Plan de Trabajo de la Quinua

Promocionar la quinua en el mercado internacional contribuyendo al crecimiento de sus exportaciones de valor agregado y al número de empresas exportadoras peruanas.

Dirección de Promoción de Exportaciones

prom perú

1. Antecedentes

¿Qué es la Quinua?

Chenopodium quinoa Willd.

- Planta anual originaria de los andes, algunas veces es llamado pseudo cereal, debido a su apariencia de cereal y otras veces pseudo oleaginosa debido a su alto contenido de aceites.

- .Es el único alimentos vegetal que posee todos los **aminoácidos esenciales**, rico en vitaminas y minerales. **Libre de Gluten**

- La excepcional riqueza en aminoácidos le confiere propiedades terapéuticas como: colaborar en la formación de anticuerpos, favorecer la función gástrica, participa en el metabolismo de los ácidos grasos y ayuda al transporte y absorción del calcio.

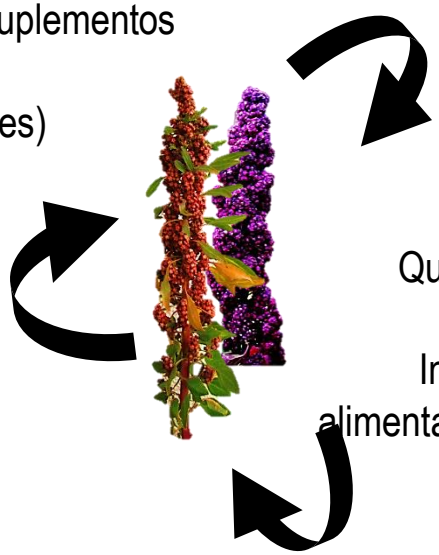
- Amplia adaptabilidad a condiciones de clima y suelo(0 - 4000 msnm)

Grandes potencialidades

Valor agregado

Los subproductos de la quinua ofrecen una amplia gama de usos:

- Alimentaria (cerveza, pan, yogurt, aceite)
- Nutraceutica (formulas para bebes, suplementos alimenticios)
- Química (pasta de dientes, detergentes)
- Otros



Gastronomía

Quinua en la cocina tradicional e innovadora.
Incorporación en programas de alimentación en colegios y hospitales.

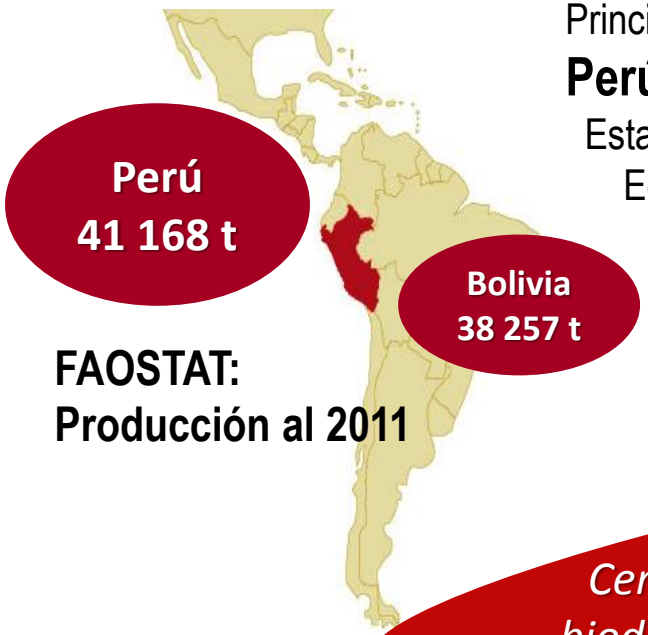
Seguridad Alimentaria

Los pequeños agricultores se beneficiarán tanto de su producción (mayores ingresos), su consumo (valor nutritivo), y la recuperación de valores tradicionales.

FAO: Lanza oficialmente el 2013 como el Año Internacional de la Quinua

Para implementar el AIQ se ha diseñado un plan maestro basado en tres componentes:

- Información y comunicación
- Investigación, tecnología y comercialización
- Mecanismos de cooperación y movilización de fondos.



FAOSTAT:
Producción al 2011

Principales Productores:

Perú, Bolivia
Estados Unidos
Ecuador
Argentina
Canadá.

Actualmente el cultivo se encuentra en expansión, encontrándose en más de 70 países.

