

PROGRAMA DE CURSO CURSO DE ACCESO A MERCADOS PARA LA CADENA DE LOS GRANOS ANDINOS

1. Identificación

Nombre del curso: Acceso a mercados para la cadena de los granos andinos
Modalidad: Virtual
Facilitador/profesor: Claudia Solano Oré

2. Justificación del curso e importancia del tema

Los granos andinos son cultivos que alimentan a los peruanos desde tiempos ancestrales y que aportan, como parte de una dieta balanceada, importantes nutrientes que los sitúan como auténticos superalimentos¹ (*superfoods*), y que fortalecen el sistema inmune frente a diversas enfermedades. Entre los principales granos andinos tenemos la quinua (*Chenopodium quinoa Willd*), kiwicha (*Amaranthus Caudatus Linnaeus*), cañihua (*Chenopodium Pallidicaule*) y tarwi (*Lunipus Mutabilis*).

La siembra y cosecha de estos granos andinos representa el sustento económico de más de 125,000 familias altoandinas en nuestro país. Según el Midagri (2021), durante el año 2020 la producción de estos superalimentos generó 5.7 millones de jornales en el campo. Los granos andinos se producen por lo general en las zonas altoandinas y en menor manera en algunas regiones de la costa del país y que totalizan 18 regiones. Entre las principales regiones productoras destacan Puno, Ayacucho, Apurímac, Cusco, Huancavelica y La Libertad.

Las tendencias mundiales de alimentos nos indican que, los consumidores están cada vez más interesados en alimentarse de productos que hayan sido producidos con prácticas de sostenibilidad, es decir, sin afectar sus ecosistemas, asegurando la calidad y cumpliendo prácticas de responsabilidad ambiental y social.

En relación con las exportaciones de quinuas, éstas continúan aumentando desde el año 2005, que fueron 500 toneladas hasta año 2020 con 50 mil toneladas exportadas a más de 50 países en el mundo con un valor por encima de los US\$125 millones (PROMPERU 2021).

El mayor consumidor de quinua per cápita a nivel mundial es Canadá, con más de 180 gramos, seguido muy de cerca por Holanda; Francia y Australia. que consumen entre 120 y 140 gramos. Las previsiones globales hasta 2025 son que se alcanzará un consumo per cápita de 200 gramos y que incluso países tradicionalmente de consumo de arroz, como Japón y Corea del Sur, abrazarán también la quinua (Universidad de Navarra, s.f.)

¹ Los superalimentos son los alimentos que contienen un alto grado de nutrientes, vitaminas y minerales, con gran poder antioxidantes y grasas saludables que cuidan nuestra salud y de esta manera nos proporcionan un extra de energía.

Para atender todas las exigencias establecidas por los consumidores, a nivel nacional e internacional, es necesario conocer todos estos requisitos establecidos en los mercados de destino, como las regulaciones establecidas por las autoridades sanitarias, así como las exigencias de calidad, basadas en las tendencias de consumo. Su cumplimiento permitirá contar con una oferta exportable de granos andinos que les abrirá las puertas a los diferentes mercados de destino exigentes.

Sin duda, el fortalecimiento de todos los actores vinculados en la cadena de valor en relación con los requisitos de acceso a mercados les dará un mayor conocimiento sobre estas exigencias de los mercados nacional e internacional, y mostrará como se desarrolla la comercialización y la diversificación de usos de los granos andinos, representando nuevas oportunidades comerciales para los actores de la cadena.

Este curso es desarrollado en el marco del proyecto *“Desarrollo económico sostenible y promoción de las PYMES a nivel subnacional”*. Este Proyecto es conducido por la Secretaría de Descentralización de la Presidencia del Consejo de Ministros, con el apoyo de la Unión Europea, la cooperación alemana para el desarrollo, implementada por la GIZ y la cooperación española AECID. El Proyecto está orientado al fortalecimiento de las competencias de los actores públicos, privados, académicos y sociedad civil, en los territorios donde el Proyecto viene impulsando los procesos de conformación y consolidación de las ARD, así como la ejecución y monitoreo de las EDIR.

3. Objetivos del curso

General:

Identificar los principales requerimientos necesarios para lograr una comercialización nacional o internacional de los granos andinos y sus derivados, de manera exitosa, haciendo énfasis en las regulaciones de acceso establecidas por los principales mercados de destino, entre ellas, los aspectos de calidad, sanitarios y fitosanitarios.

Específicos

- Conocer las principales tendencias del mercado para la adaptación de los productos a comercializar, con énfasis en la calidad y sostenibilidad de los productos.
- Identificar las principales regulaciones establecidas por el mercados nacional e internacional para evitar detenciones o rechazos de embarques por su incumplimiento
- Aplicar herramientas de inteligencia de mercado que permitan contar con información relevante para la toma de decisiones en relación con los mercados de destino donde se comercializarán los granos andinos.
- Analizar como los actores de la cadena de granos andinos pueden mejorar la forma en que gestionan sus procesos en sus organizaciones para desarrollar o mejorar sus productos elaborados a base de granos andinos.

4. Roles en la modalidad MOOC

- **Rol del estudiante:** asumirán un rol analítico y auto-regulado, lo cual les permitirá familiarizarse poco a poco con exigencias de la educación virtual a distancia. Cada estudiante deberá desarrollar por su cuenta, según el programa de trabajo, los temas propuestos semanalmente.

5. Contenido del curso

Sesión	Tema	Subtema	Ejercicios
<u>01</u> viernes 30 de setiembre de 6:00 a 8:00 pm	¿Cuál es la oferta y el mercado de los granos andinos?	- La producción de quinua en Perú y el mundo - La cadena productiva - Las tendencias de mercado global - Usos de la quinua - La sostenibilidad	Ejercicio individual: - Identificación de brechas para cumplir con exigencias del mercado (aspectos normativos, de calidad, ambientales y sociales) - Elaboración de ficha comercial de producto
<u>02</u> viernes 07 de octubre de 6:00 a 8:00 pm	¿Cómo defino a que mercado dirigir mi producto?	- La inteligencia de mercados: identificación de partida arancelaria, el arancel relacionado a los acuerdos comerciales, el costeo de productos - El perfil del consumidor - Herramientas para la inteligencia de mercados: SUNAT, Trademap, Standardsmap, Access2markets, Exportemos.pe, simuladores logísticos, financiero y de etiquetado	Ejercicio individual: En base a un mercado de destino seleccionado determinar: partida arancelaria, presentación, arancel, identificación de competidores.
<u>03</u> viernes 14 de octubre de 6:00 a 8:00 pm	¿Cuáles son los elementos de diferenciación claves?	Los elementos de diferenciación para la internacionalización: - La marca (individual o colectiva) - El valor agregado y la Innovación - Las exigencias de calidad: las buenas prácticas agrícolas, buenas prácticas de manufactura y HACCP - La certificación orgánica Las Normas Técnicas de granos andinos	Ejercicio individual: - Identificación de Normas Técnicas Peruanas de granos andinos - Elaboración de ficha técnica del producto

04 viernes 21 de octubre de 6:00 a 8:00 pm	¿Qué pasos debo seguir para ingresar a los mercados?	- La inocuidad de los alimentos - Principales autoridades sanitarias: medidas sanitarias y fitosanitarias - Principales requisitos que cumplir (portal RAM PROMPERU, FDA Dashboard, - El comercio electrónico (e-commerce)	Ejercicio individual: Identificar medidas sanitarias y fitosanitarias para su producto para un determinado mercado de destino.
---	--	---	--

6. Metodología

Al ser un curso abierto y dirigido a todos los actores relacionados con la cadena de granos andinos se desarrollará de manera virtual, tomando como base la metodología desarrollada en los cursos MOOC (“Massive Open Online Courses”) complementada con sesiones en vivo con la profesora para atender dudas existentes y ahondar en la temática de cada semana.

Proyecto final: Al término del curso, cada participante deberá presentar un documento en el cual brindará los requisitos de acceso establecidos por un mercado de destino, para lo cual elegirán un producto dentro de los granos andinos y un determinado mercado de destino. Se tendrá en consideración lo siguiente:

- Título: Requisitos de acceso para la exportación de (*por elegir*) al país de (*por elegir*).
- En la carátula de su trabajo, hoja por separada, deberá precisar el título de su trabajo, su nombre completo, y la organización que representa.
- Las secciones del trabajo son las siguientes:

Nº	Sección	Desarrollo de la sección
I	Información general	Precisar nombre científico, partida arancelaria, presentación del producto y características principales del mismo (aspectos que son diferenciales de su producto y que quieren resaltar al consumidor)
II	Información del mercado	Cantidades exportadas al mercado elegido Información del consumidor en ese mercado
III	Autoridad sanitaria nacional	Nombre de la autoridad sanitaria en el país de origen y que requisitos exige para exportar o comercializar en el país
IV	Autoridad sanitaria en el país de destino	Nombre de la autoridad sanitaria del país de destino y mencionar las principales exigencias para su producto

V	Certificaciones	Mencionar que certificaciones considera son las más relevantes para su producto, considerando el mercado al cual está dirigido. Justificar su selección.
---	-----------------	--

7. Bibliografía recomendada

- Bassat, L. (2011). Inteligencia Comercial. Plataforma Editorial. Barcelona.
- Codex Alimentarius (s.f.). Norma Codex para la quinua. 1ra edición.
https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252FStandards%252FCXS%2B333-2019%252FCXS_333s.pdf
- FAO (2016). Experiencias exitosas de asociatividad de los agricultores familiares en los sistemas agroalimentarios.
<https://www.fao.org/documents/card/en/c/f6888772-e73b-4a2b-9ea4-e3bb0c2049b0/>
- Jerma, A. (2007). Inteligencia Comercial: Guía práctica. México: Edit. Iberoamericana
- MIDAGRI (2021). II Observatorio de las siembras y perspectivas de la producción de quinua. Boletín Cuatrimestral N°3.2 – 2021.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2399347/Observatorio%20de%20las%20siembras%20y%20perspectivas%20de%20la%20producci%C3%B3n%20de%20quinua%20-%20II%20Cuatrimestre.pdf>
- PROMPERU (2020). Patentes de invención, investigación de nuevos productos, quinua, énfasis en alimentos. Edición N°6.
<https://recursos.expertemos.pe//INFORME%20Quinua%20PROMPERU%20-%20VF.pdf>
- PROMPERU (2021). Nuevo lanzamiento: Quinua roja y blanca en Emiratos Árabes. Dpto. de Inteligencia de mercados.
<https://recursos.expertemos.pe/quinua-roja-blanca-emiratos-arabes-nuevo-lanzamiento-2021.pdf>
- Sierra y Selva Exportadora (2022). Reporte estadístico quinua 2021 – diciembre
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3203386/REPORTE%20ESTAD%3%8DSTICO%202021%20QUINUA%20DICIEMBRE.pdf>
- Sierra y Selva Exportadora (2022) Guía de preparación y envío de muestras
<https://www.gob.pe/institucion/sse/informes-publicaciones/2941591-guia-para-la-preparacion-y-envio-de-muestras>

Herramientas por utilizar:

- **Sunat:** para identificar aranceles por mercado de destino
<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- **Trademap:** Tablas, gráficos y mapas, indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos
<https://www.trademap.org/Index.aspx>

- **LATE:** Plataforma que brinda información con las 5 etapas claves de la exportación: inteligencia de mercados, requisitos no arancelarios, requisitos arancelarios, logística de exportación, costos y financiamiento. <https://www.late.gob.pe/FrmLogin.aspx>
- **Simuladores marítimos:** Herramienta logística que brinda información sobre las tarifas de fletes internacionales y opciones de líneas navieras. <https://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/>
- **Simulador financiero:** Es una herramienta que permite crear una visión más clara de las ofertas de servicios financieros nacionales, comparar tarifas y comisiones de cada una de las instituciones que lo ofrecen. <https://simuladorfinanciero.promperu.gob.pe/>
- **Requisitos de Acceso a Mercados (RAM):** Brinda información de los principales requisitos no arancelarios establecidos por los principales países de destino de las exportaciones. <http://ram.promperu.gob.pe/>
- **Portal de Plaguicidas LMR:** Brinda información sobre los Límites Máximos de Residuos de Plaguicidas establecidos por cultivo en los principales países a los que exportamos. <http://plaguicidaslmr.promperu.gob.pe/>
- **Sustainability Map:** herramienta que brinda información de las principales certificaciones reconocidas en los países. <https://www.sustainabilitymap.org/dashboard>
- **Dashboard MIDAGRI:** Información estadística de los cultivos: perfil productivo y regional, intención de siembra, costos de producción, agricultura familiar, entre otros. https://siea.midagri.gob.pe/portal/siea_bi/index.html
- **Sala de lectura virtual de INACAL:** Brinda información de Normas Técnicas Peruanas, respetando las condiciones establecidas por convenios y compromisos internacionales, así como la legislación de derecho de autor y de propiedad intelectual. <https://salalecturavirtual.inacal.gob.pe:8098/>

GUIA TEMÁTICA N°01 LA OFERTA Y EL MERCADO DE LOS GRANOS ANDINOS

OBJETIVO

Brindar el panorama actual de la cadena de los granos andinos, desde las características de la oferta de productos hasta la demanda actual, considerando las principales tendencias de consumo de alimentos.

