



Centro Internacional de Agricultura Tropical



PROGRAMA FRIJOL PARA LA
ZONA ANDINA
Convenio CIAT/IICA
Apartado 14.0185
Lima, PERU



CENTRO DE DOCUMENTACION

CIAT-INTAO

Documento de Trabajo No 3

SONDEO SOBRE LA COMERCIALIZACION DEL FRIJOL EN LUSCO

Vidal Ortiz (1)
Adrian Maitre (2)

Este documento de trabajo tiene como objetivos (i) facilitar el estudio economico sobre la comercializacion de frijol en Lusco, (ii) buscar elementos y criterios de juicio para dirigir la produccion de frijol en Lusco, así como el mejoramiento, y (iii) evaluar el grado de aceptacion de dos nuevas variedades por parte de los comerciantes.

Se trata de lograr estos objetivos con la presentacion de un pequeño sondeo* que se llevo a cabo en el importante mercado de la Avenida Ejército y, ademas se utilizan algunos datos obtenidos en el diagnostico sobre produccion, consumo y mercado de frijol en Lusco (a nivel de agricultor).

(*) Este pequeño sondeo se realizó el 20 de Mayo de 1977. Se utilizaron encuestas informales con 10 comerciantes. Adicionalmente se presentaron muestras de las dos nuevas variedades en cuestion.

(1) Coordinador de Leguminosas de Grano, INIAA-Cusco

(2) Antropólogo, Programa de Frijol, CIAT-Cusco

1 El destino de la producción de frijol en Cusco (a nivel de agricultor) es la venta, no el autoconsumo, el 80% de los agricultores venden entre el 50% y el 100% de su producción, el 60% de los agricultores venden entre el 80% y el 100% de su producción (solamente en la provincia de La Convención encontramos el autoconsumo de frijol en mayor escala (el 45% de los agricultores de esta zona utilizan la producción en su totalidad para el autoconsumo))

pero no solamente los agricultores prefieren la venta del frijol, frente al autoconsumo, sino que también se debe considerar Cusco como zona portadora de frijol. Veamos algunos detalles en cuanto a color, tamaño y forma del grano, precio y destinos de la comercialización.

2 En el mercado de Cusco tienen preferencia frijoles con grano de un solo color. En primer lugar se venden frijoles amarillos seguidos por los blancos y rojos. Lo se manifiesta en las respuestas dadas por los productores, frente a la pregunta ¿qué color de grano prefieren los comerciantes?

Amarillo	70
Blanco	45
Rojo	10
Otros	5
sin preferencia	5
	--- 175%

N = 168

(*) El total superior al 100% se debe a la posibilidad de indicar más de un color.

Los comerciantes indican el mismo orden y lo confirman con una diferencia de precios. El frijol amarillo consigue actualmente un precio entre 1200 y 1500 Intis por kilo (precio de compra del comerciante de Cusco), mientras que los blancos y los rojos obtienen un precio menor (con una diferencia entre 100 y 200 Intis).

Los comerciantes aceptan una variabilidad bastante amplia en cuanto a tamaño y forma del grano dentro de los frijoles amarillos. Dentro de los blancos, en cambio, se distinguen dos tipos de grano: los "Caballeros" y los "lanamitos" (mediante los primeros pequeños estos últimos), dentro de los rojos hay preferencia por los tipos "Red Fligney".

4 Existe una cierta presión del mercado en cuanto a uniformidad y buen estado del producto. La uniformidad se refiere, sin embargo, a los granos de un solo lote de producción, no a la aceptación de un solo tipo de grano en el mercado. Estos requerimientos de los comerciantes se manifiestan en el

siguiente dato obtenido como respuesta de los agricultores a la pregunta "¿Ud. selecciona el grano antes de vender?"

