2007	2008	2009
VALOR (MILES DE US\$) Peru	1.12	1.85	1.98	2.30	2.52
VALOR (MILES DE US\$) Bolivia	20.48	43.25	98.29	72.35	79.65

Tabla 17 Importaciones de quinua de Canadá a Perú Y Bolivia en valor CIF

Fuente: INDUSTRY CANADA

Elaboración: Propia

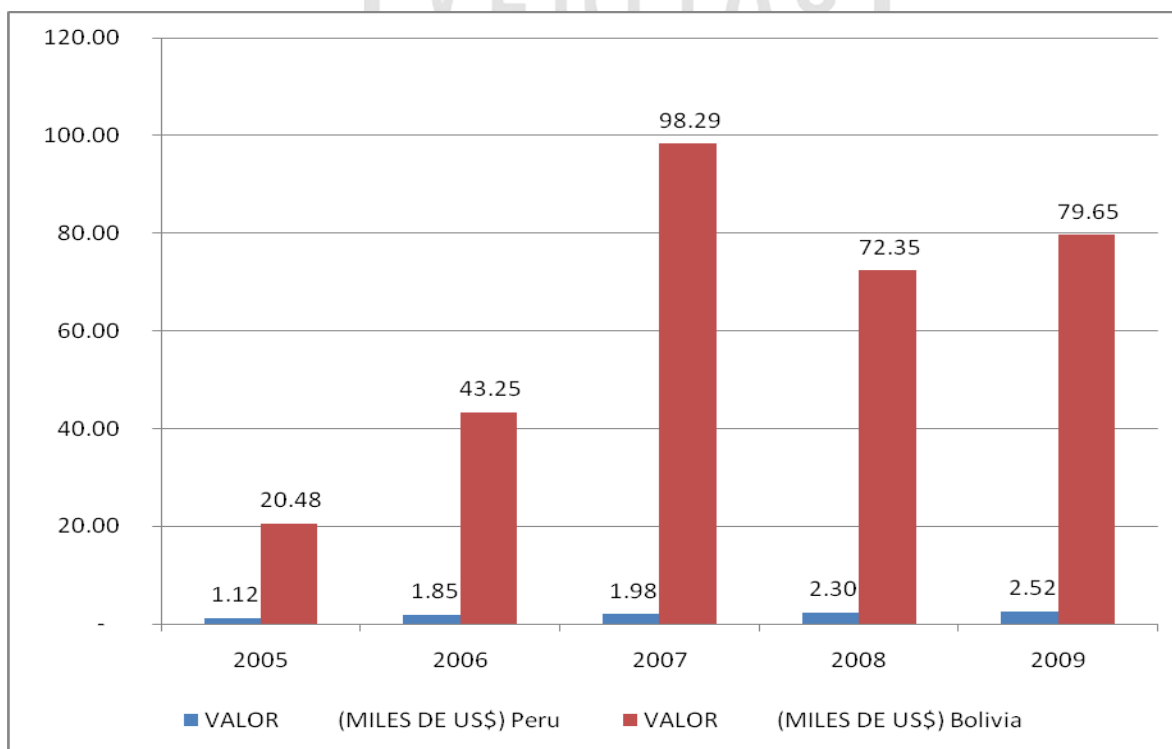


Figura 22. Comparativo de Importaciones de quinua de Canadá a Perú Y Bolivia en peso Neto

Fuente: INDUSTRY CANADA

Elaboración: Propia

2.2.5.4 Análisis y Tendencias del Precio de la Quinua (Perú y Bolivia)

- PERU:

Precio Unitario/Kg Promedio (FOB) de la Quinua

PAISES	Precio promedio por mercado (US\$)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Estados Unidos	1,20	1,22	1,24	2,50	2,90	2,86
Francia	1,50	1,58	1,33	2,83	3,48	2,76
Holanda	1,47	1,11	1,13	1,21	2,92	-
Alemania	1,15	1,22	1,30	2,43	2,66	2,95
Canadá	1,07	1,14	2,02	2,58	2,46	2,44
España	1,37	1,6	1,6	2,59	2,99	2,85
Italia	1,41	1,12	1,12	2,42	3,07	1,57

Tabla 18 Precios Unitarios Promedios de la quinua en Perú

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROPIA / (*) Dato 2010 hasta el mes de mayo

- BOLIVIA

La ventaja Boliviana del contar con un producto exclusivo de Quinoa, favorece al incremento del precio del mismo, permitiéndole mayores rendimientos de ganancia.

Precio Unitario/Kg Promedio (Fob) de la Quinoa

PAISES	Precio promedio por mercado (US\$)				
	2005	2006	2007	2008	2009
Estados Unidos	1,07	1,11	1,24	2,48	3,00
Francia	1,36	1,31	1,36	2,17	3,09
Holanda	1,14	1,12	1,22	2,10	2,93
Alemania	1,19	1,29	1,31	2,12	3,08
Canadá	1,16	1,18	1,28	2,16	3,04
España	0,80	1,29	1,32	2,58	3,53
Italia	1,04	1,14	1,13	1,66	3,32

Tabla 19 Precios Unitarios Promedios de la quinua en Bolivia

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA DE BOLIVIA

Elaboración: PROPIA

2.2.6 Tendencias de Consumo

2.2.6.1 Estados Unidos



Mapa de Ubicación de Estados Unidos

Fuente: PROMPEX

Estados Unidos, situado en América del Norte, tiene una Extensión territorial de 9, 631, 418 km², de los cuales el 47.0% es superficie agraria y el 29.0% territorio forestal. Es el tercer país más grande del mundo en cuanto a extensión territorial, luego de Rusia y Canadá. La ciudad de Washington, en el distrito de Columbia, es la sede del gobierno federal.

Es una república federal y presidencialista con cincuenta estados y un distrito federal (Columbia). Cuenta además con dependencias territoriales en los mares: Islas Marianas y Guam en el Océano Pacífico, Islas Vírgenes en el Océano Atlántico y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

Estados Unidos es el tercer país más poblado a nivel mundial, luego de China e India, con una tasa de crecimiento anual de 0.7%. Al año 2008, se estima una población de 302 millones de habitantes. En la actualidad, cerca del 82.0% de la población vive en zonas urbanas, en donde la mayor concentración de la población se sitúa en ciudades como Nueva York, Chicago, Filadelfia

y en la costa oeste en el estado de California, principalmente en Los Ángeles, San Diego y San Francisco.

Según estimaciones, el 67.2% de la población está conformada por habitantes cuya edad oscila entre 15 y 64 años; entre 0 y 14 años el 20.2% de la población.

En los negocios y en la vida cotidiana se habla el idioma inglés. El inglés es la lengua empleada por la mayoría de los habitantes en Estados Unidos; sin embargo, cerca de 32 millones de habitantes hablan un idioma distinto al inglés. El idioma español es utilizado por más de 28 millones de personas.

La unidad monetaria es el dólar estadounidense (USD). Las equivalencias monetarias al 7 de abril de 2009, el dólar norteamericano en términos del Euro EUR (Unidad Monetaria de la Unión Europea) y de Nuevos Soles PEN (Perú) tal como se indica en el cuadro.

<p>1.00 USD = 0.753245 EUR</p> <p>United States Dollars Euro</p> <p>1 USD = 0.753245 EUR 1 EUR = 1.32759 USD</p>
--

Tipo de cambio del dólar USA

Fuente: SUNAT – ADUANAS

Tendencias Económicas

Estados Unidos es la primera potencia económica y representa más del 20.0% del PBI mundial. Sin embargo, el aumento en los gastos de defensa en los últimos años (debido a la guerra en Afganistán e Irak), el elevado gasto en salud pública y la limitada determinación gubernamental para resolver el problema presupuestario, mantendrán en déficit las finanzas federales.

En octubre del 2008 se desató la crisis financiera de manera directa debido al colapso de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos que venia desde el 2006 y que provocó aproximadamente en octubre de 2007 la llamada crisis de las hipotecas supprime. Las repercusiones de la crisis hipotecaria comenzaron a manifestarse de manera extremadamente grave desde inicios de 2008, contagiándose primero al sistema financiero estadounidense, y después al internacional, teniendo como consecuencia una profunda crisis de liquidez, y causando, indirectamente, otros fenómenos económicos que continúan afectando a todos los países.

Al 31 de enero del 2009, en la esfera financiera de la economía de Estados Unidos se estima que la cartera mala de las instituciones financieras podría llegar a unos 2.0 mil miles de millones y el déficit presupuestario podría acercarse al 10.0% de un PIB de US\$ 14.0 mil miles de millones. Sin embargo, lo más inquietante es el creciente desempleo. El año pasado se estima una pérdida de 2 millones de empleos y este año ya está en torno a los 200 mil.³ La tasa de desempleo para el 2009 se proyecta será de 6.9%.

La tasa de crecimiento del PBI ha ido disminuyendo cada año de una tasa de crecimiento de 3.6% en 2004 a una tasa de 1.1% en 2008. El FMI pronostica que el crecimiento real del PBI se situará en -1.6% este año pero en el 2010 se espera una cifra positiva de 1.6%.

En la tabla siguiente se muestra su comportamiento:

Indicadores económicos	2008*	2009*	2010*
PBI (US\$ miles de millones)	14,334.0	14,571.4	15,091.6
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	1.1%	-1.6%	1.6%
PBI per cápita (US\$)	47,025.0	47,335.2	48,539.8
Tasa de inflación (%)	3.1%	1.6%	1.9%

Figura 23 Indicadores Económicos de Estados Unidos

Fuente: FMI-World Economic Outlook Data base

Tendencias del Consumidor de Estados Unidos

El consumidor estadounidense es el de mayor poder adquisitivo mundial y la demanda de alimentos continuará en los próximos años debido al constante crecimiento económico y poblacional.

La demanda de alimentos está caracterizada por importantes cambios demográficos que han modificado las preferencias de los consumidores. El consumidor promedio es más viejo, de mayor diversidad étnica y con familias más pequeñas. Además, el 50.0% del consumo de alimentos se produce fuera del hogar y existe gran preocupación por los altos niveles de obesidad.

Se observa el consumo cada vez creciente de productos funcionales tales como lácteos, jugos, panes y otros productos que brindan grandes beneficios a la salud humana. Por otro lado, el aumento del consumo de productos procesados se ve favorecidos por la creciente población hispana, diversificación del gusto por consumir productos “étnicos” y el incremento de restaurantes extranjeros.

Otras tendencias del mercado de Estados Unidos a considerar son las siguientes:

- Población concentrada entre los 15 y 64 años (67.1%), con una tendencia hacia el envejecimiento de la población, existiendo la demanda de consumir productos funcionales, dietéticos o light.
- Mercado de gran consumo pero altamente segmentado, con gustos y preferencias específicas y nostalgia de productos con origen de regiones de otros países.
- Fomento al consumo de frutas y vegetales, granos y bajo consumo de grasas saturadas.

2.2.6.2 Unión Europea

UNION EUROPEA



Mapa de Ubicación de la Unión Europea

Fuente: Prompex

La Unión Europea (UE) es una comunidad política de Derecho nacida para propiciar y acoger la integración y gobernanza en común de los pueblos y de los Estados de Europa.

Está compuesta por veintisiete Estados europeos, y su Unión fue establecida con la entrada en vigor el Tratado de la Unión Europea (TUE), el 1 de noviembre de 1993.

La superficie combinada de los Estados miembros de la UE cubre un área de 4.324.782 kilómetros cuadrados. El paisaje, el clima, y la economía de la UE se ven influidas por sus costas, que

Suman 69.342 kilómetros de largo. La UE tiene la segunda costa más larga del mundo después de Canadá.

La economía de la Unión Europea (UE) es la más grande del mundo, según el Fondo Monetario Internacional (FMI), superando a los Estados Unidos de América.

El Euro es la moneda de la Eurozona o zona del Euro, compuesta en 2009 por dieciséis de los 27 Estados miembros de la UE que comparten esta moneda única.

La UE es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) desde el 1 de enero de 1995, y a su vez, los 27 estados miembros de la Unión son miembros de la OMC. Es importante destacar que la UE es la primera potencia comercial del planeta, ya que representa más del 20% del comercio internacional (importaciones y exportaciones).

La Unión Europea cuenta, en todas sus instituciones, con 24 idiomas oficiales.

Tendencias de Consumo

- Demanda de alta calidad.
- Variedad.
- Productos seguros e inocuos (información básica del producto).
- Certificaciones.
- Tendencias empresariales responsables y sostenibles.
- Consumidor bien informado y sofisticado.
- Compras en supermercados y tiendas especiales.

Está conformada por Familias unipersonales (Dinamarca +50%, España, Portugal, Grecia 20%) y se clasifican de la siguiente manera:

- WOOF's (Well-off Older Folks) –Bajos índices de natalidad, alta expectativa de vida, experiencia de vida (Ej. Viajes) –Demanda por bienes de lujo, deportes, recreación, salud, medicina, alta calidad.
- DINKIEs (DoubleIncome, No Kids) –Altos ingresos, demanda por bienes de lujo, gourmet, viajes, compras intermediarias
- SKIPIEs (School Kids with Income& Purchasing Power)

Para entender mejor a esta sociedad tan amplia los expertos en mercados internacionales han determinado tres grupos especializados.

- Los jubilados o Woof's (Well-off Older Folks) --que tiene un crecimiento substancial--, viven solos, tienen dinero (pues reciben una pensión) y un gran poder de consumo. Demandan bienes de lujo, viajes, recreación, salud, medicina y decoración.
- Luego están los Dinkies, (Double Income, No Kids), parejas que se unen y que sus salarios (sumados) alcanzan altos ingresos. No desean tener hijos y es el tipo de consumidores que más participa en el mercado. Demandan recreación, deportes, bienes de lujo, compras interdiarias y productos para la mascota.

- En tercer lugar, están los Skipie's (School Kids with Income & Purchasing Power), jóvenes adolescentes de aproximadamente 18 años que se apartan de las familias y viven en dormitorios estudiantiles compartidos, al margen de no tener ingresos grandes, sí tienen poder de compra.

2.2.6.3 CANADA



Mapa de Ubicación de Canadá

Fuente: Prompex

Canadá es el segundo país más grande del mundo y ocupa la mayor parte del territorio de América del Norte. Limita hacia el sur con Estados Unidos y hacia el noroeste con Alaska. La capital de Canadá es Ottawa.

La organización política del país se representa a través de una federación descentralizada conformada por diez

Provincias y tres territorios; siendo gobernada por una monarquía constitucional parlamentaria.

Al año 2008, Canadá tiene una población aproximada de 33, 444,277 millones de habitantes, de los cuales el 45% son de origen británico y el 27% de origen francés. A pesar de ser uno de los países más extensos del mundo, Canadá es actualmente uno de los países con menor densidad poblacional teniendo solo 4 habitantes por km².

Canadá es oficialmente un país bilingüe, por un lado, el idioma inglés (59.3%) es el más difundido en la nación y el idioma francés (23.2%) extendido en las provincias orientales de Quebec y Nuevo Brunswick, en Ontario.

La unidad monetaria es el dólar canadiense (CAD).

1.00 CAD = 0.967914 USD
1.00 CAD = 2.73190 PEN (nuevos soles)

Tipo de Cambio de la moneda Canadiense

Fuente: SUNAT - ADUANAS

Tendencias Económicas

Canadá constituye la octava economía en el mundo y se encuentra altamente integrado con la economía estadounidense. Los canadienses disfrutan uno de los estándares de vida más altos en el mundo

Indicadores económicos	2008 *	2009 *	2010 *
PBI (US\$ miles de millones)	1,576.5	1,570.4	1,646.6
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	0.6 %	-1.2%	1.6%
PBI per cápita (US\$)	47,072.9	46,799.4	48,596.0
Tasa de inflación (%)	2.5%	2.1%	2.0%

Tabla 20 CANADÁ: Indicadores Económicos

Fuente: FMI-World Economic Outlook Database

Elaboración: Propia

Tendencias del Consumidor de Canadá

En los últimos 5 años, ha habido una tendencia fuerte hacia el mercadeo de productos orgánicos entre los principales establecimientos de venta al detalle, como supermercados o almacenes, lo que reconoce y respeta las ventas independientes especializadas, las tiendas de comidas saludables y los puestos de venta en las afueras de la granja o de la finca, los puestos callejeros y los mercados o las ferias del agricultor. En los últimos años y como respuesta a la rápida expansión de las tiendas de alimentos especializadas, los principales vendedores al detalle en Canadá han desarrollado sus propias estrategias de mercadeo, desde la oferta de una sección exclusiva de productos alimenticios naturales y secciones separadas de productos perecederos orgánicos, hasta la oferta de productos de cuidado y salud personal y consultas con especialistas. Entre los productos que pertenecen a las secciones de alimentos orgánicos y naturales, existe una gran variedad de cereales y barras para el desayuno, bebidas de soya y de frutas con aditivos, suplementos herbales y vitaminas, barras saludables alimenticias y marcas de alimentos de diferentes categorías que se denominan “Premium” o de primera clase.

Esta iniciativa de salud integral u holística ha sido aclamada entre los círculos industriales como la oportunidad competitiva individual más importante en los próximos 20 años para los supermercados canadienses. Los consumidores preocupados por su salud se ven especialmente atraídos a los abastecedores de productos frescos que poseen una boutique con secciones “saludables”, tales como productos agrícolas y lácteos orgánicos, entre otros alimentos saludables, remedios naturalistas y suplementos alimentarios, dispositivos de cuidado personal, lociones, libros y otros recursos. Además, algunos minoristas grandes y muy selectos de alimentos están promoviendo la idea de “comprar el bienestar” en un solo lugar. Para ello, ofrecen seminarios de salud, lecciones de cocina y consejo de doctores naturopáticos y consultores nutricionales.

2.2.7 Factores de Éxito de las Exportaciones de Quinua según el Modelo Boliviano

2.2.7.1 Asociatividad

2.2.7.1.1 Caso Bolivia



Los campesinos del altiplano boliviano, productores de quinua viven principalmente de la cría de ganado (alpacas, llamas, ovejas...), utilizando la quinua como autoabastecimiento. Las escasas posibilidades de comercialización y los bajos precios de la quinua hicieron que miles de campesinos decidieron agruparse para luchar por sus derechos económicos y sociales, a nivel regional en un primer tiempo. ANAPQUI, Asociación Nacional de Productores de Quinua, fue fundada en 1983 como una federación nacional de productores de quinua. Fue

durante el primero "Congreso Nacional de Productores de Quinua" Logotipo de la ANAPQUI-BOLIVIA

Fuente: Promueve-Bolivia

Cuando 4 organizaciones regionales dieron el paso. Actualmente, son 7 las organizaciones regionales que forman ANAPQUI. Su sede se encuentra en La Paz, y la planta de tratamiento y el almacén general en Challapata. ANAPQUI pertenece a la Federación Boliviana de Pequeños Campesinos (CICOEC) y a la Federación Boliviana para el Cultivo Ecológico (AOPEB). Esta Federación tiene como meta desarrollar el cultivo sin productos químicos de síntesis en Bolivia y establecer una organización nacional que otorgue un sello de garantía de cultivo ecológico.

Objetivos

ANAPQUI trabaja para la promoción de la economía de la quinua con el fomento de la mejora de los métodos de trabajo, la promoción de ventas y el apoyo financiero con precios como mínimo un 50% por encima del precio habitual de compra del mercado convencional. Dicho de otra forma, ANAPQUI está rompiendo la posición de monopolio que tienen los intermediarios. Es tanto más importante cuanto que el precio de mercado de la quinua fluctúa mucho en Bolivia, ¡y curiosamente, es cuando las familias necesitan más dinero - después de la cosecha - cuando los precios de la quinua suelen bajar más! ANAPQUI se encarga del proceso y marketing de la quinua, así como de la organización de los productores. Con la ayuda de SOS-Faim (O.N.G. belga) pudo proporcionar asistencia técnica en el proceso de producción. También da ayuda financiera para el cultivo de la quinua y el resto de la agricultura y ganadería. Su programa de formación incluye cursillos de administración y contabilidad y estudios agrícolas. El trabajo de ANAPQUI también está enfocado hacia una mejora de la situación alimenticia de la mayoría de la población y una menor dependencia de otros países. Los precios de la venta de la quinua hacia mercados del Norte les permiten vender la quinua a precios razonables para los consumidores bolivianos.

Estructura

Los 7 grupos locales y regionales trabajan de manera autónoma. En total, 12.000 familias están asociadas a ANAPQUI. La federación de ANAPQUI consta de las 7 organizaciones regionales. Cada una de ellas tiene un Consejo de Dirección de 6 personas y un Presidente. El Consejo de Dirección está elegido por el Congreso Regional cada dos años. Cada miembro del Consejo de

Dirección tiene funciones muy diferenciadas. Por otra parte, 800 productores están directamente afiliados a ANAPQUI

ANAPQUI tiene también su propio Consejo de Dirección, al igual que en el caso de las organizaciones regionales. Entre cada elección del Consejo de Dirección Nacional, se da lugar una o varias asambleas plenarias con el fin de informar de las actividades.

El Consejo Consultivo consta del Consejo de Dirección nacional y de delegados de todos los Consejos de Dirección regionales y constituye el órgano de toma de decisiones más importante. El director y la administración dependen del Consejo de Dirección de ANAPQUI.

En 1995, ANAPQUI distribuyó sus beneficios en quinua por primera vez de la forma siguiente: 50 % para la federación, 25% para la organización regional y 25% para los miembros al prorrata de las ventas a ANAPQUI.

2.2.7.1.2 Caso Peruano

La producción de quinua es generada por pequeños agricultores independientes, por agricultores asociados, que mantienen su producción independiente y por las comunidades campesinas. La mayoría produce individualmente y sin gestión empresarial. Se estima que en Puno existen 9,465 agricultores agrupados en 130 organizaciones a nivel provincial y 1 asociación departamental. Dado que es indispensable desarrollar diversas capacidades con el fin de mejorar las condiciones técnico productivas y de gestión de estos agricultores, vienen trabajando en ello diversas instituciones como la Dirección Regional de Agricultura, PRODECO, CARE y PRA.

En Puno se han desarrollado diferentes niveles de agentes de la cadena de quinua en las fases secundaria (transformación o procesamiento) y terciaria (comercialización). La Mesa de Trabajo ha identificado 27 principales demandantes de quinua; entre ellos se encuentran empresas agroindustriales, numerosos molinos y programas gubernamentales de apoyo social, entre otros. El detalle de éstas se anexo al presente documento. Sin embargo, entre las principales empresas cabe resaltar a CIRNMA y ASAIGA, localizadas en Puno y El Altiplano S.A.C., localizada en

Juliaca, por ser las principales transformadoras del producto y que disponen de oferta exportable. Se estima que los 27 agentes en su conjunto demandan alrededor de 4,060 Tm. anuales de quinua. A continuación presentaremos el plan operativo desarrollado para el mejoramiento productivo y exportado de la quinua en Puno.

Tomando en cuenta el punto estratégico relacionado al fortalecimiento de la asociatividad con el objetivo de lograr una visión empresarial.