Objetivo del AIQ

Centrar la atención mundial sobre el papel de la biodiversidad de la quinua y su valor nutricional en la seguridad alimentaria y la erradicación de la pobreza

Instaló la Comisión Multisectorial del "Año Internacional de la Quinua 2013".

Integrada por:

- Ministerio de Agricultura,
- Ministerios de Relaciones Exteriores,
- Ministerio de Producción,
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo,
- Ministerio de Educación,
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y
- Ministerio de Salud.

Grupos de trabajo:

- Los Gobiernos Regionales de Puno
- La Municipalidad Metropolitana de Lima
- PROMPERU
- INDECOPI
- CONCYTEC
- Universidad Nacional Agraria la Molina
- Universidad Nacional del Altiplano
- El Centro Internacional de la Papa
- APEGA
- La representación de FAO en el Perú.

Producción Nacional de Quinua 2012
44,207 Toneladas

Mayor participación en producción 2012

Principales participaciones en producción 2012

Variación en producción %

Departamentos	Toneladas 2012	Var% 2011/2012
Puno	30,179	-1.1%
Ayacucho	4,185	33.2%
Cuzco	2,227	3.2%
Apurímac	2,095	29.7%
Junín	1,882	9%
Arequipa	1,683	52.7%

Superficie Cosechada de Quinua 2012
38,493 hectáreas

Mayor participación en superficie cosechada 2012

Superficie cosechada de mayor variación % promedio 2009/2012

Superficie cosechada y var. %

Departamentos	Hectáreas 2012	Var. % 2009/2012
Puno	27,445	1.7%
Ayacucho	3,641	24.8%
Cusco	2,233	2.9%
Junín	1,432	11.7%
Apurimac	1,297	8.1%
Arequipa	594	28.0%

