

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



SUMAQ PERÚ

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Maria Teresa Céspedes Cataldo

Código 902133

Asesor

Eduardo Lavado Gagliardi

Lima – Perú
Setiembre de 2018

SUMA Q PERÚ

**PORTAL ESPECIALIZADO DE
GASTRONOMÍA**



ÍNDICE

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
1. Sumaq Perú; Portal Informativo Gastronómico	8
1.1 Público Objetivo	8
1.2 Menú de contenidos	8
1.2.1 Inicio	8
1.2.2 Recetas	8
1.2.3 Comidas	9
1.2.4 Bebidas	9
1.2.5 Biodiversidad	9
1.2.6 Productores	9
1.2.7 Innovadores	9
1.2.8 Rutas Gastronómicas	9
1.2.9 Influencers	9
1.2.10 Eventos	9
2. Plan Comunicacional	10
2.1 Visión	10
2.2 Meta	10
2.3 Objetivos	10
2.4 Estrategia	10
2.5 Selección de medios	11
3. Plan de Monetización	12
3.1 Financiamiento o Levantamiento de Capital	12
3.2 Retorno de la Inversión y Generación de Ganancias	12
4. Pieza Informativa	13
REFERENCIAS	16
ANEXOS	17

RESUMEN

En este trabajo de Prueba de Competencia para la obtención del título profesional de Licenciado en Comunicación, se busca elaborar un proyecto comunicacional para desarrollar un portal web informativo especializado en Gastronomía Peruana llamado “Sumaq Perú” (Sumaq = exquisito), enfocado no solo en recetas de comidas sino también en la biodiversidad, educación alimentaria, personajes y preservación de los recursos.

El objetivo es presentar una revista gourmet online de comidas, bebidas y rutas gastronómicas peruanas, con artículos sobre biodiversidad y estacionalidad de alimentos, que tengan ideas innovadoras de comidas o bebidas, recetas nutritivas, pero también historias de personajes destacados del sector, donde se destaque no solo el producto sino también al productor, complementados con artículos de opinión y sobre preservación de los recursos, que serán acompañados con fotos o videos de la cocina, que ayude al cibernauta a aprender, compartir y experimentar una buena comida y buenos ingredientes.

Este trabajo se enmarca en un contexto donde la gastronomía está desatendida por los medios tradicionales peruanos a pesar de su gran aporte a la sociedad y a la economía, y en el que se plantea estrategias de promoción en las redes sociales y de inversión.

INTRODUCCIÓN

Perú es uno de los principales destinos turísticos del mundo y es famoso por la diversidad de su cultura, tradiciones y gastronomía. Es un país milenario descendiente de la cultura inca y mestiza con la llegada de los españoles, asiáticos y afrodescendientes a nuestro país, con una geografía que cuenta con 11 eco-regiones y unas 80 diferentes zonas de vida (de un total de 117 que hay en el mundo) que proveen una abundancia de flora y fauna, sin olvidar su mar rico en recursos naturales, elementos que han impulsado a que la cocina peruana brille en el mundo.

Lima ha sido nombrada capital gastronómica de Latinoamérica y es el destino de millones de turistas atraídos por la buena cocina, que aportó a la economía en el 2016 alrededor de 45.000 millones de soles (unos 13.500 millones de dólares) – un 10 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI), según datos de Asociación Peruana de Gastronomía (Apega), además de ofrecer empleos directos e indirectos a millones de peruanos.

Además, la gastronomía peruana aporta a “una cadena de valor que se inicia con la pequeña agricultura y pesca artesanal, que suministra los insumos básicos de la gastronomía, además de aquellos mercados de abasto en donde se proveen los restaurantes y el público”, dijo Marco Valderrama el gerente de Apega en una entrevista al portal de Yahoo! Finanzas en junio del año pasado.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la gastronomía es una industria que intersectorial, es decir que se relaciona de manera horizontal con otros sectores productivos del país, porque impulsa la actividad en los sectores de agricultura, pesca, comercio, restaurantes, y servicios de comidas y bebidas prestados a empresas, y por lo tanto a la economía peruana en su totalidad.

El desarrollo de este portal informativo de internet sobre gastronomía será clave porque se constituirá como fuente de inspiración y ayudará con ideas a diferentes tipos de cibernautas, desde jóvenes mamás que desean aprender los temas vinculados a la gastronomía peruana, hasta amantes de la comida y/o “startups” gastronómicos que busquen iniciar su propio negocio de comida, o simplemente lectores que puedan conocer historias de personajes para descubrir ideas de cómo cubrir algunas necesidades que el sector requiera.

Un ejemplo de que cómo se puede crecer en el negocio gastronómico es el chef Javier Wong, quien empezó su negocio en el garaje de su casa hasta convertirse en un referente del ceviche peruano, impulsando con su negocio al consumo y economía del país.

