

AGR16-41-T-RESUMEN-ABSTRACT

TESIS DE MAESTRIA

TITULO ORIGINAL : COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA DE LA VARIEDAD HUALHUAS (*Chenopodium quinoa* Willdenow) DEL DEPARTAMENTO DE JUNIN EN EL MERCADO DE EEUU

AUTOR : GAMARRA SALAZAR, Natalia Yesica

E-MAIL : naty_gamarra@hotmail.com

INSTITUCION : UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA

UNIDAD : ESCUELA DE POSGRADO

ESPECIALIDAD : AGRONEGOCIOS

PATROCINADOR : TELLO ROMERO, Demetrio

JURADO : Mg. Sc. Gorki Llerena Lazo De La Vega (Presidente)
Mg.CPC.Demetrio Tello Romero (Patrocinador)
Mg. CPC. Pedro Quiroz Quezada (Miembro)
Mg.CPC.Josue Centeno Cárdenas (Miembro)

FECHA DE SUSTENTACION : 06/05/2010

PALABRAS-CLAVE : CHENOPODIUM QUINOA; MERCADEO; DISTRIBUCION ECONOMICA; COMPETENCIA ECONOMICA; PRODUCCION; EXPORTACIONES; COMERCIO EXTERIOR; PERU; EEUU.

RESUMEN ORIGINAL

La presente investigación se realizó en el Departamento de Junín, Provincia de Huancayo, Distrito de Sicaya, durante el período 2009 y 2010; participaron los productores e intermediarios que intervienen en la comercialización de quinua tomándose como parámetros de medición el análisis de los productores, intermediarios y agroindustrias exportadoras, considerando como variables: producción de quinua, evaluación de precios, exportaciones, requisitos de calidad del mercado norteamericano, actividades que realizan los actores antes mencionados. El propósito de la investigación fue realizar el análisis de comercialización de quinua de variedad Hualhuas, procedente de Junín, para fines de exportación al mercado de EEUU. Para ello, se analizó la intervención de los actores en la comercialización de quinua.

El estudio se justificó por permitir analizar el proceso comercial de quinua de Sicaya, que actualmente se encuentra descuidada; y porque este producto experimenta una demanda creciente en el mercado norteamericano debido a las características sensoriales, propiedades nutritivas y terapéuticas que posee. Se sustentó en la teoría de desarrollo de canales de comercialización que presenta Gillespie, metodológicamente se empleó la perspectiva de tipo de estudio explicativa experimental, con un diseño de investigación donde la población estuvo formada por 20 participantes de la cadena comercial, con un tamaño de muestra de 19 personas y un nivel de confianza del 95%.

La información se obtuvo mediante entrevistas utilizando encuestas previamente elaboradas, se entrevistó a los productores e intermediarios y se recopiló información de diversas fuentes secundarias sobre la quinua.

Los resultados demuestran que el proceso de comercialización de quinua de Sicaya es artesanal y deficiente debido que los productores e intermediarios realizan los procesos de postcosecha y transformación de manera deficiente. Además, se determinó que la quinua posee una demanda potencial para el mercado norteamericano de 1766,74 TM.

Se concluyó que los productores son responsables del proceso de producción y postcosecha y los acopiadores de la transformación; determinándose que el manejo de dichos procesos influyen en la calidad de la quinua perlada.

Palabras Claves: Comercialización de quinua, mercado Norteamericano, exportación, Sicaya.

TITULO EN INGLES : MARKETING QUINUA Hualhuas VARIETY
(*Chenopodium quinoa* Willdenow) JUNIN DEPARTMENT IN THE U.S. MARKET

PALABRAS-CLAVE INGLES : CHENOPODIUM QUINOA, MARKETING,
DISTRIBUTION ECONOMIC, ECONOMIC COMPETITION, PRODUCTION,
EXPORTS, FOREIGN TRADE, PERU, USA.

RESUMEN EN INGLES

The present research was done in Junín, province of Huancayo, district of Sicaya from 2009 to 2010; where the producers and brokers who take part in the quinoa

commercialization took into consideration the analysis measurement of the producers, brokers and industry exporter, considering as variables: quinoa production , prices evaluation , exports, USA market quality requirements activities. The research purpose was the Hualhuas commercialization analysis to USA market. In this respect, the intervention of he participants in the commercialization of quinoa was studied.

The investigation was justified to analyze the commercial process of quinoa from Sicaya, Junín which is not now considered; and because this product is experienced as a growing demand in the USA market, due to the sensory characteristics, nutritional and therapeutic value owns. The investigation design was formed by 20 participants from the commercialization chain with a sample of 19 people with a 95% confidence level. It was used the perspective experimental explicative methodology type suggested by Gillespie The information was made through interviews using surveys previous elaborated, producers and brokers were interviewed to gather information from various secondary quinoa sources .

The results show that the commercialization process of quinoa from Sicaya is handmade and inadequate, because the producers and brokers carried out the post-harvest process and transformation inadequately, and moreover it was determined that quinoa has a potential demand for the USA market of 1766.74 MT.

Finally, It was concluded that producers are responsible for the production process and post-harvest and brokers are of the transformation, determined that these processes affect the quality of pearled quinoa.

FECHA DE PUBLICACION : 22/07/2010

NUMERO DE PAGINAS : 123 p.

CIUDAD : La Molina - Lima (Perú)