DEFINICIONES CLAVE

Con la finalidad de facilitar el entendimiento de la presente guía, se brindan las siguientes definiciones claves:

Cadena productiva: es un conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final (MIDAGRI, s.f.).

Cadena de valor: Un mecanismo que permite a los productores, procesadores y comerciantes – separados por tiempo y espacio– agregar valor gradualmente a productos y servicios, a medida que pasan de un vínculo de la cadena al siguiente, hasta llegar al consumidor final (local o global). Los actores principales de una cadena de valor son empresas del sector privado. El sector privado se apoya en una gama de servicios públicos y proveedores de servicios técnicos empresariales y financieros privados. Dependen asimismo del contexto legal nacional y global y del ambiente socio político. En una cadena de valor se interconectan y, hasta cierto punto, coordinan las diversas actividades empresariales en los diferentes segmentos (ONUDI, 2013).

Campaña agrícola: Periodo de doce meses, desde el comienzo de una nueva cosecha, durante el cual se comercializa un producto (Boletín Agrario, s.f.)

Demanda: Deseos humanos respaldados por el poder de la compra (Kotler & Armstrong, 2008).

Granos andinos: son frutos de plantas dicotiledonéas de origen alto andino que pertenecen a los géneros *Chenopodium* y *Amaranthus*. Estos son ricos en proteínas, fibra, minerales y libres de gluten. Los principales granos andinos en nuestro país son la quinua (*Chenopodium quinoa Willd*), kiwicha (*Amaranthus Caudatus Linnaeus*), cañihua (*Chenopodium Pallidicaule*) y tarwi (*Lunipus Mutabilis*).

Mercado: Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio (Kotler & Armstrong, 2008).

Oferta: Combinación de productos, servicios, información o experiencias, ofrecidas a un mercado para satisfacer una necesidad o deseo (Kotler & Armstrong, 2008).

Oferta exportable: son aquellos productos y/o servicios que ofrecen las empresas (privadas o asociativas) o actores individuales para su comercialización fuera del país y cuyas características son demandadas, valoradas y pagadas por un mercado determinado.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Con la finalidad de mejorar las condiciones de las personas, animales y el planeta en general, en el año 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas establecieron 17 Objetivos, los que serán evaluados en 15 años, a través de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, s.f.).



Ver a detalle cada objetivo acá: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Superalimentos (“superfoods”): son los alimentos que contienen un alto grado de nutrientes, vitaminas y minerales, con gran poder antioxidantes y grasas saludables que cuidan nuestra salud y de esta manera nos proporcionan un extra de energía (Melini & Melini, 2021).

La biodiversidad de nuestro país nos permite ofrecer a una diversidad de alimentos y varios de ellos con las características de superfoods. Entre los principales superfoods tenemos los granos andinos, arándanos, aguaymanto, granada, camu camu, palta, castaña amazónica, sacha inchi, maíz morado, cacao, maca, yacón, jengibre, entre otros.

Ver a detalle acá: <https://peru.info/es-pe/superfoods>

APLICACIÓN PRÁCTICA DEL CONCEPTO

I. OFERTA Y MERCADO DE GRANOS ANDINOS

1.1. La cadena productiva vs cadenas de valor de los granos andinos

Las cadenas productivas y las cadenas de valor son importantes, sin embargo, cada una tiene un diferente enfoque, y es que, en la cadena productiva se rige por la oferta potencial y la cadena de valor por la demanda. En la Tabla 1, se pueden apreciar las principales diferencias de los tipos de cadena. Se debe resaltar la importancia de adaptar el enfoque de cadenas de valor para en los granos andinos, pero para esto se debe cumplir las exigencias de los diversos mercados de destino, por ende, es importante tener claridad de las preferencias de los consumidores y las tendencias globales, y así poder adaptar los productos elaborados a base de granos andinos para satisfacer a los potenciales consumidores.

Tabla 1. Diferencia entre Cadena Productiva y Cadena de Valor

Cadena productiva	Actores	Cadena de valor
• Actores independientes • Se rige por la oferta potencial de mercado • Costo / precio como elemento principal • Productos básicos (commodities) • Relación entre actores es informal • Visión de la relación a corto plazo • Bajo nivel de confianza • Escaso flujo de información	Comparten información, riesgos, beneficios, energía y recursos	• Actores dependientes • Se rige por la demanda • Nicho y negocios concretos • Valor / calidad como elemento principal • Productos diferenciados • Relación entre actores es formal • Visión de la relación a largo plazo • Alto nivel de confianza • Amplio flujo de información
Colaboración estratégica entre eslabones		

Elaboración propia basados en (Codespa, 2011)

En el caso de las exportaciones, la adaptación del enfoque de cadenas de valor de los productos y/o servicios, con una clara orientación a mercados nicho, permitirá desarrollar y fortalecer la “*oferta exportable de granos andinos*” en el Perú, y para lograrlo se deben considerar las siguientes capacidades:

- Disponibilidad del producto:** contar con volumen de producción para atender el mercado internacional, este producto deberá ser estandarizado a nivel de calidad y cumplir con todas las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

- b. **Capacidad económica y financiera:** Se debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente se debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa u organización no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.
- c. **Capacidad de gestión:** La empresa u organización debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros, con conocimiento de sus capacidades y debilidades.

Otro aspecto por considerar y que cada año se ve reflejado en nuevas exigencias de los países o mercados de destino, son el cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad, entre los que destacan el cumplimiento de normativas que reflejen las buenas prácticas ambientales y sociales. Lo anterior se asocia a la necesidad de las empresas u organizaciones de implementar certificaciones como mecanismo de ingreso y diferenciación a nichos de mercado.

En el caso de la Unión Europea, los pesticidas usados en la producción son un aspecto crítico para la salud de las personas y el ambiente. Es por esto, que se ha limitado el uso de algunos pesticidas para el ingreso de productos a este mercado, así que es un tema clave que debe ser abordado en la producción de granos andinos para el mercado europeo. Les invitamos a leer esta noticia: (<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/78/los-productos-quimicos-y-los-plaguicidas>).

1.2. La oferta de granos andinos

Los principales granos andinos son la quinua (*Chenopodium quinoa Willd*), kiwicha (*Amaranthus Caudatus Linnaeus*), cañihua (*Chenopodium Pallidicaule*) y tarwi (*Lunipus Mutabilis*). Estas especies han sido domesticadas por las culturas predecesoras como la Tiahuanaco y cultura incaica, por tanto, su cultivo es milenario en el continente.

El origen de los granos andinos se indica que debió estar localizado en uno o varios valles interandinos y el altiplano (León, 1964). Tanto su origen como la diversificación de los granos andinos se relaciona directamente con la variación genética y la participación del hombre. El proceso de domesticación inició hace unos 600 años y evolucionó hacia el desarrollo de etapas de producción cada vez más laboriosas (Engel, 1982).

Actualmente, las especies cultivadas presentan una diversidad genética amplia y de la misma forma sus parientes silvestres que no siempre es fácil distinguir entre silvestres y domesticadas, existiendo además formas intermedias en proceso de domesticación. La existencia en la región andina de numerosos valles ubicados sobre los 2000 m y muy cercanos a montañas, quebradas y altiplanos, permite no sólo la presencia de una alta diversidad de especies, sino que pudieron darse intensas actividades de intercambio entre estas áreas y lograr de esta manera diversos procesos de domesticación, lo que justifica la presencia de un elevado número de variedades de cada cultivo (Tapia, 2000).

Actualmente, las especies cultivadas en Perú presentan una diversidad genética amplia. Lo mismo ocurre con sus parientes silvestres, lo que dificulta muchas veces hacer una clara distinción entre

especies silvestres de domésticas, lo que se complica aún más cuando se indica que existen formas intermedias en proceso de domesticación de las especies.

Los granos andinos tienen significativa relevancia social, ya que son cosechados por más de 143 mil productores(as) a nivel nacional, Según estimaciones de la Encuesta Nacional Agraria 2017, los granos andinos se ubican en el puesto 14 del ranking según cantidad de productores(as) vinculados a un cultivo) en Perú, representando el 0.9% de la superficie cosechada a nivel nacional, lo que lo ubica en el puesto 22 en el ranking de cultivos en base a superficie cosechada (MIDAGRI, 2018). Puede revisar la Encuesta Nacional Agropecuaria 2017 en el siguiente enlace: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1593/

En general, los productores(as) de granos andinos manejan unidades agropecuarias relativamente pequeñas. Se estima que el 74% de los productores(as) de granos andinos explotan unidades agropecuarias con menos de cinco hectáreas. Al examinar solamente la superficie cosechada que tienen los productores(as) de granos andinos, se encuentra que el 83% de estos, cosecha menos de 1/4 de ha (es decir menos de 2500 m²). Asimismo, los granos andinos son cultivos que requieren un uso intensivo de mano de obra, con lo que se genera alrededor de 6,3 millones de jornales en toda la campaña agrícola (MINAGRI 2014).

La superficie cosechada de los granos andinos para el 2017 se estimó en 79,720 hectáreas y, con una producción total de 100,170 toneladas. En el país, la Sierra es la principal zona productora de estos granos, destacando las regiones de Puno, Ayacucho, Cusco, Arequipa, Apurímac y Ancash (Figura 1, 2, 3 y 4).

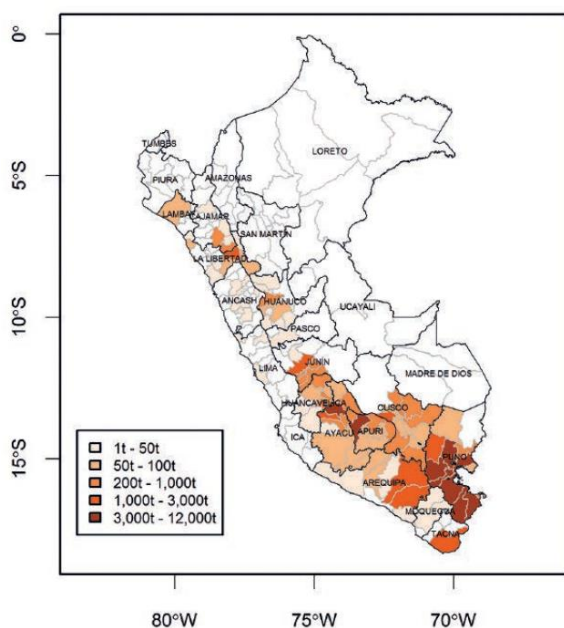


Figura 1. Zonas de producción de quinua, 2017
Fuente: MIDAGRI (2018)

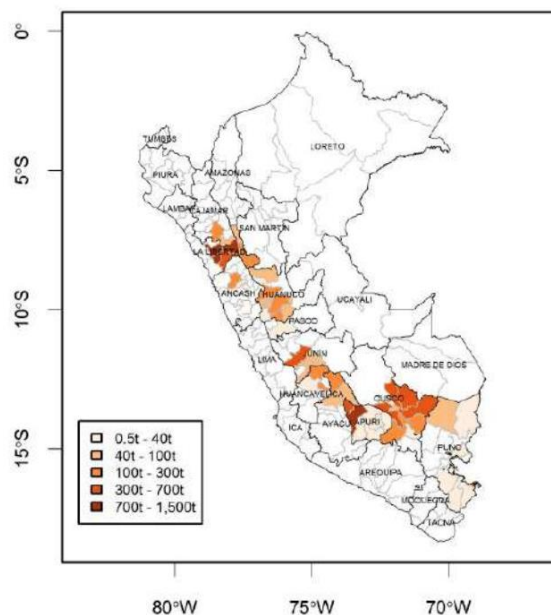


Figura 2. Zonas de producción de tarwi, 2017
Fuente: MIDAGRI (2018)

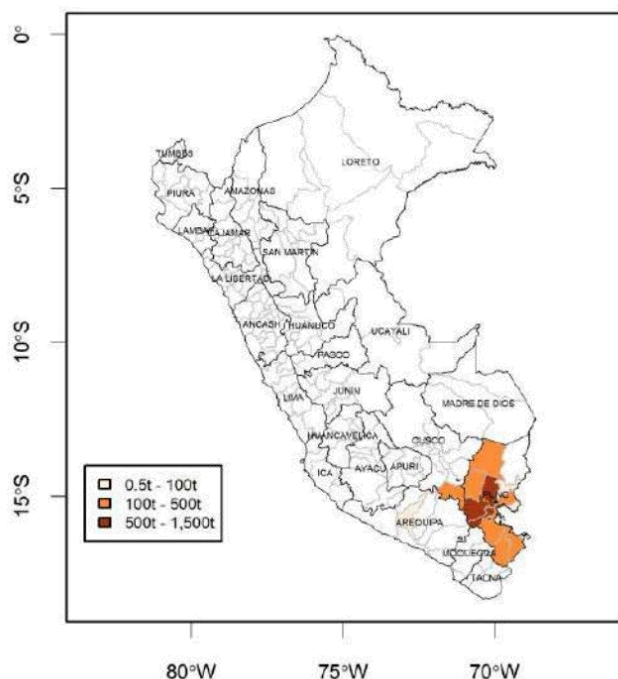


Figura 3. Zonas de producción de cañihua, 2017
Fuente: MIDAGRI (2018)