ESTRATEGIA Nº 4.2: Fortalecer la Asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio agrícola y agroindustrial de una cadena exportadora formando una cultura organizacional de coordinación y cooperación con visión empresarial.					
	ACCIONES ESPECÍFICAS	PERÍODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.2.1	Capacitar y asesorar en gestión de Organizaciones Asociativas.	2007 - 2011	El 2007 se ha capacitado y asesorado al 20% de las Asociaciones. Al 2011 el 70 % de Asociaciones tienen Planes Operativos en ejecución.	- Programa de la capacitación - Número de participantes - Documentos de Planes Operativos	Mesa de Trabajo Organización Departamental de Productores de Quinua Gobierno Regional MINCETUR y MINAG
4.2.2	Capacitar y asesorar a los productores y procesadores sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación.	2007	El 2007 se ha capacitado y asesorado sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	CERX PUNO MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo
4.2.3	Impulsar el establecimiento de un Pacto social entre productores y procesadores de la Región.	2007	El 2007 se han definido las bases del Pacto Social. Al 2008 se ha iniciado el establecimiento de pactos con la firma de dos acuerdos.	- Número de Organizaciones de productores y de empresas procesadoras participantes - Número de acuerdos	Mesa de Trabajo Organizaciones de Productores Procesadores
4.2.4	Capacitar y asesorar en técnicas de negociación y establecimiento de contratos con compradores nacionales e internacionales.	2007 - 2008	El 2008 se ha capacitado en técnicas de negociación y establecimiento de contratos (Ambas actividades son parte de un Programa de capacitación para los actores de las cadenas exportadoras de Puno).	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	CERX PUNO MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo
4.2.5	Impulsar la formación de Consorcios para la comercialización nacional y la exportación.	2007 - 2011	Al 2008 se ha fortalecido el Consorcio Quinua y se han establecido nuevos Consorcios. Al 2011 la comercialización es realizada principalmente por Consorcios.	- Número de Consorcios - Volumen de ventas de los Consorcios	PRODUCE DR de Producción MINAG
4.2.6	Capacitación en instrumentos de gestión de las unidades agrarias y las empresas procesadoras exportadoras.	2007 - 2008	Al 2007 los productores y procesadores han participado en una actividad de capacitación en Planes de Negocios. Al 2008 los productores agrarios han participado en un curso sobre gestión de negocios agrarios. Al 2008 las empresas procesadoras han participado en un curso sobre gestión de empresas agroindustriales. Al 2008 los productores y procesadores han participado en un curso sobre Buenas Prácticas Comerciales.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	CERX PUNO MINCETUR DIRCETUR Mesa de Trabajo (La capacitación es organizada por el CERX para diferentes cadenas exportadoras de la Región)
4.2.7	Realizar un Concurso para incentivar entre los productores y procesadores las mejoras tecnológicas y la innovación productiva y empresarial.	2007 - 2011	El 2007 se diseña y realiza la primera versión del Concurso. Los años siguientes se replica el Concurso.	- Documento de Convocatoria y Bases - Número de propuestas recibidas - Número de iniciativas premiadas	Gobierno Regional DR Agraria DR Produce DIRCETUR
2.3.8	Participación en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales.	2008 - 2011	Al 2007 por lo menos una empresa procesadora exportadora participa en un evento internacional. Al 2011 el 80 % de las empresas procesadoras exportadoras participan en eventos internacionales de promoción comercial.	- Número de eventos de promoción comercial - Número de empresas participantes	DIRCETUR PROMPEX M. RR.EE Empresas procesadoras exportadoras
2.3.9	Difundir en el exterior las ventajas de la quinua y la oferta exportable de Puno coordinando con Misiones diplomáticas del Perú en el exterior.	2007 - 2008	Al 2007 se informa a todas las delegaciones diplomáticas y Consejeros comerciales sobre la oferta exportable de quinua y sus derivados de Puno.	- Documentos de información - Número de delegaciones diplomáticas informadas	M. RR.EE. Mesa de Trabajo
2.3.10	Realizar la promoción comercial de los productos resultantes de las actividades 1.4.4 y 1.4.5.	2007 - 2011	Al 2011 se han lanzado al mercado internacional la oferta de los nuevos productos derivados de la quinua.	- Número de nuevos productos promovidos comercialmente	Empresas procesadoras exportadoras PROMPEX

Plan operativo de la Quinua – PERX
Fuente: Mesa de Trabajo de Quinua – Puno- Perú

2.2.7.2 Promoción a las Exportaciones de Quinua por parte del Estado

2.2.7.2.1 Caso Bolivia



En este caso la entidad encargada a la promoción de las exportaciones de quinua es el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, PROMUEVE BOLIVIA, creada por el gobierno de Bolivia como una entidad pública desconcentrada, dependiente del Ministerio de Producción y Microempresa.

Dicha entidad está destinada a facilitar, impulsar y promover las exportaciones y el turismo de Bolivia en el exterior, en los sectores público, privado, comunitario y mixto, en el marco de un patrón exportador diversificado y con mayor valor agregado.

Las ferias para la promoción de la quinua en Bolivia son:

- Fertiquina: La IV Versión de la Feria Tradicional de Integración de la Quinua del Departamento de Oruro denominada “Fertiquina”, se desarrolló el 22 al 24 de octubre de 2010, con el fin de promover e incentivar el consumo en el mercado interno y difundir la tecnología del sector quinuero.



- Feria de la quinua: Se realizó el 25 al 28 de agosto, Feria de la Quinua y el Cacao en el campo ferial de Mallasa, donde participarán 20 productores de La Paz y Oruro, esta actividad fue programada con la Red Nacional de Comercio, bajo el lema “Con las manos en la tierra, produciendo nuestros alimentos sanos, creando soberanía alimentaria, volviendo a ser uno con la tierra”.

La finalidad de la realización de la feria es la de promocionar y apoyar al crecimiento económico de este sector productivo, además de promocionar el precio justo, tanto para el productor como para el consumidor en la comercialización de la quinua y el cacao.



A diferencia de Perú; Bolivia valora el producto de la quinua, reconociéndolo como producto bandera, recibiendo el apoyo incondicional por parte del estado, ya sea a través de la promoción e investigaciones del producto patrocinadas por el gobierno.

2.2.7.2.2 Caso Peruano

De acuerdo a la investigación realizada en el trabajo de campo, la promoción a las exportaciones de quinua se viene canalizando por dos entidades las que pasaremos a mencionar a continuación:

- Mesa de Trabajo de la Quinua

Entidad de la región de puno que actualmente viene desempeñando actividades para promocionar la comercialización de la quinua, en la misma zona a través de ferias expandiendo las bondades y rentabilidad del producto promoviendo su desarrollo en la región, dichas actividades se van gestionando a través del POE (Plan de Objetivos Estratégicos) que pasamos a detallar en el siguiente cuadro .

2.3.8	Participación en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales.	2008 - 2011	Al 2007 por lo menos una empresa procesadora exportadora participa en un evento internacional. Al 2011 el 80 % de las empresas procesadoras exportadoras participan en eventos internacionales de promoción comercial.	- Número de eventos de promoción comercial - Número de empresas participantes	DIRCETUR PROMPEX M. RR.EE Empresas procesadoras exportadoras
2.3.9	Difundir en el exterior las ventajas de la quinua y la oferta exportable de Puno coordinando con Misiones diplomáticas del Perú en el exterior.	2007 - 2008	Al 2007 se informa a todas las delegaciones diplomáticas y Consejeros comerciales sobre la oferta exportable de quinua y sus derivados de Puno.	- Documentos de información - Número de delegaciones diplomáticas informadas	M. RR.EE. Mesa de Trabajo
2.3.10	Realizar la promoción comercial de los productos resultantes de las actividades 1.4.4 y 1.4.5.	2007 - 2011	Al 2011 se han lanzado al mercado internacional la oferta de los nuevos productos derivados de la quinua.	- Número de nuevos productos promovidos comercialmente	Empresas procesadoras exportadoras PROMPEX

Plan Operativo de la quinua - PERX

Fuente: Mesa de Trabajo de quinua – Puno - Perú

- PROM PERU



Actualmente PROM PERU viene desarrollando actividades para la promoción de las exportaciones teniendo como principales funciones:

Fortalecimiento de Inteligencia Comercial

- Aprovechamiento de Ferias y EXPOPERU para captar información de oportunidades de negocio.
- Antenas Comerciales
- Plataforma Logística como centros de promoción, ventas y captación de información de primera mano

Enfoque en Mipymes

- Fortalecimiento de programas de desarrollo regional
- Mayor difusión y cobertura del “Miércoles al Exportador”
- Exporta Fácil

Mayor Acercamiento con Nuestros Clientes y Stakeholders

- Actuar como articuladores de la red de promoción del comercio exterior
- Validación de propuestas con gremios y clientes
- Segmentación de clientes

Actualmente PROM PERU ha ido trabajando junto con la unión europea, brindando capacitaciones, Donaciones a los productores de quinua por ello Hacen mucho énfasis en el seguimiento constante a sus actividades, hasta llevar a cabo las exportaciones producto.

Independientemente a ello realizan ferias, exhibiciones y rondas internacionales, además de la elaboración de la norma técnica peruana de la quinua, Documento que precisa los estándares destinados a elevar la calidad de este producto y facilitar su comercialización interna y externa.

2.2.8 Canales de Distribución para Ingresar al Mercado (EE.UU, Canadá y UE)

➤ Mercado de Estados Unidos

El mercado estadounidense es el sistema más eficiente de distribución en el mundo. Productos que llegan a Los Ángeles con un precio CIF de US\$100 puede ser comprado por el consumidor en una tienda de descuento ó en línea por tan poco como US\$140-150. Veinte años atrás en Estados Unidos y aún hoy en la mayoría de los mercados, un simple 50% del margen de ganancia del precio de importación al precio de menudeo podría pasar desapercibido y más típicamente podría ser de 100-200%. La proliferación de la gran escala de las tiendas de menudeo de descuento a finales de 1980 y 1990 como: Wal-Mart, Price Club, Costco, etc despedazaron el viejo modelo de venta al por menor que fue organizado por artículos fabricados en serie y un

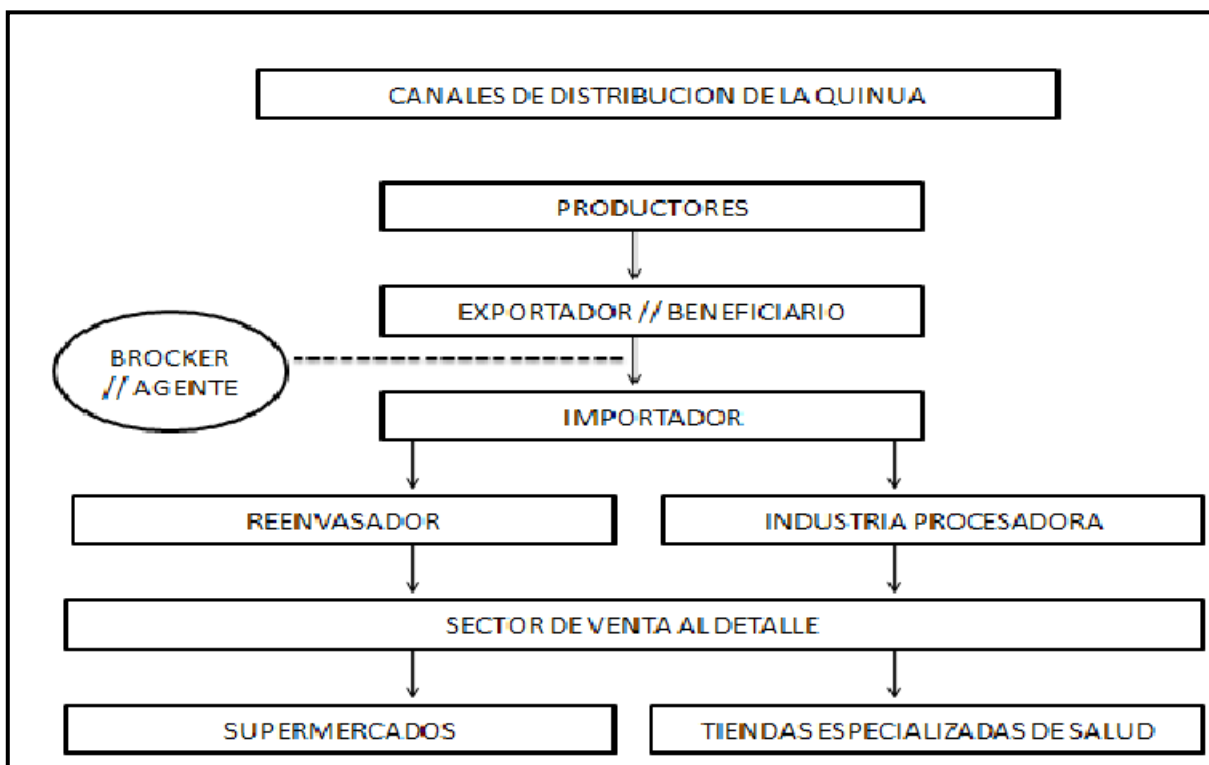
servicio muy bien manejado. Las tiendas de bodega, como también son conocidas, venden cualquier artículo no perecedero que alcance un volumen mínimo. Cobrando una cuota de una membresía como: Sam's Club, Price Club, estos, evitan muchos de los costosos códigos de construcción que el minorista debe cumplir. Éstos empujan a los proveedores a cortar sus costos y financiar el inventario para que los costos del capital de trabajo sean reducidos.

El triunfo de las tiendas de almacén inspira la creación de la cadena de las tiendas Big Box como: Best Buy, ToysRus y otras que sí se especializan en productos de área pero que pueden recortar sus costos al imitar los mejores precios de un Wal-Mart en términos de economía de escala y volver el costo hacia el proveedor.

Recientemente y potencialmente el crecimiento del Internet se considere un elemento más en la cadena de suministro. La Web va a un más lejos que el minorista de Big Box, conectando fabricante directamente con el consumidor. El resultado es la desaparición del intermediario que no puede justificar su propio ingreso. En una década, las compras en línea de viaje directo de aerolíneas ó a través de agentes masivos como Expedia, la reparación de las agencias de viajes independientes se ha visto reducida en un 70% en comparación con el año 1995.

El Internet ha creado unas cuantas "supertiendas" como: Amazon.com la cual vende una variedad de productos que compiten con la selección de un Wal-Mart. Sin embargo, el verdadero poder del Internet es el de facilitar la búsqueda de cualquier producto. La búsqueda a través de google, etc.

Generó la proliferación de revendedores altamente especializados en línea su selección de productos es tan estrecha que solo podrán sobrevivir en una Línea donde los costos de operación sean mínimos y uno puede vender a nivel nacional, si no globalmente.



Canales de distribución para la quinua en el mercado Estados Unidos

Fuente: Plan Operativo de la quinua - PERX

✓ El Descenso de la Autonomía

La combinación de los minoristas que venden a precios de mayoristas y especialistas en línea radicalmente ha consolidado la histórica estructura de distribución regional en Estados Unidos. Las cadenas regionales de menudeo y los mayoristas encuentran cada vez más difícil competir con las tiendas Big Box las cuales ahora se pueden encontrar en ciudades tan pequeñas con una población de 10,000 habitantes por mencionar un ejemplo. Hoy en día, más del 90% de los estadounidenses pueden conducir hasta un Wal-Mart en menos de una hora.

Los pequeños minoristas que tienden a especializarse por producto se enfrentan al reto de los competidores en línea con quienes ofrecen una amplia selección, mejores precios y que además pueden entregar el producto en dos días a cualquier parte del país por menos de US\$7 con un servicio de mensajería de primera clase como lo es UPS.

Para los proveedores extranjeros, la nacionalización de distribución trae ambos, retos y oportunidades. Cuando se venden productos convencionales que tienen muchos competidores, un proveedor extranjero no puede concentrarse tan fácilmente en una pequeña región estadounidense ya que no quiere perder la esperanza y ser abrumado por su propia capacidad de producción. En lugar de esto, éste va a confrontarse con compradores que no son nacionales y que quieren proveedores que puedan llevar su producción rápidamente a una escala nacional.

Por otra parte, los proveedores especializados incluyendo aquellos que hacen los productos no antes vistos en Estados Unidos pueden ingresar a través de proveedores especializados en línea capaces de fabricar casi cualquier producto para vender.

- ✓ Los Artículos Pesados son la Excepción

La consolidación del menudeo y el descenso del regionalismo se aplican a la comercialización de la mayoría de los productos, pero existen notables excepciones. Productos que son físicamente pesados y de un valor relativamente bajo como materia prima o productos transformados como: maderas, químicos y vidrios, así como productos agrícolas de poco valor son Todavía distribuidos a través de sistemas regionales dada la importancia de la transportación y el costo del manejo como porcentaje de su valor total.

Los materiales enviados por embarcación del Perú a Los Ángeles pueden no ser cotizados competitivamente más allá del suroeste de Estados Unidos debido al alto costo del transporte terrestre y ferroviario dentro de los Estados Unidos. Para los proveedores peruanos de esta clase de productos, es importante medir la huella competitiva alcanzada por esos productos en Estados Unidos y restringir sus esfuerzos en cuanto a mercadotecnia se refiere a esa región.

Descripción del proceso entre la producción y el consumidor o usuario final de forma que se establezcan claramente los clientes intermedios y los clientes finales.

Esto no supone un análisis detenido de los canales de distribución que deben Ser desarrollados posteriormente.

Una vez definidos los públicos objetivos para nuestra empresa nos conviene tener la información disponible sobre los canales de distribución alternativos que existen en el mercado así como el grado de dependencia y ocupación que otros competidores tuviesen en dichos canales.

Los Estudios de Mercado Sectoriales citados en el apartado 3, "Situación del Sector, estudios sector país" dentro del epígrafe "Marco Sector" en el primer paso "Entender el marco de actuación" pueden ser de ayuda para profundizar en esta temática.

➤ Mercado de Europa

En la UE hay una tendencia hacia la distribución y comercialización directa. Debido a ello, hay una distribución más directa entre los productores y los LSRs (Retailers Alimentarios y/o no alimentarios de tamaño grande), reduciéndose la importancia de los importadores especializados.

Del productor al consumidor, los productos pasan por cuatro niveles de venta:

- De Distribución
- De la venta al por mayor (wholesale)
- De detalle (retail)
- Del consumidor

En cuanto al nivel de la venta al por mayor, los importadores se encargan de las formalidades y el proceso de la distribución. Agentes especializados pueden servir como intermediarios entre exportadores y importadores.

Para los países en desarrollo, los canales de distribución más importantes son los importadores de Europa, debido a que tienen conocimiento y experiencia del mercado, así como relaciones con proveedores y compraderos por todo el mundo. Una lista de importadores europeos, divididos por país y producto puede ser conseguida visitando la página: www.cbi.net.

➤ Mercado de Canadá

Una característica sobresaliente del mercado canadiense es su alta concentración en determinadas ciudades, particularmente en Toronto, Montreal y Vancouver. Toronto es el centro más importante del país y en donde se concentra gran parte de la importación y distribución, seguido por Montreal para cubrir la región este y Vancouver para el oeste.

En Canadá, la estructura de canales de distribución puede variar dependiendo del tipo de producto. Existen estructuras que vinculan directamente a productores y consumidores, y otras más complejas, con intermediarios (agentes, brokers).

Pequeñas y medianas empresas pueden recurrir a la importación directa o la formación de consorcios o cooperativas para realizar dichas compras. Las grandes cadenas de tiendas, industrias y supermercados cuentan con sus propios departamentos y centros de importación y distribución.

En este sentido, existen tres tipos de estructuras de comercialización:

- Distribución propia (Self Distributing Retailing):

Es la estructura más difundida en Canadá. Las compañías productoras utilizan centros de distribución y tiendas minoristas de su propiedad, o dadas en concesión (franquicia), y que pueden compartir servicios promocionales, técnicos de diseño, marca, etc. El flujo de las mercaderías es el siguiente:

Centro de producción----centros de distribución y tiendas minoristas---Consumidor final.

- Distribución a través de centros mayoristas (Wholesaler Distribution Centres):

Interviene un mayorista entre el productor y los distribuidores a las tiendas minoristas. El flujo de las mercaderías es el siguiente:

Centro de producción -----centro de distribución de fábrica-----centro mayoristas-----tiendas minoristas-----Consumidor final

- Distribución directa (Direct to Store Delivery): los productos pasan directamente de la fábrica a las tiendas minoristas. Ejemplo de productos que se distribuyen de esta manera son: productos lácteos, productos de repostería, pan, bocaditos y refrigerios, bebidas no alcohólicas, etc.

Centro de producción---centro distribución de fábrica---tienda minorista—Consumidor final

2.2.9 Empresas

2.2.9.1 Principales Empresa Exportadoras de Quinua (Perú Y Bolivia)

- Relación de Empresa Exportadoras Peruanas:

- Grupo Orgánico Nacional S.A

Dirección: CAL. GAVIOTAS NRO. 870 LA Campiña LIMA - LIMA - CHORRILLOS

Teléfonos: 4224325 / 4672812

Gerente General: Garro Villamar Edwin Alberto

- Exportadora Agrícola Orgánica SAC

Dirección: Calle. Camino real 1801 int. B24 Santiago de Surco

Teléfonos: 2471197 / 719-4272

Sitio Web: www.sierrayselva.com

Gerente Manager: Cesar Zorrilla Wong

email: cesar.zorrilla@sierrayselva.com

-Commercial and New Products Manager: Wilhelm A. Burga

email: wilhelm.burga@sierrayselva.com

Commercial Coordinator: Samuel Brown

mobile: (511) 719 – 4272

email: samuel.brown@sierrayselva.com

- INVERSIONES INTERAMERICANAS S A

Dirección: AV. TOMAS MARSANO NRO. 2147 URB. LOS SAUCES LIMA - LIMA -
SURQUILLO

Teléfonos: 2711738 / 4494295

Gerente: Lazo Meneghini Gloria Rossana

Gerente General: Pereda Hamann Gerardo José

- GREENEXPORT S.A.C.

Dirección: Pg. Los Geranios Nro. 105 Urb. Selva Alegre Arequipa - Alto - Selva Alegre

Teléfonos:(54) 226357

Gerente General: Chávez Bedoya Vargas Luis Carlos

Apoderado: Flores Castro Linares Gonzalo Hernando

Sitio web: <http://kumara.pe>

- VINCULOS AGRICOLAS E.I.R.L.

Dirección: Av. Santa Cecilia Nro. 340 Urb. Ind. La Aurora Lima - Lima - Ate

Teléfonos: 3728048 / 3727233 / 98116750 / 93533078

Of.Administ.Av. Del Pinar Nro. 198 Urb. Chacarilla Del Estanque - Santiago De Surco

Gerente General: ZAMBRANO ROZAS ERIC ALAIN

Apoderado: Isla Gonzales Sandra Carolina Alison

sitio web: www.vinculosagricolas.com

- VIDAL FOODS S.A.C.

Dirección: CAL. JACINTO GUERRERO NRO. 194 URB. LAS MAGNOLIAS LIMA –
SAN BORJA

Teléfonos: 4754965

Gerente general: Vidal Vidal Elio Renan

- SUN PACKERS S.R.LTDA

Dirección: JR. LOS JAZMINES NRO. 423 URB. SAN EUGENIO LIMA - LIMA - LINCE

Teléfonos: 2213229 / 2213620

Gerente general: Abregu Gomes Germán Héctor

Sitio web: <http://www.sunpackers.com.pe>

- ALISUR S.A.C.

Dirección: cal. las fraguas nro. 379 urb. el naranjal lima - lima - independencia

Teléfonos: 5221318 / 3332644 / 997505297

Gerente General: Pastor Laso Raul Antonio

Apoderado: Espinoza Umbert Ricardo

sitio web: <http://www.alisur.net>

➤ Relación de Empresa Exportadoras Boliviana.



Valle andino S.A es una compañía privada dedicada al proceso, a convertirse y a la exportación de PRODUCTOS ANDINOS, usando procesos naturales y mejor la tecnología disponible para mantener la calidad original de la materia prima y las mayores niveles de la calidad. El producto principal de nuestra compañía es el GRANO ORGÁNICO VERDADERO de la QUINOA que tenemos ser de proceso y de exportación durante los 10 años pasados en diversas variedades, tipos y productos secundarios. Hoy A.V. también ofrece una amplia gama de los productos acabados orgánicos de la quinua incluyendo las pastas, las hamburguesas y los desiertos.