El objetivo es que este portal pueda ocupar un nicho del mercado desatendido u olvidado por la prensa tradicional escrita, televisiva o radial del país, y ayude a empoderar a millones de cibernautas y “startups” a crear nuevos emprendimientos y/o consolidar los negocios de comidas, bebidas o postres de una comunidad virtual chefs locales, así como a los amantes de la comida o a los aprendices de esta industria.

Actualmente la prensa tradicional está enfocada en temas políticos y escándalos de corrupción mientras que la prensa del entretenimiento está enfocada más en las noticias

del espectáculo local. No queremos decir que estos temas no sean importantes, sino que el espacio que se le otorga a la gastronomía peruana es mínimo a pesar de que aporta a la economía de millones de peruanos.

Observamos que el diario El Comercio, ofrece una página a la gastronomía en su revista semanal Somos, mientras que este mes de septiembre, la emisora Radio Programas del Perú (RPP) estrenó el microprograma “La receta de Gastón”, donde el reconocido chef Gastón Acurio comparte recetas caseras, de fácil preparación, en una emisión diaria de apenas 5 minutos.

En la televisión de señal abierta, la Televisión Nacional, Canal 7, emite dos programas de comida: “Cocina con causa” a las 10.30 am, en el que se presentan recetas de comidas nutritivas y económicas, y “Con sabor a Perú”, conducido por el chef Coque Ossio, que presenta recetas de diferentes estilos de cocina: Criolla, china, prehispánica, amazónica, culinaria nikkei y gastronomía arequipeña.

A nivel online, no observamos que exista referentes en el medio local de un proyecto similar, observamos blogs de cocina que se limitan a brindar recetas, pero sin mayor información que complete el círculo o ciclo de la industria. En la red se encuentran videos en YouTube de cientos o miles de recetas de comidas, pero están dispersas, no están concentradas en un solo lugar, sino que hay que buscarlas en toda la web.

Por ello, con la creación de este portal informativo, se buscará ayudar a jóvenes, mujeres y hombres que deseen aprender, compartir o experimentar técnicas de cocina, con artículos periodísticos que hablen de sus virtudes y sus necesidades, así como de la biodiversidad de productos en Perú, sobre los alimentos nutritivos, el respeto y sostenibilidad de los recursos naturales, del medioambiente y a reconocer los alimentos de calidad, de una manera ágil, dinámica, breve y entretenida.

¿Qué se puede aprender?, citando a Gastón Acurio, la respuesta sería: “Todo”. “Las recetas son el punto de referencia para que entres a la cocina que es infinita”, afirmó Acurio en una entrevista a RPP el 31 de agosto.

Finalmente, el portal ayudará a promocionar las Ferias Gastronómicas de Perú y en el extranjero, en una pestaña “Eventos” que contendrá promociones sobre ferias gastronómicas peruanas y extranjeras, así como también banners o displays publicitarios online.

1.- SUMAQ PERU

PORTAL INFORMATIVO DE GASTRONOMÍA

Sumaq Peru, será una revista gourmet online auspiciada por la Asociación Peruana de Gastronomía (Apega) así como por otros actores del área de producción gastronómica.

1.1 – PÚBLICO OBJETIVO

Estará dirigido a un público formado mayoritariamente por personas entre 20 y 50 años de nacionalidad peruana, amantes de la cocina, productores de alimentos y “startups” interesados en emprender nuevos negocios en este sector, aunque puede haber un segundo grupo de público objetivo que son algunos extranjeros, amantes de la comida peruana que deseen aprender de la gastronomía peruana o turistas que deseen conocer rutas gastronómicas.

1.2 - MENÚ DE CONTENIDOS

El portal informativo será una web en español integrado con otras webs del sector, y que contendrá un Menú de Contenidos con las siguientes pestañas interactivas:

INICIO - RECETAS - COMIDAS - BEBIDAS – BIODIVERSIDAD – PRODUCTORES – INNOVADORES – RUTAS TURÍSTICAS- INFLUENCERS - EVENTOS

Cabe mencionar que, desde la página de inicio, cada historia tendrá acceso a Facebook, Twitter, Google +, YouTube, Pinterest e Instagram para que se difunda el contenido en las redes sociales de los cibernautas.

1.2.1 - INICIO: Es la página principal del portal informativo donde aparecerán las pestañas de menú de contenidos y debajo de ellas se colocarán banners móviles donde aparecerán promociones de marcas peruanas o de festivales y ferias gastronómicas. (Anexo 1 y Anexo 2)

Más abajo estarán en Destaque los “Enfoques de Orgullo”, donde se contarán historias de crecimiento de los diferentes actores del sector y que serán elegidas por el editor de la revista online como historia o noticia de destaque. Estas historias además estarán contenidas dentro de cualquiera de las pestañas del Menú de Contenido. (Anexo 3)

1.2.2- RECETAS:

Se abrirá una página interactiva que tendrá un buscador interno con el ícono “BUSCAR” donde se puede poner palabras claves que señalen que tipo de receta se busca, así como FILTROS donde el cibernauta podrá hacer clic (✓) en un recuadro para hacer una búsqueda más selectiva y filtrar una determinada receta por ingrediente (“pollo”, “carne”, “pescado”) o por estación o por región. (Anexo 4)

En la parte inferior de lo detallado anteriormente, se colocarán información de “Recetas Destacadas”, por tipo de alimentos, por estacionalidad, etc., que estarán acompañadas de fotos y/o videos.