	/	
SI	83	
NO	19	

	100	

N = 128

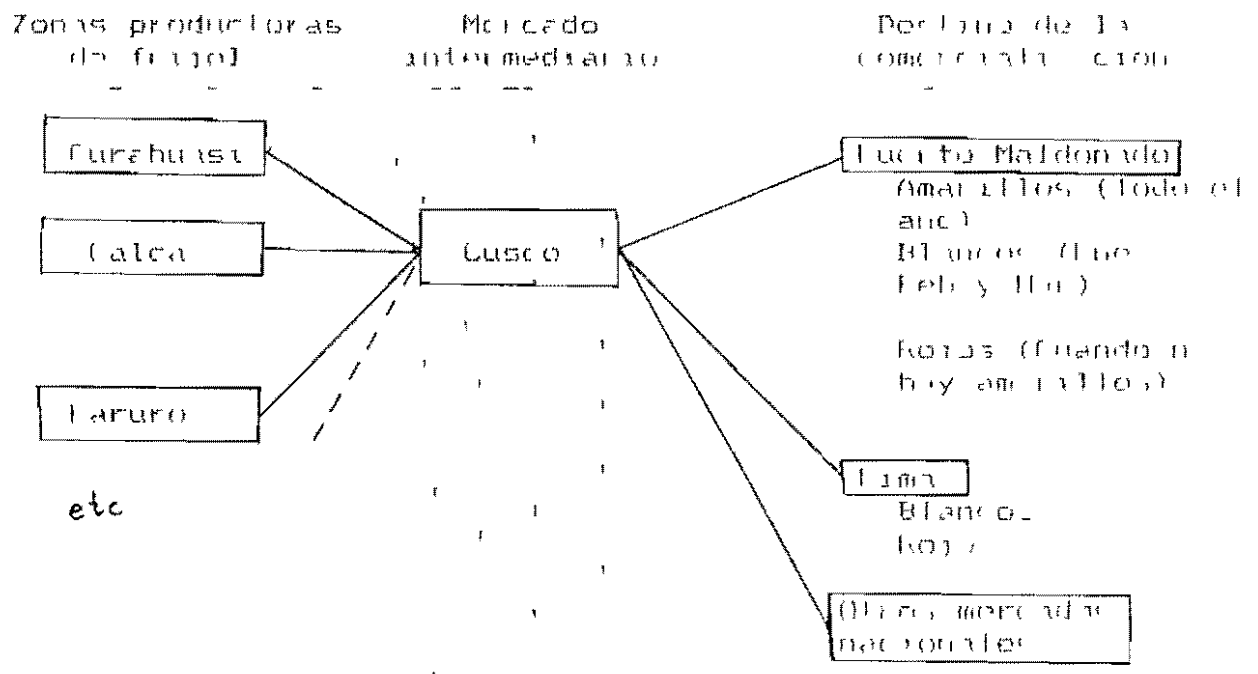
5. Los comerciantes de Cusco compran frijol de las siguientes zona, productoras en los alrededores de Cusco: Andahuaylita (Apurimac), Abancay (Apurimac), Urubamba (Apurimac), Hollepeña (Cusco), Limatambo (Cusco), Paruro (Cusco), Acomayo (Cusco), Calca (Cusco), Urubamba (Cusco) y otros.

6. Cuales son los destinos de la comercialización del frijol cusqueno? Una parte de la producción se utiliza dentro del mismo departamento de Cusco, pero como he ido mencionando, la utilización tiene mucho menos importancia que la exportación a otros lugares. Uno de estos lugares es Fuerte Maldonado (Departamento Madre de Dios - Selva Fertiva). El consumo de frijol es más difundido en esta zona que en Cusco, un tipo típico de esta zona es la frijolada con su salsa, como el frijol más conocida de la selva es el "huacra" frijol de color amarillo, tiene mejor mercado el frijol amarillo de Cusco según una comerciante el frijol amarillo tiene ventajas culinarias en la selva, lo que incluye la posibilidad de conservarlo más tiempo una vez cocinado pero también se venden los frijoles blancos y los rojos.

Otro mercado importante para el frijol producido en Cusco es Lima ahí se vende frijoles blancos y rojos. A parte del frijol blanco tipo "Caballero" tienen buena demanda los "fanamitos". Sin embargo, este es un inconveniente para el "fanamito" que no en el mercado limeño, debido a pequeñas diferencias en la coloración frente al "fanamito" producido en la costa, se prefiere este último. Los frijoles rojos que se llevan a Lima son mayormente del tipo "Red kidney".

También hay mercados para el frijol cusqueno en Ica, Arequipa y otros sitios, pero hasta la fecha se conoce muy poco sobre el flujo del producto a estos lugares.

El siguiente gráfico resume la información sobre la comercialización del frijol en Cusco.



7 Según los agricultores las épocas importantes de la comercialización son Junio - Agosto (después de la cosecha) y por otro lado Enero - Marzo cuando se presenta la oferta del producto. Esto coincide con las observaciones de los comerciantes quienes prefieren comprar el frijol después de la cosecha y venderlo en Enero - Marzo aprovechando esta alta alza de precios por la escasez del frijol. Los productores no pueden seguir fácilmente esta estrategia (o vender el producto en Enero - Marzo) por la necesidad de obtener ingresos inmediatamente después de la cosecha.

8 Apparently in the market of beans in Cusco in the last few years, the situation this year has been very dynamic. In September and October many farmers have sold the seed of the project and now in March the buyers are looking for beans in all areas*. The bean has a good price and high demand. Is this a conjuncture or is it a long-term trend to a "long plateau"?

