

# IVAI PERÚ

Iniciativas de  
**VINCULACIÓN**  
para **ACCELERAR**  
la **INNOVACIÓN**



CONCYTEC





**IVAI**

**Granos  
andinos**

En la región Ayacucho

# 2ª Reunión Pública: Guiando la Estrategia

Septiembre 15 de 2021



# ¡Bienvenido!

## Para esta sesión considerar:



Ingrese con su  
micrófono silenciado



La presentación se  
enviará posterior a la  
sesión



Al finalizar la reunión  
compartiremos los  
datos de contacto del  
equipo

# Agenda



1. **Palabras de apertura**
2. Objetivos del proyecto y plan de trabajo
3. Tendencias de consumo y producción
4. ¿Cómo podemos competir?
5. Cadena de valor ideal
6. Áreas de mejora
7. Diálogo público-privado
8. Siguietes pasos

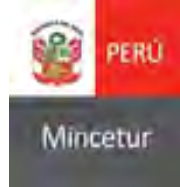




**IVAI**

**Granos  
andinos**

En la región Ayacucho

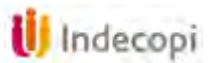


Instituto Nacional de Innovación Agraria

UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL  
DE HUAMANGA  
*Bat. Pontificia y Nacional  
1672*



Instituto Nacional de Calidad



# Agenda



1. Palabras de apertura
2. **Objetivos del proyecto y plan de trabajo**
3. Tendencias de consumo y producción
4. ¿Cómo podemos competir?
5. Cadena de valor ideal
6. Áreas de mejora
7. Diálogo público privado
8. Siguietes pasos



# Objetivos del Proyecto





## ¿Qué es una IVAI?

IVAI es una propuesta estratégica para impulsar un **proceso de cambio** en **cadena de valor** seleccionadas con el fin de **potenciar la productividad**, promover la inserción en mercados más atractivos e impactar en la competitividad.





Se identificarán  
oportunidades de  
innovación para el  
desarrollo de nuevos  
productos y procesos  
en el sector de granos  
andinos de Ayacucho.



¿Cómo lo lograremos?

TRABAJANDO JUNTOS

# ACADEMIA INDUSTRIA ESTADO





# Objetivos del proyecto

## Objetivo general

Reforzar la competitividad de los actores del negocio de Granos Andinos en Ayacucho

# Objetivos del proyecto

¿Cómo se refuerza la competitividad?

Reforzar la competitividad de los actores del negocio de Granos Andinos en Ayacucho

## Estrategia empresarial

- Lograr que cada actor, de manera individual, **innove** y mejore de forma continua para satisfacer las necesidades de sus clientes

## Entorno

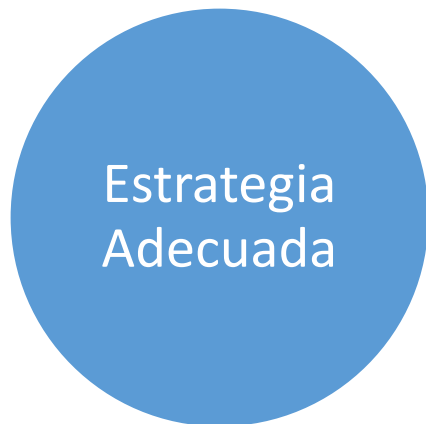
- **Favorecer y estimular** la innovación y el desarrollo de las empresas y productores



# Objetivos del proyecto

¿Cómo se refuerza la competitividad?

Reforzar la competitividad de los actores del negocio de Granos Andinos en Ayacucho



# Objetivos del proyecto

## Resultado del proyecto

Estrategia empresarial	Entorno
Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro	Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas y productores

~~ESTUDIO~~



# Objetivos del proyecto

## Resultado del proyecto

Estrategia empresarial	Entorno
Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro	Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas y productores

El proyecto tiene un objetivo práctico: generar una dinámica de cambio empresarial



# Plan de trabajo

# Proceso de cambio en cada **IVAI**

Cada IVAI tendrá  
3 fases de trabajo:

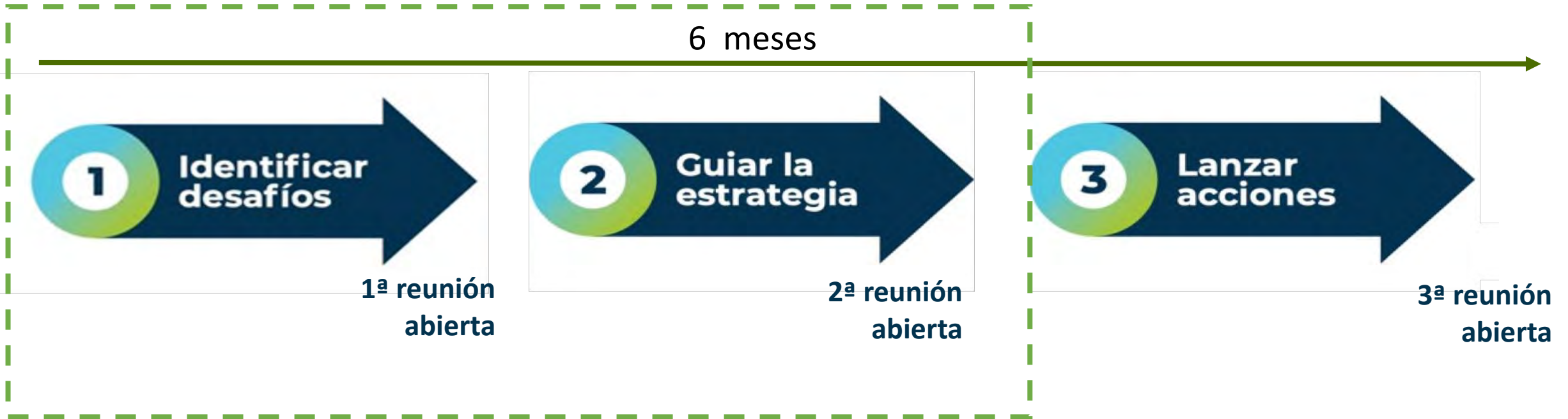


Análisis estratégico

Proceso de cambio - Generación de capital social



# ¿Qué actividades hemos realizado?



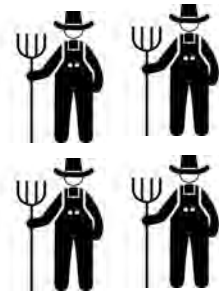
# ¿Qué actividades hemos realizado?