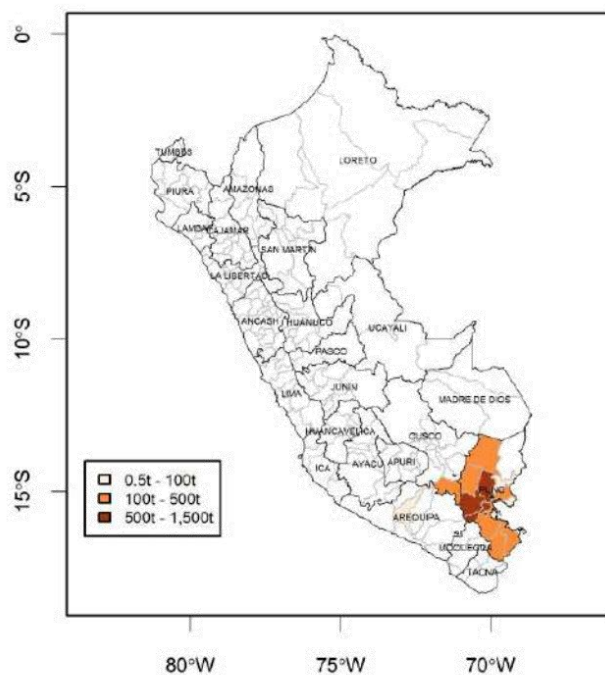


Figura 4. Zonas de producción de kiwicha, 2017
Fuente: MIDAGRI (2018)

Si bien los granos andinos tienen su origen Sudamérica, la quinua, debido a su adaptabilidad, se produce en más de 70 países, siendo Perú y Bolivia los que concentran el 75% de la producción mundial, siendo el primero el principal país productor de quinua con 97,057 toneladas de producción relacionados con 66,584 hectáreas de producción (Sierra y Selva Exportadora, 2021). Sin embargo, es necesario mencionar que, la producción en otros países, como Estados Unidos, Canadá o España, viene incrementándose año a año, por lo que cada vez es más importante el desarrollar elementos de diferenciación para competir con otros países.

Ver video: <https://www.youtube.com/watch?v=1sQWl1GUysc>

1.3. Las exportaciones de granos andinos

El principal grano andino que se exporta en el Perú es la quinua. En el año 2021 registró un decrecimiento de 15.6% (US\$ 106 millones de dólares), comparado a lo obtenido en el mismo periodo en el año 2020, que fue de US\$ 125.6 millones de dólares (Tabla 2).

Tabla 2. Exportaciones de quinua en FOB (US\$)

MES	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2020
Ene	8,603,109	8,381,778	5,811,170	-2.6%	-30.7%
Feb	8,199,226	10,748,683	8,632,463	31.1%	-19.7%
Mar	10,414,960	10,500,199	7,617,725	0.8%	-27.5%
Abr	7,984,282	9,668,270	8,555,688	21.1%	-11.5%
May	11,730,814	10,733,386	8,352,456	-8.5%	-22.2%
Jun	12,788,242	10,818,102	7,741,169	-15.4%	-28.4%
Jul	16,213,007	11,949,157	9,378,693	-26.3%	-21.5%
Ago	13,214,632	10,096,013	9,587,450	-23.6%	-5.0%
Set	10,101,174	11,156,073	11,625,783	10.4%	4.2%
Oct	11,714,038	9,696,041	9,455,952	-17.2%	-2.5%
Nov	11,536,055	9,352,814	7,612,231	-18.9%	-18.6%
Dic	13,224,160	12,509,881	11,677,585	-5.4%	-6.7%
TOTAL	135,723,699	125,610,396	106,048,365	-7.5%	-15.6%
Var. % Anual	-	-7.5%	-15.6%		

Fuente: SUNAT

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE

Fecha de consulta: 01/05/2022

En relación con el volumen de exportación, el año 2021 fue de 52.2 miles de toneladas, mostrando un crecimiento del 1.2% que lo alcanzado en el año 2020 (Tabla 3).

Tabla 3. Exportaciones de quinua en peso (kilogramos)

MES	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2020
Ene	3,065,083	3,303,349	2,600,104	7.8%	-21.3%
Feb	2,949,289	4,246,820	4,018,551	44.0%	-5.4%
Mar	3,596,623	4,152,362	3,407,692	15.5%	-17.9%
Abr	2,779,940	3,783,470	4,058,614	36.1%	7.3%
May	4,110,604	4,136,158	3,813,556	0.6%	-7.8%
Jun	4,612,012	4,346,774	3,748,073	-5.8%	-13.8%
Jul	5,980,000	4,766,180	4,661,524	-20.3%	-2.2%
Ago	4,792,565	4,149,142	4,908,792	-13.4%	18.3%
Set	3,827,470	4,914,075	5,915,843	28.4%	20.4%
Oct	4,393,006	4,203,181	4,834,061	-4.3%	15.0%
Nov	4,307,605	4,055,848	3,981,497	-5.8%	-1.8%
Dic	4,965,676	5,501,436	6,209,717	10.8%	12.9%
TOTAL	49,379,874	51,558,793	52,158,024	4.4%	1.2%
Var. % Anual	-	4.4%	1.2%		

Fuente: SUNAT

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE

Fecha de consulta: 01/05/2022

Durante el año 2021, la quinua se exportó a 77 países, siendo Estados Unidos el de mayor mercado de destino, con envíos valorizados en US\$ 36.9 millones (34.8%), seguido por Canadá con US\$ 9.1 millones (8.6%) y los Países Bajos con US\$ 6.9 millones.

3.4 Las tendencias del mercado global (consumo de alimentos)

De acuerdo con el estudio de Mintel realizado a nivel mundial y publicado en 2022, se indica que los consumidores sopesarán las preocupaciones tanto personales como los colectivos en el momento de comprar o consumir alimentos. La pandemia causada por el COVID-19 y el cambio climático, son otros aspectos que han generado una mayor preocupación por las opciones de alimentos y bebidas que se ingieren.

Los consumidores buscan claridad y transparencia para tomar sus decisiones de compra, en especial con el entorno globalizado en el que nos encontramos. Entre los principales resultados del estudio realizado por Mintel (2022) se resalta que:

- 29% de los consumidores brasileños se animarían a escanear un código QR en un paquete si proporciona más detalles sobre el producto / marca.
- 48% de los consumidores del Reino Unido dicen que el COVID-19 ha generado que sea más importante comprar productos agrícolas.
- 88% de los compradores de comestibles de Estados Unidos valoran la información nutricional clara (por ejemplo: nivel de calorías, azúcar, entre otros) en los envases de los productos

Estas tendencias del mercado nos permitan entender mejor los aspectos (diferenciadores) que deben incorporarse en la oferta nacional de granos andinos, los cuales son considerados como super alimentos, que, si bien tienen un mercado, es necesario mejorar las estrategias de comercialización para seguir posicionando a los granos andinos del Perú en el mercado global.

CONSIDERACIONES CLAVE

- Para poder ofrecer productos que tengan éxito en el mercado, es necesario tener claro cuáles son las preferencias del consumidor y sus principales intereses, de esta manera, se podrá adaptar la oferta a estas exigencias.
- Los granos andinos son muy versátiles, es decir, pueden tener diferentes usos, por lo que se debe evaluar el dar valor agregado al producto para exportarlo en diferentes presentaciones, de esta manera se podrá ampliar el mercado.
- En relación con la oferta, se debe asegurar que sea competitiva, considerando que, en la actualidad, se han incrementado los países productores.

II. ENLACES DE INTERÉS:

MIDAGRI (2018). Nota técnica de granos andinos. <https://www.midagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2018?download=13278:nota-tecnica-de-granos-andinos>

MIDAGRI (2021). II Observatorio de las siembras y perspectivas de la producción de quinua. Boletín Cuatrimestral N°3.2 – 2021. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2399347/Observatorio%20de%20las%20siembras%20y%20perspectivas%20de%20la%20producci%C3%B3n%20de%20quinua%20-%20II%20Cuatrimestre.pdf>

MIDAGRI (s.f.). Definición de cadena productiva. <https://www.midagri.gob.pe/portal/38-sector-agrario/pecuaria/308-las-cadenas-productivas?start=2>

NACIONES UNIDAS (s.f.). La Agenda para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

ONU DI (2013). Diagnóstico de la cadena de valor industria: Una herramienta integrada. [https://www.unido.org/sites/default/files/2016-04/Diagnostico de la Cadena de Valor Industrial Spanish 0.pdf](https://www.unido.org/sites/default/files/2016-04/Diagnostico%20de%20la%20Cadena%20de%20Valor%20Industrial%20Spanish%200.pdf)

PROMPERU (s.f.). Superfodos de Perú -super granos. <https://peru.info/es-pe/superfoods/super-granos>

Videos:

DW Español (19 junio 2021). Aumenta la competencia del grano andino. <https://www.youtube.com/watch?v=1sQWI1GUysc>

III. BIBLIOGRAFÍA

Bancomext (s.f.) Oferta Exportable. <https://www.bancomext.com/glosario/oferta-exportable>

Boletín Agrario (s.f.). Glosario – término campaña agrícola. <https://boletinagrario.com/ap-6,campana+agricola,1649.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20campana%C3%B1a%20agr%C3%ADcola,cual%20se%20comercializa%20un%20producto.>

Engel, F. 1982. Quince años de actividad antropológica del Centro de Investigaciones de Zonas Áridas o UNA. Zonas Áridas N° 1, pp. 17-36. Mendoza, Argentina

Cayeros S., Robles F. y Soto, E. (2016). Cadenas productivas y cadenas de valor. *Educateconciencia*. V. 10, N.11. México. P.6-12.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. 8va edición. Pearson Educación de México. México.

León, J. 1964. Plantas alimenticias andinas. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, Boletín Técnico N° 6, Lima, Perú.

Melini V., Melini, F. (2021). Functional Components and Anti-Nutritional Factors in Gluten-Free Grains: A Focus on Quinoa Seeds. *Foods* 2021, 10, 351. <https://doi.org/10.3390/foods10020351>

MIDAGRI (2018). Manejo Agronómico, práctica de conservación de suelos, producción, comercialización y perspectivas de granos andinos. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1338558/Manejo%20Agron%C3%B3mico%20de%20Granos%20Andinos.pdf>

MINTEL (2022). What the 2022 Consumer Trends mean for food and drink.

Norma Técnica Peruana NTP 205.062:2021 GRANOS ANDINOS. Quinoa en grano. Requisitos. 3ra edición.

Naciones Unidas (s.f.), Sostenibilidad. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad>

Sierra y Selva Exportadora (2021). Análisis de mercado quinoa 2015 – 2020. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479275/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Quinoa%202015%20-%202020.pdf>

Tapia, M. (2000). Cultivos Andinos subexplotados y su aporte a la alimentación. FAO, Santiago de Chile.

GUIA TEMÁTICA N°02

¿CÓMO DEFINIR A QUÉ MERCADO DIRIGIR MI PRODUCTO?

OBJETIVO

Identificar cuál es la información relevante que debe conocerse de los potenciales mercados de destino a fin de determinar cuál o cuáles podrían ser aquellos en los que tengan oportunidades comerciales para los granos andinos. Del mismo modo, conocer nuevas herramientas de inteligencia comercial para la toma de decisiones.

DEFINICIONES CLAVE

Con la finalidad de facilitar el entendimiento de la presente guía, se brindan las siguientes definiciones claves:

Comercialización: se refiere al conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o entrega del producto o servicio al consumidor y que abarca desde el momento que el producto sale del campo agrícola hasta que llega al consumidor. En estas actividades se involucran varios actores como de la cadena como los productores, acopiadores, cooperativas y exportadores (IICA, 2018).

Estudio de mercado: Es una investigación realizada por o a pedido de una empresa u organización, para entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones de comercialización. El estudio de mercado incluye la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características del mercado y comprender como funciona (Questionpro, s.f.).

Exportación: es el régimen aduanero que permite la salida del territorio de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no afecta al pago de tributos. Los pagos que deberá realizar corresponden al traslado de la mercancía y está sujeta a las tarifas definidas por la empresa que brinde el servicio de transporte internacional, agenciamiento, traslados internos, etc. (Sunat, 2022).

Incoterms: Son un grupo de términos comerciales que se utilizan en las operaciones de compra y venta internacional para aclarar los costes y determinar las cláusulas comerciales incluidas en un contrato de compraventa. Debido a ello, son los encargados de estipular cuándo y dónde se produce la transmisión de los riesgos y la obligación en cuanto a los costes, así como quién corre a cargo de ellos y otros factores en relación con este tipo de transacciones. El 01 de enero de 2020 entró en vigor la nueva versión de Incoterms 2020 (Transeop, s.f.). Ver más: <https://www.transeop.com/blog/Tipos-de-Incoterms-en-el-Transporte-mar%C3%ADtimo/35/>

Importación: Régimen aduanero que permite el ingreso legal a consumo de un bien o servicio de origen extranjero (Sunat, s.f.).

