

RESUMEN

Autor [Hinostrza Rivas, S.F.](#)

Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)

Título **Factores determinantes del consumo de quinua en el Valle del Mantaro y su aporte a la seguridad alimentaria**

Impreso Lima : UNALM, 2018

Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	S01. H5 - T	USO EN SALA
Descripción	144 p. : 40 fig., 53 cuadros, 54 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Tesis (Economista)	
Bibliografía	Facultad Economía y Planificación	
Sumario	Sumarios (En, Es)	
Materia	CHENOPODIUM QUINOA FACTORES DE PRODUCCION CONSUMO DE ALIMENTOS CONSUMIDORES MERCADOS PRECIOS PREFERENCIAS ALIMENTARIAS SEGURIDAD ALIMENTARIA OFERTA Y DEMANDA EVALUACION PERU QUINUA FACTORES DE CONSUMO PATRONES DE CONSUMO VALLE DEL MANTARO JUNIN (DPTO)	

N° estándar PE2020000045 B / M EUVZ S01; E73

El "Año Internacional de la Quinua" en 2013 permitió la promoción del grano y se hace necesario conocer el impacto que tuvo en el consumo de quinua y en la seguridad alimentaria de la población urbana y rural. En ese sentido, en la presente investigación se analizó las cuatro dimensiones de la seguridad alimentaria: disponibilidad, acceso, uso y estabilidad en la zona urbana y rural

de las provincias productoras de quinua (Chupaca, Concepción, Jauja y Huancayo) de la Región Junín. El resultado fue que, a pesar de los precios altos por el boom de la quinua, la población de las cuatro provincias tuvo un nivel adecuado de consumo en el año 2014 equivalente a 0.36 kg/persona/mes; sin embargo, los consumidores rurales no productores fueron los más afectados pues pasaron de consumir de 0.54 a 0.2 kg/persona/mes, sustituyéndolo por menestras, papa y arroz, no contribuyendo con las dimensiones de acceso y uso de la Seguridad Alimentaria (SA). Asimismo, mediante el análisis de provisión de quinua para satisfacer la demanda regional y el índice de estacionalidad de oferta y precios se comprobó que el abastecimiento del grano al mercado regional de Junín no satisfizo su demanda y hubo meses de escasez del grano con producción debajo del promedio mensual, por lo que, los objetivos de la SA de disponibilidad y estabilidad fueron vulnerables al aumento del precio. Por otro lado, mediante análisis factorial, se identificó que el consumo de quinua en Junín depende de factores de mercado (precios e ingresos) y actitudinales (patrón cultural, gustos y preferencias) que explican 67.2% de la varianza en datos de consumo. Finalmente, se encontró asimetrías de información en productores y compradores el cual se vio reflejado en el elevado monto a pagar por el consumidor final tras una red de comercialización compleja, centralizada y tradicional.

ABSTRACT

The "International Year of Quinoa" in 2013 allowed the promotion of the grain and it was necessary to know the impact it had on the consumption of quinoa and the food security of the urban and rural population. In this sense, in the present investigation the four dimensions of food security were analyzed: availability, access, use and stability in the urban and rural areas of the provinces producing quinoa (Chupaca, Concepción, Jauja and Huancayo) of the Junín Region . The result was that, despite the high prices for the quinoa boom, the population of the four provinces had an adequate level of consumption in 2014 equivalent to 0.36 kg / person / month; however, non-producing rural consumers were the most affected, as they went from consuming 0.54 to 0.2 kg / person / month, replacing it with vegetable stew, potatoes and rice, not contributing to the access and use dimensions of Food Security (FS) . Also, by analyzing the supply of quinoa to meet regional demand and the seasonality index of supply and prices, it was found that the supply of grain to the Junín regional market did not satisfy its demand and there were months of shortage of grain with production below monthly average. Therefore, the FS's objectives of availability and stability were vulnerable to the price increase. On the other hand, by factor analysis, it was identified that the consumption of quinoa in Junín depended on market (prices and income) and attitudinal factors (cultural pattern, tastes and preferences) that explain 67.2% of the variance in consumption data. Finally, information asymmetries were found in producers and buyers, which was reflected in the high

amount to be paid by the final consumer after a complex, centralized and traditional marketing network.