

## RESUMEN

Autor [Muñoz Jabo, D.O.](#)  
Autor [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\).](#)  
corporativo [Facultad de Economía y Planificación](#)  
Título Innovación comercial para el desarrollo del mercado de  
Lima Metropolitana de la quinua (*Chenopodium quinoa*  
Willd.) procedente de la Región Ayacucho  
Impreso Lima : UNALM, 2018

### Copias

Ubicación

Código

Estado

Sala Tesis

[E72. M8 - T](#)

EN PROCESO

Descripción 162 p. : 47 fig., 34  
tablas, 67 ref.

Incluye CD ROM

Tesis Tesis (Ing Gestión  
Empresarial)

Bibliografía Facultad :  
Economía y  
Planificación

Sumario Sumarios (En, Es)

Materia [CHENOPODIUM](#)  
[QUINOA](#)  
[MERCADO](#)  
[INTERIOR](#)  
[OFERTA Y](#)  
[DEMANDA](#)  
[DISTRIBUCION](#)  
[ECONOMICA](#)  
[INVESTIGACION](#)  
[DE MERCADOS](#)  
[SOSTENIBILIDAD](#)  
[EVALUACION](#)  
[PERU](#)  
[QUINUA](#)  
[OPORTUNIDADES](#)  
[COMERCIALES](#)  
[INNOVACION](#)  
[COMERCIAL](#)  
[HUAMANGA](#)  
[\(PROV\)](#)  
[REGION](#)  
[AYACUCHO](#)  
[LIMA](#)  
[METROPOLITANA](#)

Nº PE2019000032 B /  
estándar M EUVZ E72

En los últimos años las oportunidades que existen para los cereales andinos en específico para el mercado de quinua son heterogéneos, sin embargo, la presente investigación se centra en el estudio comercial para el desarrollo del mercado Limeño, en el proceso de articulación que se inicia con la toma de mejores decisiones y termina con el uso de estrategias sostenible dentro del canal de comercialización.

La región Ayacucho es el segundo mayor productor de quinua a nivel nacional después de Puno, los distritos de Quinua, Acos Vinchos y Tambillo de la provincia de Huamanga produce quinua convencional para ser comercializada de forma local. Los proveedores venden toda su producción a un mayorista sin un margen de ganancia ni mejor desarrollo de mercado, la actividad del productor se ve limitado. El objetivo de esta investigación es analizar el destino final de la producción de quinua en los distritos de Quinua, Acos Vinchos y Tambillo de la provincia de Huamanga, para establecer nuevas oportunidades comerciales en mercado de Lima.

Este trabajo de investigación se inició con la revisión de conceptos de comercialización y distribución comercial, también se analizó como el sistema de comercialización de productores agrícolas, sus características, las ventajas y desventajas del sistema de comercialización.

El levantamiento de información fue mediante la encuesta a los productores, también se hizo entrevista a expertos en la comercialización de quinua. En la encuesta a los productores se recogió información de las características de la producción, volumen de venta y las oportunidades comerciales que actualmente tienen. En la entrevista a los expertos, se preguntó los factores limitantes para comercialización de quinua en Lima metropolitana.

## **SUMMARY**

In recent years the opportunities that exist for Andean cereals specifically for the quinoa market is heterogeneous, however, the present research focuses on the commercial study for the development of the Limeño market, in the articulation process that begins with the making of better decisions and end with the use of sustainable strategies within the marketing channel.

The Ayacucho region is the second largest producer of quinoa at national level after Puno, the districts of Quinua, Acos Vinchos and Tambillo of the province of Huamanga produces conventional quinoa to be marketed locally. Suppliers sell all their production to a wholesaler without a profit margin or better market development, the activity of the producer is limited. The objective of this research is to analyze the final destination of quinoa production in the districts of Quinua, Acos Vinchos and Tambillo of Huamanga province, to establish new commercial opportunities in the Lima market.

This research work began with the review of concepts of commercialization and commercial distribution, also analyzed as the system of marketing of agricultural producers, their characteristics, the advantages and disadvantages of the marketing system.

The gathering of information was through the survey to the producers, they also made interviews experts in the marketing of quinoa. In the survey to producers, information was collected on the characteristics of production, sales volume and the commercial opportunities that they currently have. In the interview one asked the experts about the factors limitantes for quinoa commercialization in metropolitan Lima.