Inteligencia de mercados: la habilidad de la organización para procesar, interpretar y diseminar la información proveniente del mercado/entorno, facilitando el desarrollo de una coordinación interfuncional que permita a la organización responder de forma ágil ante los cambios en el mismo (Navarro et al., 2013).

Partida Arancelaria: Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por cuatro dígitos. Las partidas arancelarias se encuentran en el enlace de SUNAT <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias> (Sunat, s.f.)

APLICACIÓN PRÁCTICA DEL CONCEPTO

LA RUTA PARA LLEGAR AL MERCADO DESEADO

Los productores(as) responsables del cultivo y cosecha de los diversos granos andinos, se esfuerzan por brindar productos de calidad. Para lo cual implementan buenas prácticas agrícolas y así evitan la contaminación involuntaria de su producto y logran una buena productividad de sus campos. Los kilos o toneladas de granos andinos cosechados deben almacenarse en buenas condiciones. En el caso de la quinua, que contiene saponina, ésta debe pasar por un proceso de perlado, es decir, extracción de saponina en una planta de procesamiento primario y así estar lista para su comercialización.

Entonces, *¿Dónde puedo comercializar mis productos?* Para responder a esta pregunta debemos de saber en qué países o regiones nuestro producto es reconocido y demandado, asimismo, es imprescindible el tener claridad sobre los atributos que tiene el producto que se tiene y los elementos diferenciales de este.

Inteligencia de mercados

Implementar la inteligencia de mercados en las empresas u organizaciones de productores(as), involucra obtener y procesar una serie de datos relacionados con el comportamiento del mercado de destino, así como un claro conocimiento del producto y sus elementos de diferenciación. Las principales herramientas para lo anterior son el estudio de mercado (Tabla 1) y el sondeo de mercado.

Tabla 1. Estructura de un estudio de mercado

Tema	Subtema
Información del país o mercado	Factores demográficos Geografía o ambiente físico Factores sociopolíticos Factores socioculturales Factores económicos
Información del producto o sector	Descripción del producto Estructura del sector Exportaciones e importaciones
Normativas	Normas y procedimientos de exportación e importación, derechos de aduanas y contingencias, impuestos internos, restricciones en materia de divisas, reglamentaciones de seguridad, normas voluntarias
Logística	Puertos de ingreso, empaque y embalaje, transporte, centros de acopio, requerimientos especiales
Consumidor	Identificación del mercado objetivo, potencial del mercado, tendencias de consumo, perfil del consumidor
Competencia	Competencia nacional, internacional, productos sustitutos
Estructura comercial	Canales de distribución, precios en el mercado internacional, promoción y publicidad en el mercado de destino.

Elaboración propia

Un estudio de mercado es la herramienta de inteligencia de mercados más apropiada para obtener información completa y que nos permita tomar mejores decisiones en relación con la definición del mercado al que vamos a dirigir nuestros granos andinos.

Estos estudios son amplios y muchas veces costosos. El costo de un estudio de mercado es variable y dependerá de que tanta información se tenga disponible del mercado de destino. Es por lo que, un estudio de mercado puede costar desde 10,000 soles hasta varios miles de soles, por lo que a continuación se recomiendan algunos enlaces donde podrán acceder de manera gratuita a información relevante de estudios de mercado que se realizan por parte de diferentes instituciones (Tabla 2).

Tabla 2. Fuentes confiables que desarrollan estudios de mercado para granos andinos (énfasis en quinoa)

Fuente	Estudios disponibles	Enlaces
Portal Exportemos.pe de PROMPERU, en la sección de estudios e informes especializados	- Informe especializado de granos andinos y chía en la Unión Europea (2015) - Perfil de producto – Francia: quinoa - Perfil de producto. España: quinoa - Perfil de quinoa en el mercado de Reino Unido	https://exportemos.pe/inteligencia-para-exportar/publicaciones-y-multimedia

CBI de Holanda con estudios de mercado especializados en granos y semillas,	• El mercado potencial de quinua • El ingreso al mercado de UE de quinua	https://www.cbi.eu/market-information/grains-pulses-oilseeds
Eurecotrade – Programa de Apoyo presupuestario a la Política de promoción de las exportaciones de productos ecológicos	• Estudio de mercado de la quinua en Francia del año 2015	https://issuu.com/euroecotra-deperu/docs/estudio_de_mercado_-_quinua

Elaboración propia.

A continuación, se abordará algunos de los puntos más relevantes que se deben conocer para hacer un análisis adecuado sobre los potenciales mercados de destino de granos andinos.

A. El perfil del consumidor

Es clave comprender que cada persona puede tener diferentes preferencias o gustos, lo que nos hace distintos, esto se debe a aspectos, culturales, sociales, económicos, entre otros, que nos diferencian, con base en lo anterior es que se establecen los nichos de mercado. Lo importante para la comercialización de granos andinos, es entender las necesidades, gustos y preferencias del consumidor al que se quiera llegar (nicho de mercado), para de esta manera ajustar las características del producto, para que así se desarrollen las estrategias, se implementen y se evalúen los resultados (para ajustar la estrategia).

Por ende, el primer paso es definir el perfil del cliente/consumidor (nicho de mercado), que permitirá:

1. Conocer y entender las necesidades de tu cliente con mayor precisión.
2. Ofrecer variedad de productos y servicios teniendo en cuenta sus exigencias.
3. Identificar el canal adecuado para comunicarte con cada uno de ellos.
4. Implementar mejores estrategias para llegar a tus clientes potenciales de forma directa y segura.
5. Conocer quién es tu competencia.
6. Tomar decisiones precisas en el momento que cambien las tendencias de consumo

Enlaces de interés:

Video: Perfil del consumidor y tendencia de consumo de alimentos en China. Exposición a cargo de Diana Maraví – Especialista de mercados de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. <https://www.youtube.com/watch?v=JBbEuj2nn8>

Video: Perfil del consumidor en los países miembros de la Alianza del Pacífico. Exposición a cargo de Diego Corthorn – Especialista de mercados de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. https://www.youtube.com/watch?v=b9DqoeBS_dY

B. Los costos de exportación

El costeo es trascendental en todo negocio y es que, un mal costeo puede significar grandes pérdidas pudiendo así ocasionar el cierre de este. Muchas veces el empresario o la organización de productores(as) desconoce todos los costos en los que se incurre para que los productos lleguen hasta el comprador, y conllevan a un cálculo equivocado del valor de venta de este, ofreciendo un precio de venta por debajo del costo total. Por ejemplo, en el caso de una exportación, será importante considerar también los INCOTERMS. Todo negocio debe generar rentabilidad, para que los ingresos percibidos puedan ser revertidos en este, por ejemplo, pueden ser utilizados para ampliar la producción o hacer mejoras a los procesos.

Dependiendo del mercado de destino al que el producto se dirija, los costos podrían variar ya que se deben sumar otras variables, como los impuestos, los costos de transporte, aranceles (en el caso de una exportación), tipo de envase de producto, certificaciones del producto (ejemplo: orgánico y comercio justo). En la Tabla 3 se presentan los principales costos para la exportación de granos andinos en Perú.

Tabla 3. Elementos de la estructura de precios de exportación

Elementos
1. Costo de fábrica de las mercancías.
2. Embalaje y marcación para la exportación.
3. Carga en la fábrica para el transporte.
4. Transporte al muelle o aeropuerto.
5. Gastos de manipulación y derechos de puerto o aeropuerto.
6. Costos de los documentos (conocimiento de embarque, carta de porte aéreo, Certificado de origen, etc.).
7. Factura comercial.
8. Prima del seguro y costo de la póliza.
9. Gastos del Flete Marítimo o aéreo.
10. Gastos de descarga en el punto de destino.
11. Gastos de manipulación y derechos de puerto o aeropuerto.
12. Derechos e impuestos de importación.
13. Derechos del agente encargado del despacho de aduanas.
14. Transporte al almacén del importador.
15. Margen o sobreprecio del importador.
16. Margen o sobreprecio del mayorista.
17. Margen o sobreprecio del minorista

Elaboración propia

Estudio de caso: Costos para la exportación de quínoa

En el caso de la quinua, la principal presentación para la exportación es la quinua en grano perlado (sin saponina), la exportación se realiza principalmente por la vía marítima y se requiere completar

un contenedor completo y convencional para carga seca de 20 pies de tamaño, es decir, que pueda llevar unos 24.000 kg de producto (MINCETUR, 2015). Para lograr esta cantidad de quinua, suele ser necesario el acopiar la quinua de varios productores, para luego llevarla a una planta de procesamiento para la extracción de saponina. Una vez se tenga el producto perlado, se deberá transportar hasta el puerto en el Callao y finalmente realizar toda la travesía hasta el mercado de destino identificado. A continuación, en las Tablas 4, 5 y 6, se detallan algunos tiempos y costos referenciales en cada una de las etapas de la logística del producto. Hay que considerar que, los costos son referenciales y obtenidos al año 2015 y puede haber variado (MINCETUR, 2018).

Tabla 4. Costos y tiempos logísticos en la fase productiva (ruta Puno – Callao)

Proceso	Tiempo (horas)	Costo (\$/.)
Tratamiento poscosecha para la venta o entrega	34.8	172.2
Empaquetado	5.6	24.45
Almacenaje	n. d.	n. d.
Espera hasta el recojo de producción	0	0
Carga de mercadería a la unidad de transporte	2.3	129.5
Transporte de la chacra al siguiente destino	2.25	70
Descarga de la mercadería en el centro de acopio	1.8	37.57
Total	46.75	433.74

Fuente: MINCETUR (2018)

Tabla 5. Costos y tiempos logísticos en la fase de centro de acopio

Proceso	Tiempo (horas)	Costo (\$/.)
Descarga de la mercadería en el centro de acopio	1.8	37.57
Tratamiento para la venta	56.7	490
Espera hasta la entrega/almacenamiento	464	450
Carga de la mercadería en el centro de acopio para su traslado al siguiente destino	4.25	2,000
Transporte desde el centro de acopio hasta el siguiente destino	29.3	9,500
Descarga de la mercadería al llegar al siguiente destino	6	1,500
Total	562.05	13,977.57

Fuente: MINCETUR (2018)

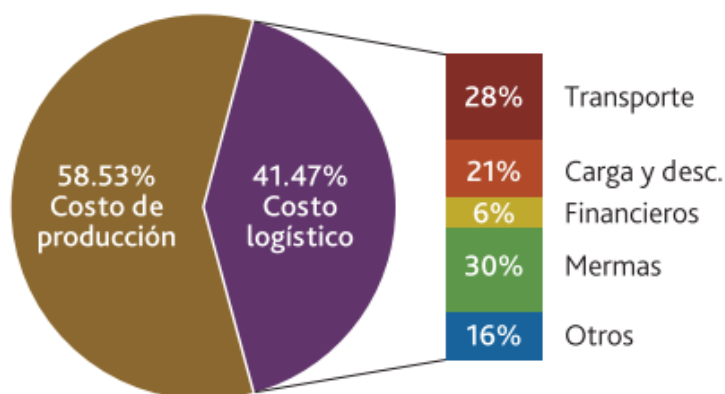
Tabla 6. Costos y tiempos logísticos en la fase de planta a puerto de embarque

Proceso	Tiempo (horas) por envío	Costo (\$/) por envío
Descarga de la mercadería al llegar al siguiente destino	6	1,500.0
Procesamiento en planta	54	2,450.5
Empaquetamiento y etiquetado	32	950.5
Certificado de origen (CC - Lima)	48	44.8
SENASA (certificado de origen + addendum)	72	23.9
Agenciamiento aduanero (inspección aduanera)	24	589.0
Visto bueno del B/L	0	327.0
Gate-Out/ Handling (Empty)	0	457.0
Transporte planta - depósito - puerto	2.1	3,678.0
Llenado del contenedor	2.5	245.9
Gastos administrativos	0	31.3
Depósito temporal (servicio integral, incluye gastos administrativos)	32	779.0
Espera de los camiones en el puerto	3	782.1
Operación portuaria	6	299.5
Total	281.6	12,158.4

*Considera un tamaño promedio de envío de 20,000 kilogramos.

En la Figura 1, se puede apreciar que, a nivel de costos, el componente logístico involucra varias actividades y que representan un considerable porcentaje del costo total de exportación.

Figura 1. Distribución porcentual de los costos logísticos en el tramo Puno – Callao



Fuente: MINCETUR (2018)

C. Tendencias de mercado de quinua

La expansión de la demanda de quinua y sus derivados agroindustriales está asociada a tendencias de nuevos patrones de consumo, que privilegian cada vez más alimentos que reúnan características nutricionales saludables, ofrezcan garantías de sanidad e inocuidad y estén asociados a algunas características especiales, como la condición de ser productos orgánicos o ser expresión de tradiciones culturales de reconocido valor.

Estudios recientes clasifican los atributos de valor de los alimentos procesados en 5 ejes principales: *Placer, Salud, Forma, Practicidad y Ética*. La posibilidad de reunir una o más de estas características permitiría el ingreso a nichos de mercado que, pueden pagar un mejor precio, al agregar valor a los alimentos y garantizar una demanda dinámica en los mercados internacionales. En el caso de la quinua, parece claro que puede reunir al menos dos de dichas características: su condición de alimento saludable y las características éticas que se asocian a su historia y tradición cultural.

