EL MERCADO GLOBAL DE LA QUINUA: RETOS Y ESTRATEGIAS PARA MANTENER LA COMPETITIVIDAD

Posted on 24. marzo 2025

El Mercado Global de la Quinua: Retos y Estrategias para Mantener la Competitividad

Retos

El mercado global de la quinua ha experimentado cambios significativos en la última década. Aunque Perú y Bolivia continúan siendo actores clave, la entrada de nuevos países productores ha alterado la dinámica del mercado. En 2014, durante el auge de la quinua, los precios de exportación superaban los 6 dólares FOB por kilogramo, y los agricultores peruanos recibían más de 10 soles por kilogramo en campo. Sin embargo, en la actualidad, el mercado parece haber alcanzado un punto de estancamiento, con las exportaciones globales sin superar las 120,000 toneladas anuales, de las cuales Perú y Bolivia representan entre el 70% y 80%. Este estancamiento se atribuye a la competencia internacional; se estima que el 40% de la quinua consumida mundialmente es

producida por países distintos a Perú y Bolivia. Naciones como España, Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, Australia, China, India y Colombia han incursionado en la producción de quinua, afectando los precios y la participación de mercado de los productores tradicionales. Por ejemplo, en la campaña 2022-2023, España cultivó casi 7,000 hectáreas de quinua, lo que saturó el mercado y provocó una disminución en las exportaciones peruanas. Actualmente, los precios de exportación de la quinua se mantienen en promedio por debajo de los 2.50 dólares por kilogramo, con ligeras mejoras en los nichos de mercado orgánico y de comercio justo. Para enfrentar esta competencia, es crucial que los exportadores peruanos y bolivianos adopten nuevas estrategias que les permitan superar a los nuevos actores que han capturado el crecimiento del mercado de la quinua.

Estrategias

Para destacar en este competitivo mercado, los exportadores líderes pueden enfocarse en las siguientes ventajas competitivas:

1. **Diferenciación del producto:** Resaltar las cualidades únicas de la quinua andina, como su origen ancestral y métodos de cultivo tradicionales, puede añadir valor y atraer a consumidores interesados en productos auténticos y sostenibles.
2. **Certificaciones de calidad y sostenibilidad:** Obtener certificaciones orgánicas, de comercio

justo y otras acreditaciones internacionales puede mejorar la percepción del producto y justificar precios más altos en mercados exigentes.

3. **Innovación en productos y presentaciones:** Desarrollar nuevos productos derivados de la quinua, como snacks, harinas o bebidas, diversifica la oferta y puede abrir nuevos segmentos de mercado.
4. **Estrategias de marketing enfocadas:** Promover campañas que destaquen la historia, cultura y beneficios nutricionales de la quinua andina puede crear una conexión emocional con los consumidores y fortalecer la lealtad a la marca.
5. **Mejora en la eficiencia productiva:** Implementar técnicas agrícolas modernas y sostenibles que aumenten el rendimiento por hectárea puede reducir costos y mejorar la competitividad frente a otros productores.
6. **Alianzas estratégicas:** Colaborar con otros productores, cooperativas y entidades gubernamentales para compartir conocimientos, recursos y acceder a nuevos mercados puede fortalecer la posición competitiva.

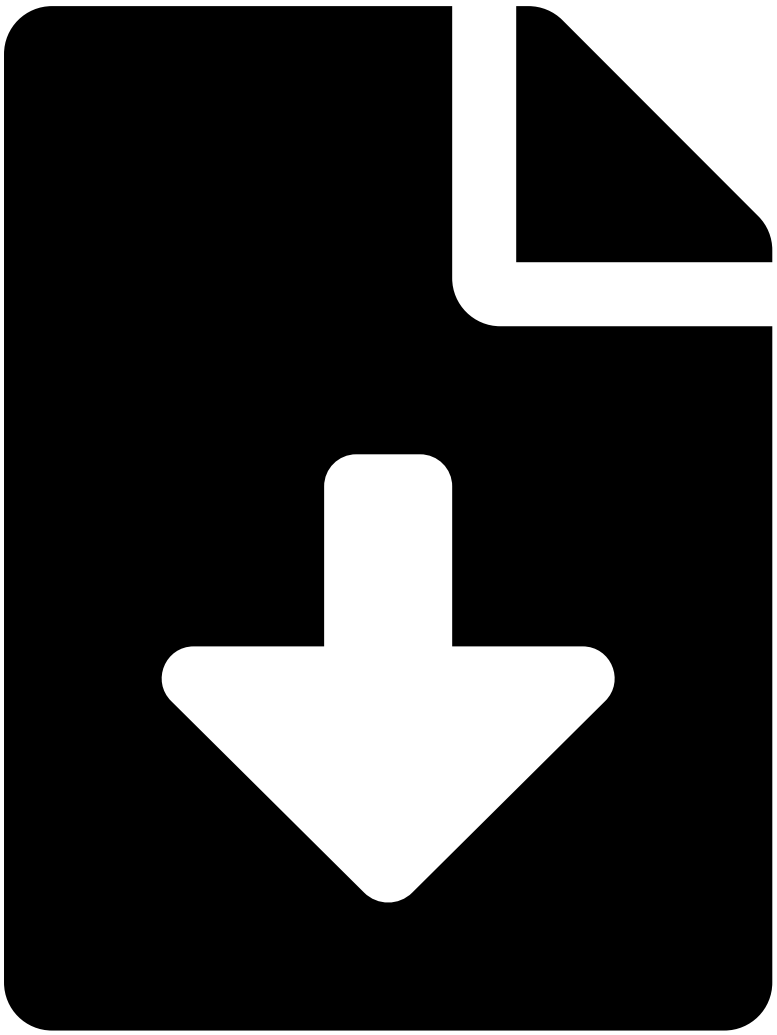
Conclusión

Al adoptar estas estrategias, los exportadores de quinua pueden mejorar su posición en el mercado global y contrarrestar los desafíos impuestos por la creciente competencia internacional.

Escrito por Mónica Valcárcel

Imágenes creadas con IA

EHRSAM
PERÚ CONSULT



Hier Guide gratis downloaden