## 1 Identificar desafíos

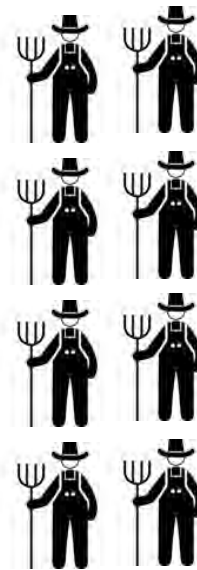


6 meses

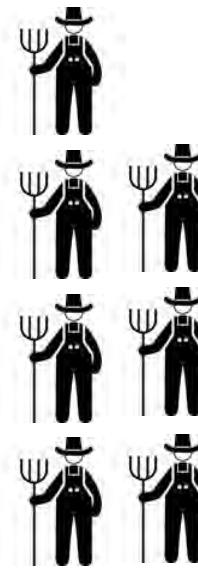
- 1er viaje de trabajo a Ayacucho
- Entrevistas presenciales y virtuales con el sector
- Revisión de trabajos previos sobre el sector



Hasta 1 Ha  
22%



Más de 1 a 3 Ha  
39%



Mas de 3 a 10 Ha  
34%



Mas de 10 Ha  
5%

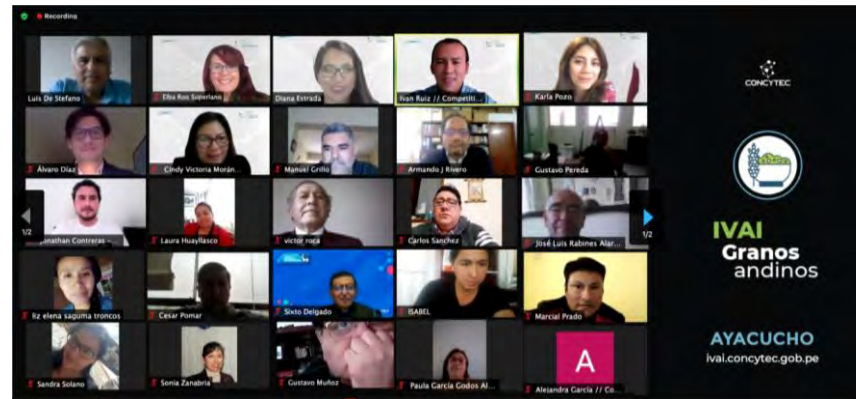
*Aproximadamente 6,500 agricultores en campaña 2020.*

# ¿Qué actividades hemos realizado?

6 meses



1ª reunión  
abierta



- 1er diálogo público privado



Se identificaron las capacidades productivas, los retos y potencialidades de Ayacucho



Granel



Convencional



Extruidos convencionales



Grano orgánico



Procesados orgánicos





# ¿Qué actividades hemos realizado?

6 meses



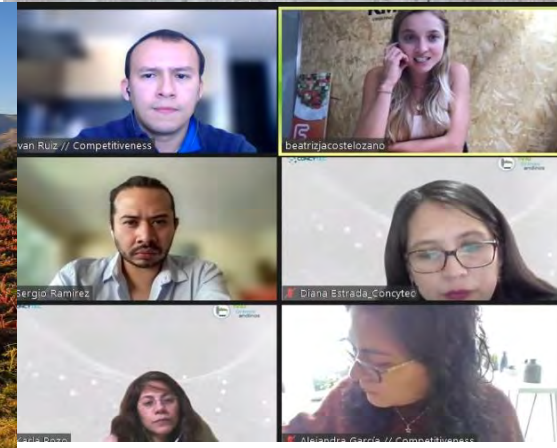
2ª reunión  
abierta



**20** entrevistas  
a actores del  
sector

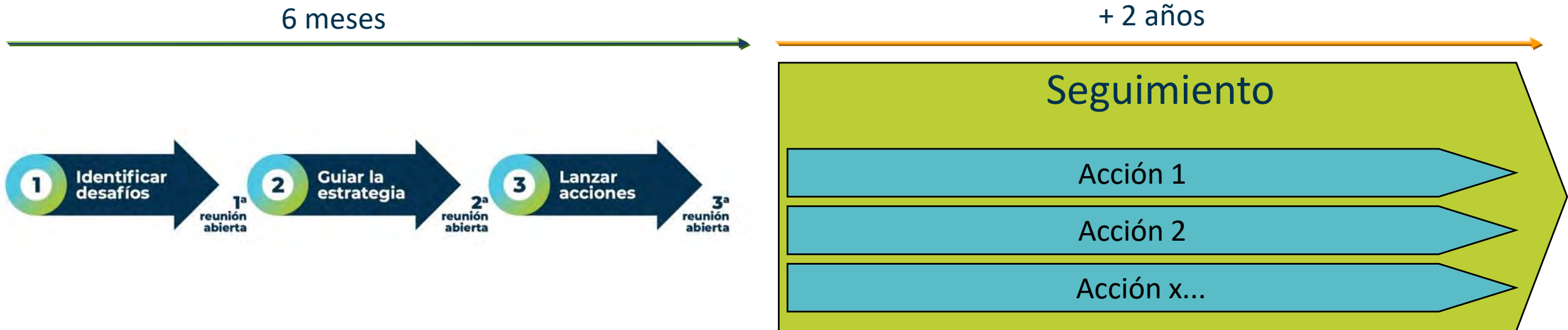
**16** entrevistas  
con agentes  
internacionales