UBICACION

Av. Panamericana N° 1959 Rio Seco - El Alto

La Paz - Bolivia

Email: andeanvalley@unespot.net - andeanvalley@kolla.net

Web Site: www.andeanvalley.com



Coronilla es un certificado orgánico agri-procesador que ofrece una línea completa de libre aperitivos de gluten y pasta. Los cereales andinos, la calidad, el respeto de la naturaleza y una filosofía social profunda, asegurar a nuestros clientes un producto excepcional. Hoy, Coronilla ha sido en los negocios por más de 30 años. Sus productos son certificación orgánica por el control de la OMI, Suiza y por lo tanto acatar regulaciones de los europeos y norteamericanos (NOP) para el procesamiento de alimentos orgánicos.

UBICACION

Teléfono: (591-4) 4271222
Fax: (591-4) 4271224
Dirección: Av. Villazon Km. 4
Cochabamba-Bolivia
www.coronilla.com



IRUPANA es una empresa con un fuerte sentido de responsabilidad social y un pionero no sólo en la recuperación y la industrialización de granos andinos, sino también en la promoción de su antiguo uso y preparación. Desde 1987, Irupana produce una gran variedad de alimentos nutritivos y naturalmente saludables. Durante los últimos 4 años, la compañía ha sido colocar sus productos en el internacional, así como el mercado nacional. www.Irupana.org

UBICACION

[Av. Arica No 550, Zona Senkata](#)

El Alto – La Paz -Bolivia
Telf. 591-2-2815885
Telf - Fax 591-2-2815884

Jatariy SRL

Jatariy es una empresa que está especializada en la exportación de quinua REAL de alta calidad. Todos su producto está certificado comercio orgánico y justo por Francia de Ecocert. Jatariy ha estado trabajando en el altiplano del Sur durante doce años y siempre con un alto compromiso social y ecológico. Más del 80 % de sus proveedores son socios de la empresa desde varios años y están situado en las colinas, donde las prácticas agrícolas son la más fácil de utilizar para el medio ambiente. jatariy@Gmail.com



Quinoa-Bol fue fundada en 1998 por su Presidente Raúl Veliz Mamani, un agricultor de quinua ex. La empresa tiene una filosofía de eco-social fuerte y mantiene fuertes relaciones de cooperación con sus proveedores. La mayoría son campesinos de la región de Raúl. La planta de procesamiento es uno de los pocos, situado en una zona rural. Proporciona puestos de trabajo y dinamismo a la pequeña ciudad de Lahuachaca. Quinoa-Bol se utiliza para prestar una atención muy profesional y personal a cada uno de sus clientes y proporcionarles una quinua de alta calidad. www.quinoabol.com

UBICACION

Email: quinoabol@hotmail.com - quinoa@entelnet.bo

Teléfono. / Fax : 591 22136628 • Cel.: 715-65629

Av. Panamericana s/n

Lahuachaca-La paz –Bolivia



Quinoa Foods Company SRL fue fundada en 2002 por el company's Presidente, Juan Pablo Seleme. Especializados en el procesamiento de grano real de quinua, la empresa ofreció al mercado internacional una amplia gama de productos de la más alta calidad orgánica de quinua real, certificada por BIO Latina y el exportador de quinua único había certificado ISO 9001-2000. Situado en el alto, La Paz-Bolivia la empresa es capaz de proporcionar la industria, el comercio por mayor y por menor. www.quinoafoods.com

UBICACION

Calle Kilometro 5 # 230, Esq. Av. 6 de Marzo El Alto, La Paz, Bolivia

Phone +(591 2) 285 0229

Fax +(591 2) 285 0309



SAITE S.R.L. fue creado el 7 de mayo de 1987 con dos socios: Dionicio Huayllani Marca y Teodocio Huayllani Marca. La compañía fue dedicada a la producción, transformación y comercialización de productos agrícolas-productos orgánicos. Después de más de diecinueve años de labor ininterrumpida página ha cumplido con éxito el mercado internacional y ha desarrollado una gama de más de 7 diferentes productos orgánicos. Actualmente, con el fin de satisfacer los requerimientos de sus clientes, es en el proceso de aplicación de la ISO 9001:2008 y 22000:2005. www.quinusaite.com.Bo

UBICACION

Calle Esquillana No. 4014 Urbanizacion Cosmos 79 El Alto

La Paz - Bolivia

2.2.9.2 Principales Empresas Importadoras de Quinoa (EE.UU, Canadá, UE)

NORTHERN QUINOA CORPORATION

P.O. Box 519, 428 3rd Street

Kamsack, Sask., Canada

Tel: (306) 542-3949 Fax: (306) 542-3951

WHITE MOUNTAIN FARM, INC.

8890 Lane 4 N.

81146 Mosca CO, Estados Unidos

Tel: (719) 378-2436 Fax: (719) 378-2897

ZIEGLER & CO. GMBH NATURSTOFFE

Ysenburgstrasse 7

95632 Munich Alemania

Tel: 0049-89-12003330 Fax: 0049-89-12003248

MARKAL

ZA Les Plaines

26320 Saint-Marcel-Les-Valence, Francia

Tel: +33 4 75 58 72 20 Fax : +33 4 75 58 90 30

2.2.10 Acceso Al Mercado

2.2.10.1 Requerimientos del Acceso a los Mercados

➤ ESTADOS UNIDOS

➤ Ley contra el Bioterrorismo de EE.UU

La ley contra el bioterrorismo en estados unidos (ley de seguridad de salud pública y preparación y respuesta al bioterrorismo del 2002) es una ley de aplicación en el territorio de estados unidos que busca prevenir ataques bioterroristas a través de productos alimenticios.

La ley contra el bioterrorismo se resume en cuatro normativas:

Notificación Previa de Partidas de Alimentos Importados

A partir del 12 de diciembre del 2003, la FDA (Food and Drug Administration) deberá recibir notificación previa de todas y cada una de las partidas de alimentos que ingresen a los Estados Unidos. La ley exige a los importadores que proporcionen a la FDA una notificación anticipada con no menos de 8 horas y no más de 5 días antes del envío.

De acuerdo con la norma, la notificación debe incluir la siguiente información para cada elemento de la línea de entrada:

- Identificación de la persona que presenta la notificación, incluido su nombre e información sobre la empresa
- Tipo de entrada y número de entrada del Sistema del Servicio de Aduanas de los EE.UU.(ACS), u otro número de identificación asignado por el Servicio de Aduanas de los EE.UU. para la importación.

- El lugar en que se encuentra todo alimento importado retenido en el puerto de entrada o en unas instalaciones seguras debido al incumplimiento de la obligación de presentar una notificación previa adecuada.
- La identificación del artículo alimentario, incluido el código de producto de la FDA completo, el nombre común o habitual o el nombre de mercado, el nombre de la marca o comercial (si es diferente del nombre común o de mercado), la cantidad descrita desde el tamaño más pequeño de paquete hasta el mayor contenedor, y los números de lote o de código u otro identificador (si fuera pertinente).
- La identificación del fabricante
- La identificación del productor, si se conoce
- El país originario
- La identificación del embarcador
- El país desde el que se envía el artículo alimenticio
- La información de la llegada prevista: lugar, fecha y hora
- Información sobre el proceso de entrada del Servicio de Aduanas de los EE.UU.
- La identificación del importador, propietario y destinatario
- La identificación del transportista

La norma establece que las notificaciones se deberán entregar electrónicamente a través del Sistema de Notificación Previa basado en Internet de la FDA. La FDA tiene planeado que este sistema esté disponible 24 horas al día, 7 días a la semana. La norma establece que si el sistema no está operativo, se deberá entregar una versión impresa de la pantalla del sistema, bien en persona, por fax o por correo electrónico a la oficina de la FDA responsable del área geográfica en que se encuentre el puerto de entrada previsto.

También, se aceptará una vez y bajo una serie de circunstancias especificadas y limitadas, la modificación de información relativa a la especificidad o cantidad del producto, siempre que dicha información no existiera en el momento en que se presentó la notificación previa original. De acuerdo con la norma, las modificaciones no se podrán utilizar para cambiar la naturaleza del producto. La norma establece que las modificaciones deberán presentarse no después de 2 horas antes de la llegada. La norma establece que la información sobre la llegada prevista se deberá

Actualizar para indicar cualquier cambio en el puerto, la fecha o la hora de llegada prevista.

Registro de Instalaciones Alimentarias

Las instalaciones alimentarias nacionales y extranjeras que fabrican, procesan, envasan, distribuyen, reciben o almacenan alimentos para consumo humano o animal en los Estados Unidos deberán registrarse en la FDA a partir del 12 de octubre, hasta el día 12 de diciembre del 2003.

Establecimiento y Mantenimiento de Registros

Las personas que fabrican, procesan, envasan, distribuyen, reciben, almacenan o importan alimentos estarán obligados a crear y mantener los registros que la FDA estime necesarios para identificar las fuentes previas de abastecimiento y los receptores posteriores de estos alimentos, es decir, de donde vienen y quienes lo reciben.

Detención Administrativa

Se autoriza a la FDA a retener administrativamente alimentos, si la agencia tiene pruebas o información creíble de que dichos alimentos representan una amenaza de consecuencias negativas graves para la salud o muerte de personas o animales.

➤ Normas Sobre Etiquetado de Alimentos en los Estados Unidos

La normativa sobre el etiquetado de los alimentos en los Estados Unidos de América son regulados por la “*U.S. Food and Drug Administration*” (en adelante, FDA), a excepción de la declaración del país de origen del producto, que es de obligado cumplimiento por parte del servicio de Aduanas.

Debemos distinguir entre el etiquetado obligatorio y el voluntario, ambos regulados por FDA en 21CFR101.

I. Etiquetado Obligatorio

No se exige aprobación previa del etiquetado obligatorio para los productos alimenticios bajo el control de FDA, pero sí su correcta exposición.

Todos los alimentos tienen que llevar dos tipos de etiquetado obligatorio: el general y el nutricional.

Deberá incluirse además el país de origen (exigido por aduanas), teniendo en cuenta a este respecto que no se aceptan indicaciones tales como "Producto de la Unión Europea".

A) Etiquetado General (Etiqueta o Panel Principal)

Esta información puede aparecer toda junta en la etiqueta principal (la que más probablemente vea el consumidor al efectuar la compra), o repartida entre la etiqueta principal (nombre del alimento, cantidad por un lado) y la etiqueta informativa que contiene la información nutricional (ingredientes y contactos del fabricante, envasador o distribuidor en el otro).

Información General Obligatoria:

La cantidad exacta del contenido (peso, volumen).

El nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador, o distribuidor

Lista completa de ingredientes, enumerados por su nombre común o usual, en orden descendiente a la cantidad presente en el producto

Además el tamaño de los caracteres vendrá determinado por la superficie de la etiqueta principal. En cualquier caso el tamaño de las letras y de los números no podrá ser menor de 1/16 pulgadas (es decir 1,6 mm) y la altura de las letras no será mayor de tres veces el ancho de las mismas.

La información general debe aparecer en inglés. No está prohibido el uso de otras lenguas, pero si se introduce alguna información en otro idioma, toda la información obligatoria deberá figurar en inglés y en el idioma original.

Por otra parte, el 1 de Enero del 2006 entró en vigor la normativa de aviso de presencia de alérgenos en alimentos, que exige que aquellos productos que contengan componentes alérgenos como la leche, los huevos, el marisco, pescado, el trigo, los frutos secos con cáscara, los cacahuets y soja, deberán especificarlo en el etiquetado de ingredientes de los mismos, incorporado en el panel principal o en el panel informativo.

Estas regulaciones conllevan la obligatoriedad del marcado en el etiquetado de todos los ingredientes que contengan los mencionados alérgenos, incluyendo especias, aderezos, colorantes y aditivos.

B) Etiquetado Nutricional (Etiqueta Informativa)

La etiqueta informativa es la que normalmente se coloca a la derecha de la principal o de forma próxima a ésta. En la etiqueta informativa se podrá incluir parte del etiquetado general (ingredientes y contactos de empresa), siempre y cuando se haga fuera del recuadro de la información nutricional.

Esta información persigue proporcionar al consumidor datos acerca del valor nutricional del producto, expresados en forma de gramos o miligramos y en porcentajes de consumo cotidiano ("*daily value*" o DV).

Las informaciones nutricionales deben indicarse en función de la ración. Las normas exigen que los fabricantes definan las raciones para sus productos ("*serving size*"), recurriendo a cantidades y procedimientos de referencia.

Información Obligatoria en Etiqueta Nutricional:

- ✓ Calorías (totales y procedentes de la materia grasa)
- ✓ Grasas: grasa total, grasa saturada, ácidos grasos trans (AGT)*
- ✓ Colesterol
- ✓ Hidratos de carbono totales
- ✓ Fibra alimentaria
- ✓ Azúcares
- ✓ Proteínas
- ✓ Sodio, vitaminas A y C, calcio y hierro y otros minerales o vitaminas

Es importante mencionar que, con fecha 1 de Enero del 2006 entró en vigor la normativa de etiquetado obligatorio de contenido de ácidos grasos trans, (AGT), requiriendo que éstos sean declarados en el etiquetado nutricional de los alimentos y suplementos dietéticos justo en la línea inmediatamente por debajo de la declaración de contenido en ácidos grasos saturados. Esta regulación tiene por objeto proporcionar información que ayude al consumidor a mantener unas prácticas dietéticas saludables.

Cabe destacar que la elaboración de la etiqueta informativa es un proceso no sencillo, especialmente la parte referida a etiquetado nutricional, que debe a su vez observar ciertas reglas formales y de contenido (ver ejemplo gráfico mas abajo).

Así, el conjunto de la información ha de quedar incluido dentro de un marco rectangular con borde definido, impreso en color negro sin presencia de elementos coloreados sobre fondo blanco o neutro.

Las letras han de utilizar una topología de grafía clara y legible bien sea en letra mayúscula o minúscula dejando al menos un espacio entre cada palabra salvo para el DV (“*daily value*”) y las vitaminas y minerales en los que debe haber al menos 4 espacios. Cada bloque de información deberá estar separado por una línea.

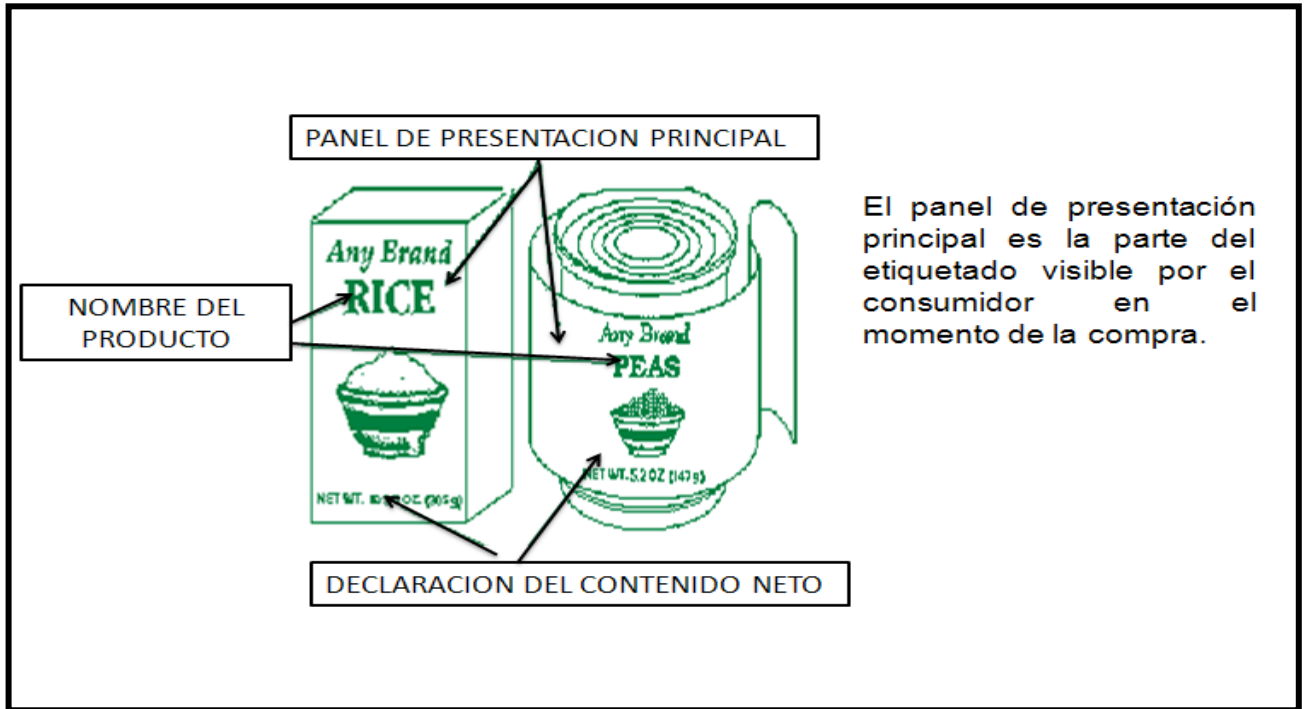


Figura 24. Modelo de etiquetado de productos para la exportación al mercado de Estados Unidos
Fuente: Food and Drug Administration (FDA)

Nutrition Facts

Serving Size 1 cup (228g)
Servings Per Container 2

Amount Per Serving

Calories 260 **Calories from Fat 120**

	% Daily Value*	
Total Fat 13g		20%
Saturated Fat 5g		25%
Cholesterol 30mg		10%
Sodium 660mg		28%
Total Carbohydrate 31g		10%
Dietary Fiber 0g		0%
Sugars 5g		
Protein 5g		

Vitamin A 4% • Vitamin C 2%
Calcium 15% • Iron 4%

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories: 2,000		2,500	
Total Fat	Less than	65g	80g	
Sat Fat	Less than	20g	25g	
Cholesterol	Less than	300mg	300mg	
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg	
Total Carbohydrate		300g	375g	
Dietary Fiber		25g	30g	

Calories per gram:
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4

Annotations:

- Helvética Regular de cuerpo 8 y un punto de espacio
- Franklin Gothic Heavy o Helvética Black alineada a izquierda y derecha, no inferior a cuerpo 13
- Barra de 3 puntos
- Barra de 7 puntos
- Helvética Black de cuerpo 6
- Hevética Black de cuerpo 8 y 4 puntos de espacio
- Toda la información está introducida en una caja de barra de 1/2 punto y a tres puntos del texto
- Barra centrada de separación de nutrientes de 1/4 punto (2 puntos de espacio por encima y 2 por debajo)
- Barra de 1/4 punto
- Helvética Regular de cuerpo 8, 4 puntos de espacio
- Todo lo que aparece por debajo de las vitaminas y minerales (notas a pie de página) es de cuerpo 6 y un punto de espacio
- Helvética Regular de cuerpo 8, 4 puntos de espacio y boliches de cuerpo 10

Figura 25. Modelo de etiquetado de productos para la exportación al mercado de Estados Unidos
Fuente: Food and Drug Administration (FDA)

Etiquetado Voluntario

El etiquetado voluntario sobre valores nutricionales o saludables de un producto alimentario está muy regulado por la legislación norteamericana, no admitiéndose mensajes que puedan confundir al consumidor, ni reclamos (“*health claims*”), excepto aquéllos ya aprobados correspondientes a las cualidades nutritivas o beneficiosas para la salud de ciertos alimentos/componentes, cuyas regulaciones se contienen también en 21CFR101.

Así por ejemplo, además del etiquetado nutricional obligatorio de cantidad total de fibra e hidratos de carbono que hemos visto en el apartado anterior, la FDA ha regulado el etiquetado voluntario del contenido de fibra y carbohidratos de forma desglosada.

La FDA también ha regulado el uso voluntario de términos indicativos de presencia mayor o menor de un cierto nutriente, sin citar la cantidad, con términos tales como “*light or lite*” “*low*”, “*high*”, “*free*”, “*good source*”, etc. sujetándolos a contenidos mínimos o máximos del nutriente en cuestión, generalmente establecidos en base a la ración y al valor dietario cotidiano (DV).

Frecuentemente estos términos de salud deben ir acompañados de frases informativas, a menudo largas, sobre las condiciones óptimas para obtener el esperado efecto nutritivo.

Debido a la creciente preocupación por las dietas bajas en carbohidratos, existe ya una propuesta de regulación para el uso apropiado de términos tales como “*low*”, “*reduced*” and “*free*” en productos que los contienen.

➤ Usda Organic

La certificación NOP-USDA es con el propósito de regular la producción orgánica que es de aplicación obligatoria para todos los productos orgánicos que se vendan e importen a los Estados Unidos de Norteamérica.. “Listado de productores certificados NOP –USDA año 2005”.

La certificación orgánica NOP la emitió el Agricultural Marketing Service del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de Norteamérica. El programa NOP –USDA es el Programa Nacional Orgánico de Estados Unidos que estandariza la producción orgánica, detalla lo que se debe certificar relacionado a los productos vegetales, animales o de procesamiento a ser vendidos como orgánicos en los Estados Unidos, contempla los criterios del plan para el sistema de producción o de procesamiento orgánico y consideraciones generales relacionados a los operadores que no pueden solicitar la certificación en el USDA, sino que deben hacerlo a una certificadora acreditada NOP - USDA como lo es MAYACERT. (Acreditación en el departamento de Agricultura de Estados Unidos de Norteamérica en el Programa Nacional Orgánico. USDA-NOP

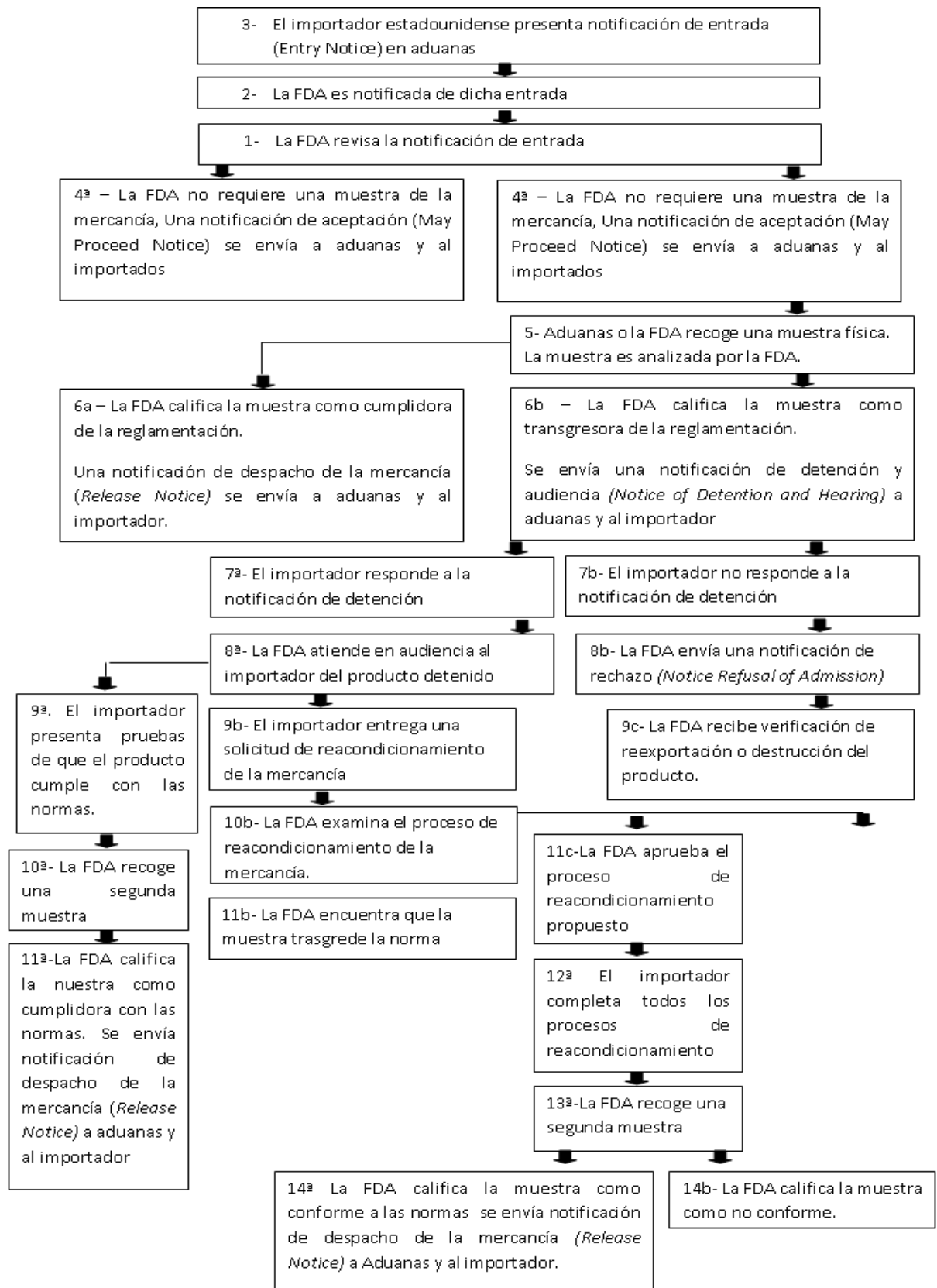
Para que los productos puedan llevar sello de USDA – NOP deben haber recibido una inspección y certificación siguiendo los lineamientos del Programa Nacional Orgánico de los EE UU. (Estándares del National Organic Program - USDA para Norteamérica).

