

RESUMEN

El objetivo es identificar los canales alternativos de comercialización de la quinua que existen en la región Junín, y evaluar su factibilidad productiva, tecnológica y económica para su implementación por pequeños y medianos productores locales. Para ello se identificó el tipo de comercialización predominante en la región Junín, encontrándose que el 88 por ciento de la producción se comercializa por el sistema tradicional, y el 12 por ciento se distribuye a través de canales y circuitos cortos, estas últimas modalidades se han incrementado con la celebración del Año Internacional de la Quinua (2013) que ha beneficiado así el desarrollo del comercio alternativo. Por el lado de la demanda, se analizaron las preferencias de las familias respecto al consumo de quinua, tanto en áreas urbanas de la región Junín como en la Zona este de Lima Metropolitana, evidenciando que los niveles de consumo se han incrementado en estos lugares, siendo consumida por el 90 por ciento de las familias. En cuanto a la factibilidad tecnológica, las debilidades son que la mayoría de los productores son tradicionales en el comercio, y existe poca innovación en la transformación del producto, debido, entre otras razones, a la poca capacitación que reciben y la baja capacidad de asociarse; por el lado de la factibilidad productiva se verificó que los niveles de producción de quinua en la región han disminuido en los últimos años, si bien que, el nivel de abastecimiento regional se mantiene e incluso se ha incrementado. Finalmente, en la factibilidad económica, los cálculos realizados sobre los márgenes brutos y netos de comercialización muestran que cuando los productores hacen uso del sistema tradicional de comercio sus niveles de ganancias son menores que cuando utilizan canales alternativos, por lo que promover un mayor desarrollo de estas modalidades sería una oportunidad para mejorar los ingresos de las familias dedicadas a la agricultura familiar en la región.

ABSTRACT

The objective is to identify the alternative marketing channels for quinoa that exist in the Junín region, and evaluate their productive, technological and economic feasibility for their implementation by small and medium local producers. For this, the predominant type of commercialization in the Junín region was identified, finding that 88 percent of the production is commercialized by the traditional system, and 12 percent is distributed through channels and short circuits, these last modalities have been increased with the celebration of the International Year of Quinoa (2013) which has thus benefited the development of alternative trade. On the demand side, the preferences of families regarding the consumption of quinoa were analyzed, both in urban areas of the Junín region and in the eastern zone of Metropolitan Lima, showing that consumption levels have increased in these places, being consumed by 90 percent of families. Regarding technological

feasibility, the weaknesses are that the majority of the producers are traditional in the trade, and there is little innovation in the transformation of the product, due, among other reasons, to the little training they receive and the low capacity to associate ; On the productive feasibility side, it was verified that quinoa production levels in the region have decreased in recent years, although the regional supply level is maintained and has even increased. Finally, in terms of economic feasibility, the calculations made on the gross and net marketing margins show that when producers make use of the traditional trading system their profit levels are lower than when they use alternative channels, thus promoting greater development of These modalities would be an opportunity to improve the income of families dedicated to family farming in the region.