1.2.3 - COMIDAS:

Se presentarán historias sobre el origen de algunas comidas, su forma de preparación de los cocineros quienes revelarán sus técnicas y sus secretos. Además, se incluirá noticias relacionadas a un determinado alimento que se está presentando, su historia, sus beneficios y desafíos. (Anexos 5, 6 y 7) (Video en USB)

1.2.4 – BEBIDAS:

Se presentará historias del origen de algunas bebidas, productores de vino, piscos, recetas de cocteles mientras muestran sus técnicas, tragos innovadores. (anexos 8, 9 10)

1.2.5 – BIODIVERSIDAD:

Se presentará artículos periodísticos sobre biodiversidad, los “superfoods” del Perú, y conocer la despensa de frutos, granos, vegetales, pescados, hierbas, raíces, carnes que existe en nuestra rica tierra peruana. Su crecimiento y sus desafíos. Aquí también se pueden incluir noticias educación alimentaria y alimentos nutritivos.

1.2.6 – PRODUCTORES:

Se presentará Enfoques o historias de color sobre personajes de la cadena de valor, es decir productores de los recursos de la industria alimenticia que destaquen en la industria por algo en particular, sea por la calidad de sus productos o sea por sus desafíos y problemas que enfrentan en sus labores. Se busca dar a conocer sus historias, que podrían ser de personajes del interior del país, agricultores, ganaderos, pescadores, y el cuidado que tienen de los recursos. Estos enfoques serán escritos o en videos. (Anexo 11)

1.2.7- INNOVADORES:

Se presentará Enfoques o historias de color sobre personajes de la cocina peruana que nos permitan conocer algo o a alguien en particular, una novedad en la industria gastronómica, logros, retos y necesidades. Se busca dar a conocer sus historias, que podrían ser de personajes del interior del país, que destaquen por su trabajo, sus técnicas innovadoras y el cuidado que tienen sobre los recursos. Estos enfoques serán escritos o en videos. (Ver Pieza Informativa en Anexos 12, 13 y 14)

1.2.8 – RUTAS GASTRONÓMICAS:

Se promocionará rutas gastronómicas como “Lima Sabe”, “la Ruta del Pisco”, “La Ruta del Vino”, “La Ruta de la Quinua de Puno”, “La Ruta del Ceviche Norteño”, etc, acompañadas de fotos y/o videos. (Anexo 15)

1.2.9 - INFLUENCERS:

Opiniones de chefs y críticos del sector.

1.2.10 - EVENTOS:

Se darán a conocer eventos o ferias o festivales de comidas y bebidas nacionales o internacionales, que buscan impulsar a la gastronomía peruana dentro y fuera del país.

2.- PLAN COMUNICACIONAL

En el presente Plan Estratégico de Comunicaciones de Sumaq Peru, Portal Web Informativo de Gastronomía, estarán incluidos la visión, meta, estrategias comunicacionales y la selección de medios que se usarán de plataforma para alcanzar la meta propuesta hacia el 2021, cuando se cumple el bicentenario de la independencia de Perú.

El plan estará enfocado lograr destacar en una sola vitrina, la información de recetas, la importancia de la cadena productiva de la industria gastronómica, historias de personajes destacados y reportes de alimentación nutritiva y la importancia de la sostenibilidad del recurso cuando éste enfrente riesgos.

2.1- VISIÓN:

Sumaq Peru será la revista online líder del sector gastronómico peruano, por sus novedosas recetas, reportajes de nutrición, educación alimentaria, noticias de sostenibilidad de los recursos y sus historias destacadas de los diferentes actores de la gastronomía peruana y su cadena productiva, que den a conocer sus logros, desafíos y necesidades.

2.2- META:

Que los peruanos identifiquen a Sumaq Peru como el portal web de referencia de la gastronomía peruana y de su cadena productiva. Esta meta se logrará siempre que se ejecuten las actividades previstas y las campañas de publicidad por redes sociales y medios de comunicación local.