Los operadores de Latinoamérica que tienen certificación Orgánica bajo los estándares NOP – USDA tienen oportunidad de negocios con productos orgánicos en Estados Unidos ya que indican que se tiene un crecimiento anual es del 20 %.



Figura 23. Sello de Certificación Orgánica para los Estados Unidos

Fuente: United States Department of Agriculture - USDA



Procedimientos que los importadores de productos alimenticios han de seguir en los Estados Unidos

Fuente: Food and Drug Administration (FDA)

Unión Europea

Puntos Críticos De Acceso A Mercados

Como un exportador peruano que se está preparando para acceder a mercados extranjeros, debe conocer los requerimientos de acceso a mercado de sus socios comerciales y de los gobiernos extranjeros.

Los requerimientos son exigidos a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración.

Estos requerimientos están basados en el medioambiente, la salud, la seguridad del consumidor y las preocupaciones sociales, las cuales difieren de acuerdo al producto y al país al cual se pretende acceder.

Para el sector de alimentos, los requerimientos más importantes en la UE son la Trazabilidad y el Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control, conocido por sus siglas en inglés como HACCP.

Análisis de Peligros de Los Puntos

Críticos de Control – HACCP

El sistema de HACCP, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos.

Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final. Todo sistema de HACCP es susceptible de cambios que pueden

Derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico.

En lo que se refiere a higiene, todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la confiabilidad de los alimentos y bebidas durante la preparación, procesamiento, tratamiento, empaquetado, transporte, distribución y mercadeo.

Los riesgos que existen pueden ser de cuatro tipos:

- Físicos: partes plásticas en una lata de vegetales
- Químicos: detergentes en jarras
- Microbiológicos: sopa de pescado deteriorada
- Microbiológicos: ratones

Trazabilidad

Bajo la Ley europea, “trazabilidad” significa la habilidad para rastrear cualquier alimento, animales que producen alimentos o sustancias que serán usadas para el consumo a través de todas las etapas de producción, procesamiento y distribución.

Significa también rastrear los alimentos a través de la cadena de producción y distribución para identificar y dirigirse a los riesgos y proteger la salud pública (de enfermedades transmisibles y la presencia de químicos por encima de los límites aceptados).

La trazabilidad es una herramienta de administración de riesgo que permite a los operadores en el negocio de los alimentos o autoridades que retiren o recuerden a los productos que hayan sido identificados como no seguros.

La trazabilidad es la piedra angular de la política de seguridad alimentaria de la UE.

La Ley General de Alimentos de la UE entró en vigencia en el año 2002 y hace que la trazabilidad sea obligatoria para todas las empresas del rubro de los alimentos.

Requisitos Generales para los Productos

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

Requisitos Específicos para la Quinua

En el caso específico de la quinua correspondiente a las partidas arancelarias 10.08.90, 11.02.90, 11.03.19, 11.04.19, los

Requisitos adicionales a los anteriores que se deben cumplir son los siguientes:

- Control sanitario de los alimentos de origen no animal
- Requisitos de comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos
- Control fitosanitario
- Etiquetado de productos alimenticios
- Productos de producción ecológica

A continuación se describe brevemente cada uno de los requisitos:

Control sanitario de los alimentos de origen no animal

Las importaciones de los alimentos de origen no animal en la Unión Europea (UE) sólo están autorizadas si proceden de establecimientos que tengan un representante establecido en la UE y

debe cumplir con las condiciones generales y las disposiciones específicas destinadas a prevenir los riesgos para la salud humana y animal y proteger el medio ambiente.

Por lo tanto, las normas generales aplicables a estos productos son los siguientes:

Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria establecidos en el Reglamento (CE) N° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de (DO L-31 01/02/2002).

Requisitos generales de higiene de los alimentos.

Condiciones generales aplicables a determinadas sustancias y sobre residuos de plaguicidas y en los alimentos.

Normas de comercialización y los requisitos específicos de etiquetado para las materias primas, alimentos compuestos y alimentos para animales destinados a objetivos de nutrición.

Normas especiales para la autorización del uso de determinados productos en la alimentación: bioproteínas, los Organismos Genéticamente Modificados (OGM) y los aditivos. Normas de control de los alimentos.

Cuando un problema que pueda representar un riesgo grave para la salud humana o animal o el medio ambiente o se extiende en el territorio de un tercer país, las autoridades europeas podrán suspender las importaciones procedentes de la totalidad o parte del país tercero en cuestión o adoptar provisionalmente las medidas de protección en relación con los productos en cuestión, dependiendo de la gravedad de la situación.

Los Requisitos de Comercialización de Semillas y Material de Reproducción Vegetal

La puesta en la Unión Europea (UE) de mercado de las semillas y el material de reproducción vegetal debe cumplir con los requisitos de comercialización específicas establecidas por la legislación de la UE destinado a garantizar que estos productos cumplen con los criterios de salud y de alta calidad, así como la protección de la biodiversidad.

Por lo tanto, este tipo de productos pueden ser afectados por:

- Las condiciones de comercialización específicas para determinados grupos de semillas y material de reproducción vegetal.

- Disposiciones especiales aplicables a las plantas y semillas Genéticamente Modificados (GM). Además de estas disposiciones obligatorias, las importaciones en la Unión Europea (UE) de estos productos pueden estar sujetas a las medidas fitosanitarias establecidas por la Directiva 2000/29/CE del Consejo (DO L-169 10/07/2000).

Control fitosanitario

Las importaciones en la Unión Europea (UE) de los vegetales, productos vegetales y cualquier otro material capaz de albergar plagas de plantas (por ejemplo, productos de madera y contenedores, suelo, etc.) pueden estar sujetos a las siguientes medidas de protección, según lo establecido por la Directiva 2000 / 29/EC (DO L-169 10/07/2000):

- Las prohibiciones de importación
- Certificado fitosanitario y / o certificado fitosanitario para la reexportación Inspección de aduanas y controles fitosanitarios.
- Registro de importadores
- Información previa sobre las importaciones

Estas medidas de control fitosanitarias tienen por objeto prevenir la introducción y/o diseminación de plagas y organismos nocivos para los vegetales o productos vegetales a través de las fronteras de la UE. Estas medidas la aplican la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) y la FAO, a la que los Estados Miembros de la UE son partes contratantes y que establece las normas básicas y procedimientos de control para garantizar una acción común y eficaz para proteger los recursos de los países agrícolas y forestales.

La CIPF exige que cada país contratante a establecer una organización nacional de protección fitosanitaria para inspeccionar los cultivos y que informe sobre las plagas y el control de ellos. Una lista completa de las organizaciones nacionales de protección fitosanitaria (ONPF) se puede encontrar en el sitio Web oficial de la CIPF (<http://www.ippc.int/>).

Departamentos de Ultramar francés y español de Canarias, en vista de sus características agrícolas y ecológicas, podrá solicitar requisitos adicionales a los establecidos en la Directiva, suponiendo que estén justificadas por razones de protección de la salud y la vida de las plantas en sus territorios.

La directiva 2000/29/CE del Consejo establece exenciones para cada medida fitosanitaria (por ejemplo, plantas y productos vegetales para el juicio, con fines científicos, el trabajo sobre las variedades de selección, el tránsito interno, las pequeñas cantidades que no suponen un riesgo de propagación de organismos nocivos, etc.) Por lo general son concedidas por un período limitado, con sujeción a condiciones especiales de importación y una licencia específica.

Etiquetado de los Productos Alimenticios

Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea (UE) deben cumplir con las normas de Etiquetado de la UE, cuyo objetivo es garantizar que los consumidores tengan toda la información esencial para realizar una elección informada, mientras realizan compras de sus productos alimenticios. Por lo tanto, las disposiciones de etiquetado aplicables son las siguientes:

- Las normas generales sobre etiquetado de alimentos
- Disposiciones específicas para determinados grupos de productos:
- Etiquetado de los alimentos genéticamente modificados (GM) y de los nuevos alimentos
- Etiquetado de productos alimenticios destinados a objetivos de nutrición
- Etiquetado de los materiales destinados a entrar en contacto con alimentos
- Etiquetado de los productos alimenticios determinados

Además de estas leyes, también hay información adicional que pueda ser incluido por los fabricantes sobre una base voluntaria, siempre que sea exacta y no induzca a error al consumidor. Por ejemplo, el etiquetado nutricional no es obligatoria a menos que una declaración nutricional (por ejemplo, "bajo en grasa", "alto contenido en fibra") vaya en la etiqueta o en la publicidad. En

este caso, las alegaciones nutricionales deben cumplir con un formato normalizado, de conformidad con la Directiva del Consejo 90/496/CEE, (DO L-276 06/10/1990). Del mismo modo, el Reglamento (CE) N° 834/2007 (DO L-189 20/07/2007) y el Reglamento (CE) N° 889/2008 (DO L-250 18/09/2008) establecen las normas que rigen el uso de la etiqueta ecológica.

Productos de la Producción Ecológica

La puesta en la Unión Europea (UE) de mercado de los productos agrarios vivos o no procesados, productos agrícolas transformados para uso como alimentos, alimentos, semillas y material de reproducción vegetativa, con la referencia a los métodos de producción ecológica, debe cumplir con las normas establecidas por el Reglamento (CE) N° 834/2007 (DO L-189 20/07/2007) que tiene por objeto la promoción de productos de calidad y la integración de la conservación del medio ambiente en la agricultura.

Estas normas, establecidas por el Reglamento (CE) N° 834/2007 y el Reglamento (CE) N° 889/2008 (DO L-250 18/09/2008) cubren principalmente los siguientes aspectos:

- De producción, transformación, envasado, transporte y almacenamiento de productos.
- El uso de determinados productos y sustancias en el procesamiento de alimentos (Anexos VIII y IX del Reglamento (CE) N° 889/2008).
- Una lista de las autorizaciones de los ingredientes está disponible en la Base de datos de la Ley Orgánica del Sistema de Información Agrícola (OIF) página W e b o f i c i a l :
http://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/r7/ctrl_r7.cfm?targetUrl=home
- Prohibición del uso de organismos genéticamente modificados (OMG) y de productos fabricados a partir de OMG en la producción ecológica.
- El etiquetado ecológico de la UE y de la Logotipo de la agricultura. El logotipo y las indicaciones referentes al método ecológico de producción sólo podrán utilizarse para determinados productos que cumplan todas las condiciones establecidas por el Reglamento.

- Las medidas de control y sistema de control específico que se aplicará para este tipo de productos por las autoridades designadas en los Estados Miembros.

Requisitos, Trámites y Documentos para Exportar

Requisitos

Para poder exportar a la Unión Europea es necesario cumplir con la legislación sanitaria y de protección del medio ambiente. En efecto, en el año 2000 la Unión Europea adoptó el Sexto Programa de Acción Ambiental (2000-2010) el cual establece las prioridades y objetivos de la política ambiental durante esos años. La consecuencia inmediata para los exportadores de terceros países, son medidas obligatorias con el fin de reducir el desperdicio y promover el reciclaje del material de empaque.

Además es preciso que los exportadores se informen de la legislación en materia de terminología, símbolos, requisitos de empaque, marcado y etiquetado.

La Unión Europea exige la certificación EUREPGAP a frutas y vegetales que ingresen a este mercado, para comprobar las buenas prácticas agrícolas y con el objetivo de responder a la preocupación del consumidor europeo en materia de seguridad de los alimentos (<http://www.eurepgap.org>). Esta certificación incluye criterios tales como: sitio de manejo, uso de fertilizantes, manejo de plagas, respecto de los derechos laborales entre otros.

¿Cómo inscribirse como exportador?

La inscripción como exportador ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) es el primer paso que debe seguir el empresario para iniciar el proceso de exportación. Este registro tiene validez de un año, a partir del cual debe ser renovado.

El objetivo de este trámite es registrar las firmas autorizadas por la empresa y asignar a cada exportador un código de tres posiciones.

El Registro de Exportador puede ser realizado o renovado en forma manual o electrónica. En el primer caso, debe adquirirse el sobre para el registro y presentarlo debidamente completo con los requisitos que se solicitan en la Ventanilla Única ubicada en las oficinas centrales de PROCOMER. En el segundo caso, se puede acceder a la página en Internet de PROCOMER (<http://www.procomer.com>) donde encontrará en la parte superior de la página principal, un botón llamado “Registro de Exportadores” el cual lleva directamente al módulo para tal efecto. Una vez ahí, se debe completar los formularios electrónicos que aparecen en pantalla y presentar posteriormente la documentación solicitada en la Ventanilla Única.

Además, se debe cancelar la suma de tres dólares (US\$3) ante la Ventanilla Única por el derecho de inscripción o renovación del Registro de Exportador, ya sea que este trámite se realice en forma manual o electrónica.

Tienen la posibilidad de inscribirse como exportadores las personas jurídicas que estén debidamente inscritas ante el Registro Público y personas físicas que posean cédula de identidad o cédula de residencia costarricense.

¿Cuáles son los trámites para la autorización de exportación?

Registros Previos

Según la naturaleza del producto que se pretende exportar, se hace necesaria la inscripción previa ante diferentes instituciones gubernamentales y privadas, esto con el fin de ejercer un control sobre la actividad operativa de las empresas productoras o procesadoras de mercancías costarricenses y certificar que los productos que se pretenden exportar cumplen con las normas de higiene y de salud establecidas en el mercado internacional.

Documentos requeridos

Para las exportaciones de mercancías hacia los países de la Unión Europea (UE) se deberá utilizar la Declaración Aduanera de Exportación (DAE)¹ o Declaración Aduanera de Exportación Provisional (DAE)². Ambos documentos cuentan en su reverso con una guía para su confección y pueden ser adquiridos en la Ventanilla Única de Comercio Exterior de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER). Para las empresas de Zona Franca se deberá utilizar la Declaración Aduanera de Zona Franca (DAZF).

Los formularios DAE o DAEP deben llenarse con máquina de escribir o computadora. Adicionalmente el DAE puede confeccionarse de forma electrónica, por medio del Sistema Integrado de Ventanilla Única de Comercio Exterior (SIVUCE). En caso de realizarse un trámite manual, la declaración debe presentarse en las oficinas de la Ventanilla Única para su respectiva firma y sello. Si es un formulario pre sellado por el SIVUCE, no es necesaria la firma ni el sello antes mencionado.

Asimismo se deben presentar dos copias o fotocopias de las facturas comerciales, documentos mercantiles que funcionan como título ejecutivo contra el deudor, por medio del cual el vendedor establece las condiciones de venta al comprador, de manera que funciona como contrato de venta, lo cual significa una cesión de la mercancía al comprador.

Si las mercancías que se exportan se encuentran dentro del grupo de productos contemplados en el Sistema Generalizado de Preferencias de la Unión Europea o correspondan a productos agrícolas, el exportador deberá tramitar ante la Ventanilla Única el respectivo Certificado de Origen³, con el fin de obtener los beneficios arancelarios que brinda el programa. Estos documentos se adquieren en VUCE y para su trámite, es necesario presentarlo con la información solicitada, acompañado de una fotocopia del certificado, de la factura comercial, del DAE, DAEP, DAZF según corresponda.

Para los productos de origen animal o vegetal, el exportador debe presentar un certificado zoosanitario o fitosanitario según corresponda, emitido por el regente de planta ante la Dirección de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura (MAG) en las oficinas del puesto de salida del producto y completar la solicitud para la confección del certificado oficial. Este se emite luego de la verificación física del producto a exportar.

Además, el exportador deberá contar con la documentación respectiva para el transporte adecuado del producto, según el tipo de medio utilizado:

- Vía marítima: Requiere de un Conocimiento de Embarque, es decir, de un recibo de las mercancías emitido por la compañía transportista. Es un título de propiedad transferible que permite al tenedor de una de las copias negociables reclamar la entrega de las mercancías.
- Vía aérea: Requiere una carta de porte aéreo comúnmente conocida como Guía Aérea. Es el documento por medio del cual se formaliza el Contrato de Transporte Aéreo de Mercancías.

1 Formulario en el cual se consignan todos los datos de salida del producto (Ver Anexo 2)

2 Formulario en el cual se consignan de forma provisional todos los datos de salida del producto, los cuales deberán declararse de forma definitiva 48 horas después.

Proceso de Autorización y Salida de Mercancías

El pre-trámite de los documentos de exportación se realiza en la Ventanilla Única de Comercio Exterior, ya sea en las oficinas centrales de PROCOMER en San José, o bien, en las oficinas descentralizadas en cada aduana de salida: Puerto Caldera, Puerto Limón, Paso Canoas, Peñas Blancas y Aeropuerto Internacional Juan Santamaría. En este procedimiento se revisan los documentos anteriormente mencionados y se verifica la consistencia de la información. Este pre trámite puede ser realizado en forma directa por el exportador a través de los servicios de una agencia aduanal. Una vez autorizado el pre-trámite de exportación, el exportador procede a la entrega de la mercancía y la documentación correspondiente al transportista, para que éste se encargue de la entrega y de los trámites aduanales. El exportador debe tener el cuidado de que la agencia aduanal que utilice cuente con representación en la Aduana por la cual saldrá la mercancía, ya que es necesaria la firma de un agente aduanal.

Envase y embalaje

Las normas sobre envase y embalaje están reguladas por la Directiva 94/062 en la UE y en USA por “Regulaciones sobre materiales del envase y sustancias que entran en contacto con los alimentos”, tienen como objetivos principales:

- 1) Que mantengan el nivel de seguridad, higiene y aceptación para el producto envasado y por el consumidor; 2) que la fabricación y comercialización permitan el volver a ser usados o reciclados

y que su utilización cause el mínimo daño al medio Ambiente; y 3) que los efectos de las sustancias nocivas se reduzcan al mínimo cuando son almacenados o desechados en la gestión del manejo de residuos de envases.

Ambas normas consideran los siguientes aspectos:

- Requisitos específicos sobre la fabricación de envases y embalajes
- Requisitos específicos aplicables a los envases reutilizables
- Requisitos específicos aplicables a los envases aprovechables
- Envases aprovechables mediante reciclado de materiales
- Envases aprovechables mediante recuperación de energía
- Envases aprovechables en forma de compostaje
- Envases biodegradables

Hay un especial cuidado en los niveles de concentración permitidos de metales pesados en los envases (plomo, mercurio, cadmio y cromo).

El envase y embalaje de quinua de exportación cumple con las normas, se exporta en:

- Bolsas blancas trilaminadas de papel kraft de 50 lbs (aproximadamente 25 Kilos), con una bolsa de polietileno interior.
- No paletizados.
- Contenedores de 20 pies conteniendo 20 TON métricas.

Etiquetado

La Directiva 2000/13 de la UE norma los requisitos de etiquetado en la UE y el Código de Regulaciones Federales 21 (CFR) para los Estados Unidos.

Ambas normas tienen el siguiente criterio principal:

El etiquetado debe detallar la naturaleza exacta y las características del producto, de manera que permita al consumidor realizar su elección con conocimiento de causa, siendo la información más apropiada la que crea menos obstáculos a la libertad de intercambio.

Consecuentemente exigen que la etiqueta contenga la siguiente información del

Producto:

- Marca
- Nombre del producto

- Cantidad o peso neto del producto
- Identidad del productor o procesador y su dirección.
- Lista de ingredientes
- Lista Nutricional.

La etiqueta para los productos exportados como orgánicos no procesados, destinados a industrias de transformación o re- empaquetado, la información exigida es:

- Nombre del producto
- Cantidad de unidades de envase en el contenedor
- Peso neto del producto en el contenedor
- No. de lote de producción
- No. de certificación orgánica de la entidad de control acreditada.
- No. de identificación del productor agrícola (para trazabilidad)
- Origen

En el caso de quinua un ejemplo sería como sigue:

Producto Quinoa real orgánica

Procesador/industria Cereales Andinos Ltda.

Origen Producto de Bolivia

Unidades 800 bolsas con 25 kg. Netos cada una

Certificación Lote No. XXX, BIO LATINA No. xxx

Productor No. XXX

Cuadro resumen de los requerimientos para quinua en sanidad, envase, Especificaciones técnicas y etiquetado

Canadá

Regulaciones y Normas Ambientales, Restricciones y Requerimientos Especiales

Canadá adicionalmente a las normas generales aduaneras, posee regulaciones específicas para la importación de cierto tipo de productos. A continuación se describen en forma general algunas de ellas.

Regulaciones y Normas Ambientales

Frutas y Vegetales Frescos

Todo importador canadiense que desee ingresar al país productos frescos, debe ser previamente autorizado por la *Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos*.

Las cajas o cajones en donde vengan empacadas las frutas y vegetales, deben ser identificados con el nombre del producto, cantidad, país de origen y el nombre y la dirección del empaquetador. Si la importación consta de un producto que se produce en Canadá, el importador debe indicar el grado y suministrar la información exigida por otros reglamentos que rigen la importación. Todas las importaciones deben satisfacer las exigencias canadienses con respecto a herbicidas y fungicidas

Legislación ambiental

La legislación en materia ambiental en Canadá, es acorde con el desarrollo económico y cultural del país y la preocupación por parte de los entes gubernamentales y de la sociedad en general por la protección del medio ambiente es importante.

Las decisiones y leyes pueden provenir tanto del gobierno federal como del gobierno de cada una de las provincias.

La ley que enmarca la protección al medio ambiente fue expedida en 1988 por parte del gobierno federal, a través del *Canadian Environmental Protection Act (CEPA)*. Los propósitos principales de esta ley son la regulación sobre sustancias tóxicas (asbesto, plomo, mercurio entre otras) tanto en producción nacional como en exportación e importación.

En caso que se desee importar determinada sustancia por primera vez, se deberá notificar a *Environment Canada* y suministrar a esta entidad extensa información concerniente a la naturaleza de la sustancia antes de que esta pueda ser importada.

En el caso de sustancias tóxicas conocidas, estas están especificadas dentro de la "Lista de sustancias peligrosas que requieren notificación para su exportación o importación"; y según el caso, se deberá cumplir con los requerimientos específicos de control e información de entidades reguladoras.

Adicionalmente a CEPA existen leyes federales como "*The Fisheries Act*", que busca proteger los recursos pesqueros canadienses; y "*Transportation of Dangerous Goods Act*", el cual contiene toda la regulación canadiense en cuanto al transporte de bienes peligrosos.

La región de Ontario, la más industrializada de Canadá, tiene su propia legislación en materia ambiental a través del *Environmental Protection Act (EPA)*. En cuanto a certificados o aprobaciones, estas se deben obtener a través del *Ministerio del Medio Ambiente de Ontario*.

En Quebec, la ley que cobija este tema es el *Environment Quality Act (EQA)* y es administrado por el *Ministerio del Medio Ambiente y Vida Salvaje* de Quebec ante el cual se deberá realizar cualquier trámite.

El funcionamiento legislativo ambiental en las demás provincias, es muy similar en su esquema al de Ontario y Quebec.

Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

En virtud del régimen federal del Canadá, los gobiernos federal, provinciales y territoriales tienen facultades para promulgar reglamentos técnicos (y normas sanitarias y fitosanitarias). El Gobierno federal es responsable del cumplimiento de las obligaciones comerciales internacionales. La elaboración y adopción de reglamentos federales, que incluyen los reglamentos técnicos adoptados por las autoridades federales, se rigen por la Ley de Instrumentos Legislativos, el Reglamento de Instrumentos Legislativos, la política del Consejo de Ministros, y la política en materia de reglamentación del Gobierno del Canadá. La Secretaría del Consejo del Tesoro está elaborando una nueva Directiva del Gobierno sobre Reglamentación.

La Secretaría del Consejo del Tesoro supervisa la gestión y coordinación de la política federal sobre reglamentos técnicos y de otro tipo. La Secretaría de Asuntos Normativos de la Secretaría del Consejo del Tesoro vela por que los reglamentos propuestos por los departamentos federales estén en conformidad con la política en materia de reglamentación. El Consejo del Tesoro, que es un comité del Consejo de Ministros, da la aprobación final a los reglamentos federales.

El Ministerio de Salud del Canadá está encargado de establecer las normas y políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional que han de cumplir todos los productos alimenticios vendidos en el país. Concretamente, realiza actividades de investigación, evaluación de riesgos con respecto a la inocuidad de los productos alimenticios, examen y evaluación previos a la comercialización de todas las cuestiones relacionadas con la inocuidad de los productos y la nutrición, y reglamentación y registro de los productos plaguicidas y los medicamentos veterinarios utilizados en animales a partir de los cuales se producen alimentos. El Ministerio de Salud tiene también a su cargo la evaluación de la eficacia del Organismo Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), encargado a su vez de hacer cumplir las normas y políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional de los alimentos establecidas por el Ministerio, y de todos los servicios de inspección, conformidad y cuarentena de los productos alimenticios bajo mandato federal. El CFIA también establece y aplica reglamentos sobre sanidad animal y protección fitosanitaria.

La principal ley federal que abarca la inocuidad de los alimentos es la Ley de Productos Alimenticios y Farmacéuticos, complementada por el Reglamento de Productos Alimenticios y Farmacéuticos. Otros instrumentos legislativos federales pueden hacer referencia a la Ley de Productos Alimenticios y Farmacéuticos y estipular prescripciones adicionales. Cabe citar como ejemplos la Ley de Productos Plaguicidas, la Ley de Productos Agrícolas del Canadá, la Ley de Inspección de la Carne, la Ley de Inspección de la Pesca, la Ley de Semillas, la Ley de Abonos, y la Ley sobre los Piensos. Las principales leyes por las que se rigen las cuestiones de sanidad animal y las cuestiones fitosanitarias son la Ley de Sanidad Animal y la Ley de Protección Fitosanitaria, con sus correspondientes reglamentos.

El servicio de información del Canadá y la autoridad nacional encargada de las notificaciones en el marco del Acuerdo MSF es el SCC (sección viii)). Entre julio de 2002 y mediados de agosto de 2006 el Canadá hizo numerosas notificaciones de medidas sanitarias y fitosanitarias a la OMC (cuadro III.7); no notificó medidas sanitarias o fitosanitarias adoptadas por autoridades subfederales. Según las autoridades canadienses, ello se debe a que esas medidas no han sobrepasado las federales. En este contexto, las autoridades indican que los gobiernos federal, provinciales y territoriales examinan las medidas sanitarias y fitosanitarias y comparten información sobre una amplia gama de cuestiones relacionadas con la sanidad animal y vegetal y la inocuidad de los alimentos por conducto de diversos comités: por ejemplo, el Comité Federal-Provincial-Territorial de Viceministros sobre Cuestiones Normativas y el Comité Federal-Provincial-Territorial de Inspección Agroalimentaria. Por otra parte, las autoridades indican que existen diversos grupos de trabajo sectoriales, entre ellos el Grupo Nacional de Enlace sobre Productos Lácteos, integrados por representantes de los gobiernos federales, provinciales y territoriales, la industria y los círculos académicos.

Alrededor del 23 por ciento de las medidas sanitarias y fitosanitarias notificadas por el Canadá desde julio de 2002 son Avisos de Autorizaciones Provisionales de Comercialización (NIMA), que son instrumentos que permiten a los productores o fabricantes vender productos alimenticios que no están en conformidad con determinadas disposiciones del Reglamento de Productos Alimenticios y Farmacéuticos mientras se está modificando el Reglamento. Según las autoridades

canadienses, sólo se publican NIMA cuando en la evaluación científica se llega a la conclusión de que el consumo del producto alimenticio no será nocivo para los consumidores. Sólo se utilizan cuando se extiende el uso de aditivos alimentarios; medicamentos veterinarios; productos químicos agrícolas; y vitaminas, nutrientes minerales y aminoácidos que están ya enumerados en el Reglamento de Productos Alimenticios y Farmacéuticos. Los NIMA aparecen en la sección de Avisos del Gobierno de la Parte I de la *Canada Gazette* y tienen efecto a partir de la fecha de publicación.

El Canadá es miembro de la Comisión del Codex Alimentarius y de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) y es también parte contratante de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF). Las autoridades canadienses indican que, de conformidad con la Política de Reglamentación del Gobierno y las obligaciones del Canadá en el marco del Acuerdo MSF, las autoridades normativas federales deben utilizar las normas, directrices y recomendaciones internacionales disponibles cuando esas normas cumplan el objetivo de reglamentación perseguido por el Canadá.

El Ministerio de Salud examina, evalúa y vigila la inocuidad, eficacia y calidad de los medicamentos veterinarios, establece normas y promueve su uso prudente. Las autoridades indican que los medicamentos veterinarios sólo se autorizan para su venta en el Canadá una vez realizado un proceso de examen para constatar que el producto, si se utiliza siguiendo las instrucciones de la etiqueta, no representa riesgos indebidos para la salud de las personas que coman productos alimenticios obtenidos de los animales tratados. El Ministerio de Salud del Canadá ha aprobado seis estimulantes hormonales del crecimiento para su utilización en el ganado bovino. Según las autoridades, esa decisión está apoyada por las evaluaciones y recomendaciones del Comité Mixto FAO/OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios y las normas establecidas por el Comité del Codex sobre Residuos de Medicamentos Veterinarios en los Alimentos.

Cuotas de Importación

La importación de productos agrícolas en Canadá está sujeta a imposición de cuotas a través de aranceles estacionales para las frutas y vegetales, estos no son aplicables en épocas del año en

que Canadá está en imposibilidad climática de cultivar estos productos. Aunque las importaciones de frutas y vegetales frescos no se encuentran controladas, estas tarifas estacionales dificultan su entrada en ciertos períodos del año.

Canadá limita la importación de textiles y confecciones de países abastecedores cuyos precios son bajos en el contexto internacional. Los productos sujetos a las limitaciones en la importación de Textiles y Prendas de Vestir están citados en las *listas de control a las importaciones*, de la *Oficina para el Control de Importaciones y Exportaciones (Export and Import Controls Bureau)*, en el marco de acuerdos bilaterales de restricción para países exportadores de estos productos.

Los productos en cuero también tienen cuotas. En la siguiente tabla se muestran las cuotas y las especies que presentan restricciones para la exportación desde Colombia a Canadá:

Para los productos en los cuales la materia prima proviene de animales que están catalogados internacionalmente como "especies en peligro", existe una regulación internacional basada en la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de la Flora de y de la Fauna (CITES), esta entidad controla el comercio de las especies anteriormente mencionadas, así como también de los productos derivados de las mismas, entre ellos las pieles y sus manufacturas. La información detallada de esta entidad se puede encontrar en las siguientes direcciones de Internet: <http://www.cites.org>, <http://www.ec.gc.ca/cites/>. Para productos cuya materia prima viene de cuero de cocodrilos u otros reptiles en considerados como especies en peligro es necesario de mostrar que los animales de los cuales se obtuvieron las pieles crecieron en criaderos destinados para estos propósitos.

Tarifas

En Canadá la regulación del comercio internacional es competencia del gobierno federal, el cual a través de una amplia gama de leyes y reglamentos se encarga de administrar todo lo relacionado con aranceles aduaneros, programas para la reducción o eliminación de tasas aduaneras conforme a los acuerdos internacionales, controles a las importaciones, exportaciones y acatamiento de normas específicas de importación. Solamente el gobierno federal puede imponer tarifas aduaneras a las importaciones. Los gobiernos provinciales están impedidos para imponer aranceles o algún tipo de impuesto de carácter aduanero.

Toda mercancía que entra al Canadá debe ser declarada ante la *Oficina de Aduanas Canadiense*, la cual se encarga de verificar que las importaciones se lleven a cabo conforme a la ley, y que se paguen los aranceles correspondientes. Este procedimiento se puede llevar a cabo ya sea por el importador personalmente, o a través de agentes aduaneros en representación del importador.

La estructura arancelaria canadiense está caracterizada por el "escalamiento arancelario" a través del cual no se aplica ninguna, o se aplica una tasa arancelaria muy baja tratándose de materias primas, y la tarifa va aumentando a medida que los productos importados contienen más procesamiento y pasos en su fabricación. La tasa arancelaria aplicable depende del tratamiento arancelario dado por Canadá al país en que se originan los bienes.

Escala de Aranceles NMF

Los aranceles en este caso oscilan entre 0% y 20% para productos agrícolas y agroindustriales, aunque muchos de estos deben pagar aranceles de tipo específico (c\$/unidad de medida – Kg, lt, etc.). En el caso de trigo, cebada y centeno el arancel ad valorem pueden ser hasta de 97.5% para productos minerales y químicos, incluyendo medicamentos el arancel oscila entre 0% y 12.5%; en este caso pocos productos son cobijados por aranceles específicos.

En cuanto a productos de plástico, caucho y madera, tanto como materias primas como productos manufacturados (incluyendo papel y cartón), el arancel se encuentra en un rango que oscila entre 0% y 13.5%.

Los textiles, confecciones y calzado tienen aranceles que oscilan entre 0% y 20.5% ad valorem.

Los demás productos (capítulo 65 en adelante del Sistema Armonizado) tienen aranceles que no superan el 10%

Arancel General

El arancel general se aplica a los países no comprendidos en ninguna de las categorías mencionadas anteriormente. Aplica un 35% de impuesto a productos provenientes de países con los que Canadá no ha firmado tratados específicos de intercambio. La República Popular Democrática de Corea, Albania, Omán y Libia son ejemplo de dichos países.

Impuestos a las Ventas

El gobierno federal canadiense impone una tasa del 6% de valor agregado, conocida como el impuesto a los bienes y servicios (GST) sobre la mayoría de bienes y servicios vendidos al Canadá. De la aplicación de éste impuesto, sólo están exentos productos alimenticios básicos vendidos en tiendas y almacenes y los servicios médicos y dentales.

Si bien el impuesto al valor agregado o GST no forma parte directa de la reglamentación canadiense a las importaciones, éste ejerce un impacto en el costo de los productos importados. Todas las importaciones están sujetas al impuesto al valor agregado, el cual debe ser pagado por el importador cuando los bienes entran al Canadá.

Además del GST, existen otros impuestos federales a bienes de consumo tales como las joyas, las piedras preciosas, los productos derivados del tabaco, las bebidas alcohólicas y la gasolina. Cuando estos bienes son importados, están sujetos a doble gravamen, el normal aduanero y el aplicable a estos bienes de consumo en Canadá.

Además de las tasas federales, existe en Canadá un impuesto provincial a la venta al detal, el cual a pesar de alterar el precio final del producto importado, nunca se aplica directamente a las importaciones.

Etiquetado

Etiquetado Bilingüe

Para todo bien o producto alimenticio o no - alimenticio pre-empacado, cuyo destino es la venta en cualquier parte de Canadá, se exige etiquetado en Inglés y Francés. Existen excepciones a esta regla para algunos productos especializados. También pueden quedar exonerados del etiquetado bilingüe aquellos productos que se introducen al Canadá a título de ensayo, para los cuales el Departamento de Industria Canadiense puede otorgar, previa solicitud, un permiso especial el cual exonera al exportador del etiquetado bilingüe por el término de hasta un año.

Quebec ha fijado sus propias reglas para regir el uso del idioma en las etiquetas de los productos que se van a vender en esa provincia. Todos los productos deben ser etiquetados en francés y si se

incluyen dos lenguas en el etiquetado, el etiquetado en francés debe ser por lo menos, de similar tamaño al del otro idioma presente en la etiqueta. Quebec también exige que los certificados de garantía, catálogos y las instrucciones para el uso de los productos estén en francés.

Embalaje, marcado y etiquetado

Pre-empaquetados a los productos que se venden en Canadá están sujetos a los envases y los requisitos de etiquetado. Estos requisitos están regulados por tanto los gobiernos federal y provincial, aunque la mayoría se realiza el gobierno federal.

La Ley de envasado y etiquetado define tres requisitos de etiquetado obligatorios: la identidad del producto, cantidad neta del producto, distribuidor y el nombre del lugar de domicilio del negocio. Un certificado de desinfección es necesario para la paja, heno, la turba, musgo, materias primas u otros materiales de embalaje de la tierra. Los permisos de importación de Protección de las plantas, por lo general también son necesarios para todos los materiales vegetales en Canadá. Sacos usados, bolsas, lienzo y otros materiales de embalaje están prohibidos. Los paquetes que constituyen un único envío deben ser legibles y numerados en el exterior.

Los envases para la carne, el pollo y la carne de aves de corral y los productos deben ser marcados según lo estipulado y contar con la aprobación previa de las autoridades canadienses. Los importadores deberán obtener los reglamentos dispuestos por el Departamento de Agricultura en Ottawa.

La gelatina no comestibles, pegamento, grasa, sebo u otras grasas no comestibles, de carne o producto cárnico, podrán entrar en Canadá a menos que los contenedores sean legibles y claramente marcados con el nombre y dirección del fabricante o el primer distribuidor, más el nombre del producto, junto con las palabras 'No comestibles – no aptos para la Alimentación'.

La información que se muestra en las etiquetas está sujeta a tipo mínimo de requisitos de tamaño. Una amplia gama de artículos de consumo se limita ahora a un número específico de medidas estándar de los tamaños de los envases. Esto es particularmente aplicable a los productos tales

como detergentes para ropa, jabones, desodorantes, cremas de afeitar, spray para cabello (lacas), champú, perfumes, cremas y otros productos cosméticos.

El país de origen de las marcas es una exigencia de los consumidores y muchos otros productos. El incumplimiento de este reglamento dará lugar a negar la entrada de los bienes.

Aunque el Código Universal de Productos (UPC o código de barras) no es requerido ni administrado por el gobierno, prácticamente todos los minoristas exigen que las mercancías sean etiquetadas con una UPC. Para obtener más información acerca de la UPC, póngase en contacto con GS1 Canadá. La regulación de la importación de alimentos en Canadá es responsabilidad compartida por varias agencias federales y departamentos. Los principales órganos federales de que se trata son la Canadian Food Inspection Agency (CFIA) y el Departamento de Relaciones Exteriores y Comercio Internacional.

El mandato de la CFIA establece que todos los alimentos envasados para uso de los consumidores e importados en Canadá deben cumplir con el etiquetado de los alimentos básicos exigidos por la Ley Alimentos y Drogas y el Reglamento del Consumidor, la Ley de Envasado y el Reglamento de Etiquetado. La Guía de Etiquetado de los Alimentos y la publicidad es un documento de referencia actual de la prestación etiquetado federal de los alimentos y las políticas publicitarias y los requisitos reglamentarios.

Cabe señalar que los requisitos de etiquetado canadiense pueden diferir significativamente de los de los EE.UU. y otros países.

En la provincia de Quebec, el etiquetado de los productos alimenticios debe estar en francés o tener una versión francesa. La declaración nacional de inspección de la carne y el número de plantas se deberá indicar en las etiquetas o cajas de carne importada.

Las leyes federales encargadas del control al etiquetado de los productos alimenticios en Canadá son: The food and drugs Act and regulations, The Consumer packaging and labelling Act and

Regulations, the Canada Agricultural Products Act, (CAPA), the Meat Inspection Act, (MIA), the Fish Inspection Act, (FIA).

En virtud de las disposiciones contenidas en la Ley y reglamentos de empaquetado y etiquetado de productos alimenticios para el consumidor, algunos de dichos productos alimenticios deben ser vendidos por peso (miel, manteca de maní, requesón o queso fresco, melaza, etc.) Otros productos deben incluir en el envase una declaración de su peso sin el líquido (crustáceos en lata y pescado congelado glaseado). En los envases de frutas y vegetales en conserva, debe constar el volumen (escabeches, pepinillos en escabeche, escabeche dulce de pepinillos y aceitunas). Los reglamentos también establecen las normas que regulan el tamaño de los envases para bizcochos, galletas, jarabes de azúcar refinada, manteca de maní y vino.

De acuerdo con las disposiciones de la ley canadiense de productos agrícolas y productos alimenticios existen medidas estándar para ciertas frutas o vegetales procesados tales como productos en lata.

Descripción del etiquetado

No está permitida la publicidad de un producto cuando su etiqueta contiene información falsa o engañosa, como tampoco se puede declarar en una etiqueta la presencia o ausencia de una sustancia o un ingrediente en un producto alimenticio si éste no se encuentra.

Los reglamentos canadienses son, generalmente, muy estrictos con respecto al etiquetado y publicidad de productos alimenticios. Las exigencias aplicables a productos alimenticios empaquetados son, generalmente, más estrictas que para otros tipos de productos. Las etiquetas de productos alimenticios vendidos en Canadá deben incluir de forma obligatoria la siguiente información:

- Nombre común o genérico del producto
- Cantidad neta

- Nombre y dirección del vendedor / distribuidor
- Lista de los ingredientes
- Número y tamaño de cada porción (en algunos casos)
- información nutricional (en algunos casos)
- indicación de la fecha de vencimiento (consumir antes del año, mes y día) si el producto tiene una vida en el estante menor a 90 días.

Empaque

El estándar para el empaque varía de acuerdo al producto y depende de si dicho producto va a ser enviado directamente a un establecimiento de venta para consumo del usuario final o a un intermediario canadiense.

De acuerdo con la ley canadiense, los paquetes deben ser fabricados, rellenos y exhibidos de forma que el consumidor no sea confundido o engañado en cuanto a la calidad o cantidad del producto contenido en el empaque. Si el producto va a ser enviado al minorista directamente, es importante tener en cuenta que el canadiense como consumidor no va a aceptar un empaquetado de inferior calidad al promedio, o con una lista de contenido que no sea exacta y detallada.

Los empaques son generalmente atractivos en este país y hacen parte de la competencia por posibles clientes potenciales. Es recomendable utilizar empaques susceptibles de ser reciclados ya que éste es un tema al que el canadiense otorga mucho valor.

Normas de Etiquetado y Empaque

La Ley de Etiquetado y Empaque y las regulaciones sobre la misma (Consumer Packaging and Labelling Act” y Consumer Packaging and Labelling Regulations) proveen estándares de presentación y reglas sobre el contenido de información exigida en toda etiqueta y empaque, especificando la información que debe ser incluida en la etiqueta, el lenguaje, símbolos a usar, la

forma y medida de la misma, así como también su ubicación y la manera en que ésta debe ser presentada

A continuación se presenta un resumen de las exigencias:

- **Identificación del producto.** Sobre este aspecto la ley establece lo siguiente:
 - Debe identificarse con su nombre común, nombre genérico o incluso puede en Términos de su función;
 - Debe presentarse en inglés y francés y
 - Debe ubicarse en el panel principal y el tamaño de los caracteres deben tener un Mínimo de 1.6mm. En ciertos casos cuando la superficie de presentación tiene un Tamaño de 10 cm² o menos, el tamaño mínimo se reduce a 0,8mm.
- **Cantidad o peso neto del producto.** Generalmente la cantidad neta debe ser expresada en unidades métricas de volumen cuando el producto es líquido; unidades métricas de peso, cuando el producto es sólido o unidades numéricas cuando el producto es vendido en unidades individuales. Asimismo, la ley estandariza la forma de presentar las abreviaciones de estas medidas. Por ejemplo, ser hechas en letra minúscula para libras, onzas gramos y kilogramos, y no deben incluir “s”, ni paréntesis, ni punto. Por ejemplo, NET WT 12 oz 340g POIDS NET o POIDS NET WT 12 oz 340g.
- **Nombre y dirección de la persona responsable del producto (fabricante) en toda Etiqueta.** En el caso de productos importados, en la mayoría de los casos se exige también que figure el nombre y domicilio del agente / representante o importador.
- **Si se trata de alimentos la ley establece que cada contenedor de productos importados debe ser etiquetado mostrando en el nivel principal y lo más cerca posible la declaración de la cantidad neta o la categoría, las palabras”Product of”, “Produce of”, “Grown in” o “Country of Origin”, seguido del nombre del país de origen u otras palabras que identifiquen el país donde los frutos han sido cultivados.**

Etiquetado y Empaque de Productos Alimenticios

En diciembre del 2002, se efectuaron enmiendas a la Ley y Regulaciones de Alimentos y Medicamentos relacionadas con el etiquetado de nutrición y la promoción de los contenidos nutritivos y de salud en los alimentos. Las enmiendas más importantes fueron las siguientes:

- Incluir obligatoriamente en el etiquetado de los alimentos pre-empacados, Información relacionada con los contenidos nutritivos de los mismos;
- Cambios en los criterios sobre promoción sobre los contenidos de nutrición; y
- Condiciones y criterios para la promoción de salud relacionados con dietas.

2.3 Glosario de términos técnicos

Quinua

La quinua es un grano alimenticio que se cultiva ampliamente en la parte alta de la región andina, desde Colombia hasta el norte de la Argentina principalmente. Se cultiva en pequeñas parcelas o en forma asociada, presentando una gran variabilidad, sobre todo en Puno.

Tendencias de consumo

Es el comportamiento que asume el consumidor en un determinado mercado ante un producto específico, tomando en cuenta una estadística elaboradas de sus últimos consumos y depende de ello para la acogida del producto a introducir al mercado de interés de estudio.

Exportación definitiva

La exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno.

Importación definitiva

Es un régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo.

La importación de mercancías es definitiva, cuando previo cumplimiento de todas las formalidades aduaneras correspondientes, son nacionalizadas y quedan a libre disposición del dueño o consignatario

Norma técnica peruana – quinua

Esta norma Técnica Peruana establece las características que deben reunir los granos de quinua procesada (beneficiada), para establecer su clase y grado, en el momento de su comercialización.

Canales de distribución

es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Convenio

Un Convenio es un lugar donde políticos se encuentran para realizar un debate.

Tratado internacional

Es un convenio colectivo de trabajo o cualquier tipo de contrato que tiene por objeto recoger la puesta de acuerdo entre dos partes.

En los tratados internacionales por ejemplo, son dos países, un estado con una organización internacional o bien dos organizaciones internacionales las que se ponen de acuerdo en estos sobre algún punto que se encontraba en discusión. El más común es el que se celebra entre estados y en estos normalmente figuran cuestiones de límites geográficos.

Asociatividad

Surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización.

En este mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, cada empresa decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial

Gestión Empresarial

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.

Comercio Internacional

Se define como comercio internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos países (uno exportador y otro importador).

El comercio exterior se define como el intercambio de bienes y servicios entre dos regiones económicas. Por ejemplo, el intercambio de bienes y servicios entre la Unión Europea y América. Las economías que participan del comercio exterior se denominan *economías abiertas*. Este proceso de apertura externa inició fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, y de forma espectacular en la década de los 90, al incorporarse las economías latinoamericanas y de Europa del Este.