Para los granos andinos, resulta importante la certificación orgánica y de comercio justo. Los requisitos para la obtención de estas certificaciones los desarrollaremos en el siguiente tema del curso. Es importante precisar que, el mercado de productos orgánicos ha estado creciendo de manera sostenible en los últimos 20 años, dejando de ser un nicho de mercado al ser una tendencia mundial. En el 2019, la participación de los granos orgánicos en los envíos de quinua dio un súbito avance al pasar de 30% a 38%, mientras que en el año 2021 pasó a ser el 45%, lo que muestra su tendencia creciente. Los consumidores de los principales mercados de destino demandan cada vez más la quinua libre de agroquímicos, lo que impulsa a los productores a seguir apostando por este tipo de producción, que exige mayores costos y cuidados (Agencia Agraria de Noticias, 2021).

“En los próximos tres años, la quinua orgánica va a representar más de la mitad de las exportaciones. Esta tendencia deja claro que el Perú tiene que dedicarse al producto orgánico”, comenta el presidente del comité de Menestras y otros granos de la Asociación de Exportadores (ADEX). Los precios de venta de la quinua orgánica son 10% o 15% más elevados que los de la convencional, destaca (Agencia Agraria de Noticias, 2021).

D. Regulaciones no arancelarias de exportación

A diferencia de las medidas arancelarias (impuestos que se pagan), implementadas por los países para la exportación de los productos, las regulaciones no arancelarias son todas aquellas exigencias, establecidas en regulaciones de los países para protegerse y evitar el ingreso de productos que puedan causar algún daño a los consumidores.

En el caso de alimentos como los granos andinos, las regulaciones están relacionadas con medidas principalmente sanitarias y fitosanitarias para proteger a las personas y a los cultivos del país de destino, de plagas no deseadas. Es así como los países establecen controles en la entrada, salida, circulación y tránsito de las mercancías a ser comercializadas. Este punto será abordado a mayor detalle en la semana 04 del curso.

En nuestro país, contamos con 3 Autoridades Sanitarias, con funciones claramente establecidas en la Ley de Inocuidad de los Alimentos. Las funciones se distribuyen en relación con el procesamiento de los alimentos. El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), tiene como competencia la sanidad de los alimentos de procesamiento primario, es decir, aquellos alimentos que provienen del

campo y que para el consumo humano han seleccionados, picados, triturados o limpiados. El proceso de desaponificado y retiro de piedrecillas es un procesamiento primado. En tal sentido, todas las organizaciones que comercialicen el producto en grano deberán registrarse con lo establecido por SENASA.

En el caso de productos transformados o industrializados, donde se dé una transformación del producto, por el sometimiento a calor o incorporación de algún aditivo, como el caso de las hojuelas, harinas o galletas de granos andinos, éstas son reguladas por la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria – DIGESA.

En relación con los requisitos relacionados con el control fitosanitario es únicamente SENASA la autoridad competente.

HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

A continuación, se brindan algunas herramientas para realizar la búsqueda de información de mercados, que ayude en la toma de decisiones para las organizaciones interesadas en ingresar a nuevos mercados:

- **Sunat:** información sobre el tratamiento arancelario de la partida arancelaria, dependiendo del mercado de destino. Nos permitirá conocer si nuestro producto tiene alguna preferencia arancelaria. Tener cuidado al momento de elegir la partida arancelaria y es que ésta es diferente, dependiendo de la presentación del producto. Por ejemplo, la quinua en grano tiene una partida arancelaria diferente a la harina de quinua o la quinua pop. <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelSO1Alias>
- **Trademap:** Herramienta desarrollada por ITC y que proporciona en forma de tablas, gráficos y mapas, indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras. Es una herramienta gratuita. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- **LATE:** Plataforma digital gratuita que consolida diversas fuentes confiables en un solo lugar. Late, de manera amigable, te mostrará las 5 etapas clave de la exportación: inteligencia de mercados, requisitos no arancelarios, requisitos arancelarios, logística de exportación, costos y financiamiento. Es una herramienta gratuita. <https://www.late.gob.pe/FrmLogin.aspx>
- **Simuladores marítimos:** Herramienta logística que brinda información sobre las tarifas de fletes internacionales y opciones de líneas navieras. Se cuenta con información de más de 97 puertos y 44 países registrados en 25 rutas marítimas del Perú al exterior. <https://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/>
- **Simulador financiero:** Es una herramienta que permite crear una visión más clara de las ofertas de servicios financieros nacionales, comparar tarifas y comisiones de cada una de las instituciones que lo ofrecen. <https://simuladorfinanciero.promperu.gob.pe/>

CONSIDERACIONES CLAVE

- Recabar y analizar información del mercado hacia donde se dirigirá nuestro producto es relevante, ya que nos permitirá entender las características de este y comprender como funciona, así podremos conocer de antemano si nuestro producto tendrá una salida comercial exitosa. Se recomienda la elaboración o revisión de estudios de mercado de granos andinos y para lo cual se han brindado algunas herramientas de búsqueda.
- Ser muy cuidadoso al momento de determinar los costos de exportación del producto. Hay que considerar que, para el caso de una exportación existen varios costos adicionales que conforman los costos logísticos como son los costos de transporte, de carga y descarga, financieros entre otros y que pueden representar aproximadamente el 41% del costo total de exportación.
- Gestionar a tiempo los requerimientos de las autoridades sanitarias y fitosanitaria para la autorización de comercialización de los granos andinos ya que, estas exigencias son obligatorias, es decir, de no cumplirlas no se podrá comercializar los productos.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Agraria de Noticias (2021). Más de la mitad de la quinua peruana de exportación sería orgánica, dentro de tres años. <https://www.agraria.pe/noticias/mas-de-la-mitad-de-la-quinua-peruana-de-exportacion-seria-or-24736>
- Euroecotrade (2015). Estudio de mercado de la quinua en Francia. https://issuu.com/euroecotraderperu/docs/estudio_de_mercado_-_quinua
- IICA (2018). Manual 5 – Gestión Empresarial Táctica y Operativa: el mercado y la comercialización. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Hughes, P., Morgan, R.E. y Kouropalatis, Y., 2008, “Market knowledge diffusion and business performance”. European Journal of Marketing, Vol. 42, issue 11/12, pp. 1372-95.
- MINCETUR (2015). Guía de orientación al usuario del transporte acuático. p.31. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Guia_Transporte_Acuatico_13072015.pdf
- MINCETUR (2016). Análisis Integral de la Logística en el Perú. 1.edición. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/P_Quinua.pdf
- MINCETUR (2018). Análisis Integral de la Logística en el Perú – 5 cadenas de exportación. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/P_Quinua.pdf
- Navarro-García A., Barrera-Barrera R., Villarejo-Ramos A. (2013). La importancia de la inteligencia de mercados en la actividad exportadora de las empresas españolas. *ESIC*.

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/33532/130912_125721_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y

PROMPERU (2022). Glosario de Exportación. www.exportemos.pe

Questionpro (s.f.) ¿Qué es un estudio de mercado? <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

SUNAT (2022). Orientación aduanera – Exportación. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

SUNAT (s.f.). GJA-03 Ley General de Aduanas. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03normasoc.htm#:~:text=R%C3%A9gimen%20aduanero%20que%20permite%20el,las%20formalidades%20y%20otras%20obligaciones>

SUNAT (s.f.). Tratamiento arancelario por subpartida nacional. <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelSO1Alias>

Transeop (s.f.). Incoterms 2020: ¿Qué son? Clasificación y Tipos. <https://www.transeop.com/blog/Tipos-de-Incoterms-en-el-Transporte-mar%C3%ADtimo/35/>

GUIA TEMÁTICA N°03

¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DIFERENCIALES DE MI PRODUCTO?

OBJETIVO

Reconocer los principales elementos de la oferta peruana de granos andinos y que permita diferenciarse de la producción de los diversos países en los que se produce productos como quinua y kiwicha.

DEFINICIONES CLAVE

Con la finalidad de facilitar el entendimiento de la presente guía, se brindan las siguientes definiciones claves:

Innovación: Se tienen diversas definiciones que observan el fenómeno desde diferentes perspectivas, Peter Drucker señaló que *“la innovación es la herramienta clave de los empresarios, el medio por el cual se aprovechan los cambios como una oportunidad”* (Drucker, 1985). Tushman y Nadler (1996) se concentran en la empresa al destacar que *“la innovación es la creación de cualquier bien, servicio o proceso que sea nuevo para la unidad de negocios”*. La innovación incluye dos partes: i) la generación de una idea o invención, y ii) la comercialización de dicha invención o idea. Michael Porter cambió el foco de atención al destacar que la innovación no puede tratarse únicamente a partir de un nivel individual o empresarial, ya que el proceso de la innovación se encuentra dentro del contexto nacional o regional (Porter, 1990).

Inocuidad de los alimentos: Garantía de que los alimentos no causarán efectos adversos en la salud del consumidor cuando se preparen o se consuman de acuerdo con su uso previsto (Codex Alimentarius, 2020).

Las Normas Técnicas Peruanas: Son documentos que establecen las especificaciones o requisitos de calidad para la estandarización de los productos, procesos y servicios. Las elaboran profesionales que conforman los Comités Técnicos de Normalización (CTN), y lo integran representantes de tres sectores: productores / empresas privadas, consumidores / entidades públicas y técnicos / academia (INACAL, s.f.)

Marca: Es cualquier signo que sirve para identificar y diferenciar productos y servicios en el mercado. Esta puede representarse a través de signos distintivos como palabras, figuras, símbolos, letras, cifras, formas determinadas de envases, envolturas, formas de presentación de los productos, o una combinación de estos elementos. Las marcas se pueden utilizar en productos o servicios y también pueden ser colectivas (INDECOPI, s.f.)

Producción orgánica: Son productos vegetales, animales o sus derivados, en cuya producción o procesamiento no se han utilizado fertilizantes, plaguicidas químicos, Organismos Vivos Modificados (OVM o transgénico), ni ingredientes o aditivos sintéticos. Un producto orgánico solamente puede ser denominado como tal, cuando cuenta con un certificado emitido por un

organismo de certificación (certificadora) de productos orgánicos autorizado y registrado por SENASA (SENASA, s.f.).

Sistema HACCP: Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control. Contempla la elaboración de documentación o conjunto de documentos preparados de conformidad con los principios del HACCP para garantizar el control de los peligros significativos en la empresa de alimentos y la aplicación de estos (Codex Alimentarius, 2020).

APLICACIÓN PRÁCTICA DEL CONCEPTO

En la actualidad y con la diversidad de países productores, no es posible competir únicamente por precios, es altamente riesgoso para la sostenibilidad. En este módulo resaltaremos los elementos claves para la diferenciación de oferta.

Como se ha mencionado, los granos andinos tienen su origen en Sudamérica; la quinua, debido a su adaptabilidad, viene produciéndose en más de 70 países, siendo Perú y Bolivia los que concentran el 75% de la producción mundial, siendo el primero el principal país productor de quinua con 97,057 toneladas de producción relacionados con 66,584 hectáreas de producción (Sierra y Selva Exportadora, 2021). Sin embargo, es necesario mencionar que, la producción en otros países, como Estados Unidos, Canadá o España, viene incrementándose año a año, por lo que cada vez es más importante el desarrollar elementos de diferenciación para competir con otros países.

Es difícil pensar en competir únicamente con una estrategia de reducción de precios y es que, los productores de otros países pueden tener diferentes niveles de producción, avances tecnológicos, maquinaria en el campo, infraestructura para el transporte o inclusive, incentivos de sus países, que les permitan tener precios productivos más bajos. El entrar a una guerra de precios, no sería lo más apropiado. Es aquí donde vemos oportunidades en la diferenciación de nuestros productos y que se deben reconocer y resaltar.

A continuación, vamos a desarrollar los principales elementos de diferenciación que tienen los granos andinos y que están dirigidos principalmente al segmento de consumidores que están en la búsqueda de alimentos saludables y que tengan un impacto positivo en el ambiente y sociedad.

Ver enlace a *superfoods* del Perú – Hatun Phaqa: <https://peru.info/es-pe/superfoods>

1. Las características nutricionales

Los granos andinos son considerados “*superfoods*”, y si bien de manera ancestral, en nuestro país se reconocen sus propiedades, es necesario resaltar estas en las fichas técnicas de los productos, en las negociaciones con los potenciales clientes y en todos los mecanismos de comunicación con los consumidores.

Los granos andinos (quinua, kiwicha, cañihua y tarwi) desde el punto de vista nutricional y alimentario, son fuente natural de proteína vegetal económica y de alto valor nutritivo por la combinación de una mayor proporción de aminoácidos esenciales, que les confieren un valor

biológico comparable solo con la leche, la carne y el huevo. Como fuente de proteína vegetal, los granos andinos ayudan al desarrollo y crecimiento del organismo, conservan el calor y energía del cuerpo, son fáciles de digerir y combinados con otros alimentos forman una dieta completa y balanceada que pueden sustituir alimentos de origen animal (Rojas et al., 2010).