2.3- OBJETIVOS:

- Sensibilizar y concientizar a la ciudadanía sobre las personas que están detrás de las comidas, o sea todos los actores detrás de la cadena productiva, sus historias, logros, desafíos y necesidades.
- Difundir la comida peruana con recetas nutritivas, sencillas, económicas y fáciles de preparar.
- Sensibilizar y concientizar a la ciudadanía sobre la importancia del cuidado de los recursos naturales que son utilizados en la industria alimentaria.
- Enseñar a millones de peruanos a conocer la biodiversidad de los recursos con los que cuenta el Perú y generar ideas innovadoras de cómo cocinar la comida peruana, con los nutritivos productos con que cuenta nuestro país.

2.4 – ESTRATEGIA:

- Acercamiento a los medios de comunicación a nivel nacional como Radio Programas del Perú (RPP), en programas matutinos o del mediodía, para posicionar a Sumaq Peru como el referente noticioso online de la gastronomía y dar a conocer sus beneficios, para generar visibilidad pública y ganar credibilidad y confianza de la sociedad en general.

- Fortalecimiento de las relaciones entre los stakeholders, medios de comunicación y líderes de opinión. El objetivo es contar con portavoces que difundan los beneficios de la revista online.

- Conferencia de Prensa con los medios locales para promocionar concursos y premios a las mejores recetas de comidas o bebidas peruanas, que sean innovadoras y que contengan alimentos nutritivos. Sumaq Perú podrá ser auspiciador de estos concursos que sean promovidos por Promperú, el ministerio de la Producción y el ministerio de Inclusión Social que suelen lanzar campañas alimenticias y concursos para los mejores cocineros.

- Promocionar al Portal Sumaq Peru entre los diferentes actores de la cadena productiva de la gastronomía, gremios de la industria alimentaria, cocineros, restaurantes bares, etc.

- Se usará activamente las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc) para la difusión de contenidos del Portal.

- También se difundirá contenidos de nuestro portal mediante un botón de Suscripción o Newsletter que estará insertado en la página web Sumaq Peru (“Suscríbete ahora”), donde el usuario puede colocar su correo electrónico para recibir la información de recetas o de reportajes que le interesen.

- La difusión de contenidos también se puede ser impulsada creando vínculos con las páginas web de gremios de productores relacionados a la industria de alimentos y bebidas.

- Se buscará dar a conocer a Sumaq Peru como un novedoso startup peruano del rubro de la gastronomía durante la próxima edición del “Perú Venture Capital Conference” (PerúVCC), el evento más grande del país que conecta al ecosistema de startups con inversionistas locales e internacionales.

- En una segunda etapa se puede mejorar el posicionamiento del Portal Sumaq Peru en internet, mediante publicidad pagada en el Search Engine Marketing (SEM) o marketing en motores de búsqueda, como Google.

2.5 – SELECCIÓN DE MEDIOS

2.5.1 - Medios convencionales: Se hará uso coordinado de los siguientes medios de comunicación:

- Radio
- TV
- Medios escritos
- Medios electrónicos (web, canales de redes sociales, etc.)

2.5.2 - Medios no convencionales: Se hará un uso coordinado de los siguientes medios:

- Talleres, foros, seminarios, workshops, institutos o escuelas de gastronomía, etc.
- Revistas institucionales y páginas web de gremios de productores relacionados a la industria de alimentos

- Search Engine Marketing (SEM) en Google, que permitirá que los cibernautas o usuarios encuentren con mayor facilidad los contenidos de nuestro portal al ser mostrados de forma relevante en los resultados de búsqueda de Google.

3.- ESTRATEGIA DE MONETIZACIÓN

3.1 – FINANCIAMIENTO O LEVANTAMIENTO DE CAPITAL:

El Portal Informativo de Gastronomía Sumaq Peru contará con un plan de levantamiento de capital e inversión de las siguientes fuentes de financiamiento:

- La inversión inicial para levantar la revista de gastronomía online se obtendría de la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (PECAP), conformada por Emprende UP de la Universidad El Pacífico, Ángel Ventures y Wayra, entre otros grupos de inversión, que apuestan por Startups o emprendimientos dinámicos con recursos inteligentes, en etapa temprana.

Esta asociación se mantiene firme en su objetivo de aumentar el número de inversiones en capital semilla en Perú. PECAP ha invertido en startups con base de operaciones en Perú unos 5,6 millones de dólares en el 2016 y unos 7,2 millones de dólares en el 2017, mientras que, en el primer semestre del año, vienen invirtiendo unos 5,8 millones de dólares.

- Fundación Wiese, como segunda posibilidad. Esta fundación esta comenzando a evaluar la posibilidad de invertir en startups peruanos.

3.2 - RETORNO DE LA INVERSIÓN Y GENERACIÓN DE GANANCIAS:

- El Portal Sumaq Peru obtendría ingresos principalmente de la publicidad por internet, a través de:
 - Banners publicitarios insertados en la página web
 - Videos publicitarios insertados en la página web
 - Pop ups o ventanas emergentes
- Estarían interesados en este tipo de publicidad por internet, toda la gama de empresas productoras de cultivos, granos, frutas, verduras, pescados, carnes, asociaciones o gremios de la industria alimenticia, escuelas de chef en Perú, empresas turísticas que fomentan las rutas gastronómicas, etc.
- Además, podrían publicitarse en nuestro portal informativo algunas ferias gastronómicas locales, nacionales e internacionales.