Políticas Económicas

Directrices y lineamientos mediante los cuales el Estado regula y orienta el proceso económico del país, define los criterios generales que sustentan, de acuerdo a la estrategia general de desarrollo, los ámbitos fundamentales e instrumentos correspondientes al sistema financiero nacional, al gasto público, a las empresas públicas, a la vinculación con la economía mundial y a

la capacitación y la productividad. Todo ello pretende crear las condiciones adecuadas y el marco global para el desenvolvimiento de la política social, la política sectorial y la política regional. Forma de intervención deliberada del Estado para lograr ciertos objetivos, haciendo uso de los medios exclusivos de que dispone: política fiscal, política de gasto, política monetaria, etc.

Valor FOB

Término de comercialización internacional que indica el precio de la mercancía a bordo de la nave o aeronave (Free on Board). Esto no incluye fletes, seguros y otros gastos de manipulación después de embarcada la mercancía.

En el caso del producto de la quinua el valor FOB lo podemos determinar en las exportaciones peruanas a los principales mercado de estudio: Estados Unidos, Union europea y Canadá, de acuerdo a las cifras en dólares, reflejadas en las estadísticas presentadas en la investigación.

Valor CIF

Término de comercialización internacional que indica el precio de la mercancía incluyendo el costo, seguro y fletes.

El Valor CIF, será mostrada a través de las importaciones de los principales países consumidores de quinua como son: Estados Unidos, Unión europea y Canadá, determinando con cifras en dólares el nivel de consumo y aceptación del producto de la Quinua en el mercado internacional.

3 Hipótesis

3.1 Hipótesis General

La asociatividad y la promoción a las exportaciones de quinua han sido los principales factores de éxito aplicados al mercado boliviano permitiéndole consolidarse en el mercado internacional en comparación del mercado peruano.

3.2 Hipótesis Específicas

- El nivel de asociatividad aplicado en el mercado Boliviano como principal punto de diferenciación y éxito frente al caso peruano.
- La promoción de las exportaciones de quinua empleadas al mercado boliviano, como herramienta determinante para su protagonismo en el mercado internacional en comparación al mercado peruano.

3.3 Matriz de Coherencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES
General	¿Cuáles son los factores de éxito de las exportaciones de quinua empleados en el modelo de mercado Boliviano en comparación con el mercado peruano?	¿Determinar los factores de éxito de las exportaciones de quinua analizando al mercado de Bolivia en comparación con el mercado peruano.	La asociatividad y la promoción a las exportaciones por parte de las entidades del estado son los principales factores de éxito analizando el mercado de Bolivia en comparación con el mercado peruano.	<ul style="list-style-type: none"> • Asociatividad • Promoción a las exportaciones • Estado • Mercado Boliviano • Mercado Peruano
Específicos	<p>De qué manera la asociatividad de productores de quinua contribuyen al éxito de mercado Bolivia frente al caso peruano.</p> <p>¿Cuál es la importancia de la promoción a las exportaciones de quinua por parte de las entidades del estado tomando como modelo a Bolivia en comparación al mercado peruano.</p>	<p>Comparar el nivel de asociatividad de los productores y exportadores de quinua establecidos al mercado de Bolivia frente al caso peruano.</p> <p>Establecer la importancia de la promoción a las exportaciones de quinua tomando como modelo a Bolivia en comparación al mercado peruano.</p>	<p>La asociatividad de productores de quinua como factor de éxito frente al caso peruano.</p> <p>La promoción de las exportaciones de quinua empleadas al mercado boliviano, como herramienta determinante para su protagonismo en el mercado internacional en comparación al mercado peruano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asociatividad • Productores de quinua • Promoción a las exportaciones • Estado • Exportaciones • Mercado internacional

Tabla 21 Matriz de Coherencia

4 Método

4.1 Diseño

La presente investigación utiliza un diseño exploratorio; Siendo la investigación cualitativa, el diseño más conocido de la investigación exploratoria, conveniente por los recursos disponibles, ya que es aplicada en muestras muy pequeñas, concentrándose más en la profundidad y comprensión que en la medición de las variables.

Lo que se desea es conocer definir y esquematizar detalladamente la situación actual de la gestión y organización de la mesa de trabajo de quinua de Puno, considerado como uno de los principales productores de Quinua a nivel nacional e internacional, mediante una profunda investigación bibliográfica y el estudio a nuestro principal competidor, el mercado de Bolivia, determinando los principales factores de éxito, considerando el incremento de las exportaciones a nivel internacional en ambos países.

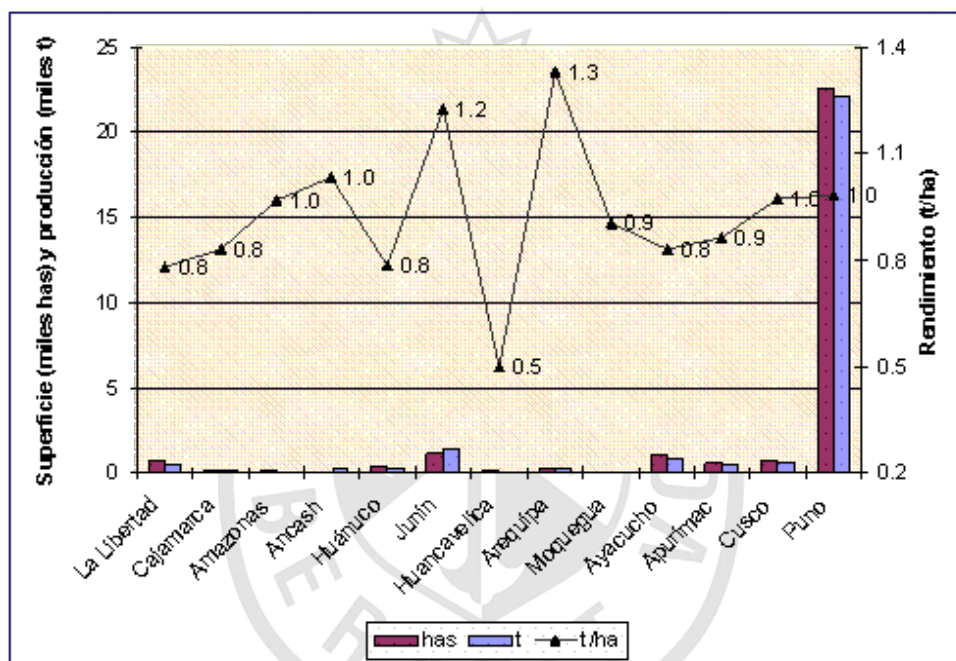
El poder analizar el caso Peruano desde el punto de vista de nuestro competidor , nos permitirá comparar ambas situaciones, pudiendo determinar las limitaciones en las exportaciones de quinua presentadas actualmente ,versus la situación del mercado Boliviano cuyo posicionamiento lo determina como principal productor y exportador de quinua a nivel internacional.

Al utilizar esta información los productores y exportadores de quinua del Perú tendrán un amplio panorama del mercado internacional, tomando como referencia el éxito de Bolivia, mediante una profunda investigación bibliográfica y el estudio del los productores y especialistas peruanos, documentando sus experiencias.

4.2 Población

La población en estudio se encuentra conformada por las principales regiones productoras de quinua en el Perú, considerando a Puno, la región en estudio, por tener el protagonismo en producción nacional y mundial de dicho producto.

- Departamento Productores de quinua en el Perú



Producción por departamentos de quinua

Fuente: ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ALIMENTOS

4.3 Muestra

Como muestra se ha considerado a la Mesa de trabajo de Puno el cual está conformado por entidades Públicas, entidades privadas, Universidades y agricultores de quinua, tales como:

- ✓ DIRCETUR – Dirección De Comercio Exterior Y Turismo De Puno
- ✓ Dirección Regional Agraria De Puno
- ✓ Universidad Nacional Agraria La Molina – Lima

- ✓ Agricultores de Quinua del Departamento de Puno

Los criterios de inclusión y exclusión considerados para la delimitación poblacional son los siguientes:

- Que tengan conocimiento y experiencia en el mercado de la quinua o fomenten el desarrollo del producto
- Que pertenezcan o hayan participado de la mesa de trabajo de la quinua

El muestreo es de tipo no probabilístico de selección intencional, cualitativo, se realizará considerando el conocimiento y los criterios de quienes efectúan la investigación; el criterio de selección intencional se adecúa a la naturaleza y los objetivos de esta investigación, es apropiado porque permite seleccionar a los participantes que mejor representen a la población por tener buen conocimiento del fenómeno a investigar lo que lleva a un “punto de saturación” con información óptima y mínimo de desperdicio.

4.4 Instrumentación

Los instrumentos que se han empleado para la presente investigación son: entrevista a profundidad, grupo focal y revisión documental.

En la entrevista a profundidad consideramos a los productores y especialistas en el tema de quinua en el Perú.

El grupo focal se llevo a cabo en Puno en la participación de la reunión mensual de la Mesa de Trabajo de Quinua en Puno, en el cual se tuvo la participación de 10 integrantes, pertenecientes a entidades propias de la región de Puno, Lima y productores de quinua, lamentablemente solo consistió en un parcial de participantes, lo usual es de 20 a 30 personas, sin embargo pudimos entrevistar a cada uno de los participantes del focus.

En la revisión documental se consideró como población a todas las investigaciones relacionadas con el análisis mundial del intercambio comercial de quinua.

En cuanto a la validez del contenido, el cuestionario fue sometido al criterio y juicio de tres profesores de la universidad Cesar Vallejo:

1. Ana Pacheco Saavedra, Profesora de la universidad de cesar Vallejo, curso de investigación.
2. Víctor Dávila, Profesor de la facultad de administración de la universidad cesar Vallejo., Ex miembro del ministerio de trabajo, y actualmente con estudio de asesoría y consultoría.
3. Javier Ruiz Barsello, Administrador de empresa, profesor de la universidad cesar Vallejo y miembro de la consultoría Barsello.

Los jueces manifestaron sus puntos de vista sobre la congruencia y pertenencia de los aspectos propuestos. Se escogió a los tres profesores de la universidad Cesar Vallejo, por su trayectoria profesional.

Los resultados que se han obtenido producto de la evaluación y revisión de los jueces expertos son los siguientes:

- ✓ Corrección en la estructura de las encuestas, sugiriendo clasificar las encuestas de acuerdo a la población, a quien nos estamos dirigiendo, tomado en cuenta los datos principales de cada entrevistado al inicio de la entrevista.
- ✓ A su vez se detecto la falta de concordancia con algunas de las preguntas planteadas, implicando la modificación respectiva de cada una de ellas, considerando que la clasificación de nuestra población varía ya que se le ha dado diferentes según el especialista a entrevistar.
- ✓ Se sugirió que se deberían considerar indicadores que determinen la situación actual de la quinua para la exportación.

A continuación presentamos la versión inicial de los instrumentos sometidos al criterio de los jueces

Versión inicial de los instrumentos:

1. La entrevista en profundidad no estructurada

Se utilizara una guía de entrevista orientada a:

- Productores de quinua del departamento de Puno

✓ Guía de entrevista no estructurada

➤ PRODUCTORES DE QUINUA

INFORMACION GENERAL

NOMBRE:

EDAD:

DIRECCION:

CIUDAD:

INFORMACION DEL PRODUCTO

- ¿hace Cuanto tiempo cultiva la quinua?
- ¿Qué tipo de Quinua cultiva?
- ¿Cuántas hectáreas de Quinua posee? , son exclusivamente de Quinua?
- ¿Cuáles son los meses de temporada de cosecha de quinua?
- ¿Cuántos kilos de Quinua produce al año?
- ¿Le da tratamiento al cultivo de la Quinua, Cada cuanto tiempo?
- ¿Cuánto le pagan por cada kilo de Quinua?
- ¿A quién le vende la Quinua?
- ¿Se dedica a otras actividades, además del cultivo de la Quinua?
- ¿Participa en campañas de acopio?

ASOCIATIVIDAD

- ¿Cuál es el distrito o región donde se encuentra ubicado su cultivo de quinua?

- ¿Ud. a recibido algún apoyo por parte del Estado Peruano (visitas de ingenieros, capacitadores, charlas informativas)?
- ¿Qué opina de la gestión del ministerio de agricultura?
- ¿Confía en los demás productores de quinua de la zona?
- ¿Estaría Ud. dispuesto a asociarse con los demás productores de Quinua de la zona con la intención de mejorar el cultivo y aumentar el volumen de producción?
- ¿Considera Ud. Importante contar con una asociación de productores de Quinua? ¿Por qué?
- ¿Existe actualmente alguna agrupación, comitiva, corporación de productores de Quinua?
- Cuáles han sido los principales inconvenientes que se han presentado el no pertenecer a una Asociación Nacional De productores de quinua?

PROMOCION A LAS EXPORTACIONES

- ¿Qué tanto se conoce el producto de la Quinua en la zona?
- ¿Considera Ud. Que nuestro país tiene conocimiento del producto o falta difundirla?
- ¿De qué manera podríamos difundir el producto?
- ¿El mayor porcentaje de consumo de quinua considera Ud. Que es nacional o internacional?
- ¿Tiene alguna idea de cómo Bolivia ha venido promocionando con éxito la exportación de quinua?
- ¿Considera usted que la industrialización de la quinua, como una manera de promocionar el producto dando a conocer sus diversas presentaciones?

- ESPECIALISTAS MIEMBROS DE LA MESA DE TRABAJO DE QUINUA

✓ Guía de entrevista no estructurada:

INFORMACION GENERAL

EMPRESA

RAZON SOCIAL.

DIRECCION:

TELEFONO:

E- MAIL:

CONTACTO

NOMBRE.

CARGO:

INFORMACION DEL PRODUCTO

- ¿Sabemos que la quinua es un producto representativo de la región Andina con un notorio incremento en la exportaciones, cual es la importancia de la quinua para el departamento de Puno?
- ¿Cuál Es el promedio anual de producción de Quinua?
- ¿Aproximadamente cuántas variedades de quinua se cultivan en la región, y cuáles son las empleadas para la exportación?
- ¿Cuáles son los principales mercados, que demandan nuestra quinua peruana? ¿por qué de su consumo?
- ¿Sabemos que la principal exportación de quinua se da en grano, actualmente se viene exportando otras presentaciones de la quinua ¿ Cuáles? ¿ en qué porcentaje?
- ¿A qué se debe que aun no hayamos industrializado la quinua?
- En las reuniones mensuales establecidas en la mesa de la quinua, ¿Cuáles son los puntos principales a tratar?

ASOCIATIVIDAD

- ¿Podría darnos una breve explicación sobre la mesa de la quinua?
- ¿Con qué finalidad se dio la creación de la mesa de quinua, ¿ en qué año inició sus actividades?
- ¿Podría mencionarnos sobre la existencia de una asociación nacional de Quinua en el país?
- ¿Aproximadamente cuántos productores de Quinua hay en la región?
- ¿A qué se debe que la producción y exportación peruana sea inferior a la de Bolivia?
- ¿Por qué razón cree Ud. que a la fecha no se haya dado una asociación nacional de quinua ¿ cuáles son los principales factores?

PROMOCION A LAS EXPORTACIONES

- Considera Ud. ¿Qué se ha ido desarrollando una política de promoción marca país a la quinua en los últimos años?
- ¿Qué acciones se han tomado para la promoción a la exportación y consumo de Quinua?
- ¿Existe alguna institución que se encargue de promover las exportaciones de quinua?
- ¿A qué se debe el posicionamiento de la Quinua Real en el mercado mundial?
- Considera usted que Bolivia ha dado una mayor énfasis a la promoción de las exportaciones de quinua a diferencia de nuestro país?

➤ ESPECIALISTAS EN EL TEMA DE LA QUINUA

EMPRESA

RAZON SOCIAL.

DIRECCION:

TELEFONO:

E- MAIL:

CONTACTO

NOMBRE:

CARGO: Ing.

INFORMACION DEL PRODUCTO

- ¿Qué opinión le merece la Quinoa como producto de exportación?
- ¿Cuál es la principal variedad de Quinoa a exportar?
- ¿A qué se debe que aun no hayamos industrializado el producto?
- ¿Cuál considera Ud. que son los principales mercados de exportación de Quinoa?
- ¿Cuál es la principal diferencia entre la Quinoa Real y la Quinoa Peruana?
- ¿De qué forma la mesa de la Quinoa ha contribuido al desarrollo de las exportaciones?

ASOCIATIVIDAD

- ¿Qué tan importante considera Ud. a las instituciones creadas para el desarrollo de la quinoa?
- ¿Se puede considerar a la mesa de la Quinoa como una asociatividad de productores y en qué forma los ha beneficiado?
- ¿Cuál o cuáles son las razones por las que aun no se establece una asociación nacional de productores de quinoa, considerando que puno es el principal productor de Quinoa?
- ¿Cuál es la importancia de la asociatividad?
- ¿Se podría considerar al modelo Boliviano como un buen ejemplo de organización y asociatividad?

PROMOCION A LAS EXPORTACIONES

- ¿Ud. Cree que se ha ido aplicando una adecuada promoción a las exportaciones de quinoa en el mercado mundial
- ¿Cuál ha sido la principal estrategia de Bolivia para el posicionamiento de la quinoa Real en el mercado mundial?
- ¿Existe alguna institución encargada de la promoción de la Quinoa?
- ¿Cuáles son los principales aspectos a considerar para una adecuada difusión y promoción de las exportaciones de quinoa?

- ¿Qué opinión le merece la estrategia marca-país y cree usted que puede ser aplicado a la quinua exitosamente?
- ¿Cuál cree usted que sea los factores de éxito que ha venido desarrollando el mercado Boliviano para su posicionamiento en el mercado mundial?
- Exportadores de quinua

➤ EXPORTADORES DE QUINUA

INFORMACION GENERAL

EMPRESA

RAZON SOCIAL.

DIRECCION:

TELEFONO:

E- MAIL:

CONTACTO

NOMBRE.

CARGO:

INFORMACION DEL PRODUCTO

- ¿Ud. considera que la Quinua es uno de los principales productos de exportación del país?
- ¿En qué medida la exportación de Quinua le ha generado rentabilidad?
- ¿Cuál es la principal variedad de quinua que exporta?
- ¿A qué países va dirigida se exportación de Quinua?
- ¿Cómo exporta la quinua a granel o procesado?
- ¿Cuál es el precio de exportación ofrecido al mercado internacional?
- ¿Qué podríamos rescatar del modelo Boliviano para aplicarlo en nuestro país considerando que se trata de nuestro principal competidor?

ASOCIATIVIDAD

- ¿Formalmente conoce alguna organización abocada al tema de la Quinoa cuya cobertura sea a nivel nacional?
- ¿Cuál es su opinión del sistema de organización de los productores de Quinoa Peruana?
- ¿Qué sugeriría Ud. Para implementar y mejorar la organización de la Quinoa?
- ¿Considera Ud. Que el nivel de asociatividad influye en el tema de exportaciones, de que manera?
- ¿Qué problemas más frecuentes se le han presentado desde el proceso de producción?

PROMOCION A LAS EXPORTACIONES

- ¿Ud. como exportador de que manera a contribuido en la promoción de las exportaciones de Quinoa?
- ¿Que estrategia de marketing internacional emplea hacia el mercado exterior?
- ¿De qué manera el estado peruano ha contribuido en la promoción de las exportaciones?
- ¿Qué opinión le merece la promoción de las exportaciones empleadas en el Perú?
- ¿Qué podríamos tomar en cuenta del modelo Boliviano para aplicarlo en el País?

4.5 Instrumentación

La presente investigación se realizará ejecutando los siguientes procedimientos:

1. Entrevista a profundidad
 - a) Se visitará el departamento de Puno por ser el principal productor de quinua.
 - b) Se solicitará una entrevista (entre 20 a 30 minutos) con los productores, miembros de la mesa de la quinua en Puno y especialistas en el tema, según corresponda.
 - c) Se le entregará las preguntas al entrevistado a fin de que tenga una noción general del tema a tratar.
 - d) Se grabará la entrevista previa consulta.
 - e) Se sistematizará la información por medio de cuadros y textos en Microsoft Word.
2. Grupo Focal
 - a) Se participará en la reunión mensual de la mesa de trabajo de quinua en Puno, llevada a cabo el día 07 de octubre del 2010.
 - b) Observaremos y tomaremos nota de los temas a tratar en dicha reunión.
 - c) Se filmará la reunión en la cual estamos participando.
 - d) La información obtenida será consignada como complemento para desarrollar nuestra hipótesis.
3. Revisión documental
 - a) Se definirá el marco conceptual
 - b) Se investigará en base a las experiencias en cuanto a lo relacionado a la quinua
 - c) Se adquirirá bibliografía especializada en el tema.
 - d) Se visitará bibliotecas especializadas en el tema como son la universidad de la agraria la Molina y la universidad nacional de Puno a fin de obtener información sobre la quinua.
 - e) Data estadística del comercio en el Perú

5 Resultados y Discusión

5.1. Resultados de la investigación

Hipótesis General:

“La asociatividad y la promoción a las exportaciones de quinua han sido los principales factores de éxito aplicados al mercado boliviano permitiéndole consolidarse en el mercado internacional en comparación del mercado peruano”.

En este capítulo se presentará un análisis comparativo del mercado de la quinua en Bolivia y Perú, siendo Bolivia el principal productor y exportador de quinua a nivel mundial seguido de Perú. Por otro lado la demanda por dicho producto se ha incrementando en los últimos 5 años en los principales mercado como son: Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea.

Dicho producto ha logrado posicionarse a nivel mundial, y esto es debido a que es un alimento con un alto contenido nutricional que ayuda a prevenir enfermedades, esto ha llevado a ser muy valorado y consumido en diferentes mercados.

Por tal motivo analizaremos los siguientes factores: la asociatividad y la promoción a las exportaciones por parte del estado tomando en cuenta la situación actual de ambos países durante los últimos 5 años.

1. Hipótesis Específica:

“El nivel de asociatividad aplicado en el mercado Boliviano como principal punto de diferenciación y éxito frente al caso peruano.”

Asociatividad:

- Perú

Hemos verificado según estadísticas de Superintendencia nacional de administración tributaria - Aduanas, que el Perú ha incrementado las exportaciones de quinua en los últimos 5 años de manera favorable para nuestro comercio exterior.

Sin embargo hemos encontrado como uno de los factores limitantes la falta de asociatividad de productores de quinua, lo cual es una desventaja porque muchas veces el mercado demandante solicita grandes cantidades de producción de dicho producto que lamentablemente el productor no puede abastecer dicho requerimiento, por ende muchas veces se desaprovechan oportunidades de negocio.

La falta de abastecimiento de quinua por parte de los productores se da por los siguientes motivos:

- El total de sus tierras no son exclusivamente para siembra y cosecha de la quinua.
- Los productores también dedican su tiempo a otras actividades como a la ganadería.
- La agricultura que se viene desarrollando en la región de Puno es aún muy incipiente.

Hasta la actualidad en el Perú no se ha logrado formar una Asociación Nacional de Productores de Quinua, sin embargo hemos identificado en el departamento de Puno, siendo este el principal departamento de producción de quinua, a la mesa de trabajo de Quinua, creada en el año 2005, es una agrupación de agricultores de quinua, empresa exportadoras, especialistas y funcionarios del estado de la región y representantes de universidades, dicha agrupación es lo más próximo a una asociatividad en el Perú, Lamentablemente se trata de la única agrupación correspondiente a la quinua ubicado en el departamento de Puno, cuya envergadura se ve limitada solo a la región mas no a nivel nacional.

Según datos obtenidos de la Mesa de trabajo de quinua de Puno, anualmente se obtiene una producción de 1000 a 1200kg de quinua por hectárea.

Actualmente la producción de quinua en Puno es generada por pequeños agricultores independientes y por agricultores asociados, que mantienen su producción independiente y por las comunidades campesinas. La mayoría produce individualmente y sin gestión empresarial, esto ha llevado a una situación desfavorable, que mostraremos a continuación a través del siguiente cuadro:

La Mesa de trabajo de quinua de Puno cuenta con un Plan objetivo estratégico, motivo de las reuniones mensuales, llevadas a cabo el primer jueves de cada mes, cuya finalidad es supervisar el avance y cumplimiento de dicho plan.