**3** grupos de  
reflexión con el  
sector



# Plan de Trabajo de la IVAI

El refuerzo de la competitividad es un objetivo a largo plazo



Tras 6 meses intensivos de trabajo conjunto se pondrán en marcha las acciones de mejora

# Agenda



1. Palabras de apertura
2. Objetivos del proyecto y plan de trabajo
- 3. Tendencias de consumo y producción**
4. ¿Cómo podemos competir?
5. Cadena de valor ideal
6. Áreas de mejora
7. Diálogo público-privado
8. Siguietes pasos





# **Tendencias de consumo y producción**

# Crecimiento del consumo de proteína vegetal

Más consumidores  
conscientes y responsables



Según el informe Who Cares, Who Does? el número de consumidores implicados con el medioambiente ya representa un 59% de los compradores (Kantar, 2020)

# Crecimiento del consumo de proteína vegetal

Más consumidores conscientes y responsables



Según el informe Who Cares, Who Does? el número de consumidores implicados con el medioambiente ya representa un 59% de los compradores (Kantar, 2020)

La industria gastronómica se inserta en el mercado de proteínas vegetales.



ELEVEN MADISON PARK



Gauthier - London

Crecimiento de la **gastronomía verde**, dirigida a veganos, vegetarianos y **flexitarianos**.

El 69% de los alemanes ha disminuido el número de días que consumen carne en la semana. (Innova Markets Insights, 2020)



# Crecimiento del consumo de proteína vegetal

Más consumidores conscientes y responsables



Según el informe Who Cares, Who Does? el número de consumidores implicados con el medioambiente ya representa un 59% de los compradores (Kantar, 2020)

La industria gastronómica se inserta en el mercado de proteínas vegetales.



Crecimiento de la gastronomía verde, dirigida a veganos, vegetarianos y flexitarianos.

El 69% de los alemanes ha disminuido el número de días que consumen carne en la semana. (Innova Markets Insights, 2020)

Crecimiento del mercado de alimentos especiales.



El mercado de alimentos especiales de EE.UU ha crecido un 13% en el periodo 2018-2020, según el Informe anual de la industria de alimentos especiales de la Specialty Foods Association (SFA, 2021).

# Crecimiento del consumo de proteína vegetal

Consumidor consciente que prefiere, cada vez más, la proteína vegetal

La industria gastronómica se está insertando en el mercado de proteínas vegetales.

Crecimiento de la categoría proteína vegetal en comercio de especialidad.

“Se proyecta que el tamaño del **mercado mundial de proteínas de origen vegetal** crecerá de 10,3 mil millones de USD en 2020 a 14,5 mil millones para 2025, registrando una tasa de **crecimiento anual del 7,1%** en promedio durante este período”

(Markets and Markets, 2020)



## Las prácticas de agricultura regenerativa son necesarias y aportan a la sostenibilidad de los productos.

Inminente atención a la degradación de tierras agrícolas



Un tercio de las tierras agrícolas del mundo están **degradadas** (de moderada a altamente), según un informe "El futuro de la alimentación y la agricultura, caminos alternativos hacia 2050 (FAO, 2018).



## Las prácticas de agricultura regenerativa son necesarias y aportan a la sostenibilidad de los productos.

Inminente atención a la degradación de tierras agrícolas



Un tercio de las tierras agrícolas del mundo están **degradadas** (de moderada a altamente), según un informe "El futuro de la alimentación y la agricultura, caminos alternativos hacia 2050 (FAO, 2018).

Agricultura regenerativa para avanzar hacia menores impactos



Mediante prácticas de agricultura regenerativa se **puede secuestrar/fijar más carbono en el suelo del que se emite** durante la fase de crecimiento agrícola (World-Grain, 2021).

# Las prácticas de agricultura regenerativa son necesarias y aportan a la sostenibilidad de los productos.

Inminente atención a la degradación de tierras agrícolas



Un tercio de las tierras agrícolas del mundo están degradadas (de moderada a altamente), según un informe "El futuro de la alimentación y la agricultura, caminos alternativos hacia 2050 (FAO, 2018).

Agricultura regenerativa para avanzar hacia menores impactos



Mediante prácticas de agricultura regenerativa se puede secuestrar/fijar más carbono en el suelo del que se emite durante la fase de crecimiento agrícola (World-Grain, 2021).

Los consumidores valoran las prácticas agrícolas sostenibles



El 66% de los consumidores se siente más positivo sobre consumir proteína vegetal (de soja) después de leer sobre la sostenibilidad de la producción (World-Grain, 2021).

# Las prácticas de agricultura regenerativa son necesarias y aportan a la sostenibilidad de los productos.

Inminente atención a la degradación de tierras agrícolas

Agricultura regenerativa para avanzar hacia menores impactos

Los consumidores valoran las prácticas agrícolas sostenibles



*“La producción de alimentos es la mayor amenaza para el planeta: **debemos cambiar nuestro énfasis de la seguridad alimentaria a la seguridad nutricional**”*

*Howard Yana-Shapiro, Senior Fellow, Center for International Forestry Research and the University of California, Davis.*



# Comunicación y difusión de las mediciones de huellas de productos

Mediciones de la huella de carbono en los alimentos de origen vegetal



En promedio, las emisiones de carbono en los alimentos vegetales son de 10 a 50 veces más bajas que los alimentos de origen animal.

El uso de la tierra y las etapas agrícolas de la cadena de suministro representan el 80% de las emisiones de GEI. (Agora, 2021).

# Comunicación y difusión de las mediciones de huellas de productos

Mediciones de la huella de carbono en los alimentos de origen vegetal



En promedio, las emisiones de carbono en los alimentos vegetales son de 10 a 50 veces más bajas que los alimentos de origen animal.