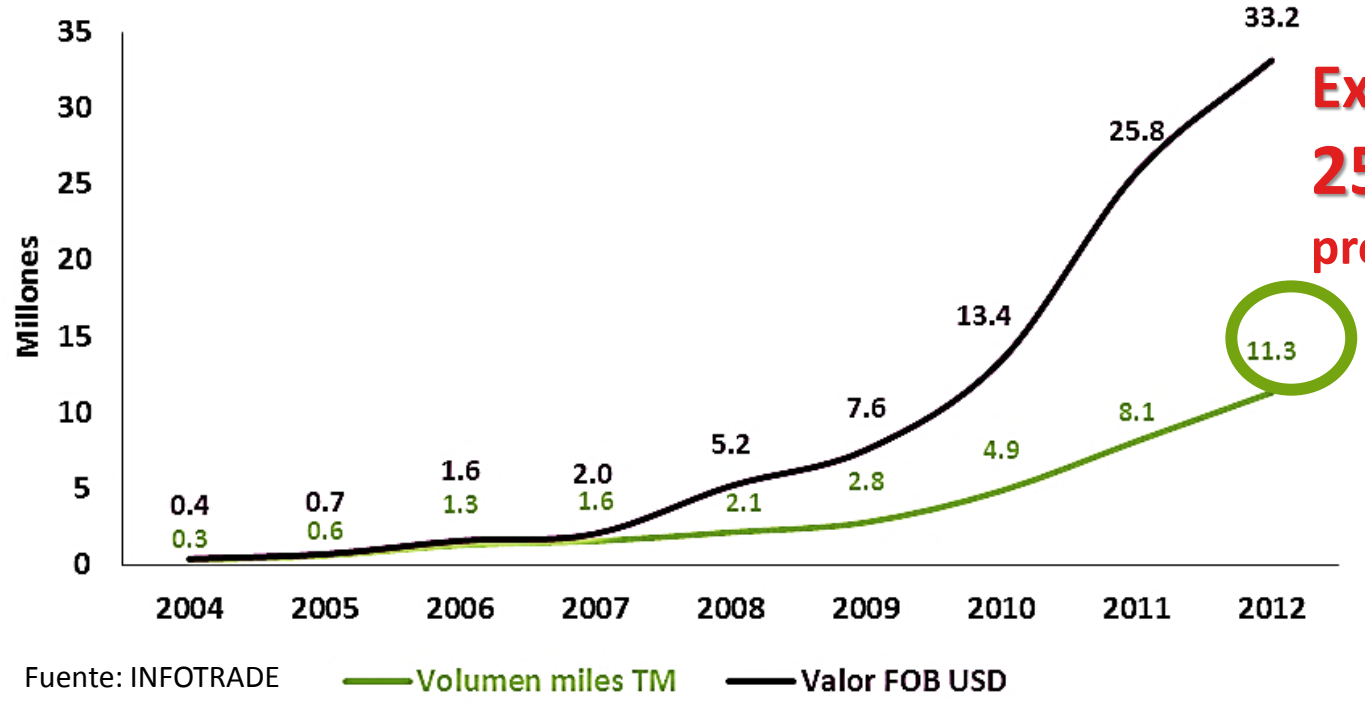
▲ 8.51%

Quinua
2013 Año Internacional
Un futuro sembrado hace miles de años

PERU: Evolución anual de las exportaciones de Quinua

2012

Producción 44.2 miles de t



Exportación: 25.5% de la producción

Fuente: INFOTRADE

Exportaciones de Quinua por países

72 % **de las exportaciones hacia América**

Quinua en Grano

80%

2. Objetivo general

Promocionar la quinua en el mercado internacional contribuyendo al crecimiento de sus exportaciones de valor agregado y al número de empresas exportadoras peruanas.

Identificación y difusión de oportunidades comerciales

Internacionalización de la quinua y de las empresas exportadoras a través de herramientas de promoción comercial

Fortalecimiento de capacidades de las empresas

3. Objetivos estratégicos

3. Objetivos estratégicos

3. Objetivos estratégicos

4. Estrategias

Objetivo Estratégico 1

Identificación y difusión de Oportunidades comerciales

1.1. **Identificar oportunidades comerciales en nuevos mercados (Sudeste Asiático, Países Nórdicos, Oceanía).**

1.2. **Identificar y difundir las oportunidades comerciales a través de la red OCEX.**

1.3. **Identificar nuevos clientes con potencial exportador a nivel nacional.**

1.4. **Fortalecer el sistema de información que difunda información especializada y actualizada sobre quinua.**

1.5. **Mejorar el conocimiento de los actores de la quinua a nivel regional respecto al mercado.**

4. Estrategias

Objetivo Estratégico 2

Internacionalización de la quinua y de las empresas exportadoras a través de herramientas de promoción comercial

2.1. Incrementar las actividades de promoción comercial en los mercados de Europa, Estados Unidos y América Latina impulsando su diferenciación de la quinua en grano y sus productos derivados.

2.2. Impulsar actividades de promoción comercial en los mercados de Sudeste Asiático, Países Nórdicos, Oceanía.

2.3. Desarrollo de materiales de promoción comercial: audiovisulales y otros.

4. Estrategias

Objetivo Estratégico 3

Fortalecimiento de capacidades de las empresas

3.1. **Promover e implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad entre los productores y exportadores de quinua.**

3.2. **Difundir los servicios de la ruta exportadora a los productos y exportadores de quinua.**

3.3. **Apoyar en el desarrollo de innovación y desarrollo de productos de valor agregado de quinua.**

3.4. **Apoyar la asociatividad de las empresas de quinua.**

5. Matriz de planificación

5. Resumen de presupuesto

Objetivo Estratégico 1	Identificación y difusión de Oportunidades comerciales	200, 000
Objetivo Estratégico 2	Internacionalización de la quinua y de las empresas exportadoras a través de herramientas de promoción comercial	2’334, 440
Objetivo Estratégico 3	Fortalecimiento de capacidades de las empresas	195, 000
	Total	2’ 729 ,440

Resumen por Estrategias		Presupuesto S/.
Objetivo Estratégico 1	**Identificación y difusión de Oportunidades comerciales**	**200 000**
Estrategia 1.1: Identificar oportunidades comerciales en nuevos mercados (Sudeste Asiático, Países Nórdicos, Oceanía)		70 000
Estrategia 1.2: Identificar y difundir las oportunidades comerciales a través de la red OCEX		130 000
Estrategia 1.3: Identificar nuevos clientes con potencial exportador a nivel nacional		-
Estrategia 1.4: Fortalecer el sistema de información que difunda información especializada y actualizada sobre quinua		-
Estrategia 1.5: Mejorar el conocimiento de los actores de la quinua a nivel regional respecto al mercado		-