4- PIEZA INFORMATIVA (Ver también anexos 12, 13 y 14)

SUMAQ PERU
INNOVADORES

Conozca al productor de Quinua en Puno que gana terreno en Lima con sus productos de valor agregado

Pío Choque es un respetado productor de quinua en Puno, la mayor región productora del grano andino del Perú. Heredó de sus antepasados Aymaras las técnicas de cultivo y fundó su empresa familiar para colocar directamente su producto en el plato del consumidor. Junto a sus hijos sigue innovando y elabora productos de granos andinos con valor agregado.



Pío Choque, productor de Puno. Foto: Apegamercados.pe

Por Teresa Céspedes

Pío Choque es un productor de quinua y otros granos andinos, de la comunidad de Huerta Huaraya en Puno, ubicada a unos 3.850 metros sobre el nivel del mar. Allí, en medio de la fría región altiplánica, cerca de la frontera con Bolivia, crecen sus cultivos de quinua en sus diferentes variedades y colores.

Se prepara -ahora en septiembre- para comenzar el proceso de siembra de la quinua, el cual continuará durante octubre y noviembre -dependiendo si se trata de una quinua de rápido crecimiento o de lenta maduración.

“Nosotros heredamos de nuestros antepasados el cultivo de la quinua, no es nuevo, no es una costumbre adaptada sino es una herencia que nos han dejado nuestros abuelos. Desde que tenemos uso de razón cultivamos y trabajamos con quinua”, nos explicó Choque en una entrevista que nos concedió esta semana.

Choque cultiva diferentes variedades de quinua, como las nativas, la real chullpi, la quinua negra, la pasankalla o roja, la perlada o blanca, entre otros diferentes tipos y colores, todas muy resistentes al frío y las heladas que azotan la región de Puno.



Perú es el mayor productor de quinua del mundo y Puno es la primera región del país que produce este grano con el 44 % de la producción nacional. Foto: Quinoa.pe

“Nosotros ponemos valor agregado a los granos andinos y quisimos llevarlo directamente del productor al consumidor”, afirmó.

Por esa razón, Choque y su familia fundaron la empresa Fortigrano y comenzaron a transportarlo y distribuirlo en diversas ferias de Lima, un mercado donde vienen ganando terreno por la calidad de la quinua que produce, llegando a convertirse en un importante proveedor de la cadena de restaurantes Tanta.

La cosecha de la quinua se espera para los meses de abril y mayo del 2019, pero mientras tanto, Choque continúa investigando e innovando en diferentes tipos y ecotipos de quinua, en coordinación y capacitación con el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) y del Senamhi, que brinda servicios públicos de asesoría, estudios e investigaciones sobre el clima, agrometeorología, hidrología y asuntos ambientales. “Nosotros manejamos nuestros sembríos con rotación de cultivos, manejamos pisos ecológicos, entonces por eso siempre logramos sacar nuestra producción”, dijo Choque tras referirse a las adversidades del clima y los escasos programas de prevención y sostenibilidad de los recursos.



Agricultores de Puno en plena cosecha de la quinua. Se espera que en abril y mayo del 2019 se produzca la nueva cosecha en esta región. Foto: Quinoa.pe

“Esto nos permite continuar trabajando e innovar nuestros productos. Son tecnologías ancestrales que hemos implementado con algunas maquinarias, herramientas, pero la innovación está en el valor agregado que le damos a nuestros productos con otros granos andinos”, afirmó.

Choque reconoce que no ha sido fácil su trabajo. “Es difícil y un poco sacrificado, pero nosotros estamos acostumbrados a eso”, dijo. “El principal problema es el cambio climático para nosotros, afecta a todo el campo, no solo a la quinua. Este cambio climático está siendo ignorado por nuestras autoridades y no está siendo abordado como debe ser”, agregó.

Perú se consolidó el año pasado como el mayor productor mundial de quinua, representando el 53.3% del volumen global, de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