En consideración a lo indicado, muchos profesionales del sector de la salud y nutrición humana coinciden en mencionar que *“el valor alimenticio de un producto se aprecia no solo por la proporción y cantidad de sus nutrientes, sino también por su calidad, su grado de digestibilidad y utilización posterior por el organismo”* (Rojas et al., 2010). En los últimos veinte años se ha venido acumulando mucha información científica que atestigua los efectos beneficiosos de los granos andinos para la salud. De esta forma surgen los “alimentos funcionales” que son alimentos o componentes de la dieta de una persona que pueden aportar un beneficio para la salud más allá de la nutrición básica, ya que le añaden otros ingredientes beneficiosos como fibras, vitaminas, minerales, entre otros (Rojas et al., 2010). A continuación, en las siguientes Tablas se muestra la composición de nutrientes, minerales y aminoácidos en los principales granos andinos.

Tabla 1. Composición de nutrientes (porcentaje) en quinua, cañihua y kiwicha, en comparación con el trigo, arroz y maíz

Grano	Proteína	Grasa	Fibra	Ceniza	Carbohidratos
Quinua*	13.81	5.01	4.14	3.36	59.74
Cañahua**	17.60	8.30	11.00	4.30	61.70
Amaranto**	13.50	7.10	2.50	2.40	64.5
Trigo**	8.6	1.5	3	1.7	73.7
Arroz***	9.9	1.55	0.7	0.64	74.24
Maíz*	9.2	3.8	9.2	1.3	65.2

* Bo (1991) y Morón (1999), citados por Jacobsen y Sherwood (2002)

** Collazos *et al.* (1996)

*** Instituto Nacional de Nutrición, citado por Mujica *et al.* (2002)

Fuente: (Rojas et al., 2010).

Tabla 2. Composición de minerales por 100 gramos de porción comestible de granos andinos

Grano	Calcio (mg)	Fósforo (mg)	Hierro (mg)
Quinua *	113.3	250.6	5.0
Cañahua *	122.0	372.0	13.0
Amaranto *	249.3	459.0	6.6

Fuente: Instituto Nacional de Laboratorios de Salud INLASA (2005), La Paz, Bolivia.

* Promedios de 4 a 6 variedades analizadas por tipo de grano

Fuente: (Rojas et al., 2010).

Tabla 3. Contenido de aminoácidos de los granos andinos en comparación a los del arroz y trigo (g. de aminoácidos / 16 g de nitrógeno)

Aminoácido	Quinua	Cañahua	Amaranto	Arroz	Trigo
Lisina	5.6	5.3	6.0	3.2	2.8
Metionina	3.1	3.0	3.8	3.6	1.3
Treonina	3.4	3.3	3.3	3.2	2.9
Triptófano	1.1	0.9	1.1	1.1	1.2

Fuente: Repo-Carrasco (1998)

Fuente: (Rojas et al., 2010).

2. La marca

Para los productos, como los granos andinos, es importante contar con una marca, es decir, un identificador que diferencie a un producto o servicio. Si bien no es obligatorio registrar una marca, es un requisito para iniciar actividades comerciales y es que, permitirá proteger tu marca de otras empresas que deseen utilizarla, convirtiéndote en el dueño y único autorizado de utilizarla en el Perú.

La marca es importante para un producto o servicio ya que es el principal identificador que garantiza al consumidor sus atributos, es por ello que te damos algunos consejos para darle identidad y valor a tu producto. Toda empresa y/o negocio debe tener una marca, por grande o pequeño que este sea (INDECOPI, s.f.)

Las marcas pueden ser individuales o colectivas. Las individuales podrán distinguir tus productos de los de la competencia y la marca colectiva te permite identificar el origen, material, modo de fabricación u otra característica común de productos o servicios pertenecientes a los miembros de una organización o agrupación (INDECOPI, s.f.)

Un ejemplo de marca colectiva es la desarrollada en el año 2015, denominada “Aynok’a”, nombre por el cual se diferencia a la quinua orgánica de Puno. Es el resultado del programa Aliados II, donde trabajaron en conjunto el Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural (AgroRural), el Programa Granos Andinos, la Mesa de Trabajo de la Quinua, Dirección Regional Agraria de Puno (DRA Puno) y el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA).

Los requisitos para registrar una marca se pueden encontrar en el siguiente enlace de INDECOPI: <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-la-marca-de-producto-o-servicio-de-tu-negocio-en-indecopi>

Marca Perú:

La Marca Perú es una herramienta que busca fomentar el desarrollo y crecimiento nacional a través de la promoción de bienes y servicios al mercado mundial. El trámite para la obtención de la licencia del uso de la marca es gratuito y se tramita ante PROMPERU, teniendo una vigencia máxima de dos años.

Las empresas u organizaciones pueden gestionar la licencia de marca para uso institucional, de productos y en eventos. Los requisitos para el uso de cada uno de estos tipos de licencia se pueden

encontrar en el siguiente enlace de PROMPERU: <https://www.gob.pe/9571-solicitar-uso-de-marca-peru-en-mis-productos-o-servicios>

Marca Superfoods

En febrero del año 2017 y en el marco de una de las ferias internacionales más importantes del rubro de alimentos, Feria Fruit Logistica en Alemania, PROMPERU lanzo la marca sectorial “superfoods del Perú”. La marca busca buscará posicionar los alimentos peruanos que tienen importantes propiedades nutricionales, resaltando la calidad y variedad de estos, así como sus beneficios.

Los requisitos para el uso de la marca “Superfoods Perú”, se encuentran en el siguiente enlace: https://peru.info/Portals/0/Licenciario/MarcasIncorrectas/0/5/Requisitos_SuperfoodsPeru.pdf

3. La calidad e inocuidad

La calidad es un elemento imprescindible y clave que debe asegurarse en el producto. Para lograr la calidad del producto que será comercializado, es necesario asegurar los procesos a lo largo de toda la cadena, implementando buenas prácticas agrícolas en el campo, buenas prácticas de manufactura en la planta de proceso, así como la implementación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, conocido por la abreviatura de HACCP. De esta manera, se podrá asegurar la calidad e inocuidad de este (así como la trazabilidad). Se pueden encontrar una diversidad de documentos con recomendaciones de buenas prácticas y que están en Normas Técnicas Peruanas que a continuación se detallarán.

Otro aspecto importante para considerar son las certificaciones privadas que a la fecha vienen reconociendo y exigiendo los compradores y están relacionadas a exigencias de calidad y sostenibilidad. Estas certificaciones ayudan a los consumidores en su decisión de compra, en función de sus necesidades y opiniones. A continuación, se detallarán algunas de las principales certificaciones reconocidas para el sector de granos andinos.

Certificación Global G.A.P: tiene como objetivo una producción segura, sostenible y con un alcance desde la selección del terreno de cultivo hasta que el producto esté listo para ser entregado al cliente. La certificación la realiza Organismos de Evaluación de la Conformidad acreditados. La certificación Globalgap cubre la inocuidad alimentaria y trazabilidad, medio ambiente (incluyendo biodiversidad), salud, seguridad y bienestar del trabajador, bienestar animal e incluye el manejo integrado de cultivos (MIC), manejo integrado de plagas (MIP), Sistemas de Gestión de Calidad (SGD) y Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) (Globalgap, s.f.)



- **Certificación BRC:** La norma BRC es un estándar mundial para la seguridad de los alimentos creado por el British Retail Consortium (Consortio Británico de Minoristas), organización a quien debe sus iniciales. Fue creada con la doble finalidad de, por un lado, asegurar el cumplimiento de los proveedores y, por otra parte, proporcionar a los minoristas una herramienta con la que garantizar la calidad y seguridad de los productos alimenticios que comercializan. En la actualidad, la norma BRC es conocida y utilizada a nivel mundial tanto por minoristas como por empresas procesadoras en la producción de alimentos seguros y en la selección de proveedores confiables (ISO Tools, s.f.).



La norma BRC está reconocida por la Iniciativa mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI), un programa destinado a armonizar las normas internacionales de seguridad alimentaria con el apoyo de los principales minoristas y fabricantes de alimentos del mundo. Así pues, el reconocimiento de la GFSI significa para usted la posibilidad de utilizar la norma mundial BRC para cumplir los requisitos de estos agentes principales bajo un solo sistema de gestión de seguridad alimentaria reconocido internacionalmente (SGS del Perú, s.f.)

Para certificar en BRC se debe cumplir con los siguientes programas implementados:

- a. Un plan de seguridad alimentaria con análisis de riesgos y puntos críticos de control
- b. Compromiso de la alta dirección
- c. Un sistema de gestión de calidad con las políticas de gestión y de la organización.
- d. Programas pre-requisitos relacionadas con aspectos medioambientales y sanitarios

4. Certificación orgánica y de comercio justo

De acuerdo con las tendencias de mercado y considerando que, por los atributos de los granos andinos, estos están dirigidos a un sector del mercado, en el que se reconocen o valoran las prácticas ambientales y de responsabilidad social, pagando un precio por encima del precio de un grano andino convencional, son dos las certificaciones más reconocidas: la certificación orgánica y la certificación de comercio justo.

- **Certificación orgánica:** Para que un producto sea considerado “orgánico”, es obligatorio que tenga la certificación orgánica. La auditoría de certificación únicamente puede ser realizada por Organismos de Evaluación de la Conformidad como las empresas auditoras que estén acreditadas por SENASA. El Directorio actualizado de certificadoras de productos orgánicos y acreditadas se pueden encontrar en el siguiente enlace:

<https://www.gob.pe/institucion/senasa/informes-publicaciones/1496773-lista-de-entidades-de-certificacion-de-la-produccion-organica-registrados-ante-senasa>



¿Cómo puedo lograr ser un productor orgánico? Toda producción convencional debe pasar por un período de transición de tres años, establecido en el Reglamento técnico para los productos orgánicos. Este período debe ser acompañado por un organismo de certificación. Además, es necesario que a nivel de organización de productores contraten profesionales competentes en el tema, para la capacitación, implementación y ejecución de un Plan de manejo anual, la gestión documentaria y se mantengan organizados los archivos. Con asesoría será más fácil el tomar contacto con organismo de certificación de productos orgánicos reconocido en el destino de los productos (mercado-país); iniciar la certificación del proceso productivo para lo cual deberá cumplir con las normas de producción orgánica tanto nacional como del mercado de destino.

Enlace de SENASA en relación con los productos orgánicos:

https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2014/12/Triptico-RTPO_1.pdf

- **Certificación de comercio justo:** Es importante entender el concepto de comercio justo y se refiere a un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente. Esta certificación está dirigida principalmente a organizaciones de productores. Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo, que se detallan en la Figura 2 (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, s.f.).



Figura 1. Los 10 principios del comercio justo

En la Figura 2 se pueden ver las marcas de las principales certificaciones de comercio justo.



Figura 2. Logos de principales certificaciones de comercio justo

La certificación de comercio justo y la de producción orgánica, tienen un precio diferenciado en el mercado y que generalmente está por encima del precio del producto convencional.

Una de las principales certificadoras de comercio justo es Fairtrade Labelling Organization (FLO), quien maneja normas de certificación por producto y actualmente cuenta con una norma para la certificación de quinua en grano. Del mismo modo, cuenta con información sobre las primas (precio adicional), que corresponde pagar por producto certificado como orgánico y comercio justo. En la Tabla 4, se puede apreciar las primas adicionales de comercio justo para una quinua convencional y orgánica.

Tabla 4. Lista de precios para quinua con certificación de comercio justo

Product ↓↑	Quality ↓↑	Form ↓↑	Country / Region ↓↑	Producer Scope ↓↑	Price level (INCOTERMS) ↓↑	Quantity / Unit ↓↑	Currency ↓↑	Fairtrade minimum price ↓↑	Fairtrade premium ↓↑	Date of validity ↓↑
Quinoa	Conventional	processed (rinsed from saponine)	South America	SPO	FOB	1 MT	USD	2250	260	4/1/2012
Specific Product Standard Cereals										
Product specific information at least 30% of the FP to be invested in environmental sustainability										
Quinoa	Organic	processed (rinsed from saponine)	South America	SPO	FOB	1 MT	USD	2600	260	4/1/2012
Specific Product Standard Cereals										
Product specific information at least 30% of the FP to be invested in environmental sustainability										

Fuente: FLO (s.f.)

5. Las normas técnicas de granos andinos

Las Normas Técnicas son documentos que establecen especificaciones de calidad para la estandarización de los productos, procesos y servicios. En el caso de granos andinos, se cuenta con un Comité Técnico de Normalización de Granos Andinos que ha venido desarrollando Normas Técnicas peruanas para la quinua, kiwicha y cañihua. Actualmente el Instituto Nacional de Calidad – INACAL, organismo nacional de normalización, brinda el servicio de Sala de Lectura virtual, para que las personas puedan acceder de manera gratuita a la lectura de las Normas Técnicas vigentes. El enlace para acceder a las normas de granos andinos es <https://salalecturavirtual.inacal.gob.pe:8098/>

Es importante resaltar que las Normas Técnicas Peruanas son voluntarias y corresponde a las organizaciones involucradas promover su uso para facilitar el comercio y elevar la competitividad.

A la fecha, el Comité Técnico de Normalización ha elaborado 15 Normas Técnicas Peruanas que se detallan a continuación.