Resumen por Estrategias		Presupuesto S/.
Objetivo Estratégico 2	**Internacionalización de la quinua y de las empresas exportadoras a través de herramientas de promoción comercial**	**2 334 440**
Estrategia 2.1: Incrementar las actividades de promoción comercial en los mercados de Europa, Estados Unidos y América Latina impulsando su diferenciación de la quinua en grano y sus productos derivados		2 300 000
Estrategia 2.2: Impulsar actividades de promoción comercial en los mercados de Sudeste Asiático, Países Nórdicos, Oceanía.		-
Estrategia 2.3: Desarrollo de materiales promoción comercial: audiovisuales y otros.		34 440

Resumen por Estrategias		Presupuesto S/.
Objetivo Estratégico 3	**Fortalecimiento de capacidades de las empresas**	**195 000**
Estrategia 3.1: Promover e implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad entre los productores y exportadores de quinua		60 000
Estrategia 3.2: Difundir los servicios de la ruta exportadora a los productos y exportadores de quinua (actividades estrategia 1.5)		-
Estrategia 3.3: Apoyar en el desarrollo de innovación y desarrollo de productos de valor agregado de quinua		100 000*
Estrategia 3.4: Apoyar la asociatividad de las empresas de quinua		35 000

Objetivo Estratégico 1 Identificación y difusión de Oportunidades comerciales

Estrategia 1.1: Identificar oportunidades comerciales en nuevos mercados (Sudeste Asiático, Países Nórdicos, Oceanía)

	Acciones / Área responsable	Período de ejecución	Indicadores
1.1.1	Prospección China – Estudio de alimentos Pérez Guerrero (IPC)	Mayo	Informe de Prospección

Estrategia 1.2: Identificar y difundir las oportunidades comerciales a través de la red OCEX

	Acciones	Período de ejecución	Indicadores
1.2.1	Red OCEX envían información periódica para su difusión a través de las herramientas de difusión comercial (Boletín de Inteligencia de Mercados, Revista Exportando.pe, Promo Eje Exportador, etc.) (IPC – OCEX)	Mayo - Diciembre	Medios de información de IPC
1.2.2	Misión de prospección Feria Sial Brasil (Sao Paulo) (OCEX - SDPC)	Junio (25 – 28)	Informe de actividades
1.2.3	Misión de prospección Feria natural Products Expo Asia. Hong Kong. China (OCEX – SDPC)	Agosto (29 – 31)	Informe de actividades

Estrategia 1.3: Identificar nuevos clientes con potencial exportador a nivel nacional

	Acciones	Período de ejecución	Indicadores
1.3.1	Oficinas de Regiones identifican empresas exportadoras y/o con capacidad exportador para su participación en eventos de promoción comercial (SAE)	Mayo - Octubre	Ficha de empresas de regiones con potencial exportador

Estrategia 1.4: Fortalecer el sistema de información que difunda información especializada y actualizada sobre quinua

	Acciones	Período de ejecución	Indicadores
1.4.1	Actualizar la ficha de información de la quinua en la SIICEX (IPC)	Mayo	Información actualizada
1.4.2	Actualizar las nuevas presentaciones de información estadísticas disponible en la sección estadística de la web biocomercioperu.pe (IPC)	Mayo	Información actualizada

Estrategia 1.5: Mejorar el conocimiento de los actores de la quinua a nivel regional respecto al mercado

	Acciones	Período de ejecución	Indicadores
1.5.1	Seminario de difusión de las oportunidades de mercado para la quinua en la Macro Región Centro, en el marco de la Macro Rueda Centro Exporta (SAE – SDPC)	Agosto (20 – 21)	Informe de actividades
1.5.2	Seminario de difusión de las oportunidades de mercado para la quinua en la Macro Región Centro, en el marco de la Macro Rueda Sur Exporta (SAE – SDPC)	Octubre (28 – 31)	Informe de actividades