El uso de la tierra y las etapas agrícolas de la cadena de suministro representan el 80% de las emisiones de GEI. (Agora, 2021).

Mediciones de la huella de agua en los alimentos de origen vegetal



1700 L de agua para producir 500 gr de arroz



500 L de agua para producir 500 gr de trigo



1.9 L de agua para producir 500 gr de quinua

Los ODS fijan la mirada en el 2030 como un año clave en la crisis global del agua. La quinua tiene mejor desempeño que muchos granos y cereales en materia de huella hídrica.

# La transparencia es un valor fundamental en la producción de agroalimentos

Digitalización para el flujo de información a lo largo de la cadena



Uno de los avances que veremos con mayor fuerza, será que los **datos** serán **accesibles** para los **consumidores**, con el fin de **reforzar la confianza** en los productos (KM Zero Hub )

# La transparencia es un valor fundamental en la producción de agroalimentos

Digitalización para el flujo de información a lo largo de la cadena



Uno de los avances que veremos con mayor fuerza, será que los **datos** serán **accesibles** para los **consumidores**, con el fin de **reforzar la confianza** en los productos (KM Zero Hub )

Blockchain y trazabilidad: acceso instantáneo a toda la información de la cadena

## TRAZABLE

Un ejemplo de muchos: La startup “Trazable” con su plataforma de blockchain, permite que **las empresas de la cadena de suministro puedan compartir información**, creando así un único registro con toda la historia de un producto (KM Zero Hub)



# La transparencia es un valor fundamental en la producción de agroalimentos

Digitalización para el flujo de información a lo largo de la cadena

Blockchain y trazabilidad: acceso instantáneo a toda la información de la cadena

“Los consumidores dan prioridad a aquellas marcas **sostenibles, transparentes**, y alineadas con sus valores. Por ello, **un tercio de ellos afirma que están dispuestos a pagar hasta un 37% más, o incluso a cambiar sus hábitos de compra**, por aquellas marcas que encajan en sus prioridades”.



*IBM y National Retail Federation, 2020  
Encuesta a 19.000 consumidores de 28 países.*

## Procesamiento positivo: ¿Cómo transformar sin afectar las bondades del producto?

Transformación debe hacerse  
sin perder propiedades y  
beneficios de los alimentos



El 53% de los estadounidenses están preocupados por el efecto **negativo** que los ingredientes que contiene su comida podría tener **sobre su salud**. (Mintel, reporte Ingredient Insight, 2016)

## Procesamiento positivo: ¿Cómo transformar sin afectar las bondades del producto?

Transformación debe hacerse sin perder propiedades y beneficios de los alimentos

Consumidores prefieren productos sin aditivos



**SIN** COLORANTES,  
CONSERVANTES NI  
ADITIVOS ARTIFICIALES

El 53% de los estadounidenses están preocupados por el efecto negativo que los ingredientes que contiene su comida podría tener sobre su salud. (Mintel, reporte Ingredient Insight, 2016)

En Europa, italianos (41%), franceses (35%), alemanes (33%) y españoles (25%) admiten evitar alimentos y bebidas que contengan aditivos químicos. (Mintel, reporte Ingredient Insight)

## Procesamiento positivo: ¿Cómo transformar sin afectar las bondades del producto?

Transformación debe hacerse sin perder propiedades y beneficios de los alimentos



El 53% de los estadounidenses están preocupados por el efecto negativo que los ingredientes que contiene su comida podría tener sobre su salud. (Mintel, reporte Ingredient Insight, 2016)

Consumidores prefieren productos sin aditivos

**SIN** COLORANTES,  
CONSERVANTES, NI  
ADITIVOS ARTIFICIALES

En Europa, italianos (41%), franceses (35%), alemanes (33%) y españoles (25%) admiten evitar alimentos y bebidas que contengan aditivos químicos. (Mintel, reporte Ingredient Insight)

Tecnologías emergentes que aportan al procesamiento positivo



Las tecnologías para mejorar la composición nutricional son eje central del compromiso. “De este modo se consigue reducir los contenidos en sal, grasas y azúcares, y se incrementan otros nutrientes positivos” (Nestlé 2020)



El cambio ya se está presentando, muestra de ello es que las grandes compañías están invirtiendo en el negocio de proteínas vegetales



*Danone invirtió USD 12.5 billones en WhiteWave Company, productora de lácteos vegetales de Estados Unidos.*



*Burger King, ofrece las hamburguesas de Impossible Foods y Kentucky Fried Chicken comercializa el pollo vegano de Beyond Meat*

# Agenda



1. Palabras de apertura
2. Objetivos del proyecto y plan de trabajo
3. Tendencias de consumo y producción
- 4. ¿Cómo podemos competir?**
5. Cadena de valor ideal
6. Áreas de mejora
7. Diálogo público-privado
8. Siguietes pasos



**¿Cómo  
podemos  
competir?**

# ¿Cómo pueden competir los agricultores y productores de Ayacucho?



Convencionales

*Grano estándar y procesados convencionales para alimentación básica y funcional.*

Orgánicos

Especialidad y sostenible



# ¿Cómo pueden competir los agricultores y productores de Ayacucho?



# ¿Cómo pueden competir los agricultores y productores de Ayacucho?



**Convencionales**

*Grano estándar y procesados convencionales para alimentación básica y funcional.*

**Orgánicos**

*Granos y procesados orgánicos para la alimentación funcional y consumidor saludable.*

**Especialidad y sostenible**

*Granos andinos cultivados bajo principios de sostenibilidad y agricultura regenerativa y productos de transformación positiva dirigidos a la gastronomía especializada y consumo consciente.*

# ¿Qué busca el cliente de Producto de Especialidad y Sostenible?



Segmento de especialidad  
y sostenible



- Un producto con garantías de haber sido cultivado protegiendo el suelo y el entorno natural.
- Mediciones claras y fiables de los impactos medioambientales y sociales.
- Producto beneficioso para la salud, mínimamente procesado o con procesamiento positivo.
- Una historia atrayente acerca del agricultor y su territorio.