9 Durante el estudio en el mercado de la Avenida Ejercito se presentaron muestras de dos nuevas variedades: 'El Blanco Sallantay' (grano blanco) y la ZAV 8 099 (grano amarillo).

(*) Los agricultores no encuentran muchas dificultades en la venta de su producto, como lo demuestra el siguiente cuadro: Se comercializa el frijol con facilidad.

SI	79	N = 100
A VECES DIFICIL	17	
NO	4	

Aquí no tratamos de las características autonómicas de las dos variedades, solamente quisimos saber algo sobre la posible aceptación de ellas por los comerciantes de Cuzco.

ZAV B_099 Inicialmente casi todos los comerciantes la percibieron como "frijol amarillo" de la zona. Pero una vez confrontados con la verdad ellos sí pudieron distinguirla de los granos típicos de frijol amarillo (por diferencias en la coloración y forma). Sin embargo, ellos observaron que la ZAV se vendería fácilmente como frijol amarillo lo que conlleva a una prueba de cocción y sabor no solo en Cuzco (sierra), sino también en Puerto Maldonado (selva) para conocer otros aspectos importantes para el consumidor.

BLANCO SALTANTAY Igual sucedió con el nuevo frijol blanco. Los comerciantes lo percibieron como "caballero" el blanco mediano de la zona. En este caso se conocen las características de cocción y sabor porque el blanco Saltantay ya ha sido utilizado como alternativa al "caballero".

En suma, los comentarios de los comerciantes sobre la ZAV y el Blanco Saltantay son buena noticia para los productores e investigadores.

Además, ambas variedades, mejoradas, se presentan con una gran uniformidad de granos, de tal manera que satisfacen un requerimiento del mercado.

Ventajas comerciales,

Los comerciantes aceptan la ZAV como frijol amarillo y el Blanco Saltantay como Caballero.

ZAV y Blanco Saltantay cumplen el requerimiento de uniformidad del

Implantación por el agricultor

Las dos variedades tienen mercado. Se pueden vender con el nombre propios de la zona para su venta.

Se puede vender ZAV y/o el Blanco para obtener un mejor precio o una venta fácil.

10 Conclusion

- a El frijol cusqueño tiene canales de comercialización bien definidos, se destacan Puerto Maldonado y Lima. En Puerto Maldonado se venden frijoles amarillos durante todo el año, los precios son buenos e in loco se vende mercadería de segunda mano por otro lado este mercado tendría sus límites de absorción. No conocemos su demanda potencial. Lima es más agente en cuanto a la calidad del producto, por lo tanto sería interesante buscar 'fanamitos' que se puedan comercializar plenamente con los productores en la costa por otro lado Lima tiene una capacidad de absorción mucho más grande que Puerto Maldonado. Un estudio económico sobre la comercialización podría relacionar canales de comercialización (Puerto Maldonado, Lima, Arequipa, Iquitos y otros) con el volumen actual de comercialización y la capacidad de absorción. Todo esto especificado por color y tipo de grano.
- b Actualmente, y a pesar de la dinámica del mercado de frijol, el flujo de información entre productores, intermediarios, mayoristas y exportadores no está desarrollado. Los agricultores a veces preguntan sobre preferencia y precio de tipos de granos. Los comerciantes no siempre conocen bien las zonas productoras de frijol in loco. Si Iusco quiere aprovechar plenamente de su ventaja comparativa y desarrollar su potencial de exportación fuera de la región, sería muy útil mejorar este flujo de información. Ya hemos mencionado el caso de los 'fanamitos'. Por pequeña diferencia de coloración frente al 'fanamito' producido en la costa, se tiene en poco el "fanamito" serrano. Pero los productores en Iusco no conocen los criterios de los mayoristas en Lima para evaluar su producción adecuadamente. Uno podría volverse Iusco, en un futuro en una zona portuaria de frijol o buque con gran capacidad para exportación fuera del país. Con este planteamiento, queremos que nos provoque el pensamiento del lector.
- c El autoconsumo de frijol en Iusco y la utilización del cultivo dentro del departamento no tienen realmente mucha importancia actualmente, pero el proyecto también quiere fomentar el consumo de frijol en Iusco. Lo hacemos no solo destaca como una propiedad para disminuir el riesgo en la producción pero por otro lado para conocer sobre el consumo de frijol en Iusco como ciudad de Iusco.
- d Un estudio económico sobre la comercialización de frijol en Iusco (tal vez ampliado por el aspecto de utilización dentro de la región) podría generalizar y profundizar los aspectos ya conocidos y descubrir otros de igual importancia. Queremos terminar el informe con un gráfico que indique las posibles líneas de investigación.

Flujo del producto

Zonas productoras de frijol

Mercado Intermediario

Destino de la Comercialización