Tabla 5. Listado de Normas Técnicas Peruanas de granos andinos desarrollada por el Comité Técnico de Normalización de granos andinos

Nº	Normas Técnicas Peruanas
1	NTP 205.054 KIWICHA EN GRANO (<i>Amaranthus caudatus</i>). Requisitos
2	NTP 205.061 GRANOS ANDINOS. Hojuelas de quinua. Requisitos
3	NTP 011.452 GRANOS ANDINOS. Cañihua. Requisitos
4	NTP 011.453 GRANOS ANDINOS. Quinua y cañihua. Buenas prácticas de manufactura en plantas de procesamiento
5	NTP 205.062 GRANOS ANDINOS. Quinua. Requisitos
6	NTP 011.455 GRANOS ANDINOS. Harina de cañihua tostada. Requisitos
7	NTP 011.456 GRANOS ANDINOS. Hojuelas de cañihua. Requisitos
8	NTP 011.458 GRANOS ANDINOS. Quinua. Buenas prácticas agrícolas
9	NTP 011.454 GRANOS ANDINOS. Harina de cañihua. Requisitos
10	NTP 011.451 GRANOS ANDINOS. Harina de quinua. Requisitos
11	NTP 011.459 GRANOS ANDINOS. Expandidos de quinua. Requisitos
12	NTP 011.460 GRANOS ANDINOS. Quinua. Determinación del contenido de saponinas por el método de la espuma
13	NTP 011.457 GRANOS ANDINOS. Harina extruída de quinua. Requisitos
14	NTP 011.461 GRANOS ANDINOS. Expandidos de kiwicha
15	NTP 205.055 GRANOS ANDINOS. Kiwicha en grano. Métodos de ensayo

Fuente: INACAL (s.f.)

6. El valor agregado y la Innovación

El valor agregado es aquella característica o servicio extra con el que cuenta un producto y le da un mayor valor comercial al mismo. La innovación como valor agregado es una garantía confiable para competir la cual permite obtener una ventaja competitiva sobre los adversarios. Y el contar con una ventaja competitiva es obtener poder sobre el mercado, un poder que permite a las empresas que lo logran, ser líderes en su ramo.

La ventaja competitiva nos permite liderar el mercado, que es el mayor anhelo que busca todas las empresas, y no todas lo logran, solo las más constantes, consistentes y perseverantes en el ejercicio y ejecución de la innovación.

En la producción y procesamiento de los granos andinos, el valor agregado se puede dar con la transformación de los productos, como por ejemplo el desarrollo de productos de panificación o el uso de granos andinos para la cosmética, entre otros.

CONSIDERACIONES CLAVE

- En la oferta peruana de granos andinos es importante fortalecer los elementos de diferenciación y así lograr alcanzar el segmento de consumidores que están en la búsqueda de alimentos saludables y que en su producción respetan el medio ambiente y a las personas.
- Los granos andinos (quinua, kiwicha, cañihua y tarwi) desde el punto de vista nutricional y alimentario, son fuente natural de proteína vegetal económica y de alto valor nutritivo por la combinación de una mayor proporción de aminoácidos esenciales. Estas características la diferencia de otros alimentos, por lo que se identifican como “superfoods” o “alimentos funcionales”.
- La calidad es un elemento imprescindible y clave que debe asegurarse en el producto. Para lograr la calidad del producto que será comercializado, es necesario asegurar la calidad a lo largo de toda la cadena, implementando buenas prácticas agrícolas en el campo, buenas prácticas de manufactura en la planta de proceso, así como la implementación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, conocido por la abreviatura de HACCP
- Para la exportación de granos andinos, y producto de las tendencias de mercado, se vuelve necesario el contar con una certificación de calidad y de sostenibilidad.
- Se debe implementar las Normas Técnicas Peruanas, que brindan recomendaciones para asegurar la estandarización de calidad los productos y un mejor entendimiento y acceso a información sobre procesos para dar valor agregado a los granos andinos.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahmed P., Shepherd C., Ramos L., Ramos C. (2012). Administración de la Innovación. Pearson. México. p5.
- Codex Alimentarius (2020). Código Internacional de Prácticas Recomendado, Principios Generales de Higiene de los Alimentos CXC 1-1969. Revisados en 1997, 2013 y 2020 https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?Ink=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCXC%2B1-1969%252FCXC_001s.pdf
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo (s.f.). Que es comercio justo. <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/>
- Drucker P. (1985). Innovation and entrepreneurship, Nueva York: Harper Row Publishing.
- FLO (s.f.). Fairtrade Minimum Price and Premium Information. <https://www.fairtrade.net/standard/minimum-price-info>
- Globalgap (s.f.). Cultivando el futuro del planeta. <https://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p./>
- INACAL (s.f.). Normas Técnicas Peruanas. <https://www.inacal.gob.pe/principal/categoria/normas-tecnicas-peruanas>
- INDECOPI (s.f.). Registrar una marca. <https://www.gob.pe/332-registrar-una-marca>
- ISO Tools (s.f.). Principios y fundamentos de la norma BRC para la seguridad alimentaria. <https://www.isotools.org/2015/05/29/principios-y-fundamentos-de-la-norma-brc/>
- Porter M.E. (1990). The competitive advantage of nations, Nueva York: Free Press.
- Rojas, W., Soto, J., Pinto, M., Jager, M., Padulosi, S. (2010). Granos Andinos: avances, logros y experiencias desarrolladas en quinua, cañahua y amaranto en Bolivia. https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/104701/Granos_andinos_avances_logros_y_experiencias_desarrolladas_en_quinua_ca%C3%B1ahua_y_amaranto_en_Bolivia_1413.pdf?sequence=3
- SENASA (s.f.). Preguntas frecuentes sobre la producción orgánica. https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2015/07/Preguntas-Frecuentes_DIAIA1.pdf
- Sierra y Selva Exportadora (2021). Análisis de mercado quinua 2015 – 2020. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479275/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Quinua%202015%20-%202020.pdf>
- SGS del Perú (s.f.). Agricultura y alimentos, norma mundial de seguridad alimentaria BRC. <https://www.sgs.pe/es-es/agriculture-food/food/gfsi-certification/brcgs-global-standard-for-food-safety-certification>
- Tushman M. y Nadler, D. (1996). “Organising for innovation”, California Management Review 28(3): 74-92

GUIA TEMÁTICA N°04

¿QUÉ PASOS DEBO SEGUIR PARA INGRESAR AL MERCADO?

OBJETIVO

Analizar como los actores de la cadena de granos andinos pueden mejorar la forma en que gestionan sus procesos en sus organizaciones para desarrollar o mejorar sus productos elaborados a base de granos andinos.

DEFINICIONES CLAVE

Con la finalidad de facilitar el entendimiento de la presente guía, se brindan las siguientes definiciones claves:

Alimentos agropecuarios primarios: Son los alimentos provenientes de la producción y de procesamiento primario, de origen vegetal o animal, utilizados para el consumo humano (SENASA, 2013).

Comercio electrónico (e-commerce): Actividades de negocios que se llevan a cabo por medio de la transmisión electrónica de datos por la internet y la red informática mundial (Schneider, 2013).

Inocuidad de los alimentos: Garantía de que los alimentos no causarán efectos adversos en la salud del consumidor cuando se preparen o se consuman de acuerdo con su uso previsto (Codex Alimentarius, 2020).

Medidas sanitarias y fitosanitarias: se definen como las aplicadas para (OMC, s.f.):

- Proteger la vida de las personas o de los animales de los riesgos resultantes de la presencia de aditivos, contaminantes, toxinas u organismos patógenos en los productos alimenticios;
- Proteger la vida de las personas de enfermedades propagadas por vegetales o por animales;
- Proteger la vida de los animales o preservar los vegetales de plagas, enfermedades u organismos patógenos; o
- Prevenir o limitar otros perjuicios causados a un país como resultado de la entrada, radicación o propagación de plagas

Procesamiento primario: son procesos que no incluyen una transformación del producto, como son el dividido, partido, seleccionado, rebanado, deshuesado, picado, pelado o desollado, triturado, cortado, limpiado, desgrasado, descascarillado, molido, refrigerado,

congelado, ultracongelado o descongelado. En el caso de la quinua, kiwicha y cañihua en grano, son productos de procesamiento primario (SENASA, 2013).

Alimentos industrializados: Son aquellos alimentos procesados por la industria alimentaria en el que se añaden varios ingredientes, como: sal, azúcar, aceite, grasa, sustancias alimenticias y aditivos para modificar su sabor y características y además para aumentar su tiempo de almacenamiento (Alimentación para la salud, s.f.).

APLICACIÓN PRÁCTICA DEL CONCEPTO

En los módulos anteriores, se ha abordado la importancia de contar con una oferta de productos diferenciada y del mismo modo, se ha resaltado la relevancia que tiene el conocer de antemano, los mercados (países de destino), a los cuales puede acceder nuestro producto. Ahora, vamos a explicar cuáles son estos principales requisitos para considerar, haciendo énfasis en aquellos que “no son negociables”, como las medidas sanitarias y fitosanitarias. El incumplimiento de un requisito obligatorio puede llevar a la devolución o incineración del producto, pudiendo generar grandes pérdidas económicas, además de dañar la imagen de su empresa y del país.

A. Los requisitos sanitarios

Son aquellas regulaciones, de carácter obligatorio, que tiene como finalidad el proteger la salud de las personas. Estas regulaciones las establecen las autoridades sanitarias en todos los países.

Lo primero que se debe hacer, es conocer cuáles son las autoridades sanitarias en nuestro país, ya que, los que exporten o comercialicen su producto (ambos) deberán cumplir con lo establecido por el país de origen. En Perú, se cuenta con tres autoridades sanitarias, de estas, dos son las que regulan a los granos andinos, aplicando la normativa de acuerdo con el nivel de procesamiento del producto a comercializar.

En la Tabla 1 se sistematiza la información de los requisitos que exige cada autoridad sanitaria

Tabla 1. Requisitos sanitarios establecidos por las autoridades sanitarias en Perú para los granos andinos.

Tipo de procesamiento	Productos	Autoridad Sanitaria Responsable	Requisitos para comercializar el producto
Producto de procesamiento primario	Quinua en grano, Cañihua en grano, Kiwicha en grano	SENASA	Autorización Sanitaria de Establecimientos Certificado de inocuidad de alimentos de producción y procesamiento primario para mercado exterior
Producto industrializado	Galletas de granos andinos, Fideos de granos andinos, panes, hojuelas de granos andinos	DIGESA	Registro sanitario de alimentos (para comercializar en Perú) Validación Técnica HACCP Certificado sanitario de exportación

Fuente: TUPA SENASA y TUPA DIGESA

Los permisos requeridos para la comercialización de los granos andinos en el Perú se describen a continuación:

i. Requisitos para la obtención de la Autorización Sanitaria de Establecimientos de Procesamiento Primario

Todo establecimiento que procese alimentos agropecuarios (granos andinos) y piensos debe contar con una autorización del SENASA y los requisitos a presentar son:

- Copia del manual de Buenas Prácticas de Manufactura
- Copia del Plan de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control – HACCP
- Planes Operativos Estandarizados de Sanitización – POES
- Plan Interno de rastreabilidad, según lineamientos establecidos por el SENASA
- Flujo de operaciones proyectado en el plano de construcción de establecimiento.
- Copia de certificaciones de calidad, sanidad o similares que apoyen las operaciones realizadas (de contar con ellas)
- Boleta de depósito bancario, tasa: S/. 370.60

La autorización se gestiona a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)

ii. Requisitos para la obtención del Certificado de inocuidad de alimentos de producción y procesamiento primario para mercado exterior

Este trámite se realiza a través de la Ventanilla Unica de Comercio Exterior (VUCE), y debe incluir lo con completar formulario de solicitud indicando número de constancia y fecha de pago por concepto de inspección sanitaria. **El derecho de tramitación tiene un costo de S/. 42.10 soles**

iii. Requisitos para obtener el registro sanitario de alimentos

Este trámite se realiza a través de la Ventanilla Unica de Comercio Exterior (VUCE), y debe incluir lo siguiente:

- Nombre o razón social, domicilio y número de Registro Único de Contribuyente de la persona natural o jurídica que solicita la inscripción o reinscripción.
- Nombre que refleje la verdadera naturaleza del producto y marca del producto.
- Nombre o razón social, dirección y país del establecimiento de fabricación.
- Resultados análisis físico-químico y microbiológicos del producto terminado, procesado y emitido por el laboratorio de control de calidad de la fábrica o por un laboratorio acreditado INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento Internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation). Mayor Informacion.
- Resultado de Análisis bromatológico procesado y emitido por laboratorio acreditado por el Instituto Nacional de Calidad - INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation), para los Alimentos de regímenes especiales, los mismos que deberán señalar sus propiedades nutricionales.
- Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos, identificando a estos últimos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional. (Código SIN)
- Condiciones de conservación y almacenamiento.
- Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo, material y presentaciones.
- Periodo de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento.
- Sistema de identificación del Lote de producción.
- Declaración Jurada de cumplimiento del contenido de rotulado establecido en el artículo 117 del DS N° 007-98-SA.