# Cómo se compete en el segmento de Especialidad y Sostenible



Dinamarca



- Trabajo articulado con agricultores de Bolivia que implementan buenas prácticas de agricultura regenerativa
- Paga precios justos y comercializa la quinua como producto de especialidad
- Producción de granos donde es climáticamente óptimo. Miden y comunican los impactos ambientales y sociales de la quinua
- Implementan transparencia y cuentan historia de los productos



Quinoa kernels, white



Brazil nuts



Quinoa flakes



Raw cane sugar

Klimamad paga:



USD 1.4 – 2 /Kg

En contraste,  
comprador  
convencional:



USD 0.8 /Kg

75%  
más



# Cómo se compite en el segmento de Especialidad y Sostenible



Singapur



- La comida es sabor, diversión, felicidad, comparten, cultura, herencia y mejor amigo en todo tiempo
- Cuidado del suelo: fijan el nitrógeno mejorando características de la tierra
- Producción de materia donde es climáticamente óptimo
- Permite a los consumidores rehabilitar el planeta, curar el suelo y ser más responsables con uso de empaques ecoamigables



# Cómo se compite en el segmento de Especialidad y Sostenible



Canadá 

- Enfocados en quinua de alta calidad, meticulosamente seleccionada, producida en los Andes de Perú, Bolivia y Colombia
- Paga precios justos y comercializa la quinua como producto de especialidad
- Desarrolla conocimiento sobre el uso de la quinua (recetas, usos y combinaciones)
- Implementan transparencia y cuentan historia de los productos



# Cómo se compite en el segmento de Especialidad y Sostenible

“Soy un molinero que voy de la mano del cocinero”



España

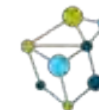


- La rebeldía parece ser la marca de la casa y garantía de buen hacer
- Circuito cerrado con clientes para los que trabajan a la medida (confianza)
- Precio de especialidad (S/28.74/Kg) vs arroz genérico S/3.70/Kg

# Agenda



1. Palabras de apertura
2. Objetivos del proyecto y plan de trabajo
3. Tendencias de consumo y producción
4. ¿Cómo podemos competir?
5. **Cadena de valor ideal**
6. Áreas de mejora
7. Diálogo público-privado
8. Siguietes pasos







# Cadena de Valor Ideal

Para ser más competitivos y rentables, se requiere una serie de mejoras en todos los eslabones de nuestra cadena de valor.



# Insumos



- Servicios especializados en iniciativas regenerativas.
- Sustancias naturales para uso agrícola
- Control biológico (feromonas de microorganismos u oligoelementos)
- Semilla certificada

Ideal

- Semilla convencional y emergente uso de semilla certificada
- Trazas de pesticidas en algunos lotes.

Actual



- Servicios especializados en iniciativas regenerativas.
- Sustancias naturales para uso agrícola
- Control biológico (feromonas de microorganismos u oligoelementos)
- Semilla certificada

“La agricultura convencional reduce la fertilidad del suelo y la biodiversidad, ya que requiere más agua y grandes cantidades de herbicidas, dando como resultado una presencia de estos químicos en nuestros entornos naturales”.

- Semilla convencional y emergente uso de semilla certificada
- Trazas de pesticidas en algunos lotes.

Ideal

Actual



# Cultivo



- Agricultura Regenerativa (Rotación de cultivos, fijación de nutrientes) y BPA
- Siembra, manejo agronómico y cosecha de precisión
- Cultivos con menor huella hídrica y de carbono

Ideal

- Siembra y cosecha manual.
- Uso de agua de lluvia
- Deficiente manejo de plagas
- Desaponificación con método seco, húmedo y combinado.

Actual

# Cultivo




- Agricultura Regenerativa (Rotación de cultivos, fijación de nutrientes) y BPA
- Siembra, manejo agronómico y cosecha de precisión
- Cultivos con menor huella hídrica y de carbono

Ideal



Conecta a los consumidores conscientes con los pequeños agricultores, esta presentes en cada paso de la cadena de suministro; **e implementa métodos antiguos de agricultura regenerativa con prácticas orgánicas modernas** y pago justos a los agricultores

- Siembra y cosecha manual. 
- Uso de agua de lluvia
- Deficiente manejo de plagas
- Desaponificación con método seco, húmedo y combinado.

Actual



## Ideal

- Investigaciones aplicadas en regeneración de suelos,
- Medición de huellas
- Uso de semillas mejoradas (rendimiento alto)
- Nuevos usos y preparación de alimentos

## Actual

- Escaso desarrollo de agro-tecnología
- Poco acceso a semilla mejorada.
- Escasa investigación aplicada.



## Ideal

- Investigaciones aplicadas en regeneración de suelos,
- Medición de huellas
- Uso de semillas mejoradas (rendimiento alto)
- Nuevos usos y preparación de alimentos



“Nuevos ingredientes y procesos, texturas y sabores, requieren de un departamento de I+D especializado y con recursos para mantenerse al día”.

*Andrés Montefeltro, CEO Cubiq Foods*

## Actual

- Escaso desarrollo de agro-tecnología
- Poco acceso a semilla mejorada.
- Escasa investigación aplicada.



# Transformación

- Procesos orientados a la conservación de proteína
- Procesos de selección y procesamiento con alta tecnología (selección óptica) y circularidad (uso eficiente de agua)
- Embalajes reciclables, reutilizables, recuperables
- Procesamiento positivo

Ideal

- Procesos de producción con baja tecnología, maquinaria convencional
- Inadecuado proceso de selección de granos, con desperdicios

Actual

# Transformación



  
**MOLINO ROCA**

— Desde 1903 —

- Procesos orientados a la conservación de proteína
- Procesos de selección y procesamiento con alta tecnología (selección óptica) y circularidad (uso eficiente de agua)
- Embalajes reciclables, reutilizables, recuperables
- Procesamiento positivo

- Procesos de producción con baja tecnología, maquinaria convencional
- Inadecuado proceso de selección de granos, con desperdicios.