GRAFICO: Deficiencias en la gestión de la mesa de la quinua – Puno

Elaboración: Propia en base a las entrevistas a la mesa de trabajo de quinua.

Tras la asistencia a la reunión llevada a cabo el día 7 de octubre del presente año se pudo notar la ausencia por la mayoría de los miembros participantes y de los que asistieron notamos falta de compromiso, y cumplimiento con las tareas asignadas.

Dirección Regional Agraria de Puno



Foto 1: Dirección Regional Agraria de Puno

Fuente: Propia

En dicha Institución se realizó la reunión de la Mesa de Trabajo de Quinua llevada a cabo el 07 de octubre del 2010.



Foto 2: Integrantes de la Mesa de Trabajo de Quinua
Fuente: Propia

En esta foto se puede apreciar funcionarios públicos y al secretario de la Mesa de Trabajo de la quinua de Puno.



Foto 3: Integrantes de la Mesa de Trabajo de Quinua

Fuente: Propia

En esta foto se puede apreciar funcionarios públicos, secretario y presidente de la Mesa de Trabajo de la quinua de Puno.



Foto 4: Realizando las entrevistas a profundidad al señor secretario de la Mesa de Trabajo de quinua de Puno.

Fuente: Propia

En esta foto se puede apreciar a una de las integrantes del proyecto de tesis realizando la entrevista a profundidad al señor secretario de la Mesa de Trabajo de Quinoa.

De la reunión de la mesa de trabajo de quinua en la cual fuimos participes podemos hacer mención de lo siguiente:

1. La Asistencia de los miembros de la mesa de trabajo de quinua no fue lo habitual, ya que en dicha reunió solo se contaba con la participación de 10 personas, cuando lo habitual es de 30 participantes.
2. La revisión y cumplimiento de los objetivos estratégicos estaban inconclusos y en algunos casos no se habían realizado.
3. Se mostró una estructura organizacional débil y con discrepancias entre sus miembros.
4. Se realizó el balance de las ferias realizadas, los inconvenientes presentados y las coordinaciones de la próxima feria.
5. Se coordinó del perfil de los miembros a elegirse en las próximas elecciones de la mesa de trabajo de quinua.

Situación del agricultor Individual	Posibilidades que otorga la creación de una empresa asociativa
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo Volumen de producción • Aislamiento de infraestructura de almacenamiento • Producción sin procesamiento • Baja capacidad de negociación • Precio aceptante • Pocas opciones de financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de mayor Volumen • Disminución de costos • Mayor posibilidad de adquisición de infraestructura • Aumento de las relaciones y contactos, lo que permite acceder a créditos, a nuevos mercados y programas de apoyo • Mayor acceso a financiamiento • Mayor capacidad de negociación • Riesgos compartidos • Es mas fácil mejorar la calidad • Aumenta la posibilidad de establecer alianzas

CUADRO: ventajas de contar con una asociatividad

Elaboración: Propia en base a las entrevistas a la mesa de trabajo de quinua.

Elaboración: Propia en base a las entrevistas a la mesa de trabajo de quinua Por otro lado, actualmente la producción de quinua en Puno es generada por pequeños agricultores independientes y por agricultores asociados, que mantienen su producción independiente y por las comunidades campesinas. La mayoría produce individualmente y sin gestión empresarial, esto ha llevado a una situación desfavorable que mostraremos a continuación y al mismo tiempo cuales serian las posibilidades que otorga una asociación nacional de productores de quinua.

- BOLIVIA

El Primer productor y exportador de Quinua a nivel mundial de los últimos 5 años el cual será punto de referencia para nuestro análisis comparativo ya que al igual que Perú sus exportaciones se han ido incrementando.

Además ellos producen la quinua Real, la cual es una variedad exclusivamente de Bolivia, muy difícil de adaptarse a otros suelos, cuyo grano en tamaño, es superior a la producida en el Perú haciéndola única en el mercado internacional. Actualmente, son 7 las organizaciones regionales que forman ANAPQUI. Su sede se encuentra en La Paz, y la planta de tratamiento y el almacén general en Challapata. ANAPQUI pertenece a la Federación Boliviana de Pequeños Campesinos (CICOEC) y a la Federación Boliviana para el Cultivo Ecológico (AOPEB). Esta Federación tiene como meta desarrollar el cultivo sin productos químicos de síntesis en Bolivia y establecer una organización nacional que otorgue un sello de garantía de cultivo ecológico.

En el siguiente grafico podemos apreciar la estructura organizada de las labores comerciales de la quinua en Bolivia, lo cual le ha permitido alcanzar el éxito en sus exportaciones a nivel internacional existente hoy en día de manera organizada y conjunta.

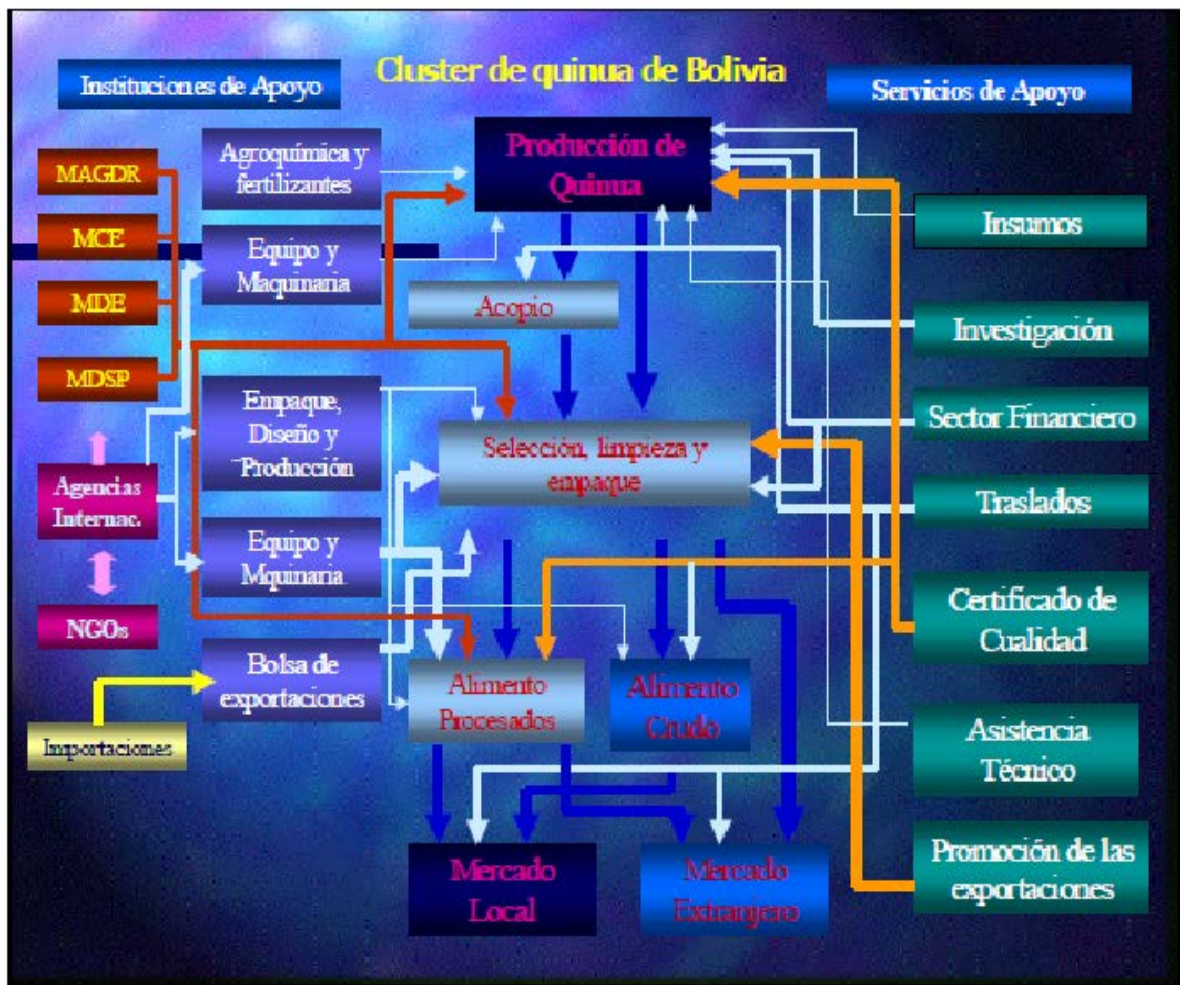


GRAFICO: Diagrama de clúster de ANAPQUI DE Bolivia

Fuente: Instituto Centroamericano de Administración de Empresas – INCAE- Bolivia

Un *clúster* es un grupo de compañías e instituciones interconectadas entre sí, ubicadas en un espacio geográfico particular, y unidas por prácticas comunes y complementarias. Está compuesto por a) los proveedores de productos o servicios finales que constituyen las empresas centrales del *clúster*; b) los proveedores de materiales, componentes, maquinaria, servicios, información, servicios financieros, infraestructura especializada, los servicios públicos de educación, capacitación, información, investigación y desarrollo, asistencia técnica, fijación de normas, promoción del comercio internacional, etc., y otros bienes o servicios que son insumos de los proveedores de productos finales; c) las compañías ubicadas en industrias relacionadas o

secundarias, como pueden ser los productores de productos complementarios o productos que comparten algunos de los principales insumos de las empresas centrales del *clúster*.

El *clúster* concentra en cinco zonas del Altiplano Boliviano: Challapata (principal centro de acopio y limpieza de quinua Real), Oruro (Centro de Acopio y Limpieza), La Paz y El Alto (centro de acopio, limpieza y transformación del producto), El Desaguadero (principal centro de acopio y exportación legal y de contrabando) y Cochabamba (centro de transformación de quinua).

2. Hipótesis Específica:

“La promoción de las exportaciones de quinua empleadas al mercado boliviano, como herramienta determinante para su protagonismo en el mercado internacional en comparación al mercado peruano.”

Promoción a las exportaciones por entidades del estado:

- Perú

Prosiguiendo con el análisis comparativo del mercado de la quinua en Bolivia y Perú, otro factor importante a considerar es la promoción a las exportaciones, porque nos permitirá dar a conocer nuestro producto, sus bondades y beneficios al consumidor posicionándonos en el mercado objetivo.

La entidad del estado de mayor representatividad que incentiva la promoción a las exportaciones de quinua en el Perú está dado por PROM PERU, según lo obtenido de la recopilación de nuestras entrevistas, motivando a la continuidad en la labor de producción y comercialización de quinua en la región de Puno.

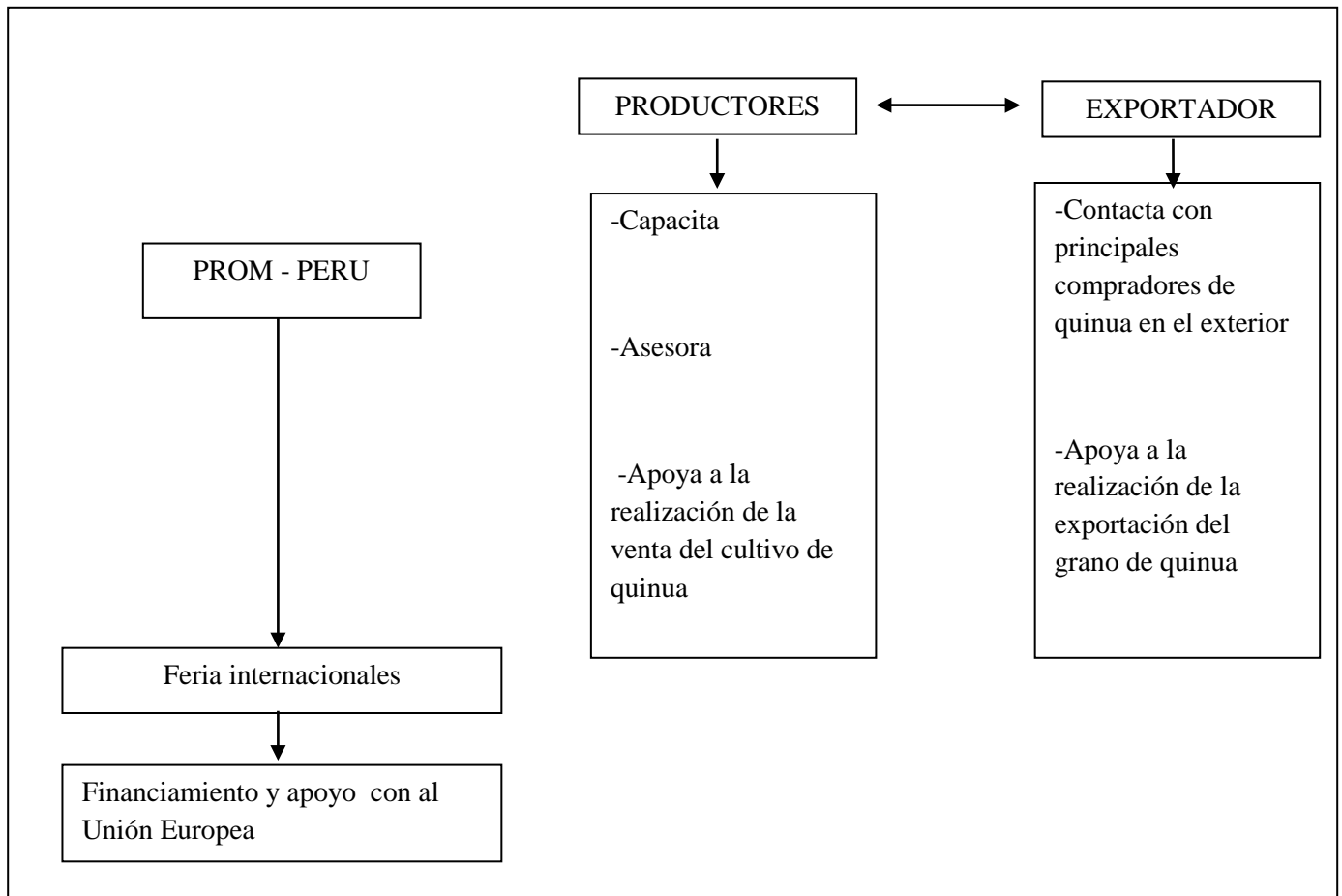


GRAFICO: Promoción a las exportaciones de quinua por PROM PERU – Puno

Elaboración: Propia en base a las entrevistas a la mesa de trabajo de quinua

Según el grafico PROM PERU, acompaña al productor en todo su proceso productivo y lo apoya contactándolo con principales exportadores para finalmente culminar con el ciclo de comercialización en la región de Puno.

Así mismo DIRCETUR de Puno nos indica que PROM PERU actualmente esta en convenio con la Unión Europea para promover el desarrollo y capacitación continua a los productores de quinua ya que se es consciente de los bajos recursos económicos que se manejan en la región.

PROM PERU promociona la exportación de la quinua a través de la principal Feria Expo – alimentaria la cual se constituye como la plataforma de negocios más importante de

Latinoamérica, con una completa exhibición de exportadores y productores agrícolas, agroindustriales y pesqueros, así como insumos, equipos, maquinarias y envases para la industria procesadora de alimentos, restaurantes y gastronomía.



EXPOALIMENTARIA es la feria indicada para:

- * Mantener e incrementar su posición en el mercado.
 - * Lanzar nuevos productos.
 - * Ampliar su cartera de clientes.
 - * Identificar y tomar contacto con nuevos proveedores.
 - * Establecer negocios con compradores de todo el mundo.
- * Conocer los últimos avances en desarrollo tecnológico, nuevos procesos, nuevos sistemas y aplicaciones para el procesamiento, industrialización y comercialización de alimentos.
 - * Conocer las últimas tendencias de la industria alimentaria, con una visión clara del panorama mundial.

Independientemente a ello la mesa de trabajo también realiza actividades de promoción pero a nivel de la región de Puno, por la poca disponibilidad financiera con la que cuenta dicho agrupamiento, la cual lo restringe de eventos mayor envergadura.

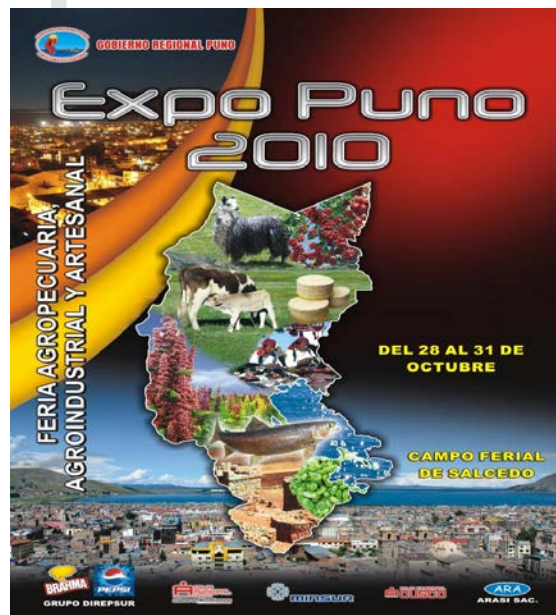
Las ferias para la promoción de la quinua por la Mesa de trabajo de Puno son:

- Festival de quinua: llevado a cabo del 3 al 5 d septiembre Con el objetivo de difundir los avances tecnológicos en la producción primaria, transformación y gastronomía de la quinua y la cañihua.

Durante el evento se realiza el intercambio de conocimientos técnico – científicos, innovaciones, avances tecnológicos y experiencias relacionadas a la producción, transformación, agroindustria, asociatividad y comercialización de la quinua y cañihua.



- Expo-Puno se lleva a cabo del 28 al 31 de octubre de cada año y tiene como finalidad aperturar un espacio de intercambio y promoción que permite la participación de productores primarios, transformadores y comercializadores de la quinua.



Esta es la situación actual, aun necesitamos más labores de promoción que nos posicionen en el mercado, llevando la promoción no sólo a nivel de región sino a nivel nacional e internacional.

- Bolivia

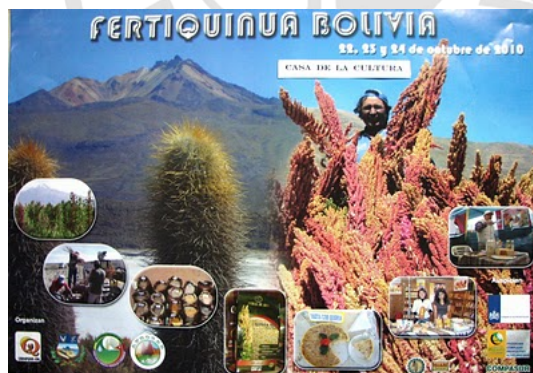


En este caso la entidad encargada a la promoción de las exportaciones de quinua es el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, PROMUEVE BOLIVIA, creada por el gobierno de Bolivia como una entidad pública desconcentrada, dependiente del Ministerio de Producción y Microempresa.

Dicha entidad está destinada a facilitar, impulsar y promover las exportaciones y el turismo de Bolivia en el exterior, en los sectores público, privado, comunitario y mixto, en el marco de un patrón exportador diversificado y con mayor valor agregado.

Las ferias para la promoción de la quinua en Bolivia son:

- Fertiquina: La IV Versión de la Feria Tradicional de Integración de la Quinua del Departamento de Oruro denominada “Fertiquina”, se desarrolló el 22 al 24 de octubre de 2010, con el fin de promover e incentivar el consumo en el mercado interno y difundir la tecnología del sector quinuero.



- Feria de la quinua: Se realizó el 25 al 28 de agosto, Feria de la Quinua y el Cacao en el campo ferial de Mallasa, donde participarán 20 productores de La Paz y Oruro, esta actividad fue programada con la Red Nacional de Comercio, bajo el lema “Con las manos en la tierra, produciendo nuestros alimentos sanos, creando soberanía alimentaría, volviendo a ser uno con la tierra”.

La finalidad de la realización de la feria es la de promocionar y apoyar al crecimiento económico de este sector productivo, además de promocionar el precio justo, tanto para el productor como para el consumidor en la comercialización de la quinua y el cacao.



A diferencia de Perú; Bolivia valora el producto de la quinua, reconociéndolo como producto bandera, recibiendo el apoyo incondicional por parte del estado, ya sea a través de la promoción e investigaciones del producto patrocinadas por el gobierno.

5.2. Discusión de resultados

Habiendo analizado como complemento toda la data estadística de las exportaciones de los principales productores de quinua como son Bolivia y Perú, determinamos que si bien es cierto en ambos casos el incremento de la exportaciones es notorio, entonces nos cuestionamos a que se debe, a que se debe el éxito de Bolivia, y que falta implementar en el Perú para poder lograr el mismo reconocimiento, por ello hemos considerado dos factores:

Determinamos que la existencia de una asociación nacional de productores de quinua en el Perú es muy importantes para el desarrollo de las exportaciones, no solo en la región de puno sino a nivel nacional; ya que mejorará la toma de decisiones con una optima gestión, solidez y organización para el desarrollo de los objetivos planteados.

La asociatividad generará beneficios también a los exportadores ya que le permitirá comprar en mayor volumen a los productores, volviéndonos más competitivos frente a Bolivia, mejorando su nivel de negociación.

Por otro lado la promoción a las exportaciones de quinua aplicada en el Perú, no es suficiente para posicionarse en el mercado internacional, comparado a Bolivia con su consolidada organización en conjunto con el apoyo del estado y su reconocimiento a la quinua como producto bandera.

La presente investigación es válida porque la data fue extraída de la base de datos de las principales páginas web de los mercados investigados. Además de la recopilación de la información encontrada en la región de Puno.

6 Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

1. La falta de asociatividad y mayor promoción a las exportaciones por parte del estado en el caso peruano no ha permitido consolidarse en el mercado internacional en la misma magnitud de Bolivia.
2. La necesidad de formar una asociación nacional de productores quinua como el caso de Bolivia (ANAPQUI), que nos permitirá contribuir a una mayor producción para ofrecer al mercado internacional, desarrollando competitividad, mejorando la toma de decisiones y negociación.
3. Existe poca difusión a la promoción de las exportaciones de quinua en el Perú, no logrando el mismo posicionamiento que tiene nuestro principal competidor, Bolivia.
4. Los principales factores de éxito de Bolivia se debe a su consolidada asociación nacional de productores de quinua, más conocido como ANAPQUI y a la adecuada difusión y promoción a las exportaciones de quinua.

6.2 Recomendaciones

1. El gobierno peruano debería fomentar la creación de una asociación nacional de productores quinua, que permita integrar a todo el flujo de comercio de la quinua, logrando de esta manera mayor solidez y consolidación en toda la cadena logística de la quinua.
2. Así mismo el gobierno peruano debería Fomentar una mayor promoción a las exportaciones de quinua en el Perú, además de desarrollar nuevas estrategias de promoción, por ejemplo: visitando las embajadas de los diferentes países situados en el Perú con la intención de difundir el producto viendo otras oportunidades de mercado.
3. Para una mejora en la gestión de la mesa de trabajo de la quinua, los miembros participantes deberán concientizarse de la funciones a desempeñar, para ello deberán asumir el compromiso que esto implica, por otro lado lograr estabilidad entre los miembros que conforman la mesa de trabajo de quinua, con la finalidad de cumplir con los objetivos estratégicos planteados.
4. Los productores de quinua interesados en pertenecer a una asociación deberán ser constantes y participativos para lograr el cumplimiento de los objetivos trazados y de esta manera verse beneficiado con la consolidación de los productores.