SCIENTIA ET PRAXIS

REFERENCIAS

- Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor - PECAP. (2018). Reporta Ecosistema Emprendedor. Julio 2018, de Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor Sitio web: <https://drive.google.com/file/d/1Xf-oJUHdPu6UOKfrcXLRyma7bG6IX60U/view>
- Catherine Contreras. (2017). Balance gastronómico 2017. 29 diciembre 2017, de El Comercio Sitio web: <https://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/ano-2017-gastronomia-balance-gastronomia-noticia-485102>
- Elisabet Parera. (2018). Las 9 mejores maneras de hacer publicidad en Internet. septiembre 2018, de PostCron Sitio web: <https://postcron.com/es/blog/publicidad-en-internet/>
- Laura Mora. (2016). Como funciona la publicidad en internet. 8 de septiembre 2016, de Ve Global Sitio web: <https://www.ve.com/es/blog/como-funciona-publicidad-en-internet>
- Marbella. (2017). La gastronomía peruana ya supone el 10% de la economía del país. 19 junio 2017, de Yahoo! Finanzas Sitio web: <https://es-us.finanzas.yahoo.com/noticias/la-gastronomia-aporta-un-10-del-crecimiento-economico-del-peru-214435847.html>
- RPP Noticias. (2018). Gastón Acurio estrenará en setiembre "La receta de Gastón". 31 de agosto 2018, de RPP Noticias Sitio web: <https://rpp.pe/cultura/mas-cultura/gaston-acurio-estrenara-en-setiembre-la-receta-de-gaston-por-rpp-noticias-noticia-1146524>

ANEXO 1

Sumaq Peru

Suscríbete ahora



Inicio Recetas Comidas Bebidas Biodiversidad Productores Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos

Publicidad

Publicidad

Enfoques de Orgullo

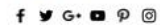


Conoce a los productores de limones que inundan de limonada Chile

Segundo Silupú Ancajima, productor limonero de Piura, es un soñador que ahora cosecha alrededor de 2.000 toneladas de limón fresco y exporta a Chile la mitad de su producción. Ahora busca ampliar sus cultivos porque espera concretar su primer envío de limones a Estados Unidos.

En el 2017, Chile recibió el 86.559% del total de limón piurano exportado, consolidándose como el primer comprador de este fruto. Los productores de limones de la región de Piura, están más que contentos por las tendencias del mercado internacional, desde el 2002 las exportaciones han crecido más de 3,000 %.

Continúa leyendo



Publicidad

Activar Windows
Ve a Configuración para activar

SCIENTIA ET PRAXIS

ANEXO 2

Sumaq Peru

Suscríbete ahora

Inicio Recetas Comidas Bebidas Biodiversidad Productores Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos

Superfoods Peru

Publicidad

Publicidad

Superfoods

Super foods Perú, busca difundir la diversidad de frutas, granos y vegetales, con alto valor nutricional existente en nuestro en el Perú...

Continúa leyendo

peru.info/superfoods

Enfoques de Orgullo

Conoce a los productores de limones que inundan de



ANEXO 3



Enfoques de Orgullo



Conoce a los productores de limones que inundan de limonada Chile

Segundo Silupú Ancajima, productor limonero de Piura, es un soñador que ahora cosecha alrededor de 2.000 toneladas de limón fresco y exporta a Chile la mitad de su producción. Ahora busca ampliar sus cultivos porque espera concretar su primer envío de limones a Estados Unidos.

En el 2017, Chile recibió el 86.559% del total de limón piurano exportado, consolidándose como el primer comprador de este fruto. Los productores de limones de la región de Piura, están más que contentos por las tendencias del mercado internacional, desde el 2002 las exportaciones han crecido más de 3,000 %.

Continúa leyendo

f t G+ v p i
Activar Windows

Publicidad

Publicidad



ANEXO 4

The screenshot displays the 'Recetas' (Recipes) section of the Sumaq Peru website. The page features a grid of various ingredients such as Sacha Inchi, Sweet Potatoes, Camu Camu, Kaniwa, Purple Corn, Yacon, and Yuca. A search bar with a 'BUSCAR' button is prominently displayed. Below the search bar, there are several filter dropdown menus: 'Ingrediente principal', 'Región', 'Platos', 'Dificultad', and 'Estacionalidad'. A descriptive text states: 'Tenemos disponibles cientos de recetas peruanas recolectadas. Las puedes filtrar por ingredientes, región, tipo de plato, estacionalidad y dificultad de elaboración.' A 'Suscríbete ahora' button is located in the top left corner, and social media icons for Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Pinterest, and Instagram are in the top right. A navigation menu at the top includes 'Inicio', 'Recetas', 'Comidas', 'Bebidas', 'Biodiversidad', 'Productores', 'Innovadores', 'Rutas Gastronómicas', 'Influencers', and 'Eventos'. A watermark for 'UNIVERSIDAD DE TRUJILLO' with the motto 'SCIENTIA ET PRAXIS' is visible in the background.

Sumaq Peru

Suscríbete ahora

Inicio Recetas Comidas Bebidas Biodiversidad Productores Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos

Recetas

Tenemos disponibles cientos de recetas peruanas recolectadas. Las puedes filtrar por ingredientes, región, tipo de plato, estacionalidad y dificultad de elaboración.

BUSCAR

Puedes seleccionar pescados y mariscos, regionales, saludables, fáciles, fusión, vegetarianos, postres tradicionales y mucho más.