## Del agricultor al molino y al chef

Arroz lejos de la humedad, granos siempre frescos y sin fermentaciones

Proveedor de 3 grandes chefs (gastronómica de especialización)

Ideal

Actual



**MARCA** RADIO MARCA Accede Menú

**Gastronomía** • Molino Roca produce un arroz orientado al chef creado sin ningún tipo de tasa de impureza

### El labrador y el molino se fusionan para hacer un arroz de calidad chef



# Distribución y comercialización



Ideal

- Enfoque en garantizar transparencia. Uso de tecnología (ej. blockchain) para trazabilidad (huella hídrica y carbono)
- Mayor relación entre productores y canales de venta/consumidores
- Transacciones bajo principios de comercio justo

Actual

- Desarticulación de los comercializadores internacionales (Lima) con los productores y transformadores regionales.
- Poca relación de retailers y sector gastronómico con productores.

# Distribución y comercialización



Ideal

- Enfoque en garantizar transparencia. Uso de tecnología (ej. blockchain) para trazabilidad (huella hídrica y carbono)
- Mayor relación entre productores y canales de venta/consumidor
- Transacciones bajo principios comercio justo



1. Siembra, cosecha y poscosecha  
Valparaíso, Antioquia Colombia



2. Control de calidad ecológico  
Medellín, El Laboratorio de Café



3. Flete aéreo  
Medellín, Colombia.



4. Tostado  
Ginebra, Suiza.



5. Transporte  
Ginebra, Suiza.

La historia detrás de cada producto. **Plataforma de transparencia,** paso a paso en la cadena de producción y suministro

Actual

- Desarticulación de los comercializadores internacionales (Lima) con los productores y transformadores regionales.
- Poca relación de retailers y sector gastronómico con productores.



# Gastronomía y retail especializado



## Ideal

- Desarrollo de nuevos productos y usos de especialidad
- Presentar los productos por calidad, sabor, color, y sostenibles
- Storytelling (mensaje de sostenibilidad, cultura, entre otros)

## Actual

- Baja distinción de la quinua y demás granos andinos como producto de especialidad.
- Poca articulación con productores y transformadores.



# Gastronomía y retail especializado

Ideal

- Desarrollo de nuevos productos y usos de especialidad
- Presentar los productos por calidad, sabor, color, y sostenibles
- Storytelling (mensaje de sostenibilidad, cultura, entre otros)



Burlap & Barrel obtiene especias hermosas y únicas para cocineros profesionales y caseros.

Asocia a pequeños agricultores para obtener especias que nunca antes habían estado disponibles en los EE. UU.

Ayudar a mejorar los medios de vida de los agricultores asociados.

Pago:  
2 a 5  
veces  
más

Actual

- Baja distinción de la quinua y demás granos andinos como producto de especialidad.
- Poca articulación con productores y transformadores.

# Consumidor final



## Ideal

- Consumidor consciente con interés en cuidar el planeta y en productos de especialidad.
- Interés en la salud (sin gluten, menos carne, menos lácteos) conservando el buen sabor
- Valora el comercio justo

## Actual

- Interés en precio
- Interés en características nutritivas.

# Consumidor final



Ideal

- Consumidor consciente con interés en cuidar el planeta y en productos de especialidad.
- Interés en la salud (sin gluten, menos carne, menos lácteos) conservando el buen sabor
- Valora el comercio justo



Más de 580,000 personas participaron en 2021



Participaron personas de 209 países



Más de 825 nuevos productos y menús veganos fueron lanzados en el 2021



El 98% de las participantes recomendaría Veganuary



La campaña de 2021 apareció en más de 1,500 artículos de prensa

Actual

- Interés en precio
- Interés en características nutritivas.

# Consumidor final



Ideal

- Consumidor consciente con interés en cuidar el planeta y en productos de especialidad.
- Interés en la salud (sin gluten, menos carne, menos lácteos) conservando el buen sabor
- Valora el comercio justo



Actor: Joaquín Phoenix

“Si miras la crisis climática o la violencia de nuestro sistema alimentario y te sientes impotente, pensando ‘ojalá hubiera algo que pudiera hacer’, ¡pues hazlo!”

Actual

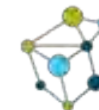
- Interés en precio
- Interés en características nutritivas.



# Agenda



1. Palabras de apertura
2. Objetivos del proyecto y plan de trabajo
3. Tendencias de consumo y producción
4. ¿Cómo podemos competir?
5. Cadena de valor ideal
- 6. Áreas de mejora**
7. Dialogo público - privado
8. Siguietes pasos