Referencias Bibliográficas

Referencias Bibliográficas:

- **Chura E. 2006.**Manual Proceso Productivo de la Quinua, Proy. Quinua Lampa, San Román, DRA, Puno, Perú.
- **Condori, j. I. 2006** .Transformación de la Quinua, Emp. El Altiplano SAC, Juliaca, Perú.
- **Jacobsen, S.E y Mujica, A., 1999**, “Libro de Resúmenes del Primer Taller Internacional de Quinua”, UNALM, Lima, Perú; 1999.
- **AS (Japan Agricultural Standards), 2008:** Sistema de calidad estándar que se aplican a bebidas, alimentos procesados, productos forestales, aceites y grasas.
- **Luis Nohara, 2008** Cámara de Comercio Peruano Japonés.
- **Manual JAS 1999**, proporcionado por la Cámara de Comercio Peruano Japonesa.
- **Talavera R. et. al. Producción Orgánica, Agroindustria y Comercialización de la Quinua, Proy. Quinua Chucuito y El Collao**, DRA, Puno, Perú, 2006.
- **BANEGAS, M. Et Al. 1990.** Manejo de Semilleros de Quinua. Inipa. Estación Experimental Zonal Illpa. Serie Folleto, 12 P. Puno, Perú.
- **MUJICA A. 1977** Tecnología del cultivo de la quinua. En. CURSO DEQUINUA, 1977, Fondo Simón Bolívar, M.A., IICA, UNTA. P. 101-110 Puno, Perú. 193 p
- **LESCANO, J. 1977.** Métodos De Mejoramiento. En. Curso De Quinua, 1977,Fondo Simón Bolívar, M.A., Ica, Unta. P. 63-65 Puno, Perú. 193 P.

- **Instituto Nacional de Defensa de La Competencia y de La Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, 1984) *Norma Técnica de La quinua* - NPT 2005.0622009.**

Referencias Electrónicas:

- <http://www.taric.es/scripts/nottaric.dll/arncl?c=3217415>
- http://www.cbi.nl/food_select.htm
- <http://www.embavenez-us.org/comercio/import.html>
- http://www.maff.go.jp/soshiki/syokuhin/cqecs/proj_e6.html
- http://www.jetro.go.jp/ip/e/access/processed_foods.html
- <http://www.upbusiness.net/investigación>.
- **MINISTERIO DE AGRICULTURA:** Oportunidades de negocio. Recuperado el 18 de agosto de 2009. Disponible en: <http://www.minag.gob.pe>
- **ADEX DATA TRADE.** *Área de Inteligencia Comercial.* Recuperado el 25 de Setiembre de 2009. Disponible en: www.adexdatatrade.com
- **ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA NACIÓN.** Recuperado el 25 de Setiembre de 2010. Disponible en: http://www.fao.org/index_es.htm
- **UNITED STATES INTERNATIONAL TRADE COMMISSION.** Recuperado el 26 de Setiembre de 2010. Disponible en: <http://www.usitc.gov/>
- **SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS.** Recuperado el 15 de Octubre de 2010. Disponible en: <http://www.sunat.gob.pe/>
- **INDUSTRY CANADA.** Recuperado el 24 de agosto de 2010. Disponible en: http://www.ic.gc.ca/ic_wp-pa.htm
- **ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION.** Recuperado el 24 de agosto de 2010. Disponible en: <http://www.aladi.org/>
- **FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO) *Alimentos Orgánicos.*** Recuperado el 20 de setiembre de 2010. Disponible en: <http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/004/y6976s.htm>

- **FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA) . *Definición de FDA***. Recuperado el 05 de Mayo de 2010. Disponible en: <http://www.fda.gov/>
- **MINISTERIO DE AGRICULTURA: *Oportunidades de negocios***. Recuperado el 09 de Octubre de 2010. Disponible en: http://www.minag.gob.pe/download/pdf/especiales/dinamica/VIII_Comercio_Exterior.pdf
- **UNITED STATES INTERNATIONAL TRADE COMMISSION (USITC, 2009) *Clasificación de la partida arancelaria de la quinua***. Recuperado 15 de octubre de 2010. Disponible en: <http://www.usitc.gov/publications/docs/tata/hts/bychapter/1000C11.pdf>
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA DE BOLIVIA**. Recuperado el 20 de octubre de 2010. Disponible en: <http://www.ine.gob.bo/>





**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS EXPORTACIONES DE QUINUA
DE PERÚ Y BOLIVIA 2005-2010**

Rosalía Falcón Muñoz
Evelyn Riveros Villanueva

Entrevista 1. Miembro de la mesa de trabajo de quinua / productor de quinua- Puno

Área temática 1. Datos generales.

P1. ¿Cuál es su Nombre?

José Satos

P2. ¿Cuál es su edad?

60 años

P3. ¿En que ciudad de Puno Vive?

Azángaro

Área temática 2. Información del Producto

P4. ¿Hace Cuanto tiempo cultiva la quinua?

Bueno, yo cultivo desde el año 2004.

P5. ¿Qué tipo de Quinua cultiva?

La quinua que cultivo es Cancolla y Cancani esas dos son la que actualmente siembro.

P6. ¿Cuántas hectáreas de Quinua posee? , son exclusivamente de Quinua?

Cultivo 1 hectárea, no además de la quinua tengo mi ganado.

P7. ¿Cuáles son los meses de temporada de cosecha de quinua?

Bueno nosotros sembramos en octubre y lo cosechamos en marzo.

P8. ¿Cuántos kilos de Quinua produce al año?

Aproximadamente lo que obtenemos es de 1300 kilos.

P9. ¿Le da tratamiento al cultivo de la Quinua, Cada cuanto tiempo?

No, así nomas al natural, antes le echábamos fertilizantes, pero ya no, como tengo ya años sembrando ya no es necesario.

P10. ¿Cuánto le pagan por cada kilo de Quinua?

Bueno lo vendo a S/. 3.00 a S // . 4.00

P11. ¿A quién Le vende La Quinua?

A los intermediarios, ya ellos se encargan de venderlo a los exportadores.

P12. ¿Se dedica a otras actividades, además del cultivo de la Quinua?

Sí, tengo mi ganado.

P12. ¿Participa en campañas de acopio?

Sí, por ejemplo en el mes de junio participe de una en Julca.

Área temática 3. Asociatividad

P13. ¿Cuál es el distrito o región donde se encuentra ubicado su cultivo de quinua?

A la comunidad Macalla Peripiene.

P14. ¿Ud. ha recibido algún apoyo por parte del Estado Peruano (visitas de ingenieros, capacitadores, charlas informativas)?

No ninguno, por eso es que participamos es la mesa de quinua para poder hacer llegar nuestros principales problemas y poder apoyarnos en ellos.

P15. ¿Qué opina de la gestión del ministerio de agricultura?

Desconozco ya que como lo menciono no recibimos apoyo, actualmente estamos trabajando en el proyecto de la quinua junto con la mesa de trabajo.

P16. ¿Confía en los demás productores de quinua de la zona?

Si, trabajamos juntos de ser necesario no tengo inconvenientes ya que pertenecemos a una pequeña comunidad donde participamos varios productores de quinua.

P17. ¿Estaría Ud. dispuesto a asociarse con los demás productores de Quinua de la zona con la intención de mejorar el cultivo y aumentar el volumen de producción?

Si, por eso participamos en la mesa ya que es lo que estamos planeando para fines de este año, así mismo contar con maquinaria para mejorar el cultivo, aumentar los volúmenes de producción, eso es lo que queremos.

P18. ¿Considera Ud. Importante contar con una asociación de productores de Quinua?

¿Por qué?

Claro que si, trabajar todos juntos sería muy beneficioso ya que nos permitiría vender la quinua directamente y ya no con intermediarios.

P19. ¿Existe actualmente alguna agrupación, comitiva, corporación de productores de Quinua?

Bueno, yo pertenezco a la Asociación de Azángaro.

P20. ¿Cuáles han sido los principales inconvenientes que se han presentado el no pertenecer a una Asociación Nacional De productores de quinua?

No tenemos un mercado fijo, invertimos mucho tiempo y no podemos abastecer con mayores cantidades de quinua.

Área temática 4. Promoción a las exportaciones

P21. ¿Qué tanto se conoce el producto de la Quinua en la zona?

Aquí en Puno si conocemos la quinua, todos saben del producto.

P22. ¿Considera Ud. Que nuestro país tiene conocimiento del producto o falta difundirla?

Falta difundirla, si bien es cierto lo conocemos aquí en la región, no se le da la misma importancia en las demás regiones del país.

P23. ¿El mayor porcentaje de consumo de quinua considera Ud. Que es nacional o internacional?

Yo vendo más aquí a la región.

P24. ¿Tiene alguna idea de cómo Bolivia ha venido promocionando con éxito la exportación de quinua?

Es que en su caso ellos dedican su tiempo exclusivamente a la quinua, en cambio nosotros compartimos el cultivo de la quinua con nuestro ganado.

P25. ¿Considera usted que la industrialización de la quinua, como una manera de promocionar el producto dando a conocer sus diversas presentaciones?

Claro que sí, será mucho más beneficioso, pero para ellos necesitamos maquinaria y apoyo del estado.

Entrevista 2. Miembro de la mesa de trabajo de quinua / Especialista en el tema de la quinua

Área temática 1. Datos generales.

RAZON SOCIAL: MESA DE TRABAJO – PRODUCTO DE LA QUINUA

DIRECCION: Jr. Moquegua n° 264 - PUNO

EMAIL: eusebioa99@hotmail.com

CONTACTO

NOMBRE: Eusebio Chura

CARGO: Presidente de Mesa de Trabajo de Quinua

Área temática 2. Información del Producto

P1. ¿Sabemos que la quinua es un producto representativo de la región Andina con un notorio incremento en la exportaciones, cual es la importancia de la quinua para el departamento de Puno?

Bueno, la quinua la consideramos como el producto bandera de la región, básicamente por las bondades; la diversidad de la planta, que se preparan a base de quinua, empleadas para el autoconsumo, así mismo el incremento del precio que se está dando en el mercado, cuyo beneficio esta en los bajos costos de producción , obteniendo una mayor rentabilidad.

P2. ¿Cuál Es el promedio anual de producción de Quinua?

La cantidad de producción oscila entre 1000 a 1200 kilos, la cual en realidad puede ser variable.

P3. ¿Aproximadamente cuántas variedades de quinua se cultivan en la región, y cuáles son las empleadas para la exportación?

Las principales de cultivo son básicamente:

- Kancolla
- Salcedo Inia
- Illpa Inia
- Blanca de Juli
- Pasancalla (Roja)
- Negra Collan

De las mencionadas la que consideramos para exportación son la Salcedo Inía y la Illpa inía, ya que son blancas y es lo más solicitado en el mercado.

P4. ¿Cuáles son los principales mercados, que demandan nuestra quinua peruana? ¿Por qué de su consumo?

Dentro de nuestros principales mercados podríamos considerar a:

- Estados Unidos
- Alemania
- Inglaterra
- Japón
- Canadá

P5. ¿Sabemos que la principal exportación de quinua se da en grano, actualmente se viene exportando otras presentaciones de la quinua ¿Cuáles? ¿En qué porcentaje?

Definitivamente el mayor porcentaje se da en grano, y bueno las empresas exportadoras se encargan de darle la transformación a producto como por ejemplo. Hojuelas de quinua, en el caso de INCASUR, está exportando quinua en barras energéticas.

P6. ¿A qué se debe que aun no hayamos industrializado la quinua?

El que no hayamos industrializado la quinua aun es por la carencia de recurso financiero, sumado a la falta de apoyo de del gobierno, actualmente en la zona trabajamos conjuntamente con las empresas INCASUR, CIRMA, ACENPROMUR y ANTIPLANO.

P7. ¿En las reuniones mensuales establecidas en la mesa de la quinua, ¿Cuáles son los puntos principales a tratar?

La reunión de la mesa la llevamos a cabo una vez al mes, en las cuales vemos y analizamos los avances del POE (PLAN DE OBJETIVOS ESTRATEGICOS) y la organización de las próximas actividades a realizarse

Área temática 3. Asociatividad

P8. ¿Podría darnos una breve explicación sobre la mesa de la quinua?

La Mesa de trabajo se encarga de reunir a toda la cadena de valor de la quinua es decir; productores, transformadores, empresas privadas, ONG y universidad privada.

P9. ¿Con qué finalidad se dio la creación de la mesa de quinua, ¿en qué año inició sus actividades?

La Mesa de trabajo comenzó con sus actividades el 15 de diciembre del 2005, llevándose a cabo el plan operativo en el año 2007 por el MINCETUR.

P10. ¿Podría mencionarnos sobre la existencia de una asociación nacional de Quinua en el país?

No podría indicarte, ya que a la fecha no se ha creado ninguna asociación de Quinua, ni en la región, ni a nivel nacional.

P11. ¿Aproximadamente cuántos productores de Quinua hay en la región?

Actualmente contamos con 11290 productores organizados y 87 Organizaciones en la región Puno.

P12. ¿A qué se debe que la producción y exportación peruana sea inferior a la de Bolivia?

Yo consideraría a dos factores:

1ro. El área de siembra, la cual se encuentra limitada, no pudiendo abastecer a todas las exigencias del mercado.

2do. La falta de apoyo por parte del gobierno

P13. ¿Por qué razón cree UD. que a la fecha no se haya dado una asociación nacional de quinua ¿cuáles son los principales factores?

Por la falta de sensibilización con el tema de la quinua y la carencia de capacitación en el ámbito productor.

Definitivamente nos urge una asociación nacional para lograr estabilidad y consolidarnos en el mercado.

Área temática 4. Promoción a las exportaciones

P14. Considera Ud. ¿Qué se ha ido desarrollando una política de promoción marca país a la quinua en los últimos años?

Sinceramente, no.

P15. ¿Qué acciones se han tomado para la promoción a la exportación y consumo de Quinua?

A nivel local las ferias que realizamos por ejemplo: EXPO PUNO 2010.

El CERX (COMITÉ EJECUTIVO NACIONAL EXPORTADOR), Videos, para difundir los productos de la zona.

P16. ¿Existe alguna institución que se encargue de promover las exportaciones de quinua?

Básicamente PROM PERU (Norma técnica) y MINCETUR con las promociones.

P17. ¿A qué se debe el posicionamiento de la Quinua Real en el mercado mundial?

Cuenta con más años en el mercado, el tamaño del grano y porque es peculiar de la zona, la quinua real es propia de Bolivia.

P18. ¿Considera usted que Bolivia ha dado una mayor énfasis a la promoción de las exportaciones de quinua a diferencia de nuestro país?

Claro que sí, la difusión y apoyo por parte de su gobierno que lo respalda además de la concientización de la rentabilidad del producto y su crecimiento en el mercado mundial.

Entrevista 3. Miembro de la mesa de trabajo de quinua / Especialista en el tema de la quinua

Área temática 1. Datos generales.

EMPRESA

RAZON SOCIAL: Dirección Regional Agraria

DIRECCION: Jr. Moquegua 264 - Puno

CONTACTO

NOMBRE: Vicente Alata

CARGO: Coordinador de Cultivos – Miembro de la mesa de quinua - Puno

Área temática 2. Información del Producto

P1. ¿Qué opinión le merece la Quinua como producto de exportación?

Se trata de un producto estratégico en el altiplano básicamente por las cualidades que posee la quinua y su alta demanda en el mercado.

P2. ¿Cuál es la principal variedad de Quinua a exportar?

La quinua que empleamos para la exportación son:

- ✓ Salcedo Inia
- ✓ Cancolla
- ✓ Blanca de Juli
- ✓ Pasancalla

P3. ¿Y la Sajama?

No la sajama ya no la empleamos, para poder reemplazarla hemos hecho un cruce entre la Blanca de Juli y la sajama obteniendo la salcedo Inia, la cual empleamos para la exportación en lugar de la sajama.

P4. ¿A qué se debe que aun no hayamos industrializado el producto?

Básicamente, por la falta de maquinaria lo cual nos facilitaría la transformación de la quinua.

P5. ¿Cuál considera Ud. qué son los principales mercados de exportación de Quinua?

El principal es Estados Unidos, seguido de Japón y Dinamarca.

P6. ¿Cuál es la principal diferencia entre la Quinua Real y la Quinua Peruana?

La diferencia está en la cantidad de proteínas, la quinua peruana es mucho más nutritiva y con un mayor contenido nutricional, mientras que el de la quinua real solo es el tamaño porque su valor nutritivo es menor y eso está técnicamente comprobado.

P7. ¿De qué forma la mesa de la Quinua ha contribuido al desarrollo de las exportaciones?

La mesa de la quinua ha permitido:

- ✓ La estandarización del producto
- ✓ Organización de productores
- ✓ Organización de la oferta
- ✓ La elaboración de la Norma Técnica Peruana

Área temática 3. Asociatividad

P8. ¿Qué tan importante considera Ud. a las instituciones creadas para el desarrollo de la quinua?

Actualmente son pocas las instituciones que vienen trabajando en la Quinua, pero deberían centralizarse en los puntos críticos de la cadena, por ejemplo: la comercialización, es decir, la falta de negociación.

P9. ¿Se puede considerar a la mesa de la Quinua como una asociatividad de productores y en qué forma los ha beneficiado?

Si, la mesa está conformada por productores, lo que buscamos es despertar el interés en la producción de la quinua por el mercado, sin descuidar su salud, incentivando la asociatividad.

P10. ¿Cuál o cuáles son las razones por las que aun no se establece una asociación nacional de productores de quinua, considerando que puno es el principal productor de Quinua?

Porque no se le ha dado el valor real al producto a nivel nacional, no se le reconoce a este producto como alimento clave en la salud alimentaria.

P11 ¿Cuál es la importancia de la asociatividad?

Su importancia radica en organizar la oferta y estandarizar al producto.

P12. ¿Se podría considerar al modelo Boliviano como un buen ejemplo de organización y asociatividad?

Si definitivamente, hay que rescatar este modelo, claro adecuándolo a nuestra realidad.

Área temática 4. Promoción a las exportaciones

P13. ¿Ud. Cree qué se ha ido aplicando una adecuada promoción a las exportaciones de quinua en el mercado mundial?

No, no existe una adecuada promoción a las exportaciones, porque nosotros vendemos a los brókers y ellos a los exportadores y bueno no manejamos el tema de marketing que ellos emplean.

P14. ¿Cuál ha sido la principal estrategia de Bolivia para el posicionamiento de la quinua Real en el mercado mundial?

El tamaño de su grano que es lo que la hace más comercial y bueno la producción orgánica.

P15. ¿Existe alguna institución encargada de la promoción de la Quinua?

La Mesa de trabajo de la Quinua, a través de la realización por ejemplo de las ferias, expo Puno.

P16 ¿Cuáles son los principales aspectos a considerar para una adecuada difusión y promoción de las exportaciones de quinua?

Podemos considerar las cualidades nutritivas y curativas y rescatar los derivados como la saponina.

P17. ¿Qué opinión le merece la estrategia marca-país y cree usted que puede ser aplicado a la quinua exitosamente?

Que si puede emplearse en nuestro país pero de ello depende de la importancia y valor que se le dé a la quinua.

P18. ¿Cuál cree usted que sea los factores de éxito que ha venido desarrollando el mercado Boliviano para su posicionamiento en el mercado mundial?

Los principales factores de éxito de Bolivia es por:

- ✓ Difusión del producto por parte del estado Boliviano.
- ✓ Por la asociación nacional de productores de quinua
- ✓ La producción de Quinua orgánica
- ✓ Las instituciones que trabajan exclusivamente para la Quinua.

Entrevista 4. Miembro de la mesa de trabajo de quinua / Especialista en el tema de la quinua

Área temática 1. Datos generales.

EMPRESA

RAZON SOCIAL: DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO DE PUNO.

CONTACTO

NOMBRE: Juana García Pineda

CARGO: Directora de comercio exterior de Puno.

Área temática 2. Información del Producto

P1. ¿Qué opinión le merece la Quinua como producto de exportación?

La quinua es un producto con propiedades nutritivas, excelente para el consumo, considerado en el PENX (Plan Estratégico regional), cuya priorización es de las artesanías, trucha y quinua. ¡La quinua es el alimento del pueblo!

P2. ¿Cuál es la principal variedad de Quinoa a exportar?

La quinoa blanca es la principal de exportación, en cuanto a la variedad los especialistas son los que cuentan con esa información, porque son muchas pero la característica común es en cuanto al color.

P3. ¿A qué se debe que aun no hayamos industrializado el producto?

A mi parecer si esta industrializado tenemos la quinoa procesada en diferentes presentaciones, teniendo como principales empresas a:

- PERU WORLWIDE SAC
- ECOLOGICAL SAC

El problema está en nuestra capacidad de abastecer por lo que sería óptima la asociatividad con Bolivia.

Y si aun no nos industrializamos como debería ser es por la falta de imaginación para la elaboración de nuevos productos.

P4. ¿Cuál es la principal diferencia entre la Quinoa Real y la Quinoa Peruana?

El tamaño, la quinoa real es mucho más grande, El valor nutricional de la quinoa peruana Y la diferencia de los suelos, que es donde principalmente radica la diferencia.

P5. ¿De qué forma la mesa de la Quinoa ha contribuido al desarrollo de las exportaciones?

La mesa ha contribuido mucho con su aportación a la realización del plan operativo del producto, trazando actividades, para la realización exitosa de las mismas.

Bueno también tenemos a otras instituciones como la Unión Europea la cual ha dado donación de trilladoras y cursos de capacitación en conjunto con el MINCETUR, Además del nuevo proyecto con la unión europea.

Área temática 3. Asociatividad

P6. ¿Se puede considerar a la mesa de la Quinoa como una asociatividad de productores y en qué forma los ha beneficiado?

Sí, pero lamentablemente la mesa carece de personalidad jurídica y aun está en debate para su consolidación.

P7. ¿Cuál o cuáles son las razones por las que aun no se establece una asociación nacional de productores de quinua, considerando que puno es el principal productor de Quinua?

Por la falta d liderazgo y el apoyo del gobierno

P8. ¿Cuál es la importancia de la asociatividad?

Es importante, para poder lograr los volúmenes, precios y asistencia técnica, permitiéndonos cubrir las exigencias del mercado.

P9. ¿Se podría considerar al modelo Boliviano como un buen ejemplo de organización y asociatividad?

Claro que sí, básicamente por el apoyo que reciben por parte del estado boliviano.

Área temática 4. Promoción a las exportaciones

P10. ¿Ud. Cree que se ha ido aplicando una adecuada promoción a las exportaciones de quinua en el mercado mundial?

Sí, la quinua hoy en día es muy conocida en el mercado, lo cual se ve reflejado en las altas cifras de la demanda del mercado, que exige abastecerse de dicho producto.

P11. ¿Existe alguna institución encargada de la promoción de la Quinua?

Principalmente tenemos a PROM PERU, cuya sede se encuentra en Cuzco.

P12. ¿Cuáles son los principales aspectos a considerar para una adecuada difusión y promoción de las exportaciones de quinua?

P13. En el caso de PROM PERU, capacita y está en constante seguimiento, realiza ferias internacionales.

En el caso de la mesa de trabajo, elabora la página web para llevar a cabo la promoción y realiza ferias a nivel de la región.



Fotos - Visita a Puno

Dirección Regional Agraria de Puno



Foto 1: Dirección Regional Agraria de Puno

Fuente: Propia

En dicha Institución se realizó la reunión de la Mesa de Trabajo de Quinoa llevada a cabo el 07 de octubre del presente año.



Foto 2: Integrantes de la Mesa de Trabajo de Quinua

Fuente: Propia

En esta foto se puede apreciar funcionarios públicos y al secretario de la Mesa de Trabajo de la quinua.



Foto 3: Integrantes de la Mesa de Trabajo de Quinua

Fuente: Propia

En esta foto se puede apreciar funcionarios públicos, secretario y presidente de la Mesa de Trabajo de la quinua.



Foto 4: Realizando las entrevistas a profundidad al señor secretario de la Mesa de Trabajo de quinua.

Fuente: Propia

En esta foto se puede apreciar a una de las integrantes del proyecto de tesis realizando la entrevista a profundidad al señor secretario de la Mesa de Trabajo de Quinua.



Foto 5: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Puno
Fuente: Propia

Podemos apreciar al DIRCETUR de Puno, al cual asistimos para la realizar la entrevista a profundidad a la Directora de Comercio Exterior y Turismo – Sra. Juana García.