Objetivo Estratégico 2	Internacionalización de la quinua y de las empresas exportadoras a través de herramientas de promoción comercial		
Estrategia 2.1: Incrementar las actividades de promoción comercial en los mercados de Europa, Estados Unidos y América Latina impulsando su diferenciación de la quinua en grano y sus productos derivados			
	Acciones	**Período de ejecución**	**Indicadores**
2.1.1	Participación de empresas en Biofach 2013 (SDPC)	Febrero (13 – 16)	Informe de actividades
2.1.2	Misión comercial, Foro internacional y Rueda de Negocios en Nueva York en el marco del Lanzamiento del Año Internacional de la quinua. (SDPC)	Febrero (19)	Informe de actividades
2.1.3	Presentación en la Feria Natural Products Expo West. EE.UU. (SDPC)	Marzo (8-10)	Informe de actividades
2.1.4	Participación de empresas de quinua en SIAL Canadá (SDPC – apoyo)	Mayo (30) – Junio (02)	Informe de actividades
2.1.5	Promoción Grano de Oro en el marco de la Feria SIAL Canadá (chef y módulo de cocina) OCEX – SDPC	Mayo (30) - Junio (02)	Informe de actividades
2.1.6	Participación de empresas de quinua (producto final) en Summer Fancy Food (SDPC)	Julio (30) - Agosto (02)	Informe de actividades
2.1.7	Participación de empresas de quinua en ANUGA. Colonia. Alemania (SDPC)	Octubre (05 – 09)	Informe de actividades
2.1.8	Cocina demostrativa de quinua en el marco de la Feria ANUGA (chef y módulo de cocina) (SDPC)	Octubre (05 – 09)	Informe de actividades
2.1.9	Participación de empresas de quinua en Perunatura / Expoalimentaria (SDPC)	Octubre (15-17)	Informe de actividades
2.1.10	Exhibición de zona de concepto GRANO DE ORO en el marco de la feria Perunatura / Expoalimentaria (SDPC)	Octubre (15-17)	Informe de actividades
2.1.11	Participación de empresas de quinua en Supply Side West. Las Vegas. EEUU. (SDPC)	Noviembre (14 – 15)	Informe de actividades.
2.1.12	Cocina demostrativa de quinua en el marco de la Feria Supply Side West (chef y módulo de cocina) (SDPC)	Noviembre (14 – 15)	Informe de actividades.
Estrategia 2.2: Impulsar actividades de promoción comercial en los mercados de Sudeste Asiático, Países Nórdicos, Oceanía.			
	Acciones	**Período de ejecución**	**Indicadores**
2.2.1	Participación en la feria Fine Food Australia	Setiembre (09 – 12)	Informe de actividades
2.2.2	Participación en la feria FHC Shangai. China.	Noviembre (13 – 15)	Informe de actividades

Objetivo Estratégico 2	Internacionalización de la quinua y de las empresas exportadoras a través de herramientas de promoción comercial		
Estrategia 2.3: Desarrollo de materiales de promoción comercial: audiovisuales y otros.			
	Acciones	Período de ejecución	Indicadores
2.3.1	Catálogo de la quinua (SDPC)	Abril – Diciembre	Catálogo de empresas
2.3.2	Poster de la quinua (SDPC)	Abril – Diciembre	Poster
2.3.3	Actualización del video de la quinua (SDPC)	Abril – Diciembre	Video actualizado
2.3.4	Recetario el GRANO DE ORO (SDPC)	Abril – Diciembre	Recetario

Objetivo Estratégico 3 Fortalecimiento de capacidades de las empresas

Estrategia 3.1: Promover e implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad entre los productores y exportadores de quinua

Acciones	Período de ejecución	Indicadores
3.1.1 Programa Gestión Inocuidad Alimentaria (SAE)	Abril – Diciembre	Programa implementado

Estrategia 3.2: Difundir los servicios de la ruta exportadora a los productos y exportadores de quinua

Acciones	Período de ejecución	Indicadores
3.2.1 Seminario de difusión de los servicios de la ruta exportadora en la Macro Región Centro, en el marco de la Macro Rueda Centro Exporta (SAE – SDPC)	Agosto (20 – 21)	Informe de actividades
3.2.2 Seminario de difusión de los servicios de la ruta exportadora en la Macro Región Centro, en el marco de la Macro Rueda Sur Exporta (SAE – SDPC)	Octubre (28 – 31)	Informe de actividades

Estrategia 3.3: Apoyar en el desarrollo de innovación y desarrollo de productos de valor agregado de quinua

Acciones	Período de ejecución	Indicadores
3.3.1 Segundo concurso del GEF CAF (SAE – SDPC)	Abril – Diciembre	Plan de Negocio

Estrategia 3.4: Apoyar la asociatividad de las empresas de quinua

Acciones	Período de ejecución	Indicadores
3.4.1 Consultoría PRO QUINUA (SAE – SDPC)	Abril – Diciembre	Informe de consultoría

DEPARTAMENTO AGRONEGOCIOS