Ingrediente principal ▼ Región ▼ Platos ▼ Dificultad ▼ Estacionalidad ▼

Sacha Inchi Sweet Potatoes Camu Camu Kaniwa Purple Corn Yacon Yuca

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

ANEXO 5

Sumaq Peru

Suscríbete ahora



Inicio Recetas **Comidas** Bebidas Biodiversidad Productores Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos

La Quinua



Ensalada de Quinua con palta y hortalizas

Publicidad

Publicidad

Historias destacadas



Pascuala comparte sus recetas puneñas.

Aprende a preparar un delicioso aji de quinua y una riquísima mazamorra de quinua, con las recetas heredadas de sus padres en Yunguyo, Puno.

Continúa leyendo



Crece la quinua en Puno.

Pocos cultivos crecen en la zona alta andina del Perú, pero la quinua crece fuerte en suelos de fríos extremos como en Puno.

Continúa leyendo



Beneficios de la quinua

La quinua es un cereal originario de los Andes considerado como un super alimento lleno de proteínas, nutrientes, vitaminas B y E y antioxidantes.

Continúa leyendo

Publicidad

Publicidad

Activar Windows
Ve a Configuración

Ver video en
USB

ANEXO 6

Sumaq Peru

Suscríbete ahora

Inicio Recetas **Comidas** Bebidas Biodiversidad Productores Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos

La Quinua



Publicidad

Ensalada de Quinua con palta y hortalizas

Publicidad

Historias destacadas

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows



ANEXO 7



Historias destacadas



Pascuala comparte sus recetas puneñas.

Aprende a preparar un delicioso aji de quinua y una riquísima mazamorra de quinua, con las recetas heredadas de sus padres en Yunguyo, Puno.

[Continúa leyendo](#)



Crece la quinua en Puno.

Pocos cultivos crecen en la zona alto andina del Perú, pero la quinua crece fuerte en suelos de fríos extremos como en Puno.

[Continúa leyendo](#)



Beneficios de la quinua

La quinua es un cereal originario de los Andes considerado como un super alimento lleno de proteínas, nutrientes, vitaminas B y E y antioxidantes.

[Continúa leyendo](#)



Activar Windows

Ver video en
USB

SCIENTIA ET PRAXIS

ANEXO 8

Sumaq Peru

Suscríbete ahora

Inicio Recetas Comidas Bebidas Biodiversidad Productores Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos



Publicidad

Publicidad

Bebidas Andinas



Publicidad

Publicidad

Prueba el nuevo Pisco Sour de camote: bebida estelar de los Andes.

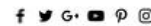
Este novedoso cóctel hecho en base a un tubérculo andino, el camote, se ha convertido en una de las bebidas de bandera del Perú. Se prepara igual que el Pisco Sour, aunque requiere jugo de naranja para ayudar a reducir el espesor que le aporta el camote amarillo sancochado.

El camote le aporta un ligero toque de dulzura además de las proteínas que posee. Lo puedes probar en la próxima Feria del Pisco en Ica y en algunos bates de Lima y Cuzco.

Esta bebida se une a las recientes innovaciones de bar tenders y chefs andinos, que buscan aprovechar la diversidad de tubérculos y frutas que tiene nuestro país.

Aprende a hacerla.

Continúa leyendo



Activar Windo
Ve a Configuración

SCIENTIA ET PRAXIS

ANEXO 9

Sumaq Peru

Suscríbete ahora



Inicio Recetas Comidas **Bebidas** Biodiversidad Productores Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos



Publicidad

Publicidad

Bebidas Andinas



Prueba el nuevo Pisco Sour de



ANEXO 10

Publicidad



Publicidad

Bebidas Andinas

Publicidad



Publicidad

Prueba el nuevo Pisco Sour de camote: bebida estelar de los Andes.

Este novedoso cóctel hecho en base a un tubérculo andino, el camote, se ha convertido en una de las bebidas de bandera del Perú. Se prepara igual que el Pisco Sour, aunque requiere jugo de naranja para ayudar a reducir el espesor que le aporta el camote amarillo sancochado.

El camote le aporta un ligero toque de dulzura además de las proteínas que posee. Lo puedes probar en la próxima Feria del Pisco en Ica y en algunos bares de Lima y Cuzco.

Esta bebida se une a las recientes innovaciones de bar tenders y chefs andinos, que buscan aprovechar la diversidad de tubérculos y frutas que tiene nuestro país.

Aprende a hacerlo.
Continúa leyendo

[f](#) [t](#) [G+](#) [v](#) [p](#) [@](#)

Activar Windows



ANEXO 11

Sumaq Peru

Suscríbete ahora



Inicio Recetas Comidas Bebidas Biodiversidad **Productores** Innovadores Rutas Gastronómicas Influencers Eventos



Conoce a los productores de limones que inundan de limonada Chile

Segundo Silupú Ancajima, productor limonero de Piura, es un soñador que ahora cosecha alrededor de 2.000 toneladas de limón fresco y exporta a Chile la mitad de su producción. Ahora busca ampliar sus cultivos porque espera concretar su primer envío de limones a Estados Unidos.