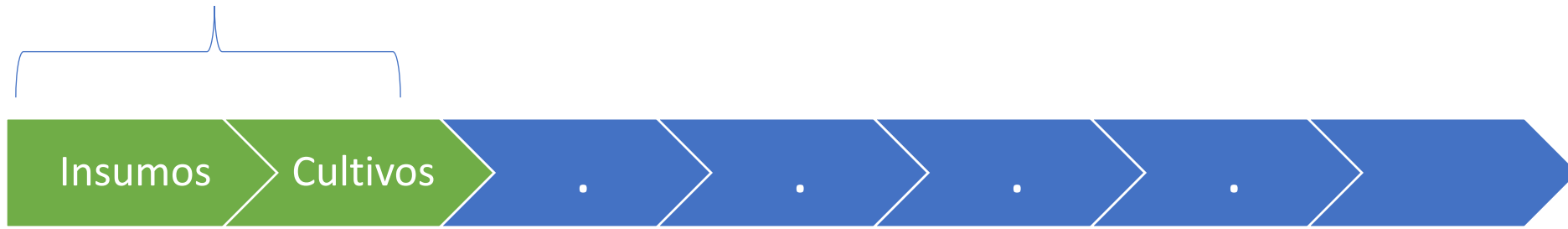




# Áreas de Mejora

# Áreas de mejora

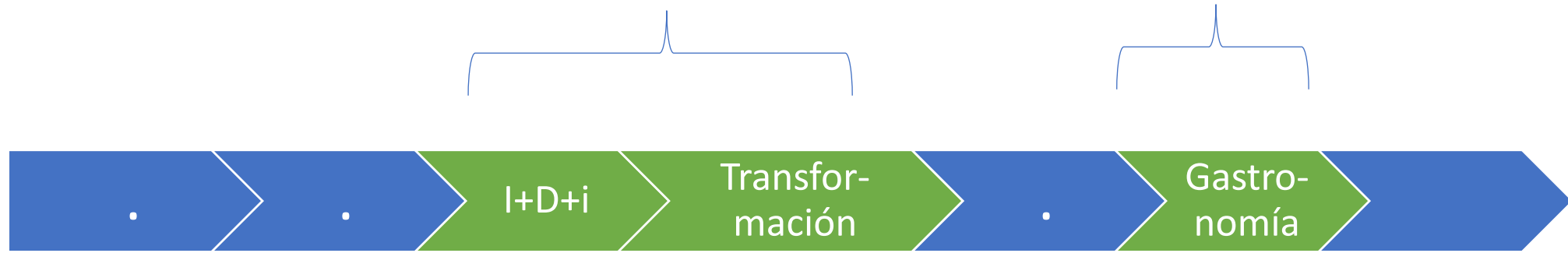
## 1. Agricultura regenerativa, rotación de cultivos y cuidado del entorno natural y social



- Optimización de los cultivos mediante rotación
- Cuidado de los suelos
- Medición de la huella de carbono y huella hídrica

# Áreas de mejora

## 2. Conocimiento y modernización para un procesamiento positivo



- Investigación de nuevos usos
- Mantenimiento de las propiedades nutricionales
- Acceso al conocimiento y tecnologías en prácticas de procesamiento positivo
- Medición de la de transparencia

# Áreas de mejora

## 3. Posicionamiento de la quinua como producto de especialidad y sostenible

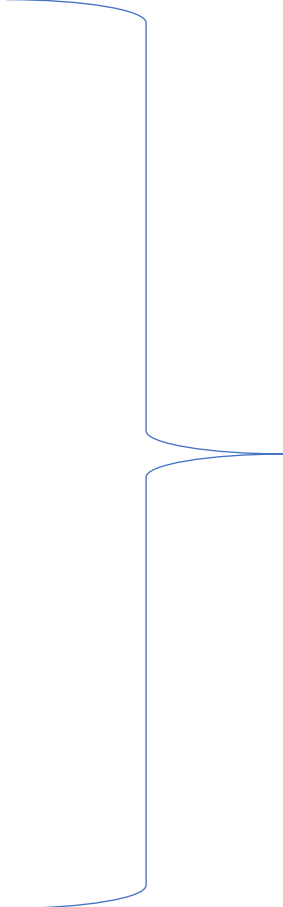


- Capacidades de comercialización de agricultores y asociaciones
- Medición de la sostenibilidad y acciones de transparencia a lo largo de la cadena
- Articulación con sector gastronómico, comercio especializado, influencers, entre otros líderes de opinión



# Grupos de trabajo

1. Agricultura regenerativa, rotación de cultivos y cuidado del entorno natural y social
2. Conocimiento y modernización para un procesamiento positivo
3. Posicionamiento de la quinua como producto de especialidad y super-sostenible



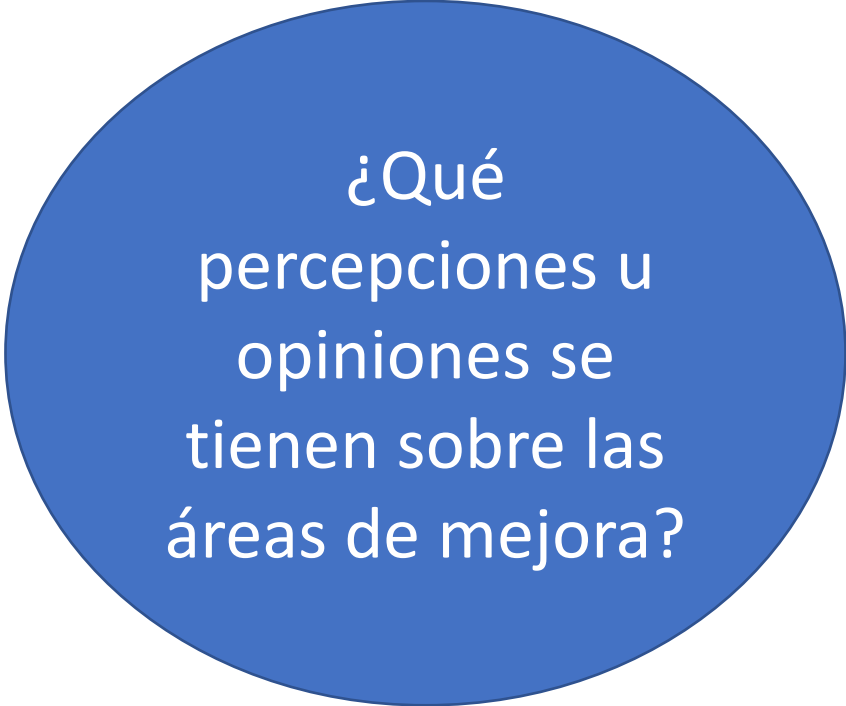
3 áreas de mejora =  
3 grupos de trabajo



# Diálogo público-privado

# Áreas de mejora

1. Agricultura regenerativa, rotación de cultivos y cuidado del entorno natural y social
2. Conocimiento y modernización para un procesamiento positivo
3. Posicionamiento de la quinua como producto de especialidad y super-sostenible



¿Qué percepciones u opiniones se tienen sobre las áreas de mejora?

