Perú: La quinua orgánica de Puno y la piña Golden de Junín tendrán su propia marca

Con el uso de la marca colectiva de la quinua orgánica, “Aynok’a”, se beneficiarán más de 800 productores de siete organizaciones de la región Puno, quiénes exportarán aproximadamente 400 toneladas a Europa y Estados Unidos, mientras que el uso de la marca “Tibana”, beneficiará a la “Asociación Piñeros del Vraem Pangoa”, que involucra a más de 80 productores del distrito de Pangoa, provincia de Satipo (Junín), que exportan 120 toneladas principalmente a Chile y Estados Unidos. Ambas marcas permitirán posicionamiento en la exportación de ambos productos, según el Mincetur.

La titular del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Magali Silva, anunció la creación de dos marcas, una para la quinua orgánica de Puno, denominada “Aynok’a”, quinua ancestral del Altiplano Puno–Perú, y otra para la piña Golden de Satipo, en Junín, con el nombre “Tibana”, el sabor del Sol.

“Aynok’a” quinua ancestral del Altiplano Puno–Perú, fue desarrollada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, luego de identificar la necesidad de generar un signo distintivo, en coordinación con la Mesa Técnica de la Quinua.

“Tibana”, el sabor del Sol de la piña de Pangoa, en Satipo, también fue creada por Mincetur en trabajo conjunto con la Asociación de Piñeros del Vraem Pangoa, luego de identificar la necesidad de contar con un signo distintivo para fortalecer la exportación de este producto.

“De esta forma los productores organizados de Puno y de Satipo en Junín, exportarán con marcas propias, debidamente registradas en el Instituto Nacional de Defensa de La Competencia y de La Protección de La Propiedad Intelectual (Indecopi), posicionando la calidad y procedencia de ambos productos en el mercado internacional”, destacó Magali Silva.

Con el uso de la marca colectiva de la quinua orgánica, “Aynok’a”, se beneficiarán más de 800 productores de siete organizaciones de la región Puno, quiénes exportarán aproximadamente 400 toneladas a Europa y Estados Unidos.

Como se sabe, Puno es el primer productor de quinua orgánica en el Perú, con un volumen aproximado de 36,000 toneladas, que representa el 32% de la producción nacional.

Por otro lado, el uso de la marca “Tibana”, beneficiará a la “Asociación Piñeros del Vraem Pangoa”, que involucra a más de 80 productores del distrito de Pangoa, provincia de Satipo,

Región Junín. Se exportará piña fresca de la variedad Golden con marca propia y directamente a los principales supermercados de Chile y Estados Unidos.

El área de producción de piña Golden de esta asociación es de 50 hectáreas, con una oferta exportable mensual de más de 120 toneladas, las mismas que cuentan con certificación Global Gap y características organolépticas (sabor y aroma que se perciben), cumpliendo con los requerimientos de la demanda internacional.

El próximo reto a cumplir como sector exportador, es lograr el posicionamiento de ambos productos en el mercado, contribuyendo así a los objetivos planteados en el Plan Estratégico Nacional Exportador (Penx) 2025.

Significado de los términos y registro en Indecopi

“Aynok’a” es una palabra Aimara que significa sistema ancestral de manejo y uso sostenible de tierras de siembra que preserva el suelo, los cultivos y la biodiversidad.

La marca ha sido registrada en el Instituto Nacional de Defensa de La Competencia y de La Protección de La Propiedad Intelectual (Indecopi) mediante Resolución N° 019840-2015/DSD-Indecopi, el 22 de octubre de 2015.

Entretanto, el término “Tibana”, pertenece al dialecto Asháninca que significa piña. La marca también ha sido registrada en el Instituto Nacional de Defensa de La Competencia y de La Protección de La Propiedad Intelectual (Indecopi) mediante Resolución N° 017166-2015/DSD-Indecopi, el 4 de setiembre último.

Fuente: Agraria.pe