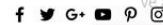
[Continúa leyendo](#)



Productores de Piura, innovan cultivando aguaymanto andino en la costa.

El aguaymanto, fruto milenario de la cultura Inca y que crece en los valles andinos y en la selva, es la nueva mina de oro de los productores en Piura. Con innovadoras técnicas buscan promover la siembra del cultivo en la costa para masificar su producción y reducir sus costos.

[Continúa leyendo](#)



Activar Windows
Vea la Configuración para activar Windows.



ANEXO 12

Sumaq Peru

Suscríbete ahora



Inicio Recetas Comidas Bebidas Biodiversidad Productores **Innovadores** Rutas Gastronómicas Influencers Eventos



INNOVADORES

Conozca al productor de Quinoa en Puno que gana terreno en Lima comercializando productos de valor agregado

Por Teresa Céspedes

Activar Windows
Ver configuración para activar Windows.



ANEXO 13



Pio Choque es un respetado productor de quinua en Puno, la mayor región productora del grano andino del Perú. Heredó de sus antepasados Aymaras las técnicas de cultivo y fundó su empresa familiar para colocar directamente su producto en el plato del consumidor. Junto a sus hijos sigue innovando y elabora productos de granos andinos con valor agregado.



Pio Choque, productor de Puno. Foto: Apegamercados.pe

Pio Choque es un productor de quinua y otros granos andinos, de la comunidad de Huerto Huaraya en Puno, ubicada a unos 3.850 metros sobre el nivel del mar. Allí, en medio de la fría región altiplánica, cerca de la frontera con Bolivia, crecen sus cultivos de quinua en sus diferentes variedades y colores.

Se prepara ahora en septiembre para comenzar el proceso de siembra de la quinua, el cual continuará durante octubre y noviembre dependiendo si se trata de una quinua de rápido crecimiento o de lenta maduración.

"Nosotros heredamos de nuestros antepasados el cultivo de la quinua, no es nuevo, no es una costumbre adaptada sino es una herencia que nos han dejado nuestros abuelos. Desde que tenemos uso de razón cultivamos y trabajamos con quinua", nos explicó Choque en una entrevista que nos concedió esta semana.

Choque cultiva diferentes variedades de quinua, como las nativas, la real chullpi, la quinua negra, la pasankalla o roja, la perlada o blanca, entre otros diferentes tipos y colores, todas muy resistentes al frío y las heladas que azotan la región de Puno.



Activar Wii
Ve a Configura

SCIENTIA ET PRAXIS

ANEXO 14



Perú es el mayor productor de quinua del mundo y Puno es la primera región del país que produce este grano con el 44 % de la producción nacional. Foto: Quinoa.pe

"Nosotros ponemos valor agregado a los granos andinos y quisimos llevarlo directamente del productor al consumidor", afirmó. Por esa razón, Choque y su familia fundaron su empresa Fortigrano y comenzaron a transportarlo y distribuirlo en diversas ferias de Lima, un mercado donde vienen ganando terreno por la calidad de la quinua que produce, llegando a convertirse en un importante proveedor de la cadena de restaurantes Tanta.

La cosecha de la quinua se espera para los meses de abril y mayo del 2019, pero mientras tanto, Choque continúa investigando e innovando en diferentes tipos y ecotipos de quinua, en coordinación y capacitación con el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) y del Senamhi, que brinda servicios públicos de asesoría, estudios e investigaciones sobre el clima, agrometeorología, hidrología y asuntos ambientales.

"Nosotros manejamos nuestros sembríos con rotación de cultivos, manejamos pisos ecológicos, entonces por eso siempre logramos sacar nuestra producción", dijo Choque tras referirse a las adversidades del clima y los escasos programas de prevención y sostenibilidad de los recursos.



Agricultores de Puno en plena cosecha de la quinua. Se espera que en abril y mayo del 2019 se produzca la nueva cosecha en esta región. Foto: Quinoa.pe

"Esto nos permite continuar trabajando e innovar nuestros productos. Son tecnologías ancestrales que hemos implementado con algunas maquinarias, herramientas, pero la innovación está en el valor agregado que le damos a nuestros productos con otros granos andinos", afirmó.

Choque reconoce que no ha sido fácil su trabajo. "Es difícil y un poco sacrificado, pero nosotros estamos acostumbrados a eso", dijo. "El principal problema es el cambio climático para nosotros, afecta a todo el campo, no solo a la quinua. Este cambio climático está haciendo ignorado por nuestras autoridades y no está siendo abordado como debe ser", agregó.

Perú se consolidó el año pasado como el mayor productor mundial de quinua, representando el 53.3% del volumen global, de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

SCIENTIA ET PRAXIS