El pago por el trámite en DIGESA es S/ 390.

iv. Requisitos para obtener la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP

Este trámite se realiza a través de la Ventanilla Unica de Comercio Exterior (VUCE), y debe incluir lo siguiente:

- Manual de Buenas Prácticas de Manipulación o Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Programa de Higiene y Saneamiento (PHS)
- Última versión del Plan HACCP por línea de producto.

El pago por el trámite en DIGESA es S/. 985.30 soles

v. Requisitos para la obtención del Certificado sanitario de exportación de alimentos industrializados

Este trámite se realiza a través de la Ventanilla Unica de Comercio Exterior (VUCE), y debe incluir lo siguiente:

- Contar con habilitación sanitaria vigente a la fecha de la producción del lote a exportar. La habilitación debe comprender las líneas de producción y el producto a exportar.
- Informe de la evaluación higiénico-sanitaria del producto a embarcarse en lo que respecta a las condiciones de almacenamiento, envase y embalaje expedido por un organismo de inspección acreditado por el INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero, que cuente con reconocimiento internacional
- Informe de análisis emitido por un laboratorio acreditado por el INACAL, u otro organismo acreditador de país extranjero, que cuente con reconocimiento internacional, relativo a las muestras seleccionadas y tomadas del respectivo lote de embarque.

El costo de este trámite es de S/. 70.80 soles

B. Los requisitos fitosanitarios

Son aquellas regulaciones establecidas con la finalidad de proteger a las plantas/frutos de plagas y enfermedades. Los requisitos fitosanitarios se exigen en todos los productos cuando van a comercializarse sin ninguna transformación.

En este caso, cada país tiene el derecho de proteger a sus cultivos de plagas y enfermedades para lo cual establece requisitos fitosanitarios y su cumplimiento conlleva a la aprobación del certificado fitosanitario de exportación. Los países importadores exigen este certificado para asegurarse de que la carga que reciben proviene de campos que implementan un plan de manejo fitosanitario adecuado y, así, reducir el riesgo de diseminación de plagas cuarentenarias no deseadas.

Para la exportación de productos en grano a diversos países es necesario obtener el Certificado Fitosanitario de Exportación y éste se gestiona ante SENASA.

i. Requisitos para la obtención del certificado fitosanitario

- Croquis de caminos y vías de comunicación. Algunos modelos de croquis se presentan en el siguiente enlace:
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1090325/MODELOS_DE_PLANOS_Y_CROQUIS_DE_CAMINOS.pdfv
- Descripción de las prácticas fitosanitarias que se realizan habitualmente en el campo para el control de plagas

El pago por el trámite ante SENASA es S/. 20.20 por hectárea o fracción de campo que se desea certificar.

C. Los requisitos de etiquetado de los productos manufacturados

El etiquetado de todo alimento es muy importante para los consumidores. En este debe estar la información sobre los ingredientes, el valor nutricional, la fecha de vencimiento del producto, su identidad, entre otros. Si bien se tiene una norma internacional de etiquetado de los alimentos, establecida por el Codex Alimentarius, cada país ha adaptado esta norma internacional precisando algunos detalles propios de sus necesidades. Por ejemplo, para algunos países es obligatorio la información del contenido nutricional y para otros no lo es.

Para la comercialización de alimentos en nuestro país se debe cumplir con lo establecido en el capítulo II, artículo 16 de Decreto Supremo D.S. 007-98-SA, que indica lo siguiente:

“El contenido de rotulado debe ceñirse a las disposiciones establecidas en la Norma Metroológica Peruana de Rotulado de Productos Envasados y contener la siguiente información mínima”:

- Nombre del producto.
- Declaración de los ingredientes y aditivos empleados en la elaboración del producto.
- Nombre y dirección del fabricante.
- Nombre, razón social y dirección del importador, lo que podrá figurar en etiqueta adicional.
- Número de Registro Sanitario.
- Fecha de vencimiento, cuando el producto lo requiera con arreglo a lo que establece el Codex Alimentarius o la norma sanitaria peruana que le es

- aplicable.
- Código o clave del lote.
- Condiciones especiales de conservación, cuando el producto lo requiera.

La Norma Metrológica Peruana NMP 001:2019 Requisitos para el etiquetado de preenvases, se puede revisar en el siguiente link:

<https://www.inacal.gob.pe/repositorioaps/data/1/1/5/jer/normasmetrologicasperuanas/files/NMP-001-2019.pdf>

D. Los requisitos de otros países

Como se comentó anteriormente, los diversos países donde se va a comercializar nuestros granos andinos tienen normativas que debemos de cumplir. Entre las principales normas que tenemos que tomar en consideración tenemos:

1. **La norma de etiquetado del país de destino:** Si bien la normativa puede ser bastante parecida a la de nuestro país, va a tener algunas diferencias, entre ellas, lo relacionado al idioma en el que debe estar la información, el tipo de letra a utilizar en la etiqueta, la ubicación donde se debe colocar la información de los ingredientes, información nutricional, entre otros. En el caso de Estados Unidos, se cuenta con una guía de etiquetado de alimentos, elaborada por la FDA: <https://www.fda.gov/files/food/published/Food-Labeling-Guide-%28PDF%29.pdf> , en el caso de Chile: <https://www.minsal.cl/ley-de-alimentos-manual-etiquetado-nutricional/> (Ministerio de Salud de Chile, s.f.).
2. **Requisitos físicos, químicos y microbiológicos:** Si bien en nuestro país se cuenta con la Norma Sanitaria de Criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano (DIGESA, 2008), que establece límites máximos permisibles para ciertos patógenos, cada país tiene también su norma de criterios microbiológicos y que deberá ser consultada con su comprador antes de realizar la exportación. En el caso de nuestro país los límites son los siguientes para algunas de las presentaciones más comerciales de productos elaborados a base de granos andinos (Tabla 2).

Tabla 2. Criterios microbiológicos. Capítulo V. Granos de cereales, leguminosas, quenopodiáceas y derivados (harinas y otros)

V.1 Granos secos.						
Agente microbiano	Categoría	Clase	n	c	Limite por g	
					m	M
Mohos	2	3	5	2	10^4	10^5
V.2 Harinas y sémolas.						
Agente microbiano	Categoría	Clase	n	c	Limite por g	
					m	M
Mohos	2	3	5	2	10^4	10^5
<i>Escherichia coli</i>	5	3	5	2	10	10^2
<i>Bacillus cereus</i> (*)	7	3	5	2	10^3	10^4
<i>Salmonella sp.</i>	10	2	5	0	Ausencia /25 g	-----
(*) Sólo para harinas de arroz y/o maíz.						
V.3 Féculas y almidones.						
Agente microbiano	Categoría	Clase	n	c	Limite por g	
					m	M
Mohos	2	3	5	2	10^3	10^4
<i>Escherichia coli</i>	5	3	5	2	10	10^2
<i>Bacillus cereus</i>	7	3	5	2	10^3	10^4
<i>Salmonella sp.</i>	10	2	5	0	Ausencia /25 g	-----
V.4. Pastas y masas frescas y/o precocidas sin relleno refrigeradas o congeladas (panes, precocidos, masas para wantan, para lasaña, para fideos chinos, pre pizzas, masas crudas, otros).						
Agente microbiano	Categoría	Clase	n	c	Limite por g	
					m	M
Mohos	2	3	5	2	10^3	10^4
<i>Staphylococcus aureus</i>	8	3	5	1	10^2	10^3
<i>Bacillus cereus</i> (*)	7	3	5	2	10^3	10^4
<i>Salmonella sp.</i>	10	2	5	0	Ausencia /25 g	-----
(*) Sólo para productos que contengan arroz y/o maíz.						
V.5. Pastas y masas frescas y/o precocidas con relleno refrigeradas o congeladas (wantan, lasaña, raviolos, canelones, pizzas, minpao, otros).						
Agente microbiano	Categoría	Clase	n	c	Limite por g	
					m	M
Mohos	2	3	5	2	10^3	10^4

<i>Escherichia coli</i>	6	3	5	1	10	10 ²
<i>Staphylococcus aureus</i>	8	3	5	1	10 ²	10 ³
<i>Clostridium perfringens</i> (*)	8	3	5	1	10 ²	10 ³
<i>Bacillus cereus</i> (**)	7	3	5	2	10 ³	10 ⁴
<i>Salmonella sp.</i>	10	2	5	0	Ausencia /25 g	---
(*) Para alimentos que contengan carnes y verduras.						
(**) Sólo para productos que contengan arroz y/o maíz.						
V.6 Fideos o pastas desecadas con o sin relleno (incluye fideos a base de verduras, al huevo, otros).						
Agente microbiano	Categoría	Clase	n	c	Limite por g	
					m	M
Mohos	2	3	5	2	10 ²	10 ³
Coliformes	5	3	5	2	10	10 ²
<i>Staphylococcus aureus</i>	8	3	5	1	10 ²	10 ³
<i>Clostridium perfringens</i> (*)	8	3	5	1	10 ²	10 ³
<i>Salmonella sp.</i>	10	2	5	0	Ausencia /25 g	---
(*) Solo para pastas con relleno de carne.						

Fuente: DIGESA

<http://www.digesa.minsa.gob.pe/NormasLegales/Normas/RM591MINSANORMA.pdf>

- Límites máximos de residuos (LMR) de plaguicidas:** en el caso de realizar una exportación de quinua en grano y que no sea orgánica, ésta no debe exceder los límites máximos de residuos de plaguicidas autorizados para uso en el cultivo respectivo y por el mercado de destino. Una sistematización de esta información establecida por varios países se puede encontrar en la herramienta “Plaguicidas LMR”, que puede visualizarse en el siguiente enlace: <http://plaguicidaslmr.promperu.gob.pe/>

E. Herramientas a utilizar

A fin de facilitar el acceso a información de las regulaciones establecidas para la comercialización nacional y exportación de alimentos, a continuación, se detallarán algunas herramientas con información actualizada. Recuerden que, los países pueden actualizar sus normativas en cualquier momento, por lo que es necesario estar revisando con frecuencia las normativas (Tabla 3).

Tabla 3. Herramientas para la búsqueda de regulaciones de acceso a mercados

Herramienta	Enlace web	Alcance
DIGESA – búsqueda de normas	http://www.digesa.minsa.gob.pe/Expedientes/Leyes-Reglamentos.aspx	Las normas sanitarias establecidas por DIGESA
INACAL – normas metrológicas	https://www.inacal.gob.pe/metrologia/categoria/normasmetrologicas	Todas las normas metrológicas, como la de requisitos de etiquetado
Portal de Requisitos de acceso a Mercados - RAM	http://ram.promperu.gob.pe/	Los principales requisitos obligatorio y voluntarios de diversos países.
Portal de Plaguicidas LMR	http://plaguicidaslmr.promperu.gob.pe/	Información de LMR de plaguicidas de 57 países.
Access2 markets	https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/home	Los principales requisitos obligatorio y voluntarios de los países miembros de la Unión Europea.

Elaboración propia

CONSIDERACIONES CLAVE

- Los requisitos sanitarios y fitosanitarios son obligatorios, es decir, no negociables. El incumplimiento de un requisito obligatorio puede llevar a devolución o incineración del producto, pudiendo generar grandes pérdidas económicas además de dañar la imagen de su empresa y del país.
- Para la exportación de productos elaborados a base de granos andinos, es necesario el cumplir con las normas establecidas en el país de origen y el país de destino.
- En el caso de exportar quinua, cañihu o kiwicha en grano, y que sea una producción convencional, es necesario conocer previamente, cuáles son los plaguicidas autorizados por el país donde se va a exportar nuestro producto, así como los límites máximos permisibles (LMR) en el cultivo.
- Considerar que, para la iniciar gestiones de solicitud de un certificado sanitario de exportación o la validación técnica HACCP, es necesario cumplir previamente con la implementación del sistema HACCP en la planta de proceso.

BIBLIOGRAFÍA

Alimentos para la salud (s.f.). Alimentos industrializados.
<https://alimentacionysalud.unam.mx/alimentos-industrializados/>

Codex Alimentarius (2020). Código Internacional de Prácticas Recomendado, Principios Generales de Higiene de los Alimentos CXC 1-1969. Revisados en 1997, 2013 y 2020
https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCXC%2B1-1969%252FCXC_001s.pdf

DIGESA (2008). Norma Sanitaria de Criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano.
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/NormasLegales/Normas/RM591MINSANORMA.pdf>

DIGESA (s.f.). TUPA. Disponible en:
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/tupas.aspx>

FDA (2013). A Food Labeling Guide. Disponible en:
<https://www.fda.gov/files/food/published/Food-Labeling-Guide-%28PDF%29.pdf>

OMC (s.f.). Acuerdo sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias. Disponible en:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/spsagr_s.htm

Ministerio de Salud de Chile (s.f.). Ley de Alimentos: Manual de Etiquetado Nutricional. Disponible en: <https://www.minsal.cl/ley-de-alimentos-manual-etiquetado-nutricional/>

Schneider, G. (2013). Comercio Electrónico. Cengage Learning. P. 535

SENASA (2013). Guía práctica dirigida a productores emprendedores – Reglamento de Inocuidad Agroalimentaria. Disponible en:
<https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2014/11/Guia-Inocuidad.pdf>

SENASA (s.f.). TUPA. Disponible en:
<https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2020/01/TEXTO-TUPA-2020vf.pdf>