# ¡Queremos escucharle!

## Para intervenciones considerar:



Levante la mano  
y active el chat para  
pedir la palabra.



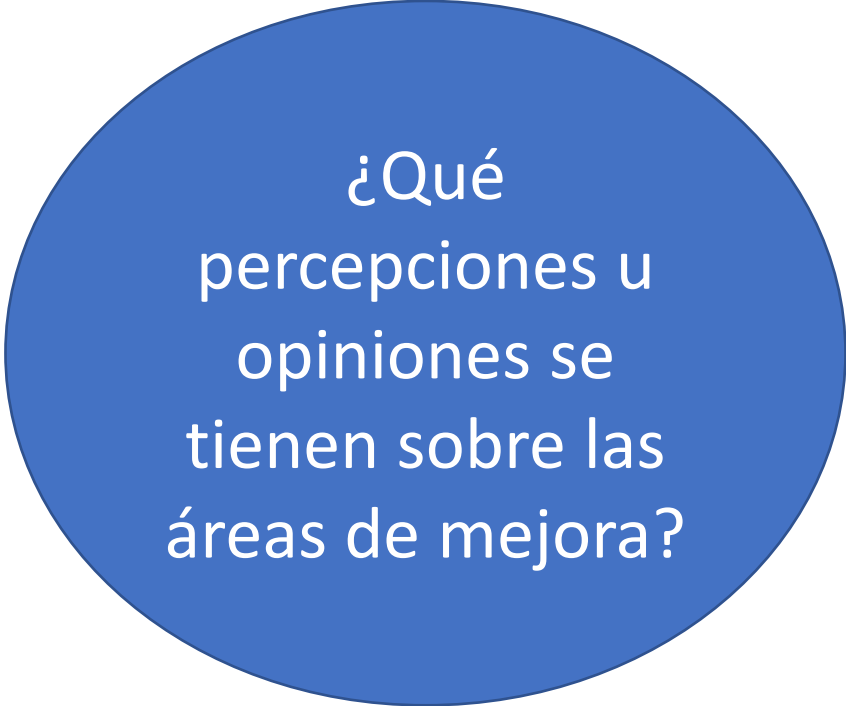
Intervenciones de  
máximo 3 minutos por  
participante



Al inicio de su  
participación mencione  
su nombre y organización

# Áreas de mejora

1. Agricultura regenerativa, rotación de cultivos y cuidado del entorno natural y social
2. Conocimiento y modernización para un procesamiento positivo
3. Posicionamiento de la quinua como producto de especialidad y super-sostenible



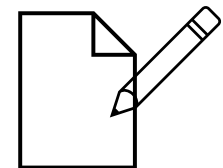
¿Qué percepciones u opiniones se tienen sobre las áreas de mejora?

# Grupos de trabajo

1. Agricultura regenerativa, rotación de cultivos y cuidado del entorno natural y social
2. Conocimiento y modernización para un procesamiento positivo
3. Posicionamiento de la quinua como producto de especialidad y super-sostenible

3 áreas de mejora = 3 grupos de trabajo

Lo invitamos a inscribirse en el formulario adjunto para formar parte de alguno de los grupos de trabajo.





# Agenda



1. Palabras de apertura
2. Objetivos del proyecto y plan de trabajo
3. El sector hoy
4. Tendencias de consumo y producción
5. ¿Cómo podemos competir?
6. Cadena de valor ideal
7. Áreas de mejora
8. **Siguientes pasos**



# **Siguientes Pasos**

# Siguientes pasos

Próximo encuentro

6 meses

3ª reunión  
17 Noviembre  
de 2021



Los invitamos a participar en los grupos de trabajo

# Siguientes pasos

## Información de contacto

### Datos de contacto

#### Equipo local CONCYTEC

Karla Pozo Timaná – Cel. 971880598, [bm-kpozo@fondecyt.gob.pe](mailto:bm-kpozo@fondecyt.gob.pe)  
Diana Estrada Taboada- Cel. 974619712, [destrada@concytec.gob.pe](mailto:destrada@concytec.gob.pe)

#### Equipo de apoyo de otras instituciones

Cindy Moran Gonzales – Cel. 983463519 - [cmoran@itp.gob.pe](mailto:cmoran@itp.gob.pe)  
Aldo Palomino Veliz – Cel. 964431098 - [apalomino@promperu.gob.pe](mailto:apalomino@promperu.gob.pe)  
Javier Silva Chang – Cel. 993774549 - [jsilva@promperu.gob.pe](mailto:jsilva@promperu.gob.pe),  
Antonio Angulo Salas – Cel. 978460689 [dt\\_temp09@produce.gob.pe](mailto:dt_temp09@produce.gob.pe)  
Peter Villaorduña - [pvillaorduna@produce.gob.pe](mailto:pvillaorduna@produce.gob.pe)  
Iván Ruiz – Cel. 963236034 – [ivan.ruiz@competitiveness.com](mailto:ivan.ruiz@competitiveness.com)

# ¡Muchas gracias por su participación!

Los esperamos en el siguiente Diálogo Abierto Público-Privado de la IVAI de Granos Andinos

**3ª reunión**  
**17 de noviembre, 2021**

<https://ivai.concytec.gob.pe/>

# un proceso liderado por:



*Con el apoyo de:*





**JUNTOS** ESTAMOS  
**TRANSFORMANDO**  
EL PERÚ

Calle Chinchón No 867  
San Isidro, Lima  
(051- 1) 644-0004  
[www.concytec.gob.pe](http://www.concytec.gob.pe)



Con el apoyo de:

