



Estudio de la cadena de comercialización de la carcasa de Cuy (*Cavia aparea porcellus*) como opción de consumo en el municipio de La Paz

Carlos Rubén Rivera Arispe

RESUMEN:

La demanda de proteína de origen animal en la ciudad de La Paz es una variable de estudio puesto que el ciudadano está acostumbrado al consumo de carne de mayor oferta en el mercado (pollo, cerdo, res, pescado, cordero) desconociendo muchas veces que tiene al alcance otras carnes que le presentan mejores características nutricionales una de ellas es la carne de cuy (*cavia aparea porcellus*). El trabajo busco realizar un estudio de la cadena de comercialización de las carcasas de cuy en la urbe paceña, definiendo a comerciantes primarios, consumidores y transformadores. Se identificó el mercado Max Paredes como el lugar de adquisición de carcasas de cuy tanto por consumidores directos, como transformadores este último grupo son los que realizan platos elaborados a base de la carne de cuy los cuales son comercializados en Macro distrito de Mallasa. Se prosiguió a recabar información en base a encuestas formulas diferenciando los tres eslabones de esta cadena, los resultados obtenidos para el primer eslabón idéntico a 4 comerciantes de carcasa de cuy mismas que las adquieren de ferias aledañas, el precio promedio por una carcasa de cuy de 700 gr en promedio es de 33 Bs y a la semana tienen una oferta de 21 carcasas siendo solo tres días los cuales se dedican a la comercialización de carcasas, los demás días de la semana son comerciantes de carne de res, los datos de la demanda reflejaron que de 20 personas entrevistadas nueve personas prefieren consumir esta carne de en restaurantes llegando a pagar precios de hasta 70 Bs por plato.

PALABRAS CLAVE:

Cadena de comercialización, carcasa de cuy, transformadores.

AUTOR:

Carlos Rubén Rivera Arispe: Estudiante materia Mercadotecnia. Programa de Medicina Veterinaria y Zootecnia. Facultad de Agronomía. Universidad Mayor de San Andrés.
cra4447@gmail.com



Recibido: 31/10/19. **Aprobado:** 15/11/19.

INTRODUCCIÓN

La demografía es una variable de constante aumento para el país generando más demanda al sector productivo para abastecer la canasta familiar, es así que las grandes metrópolis son las más demandantes como ser, Santa Cruz, Cochabamba y La paz que cuenta con 2.883.000 habitantes (INE, 2018). Dentro la metrópolis de La Paz la demanda por proteína de origen animal es regida por el precio de estas en mercado y sobre la estacionalidad en la que nos encontremos.

En el mercado se aprecia variedad respecto a carnes para consumo, según (Nestle Family, s.f.) La proteína animal posee mayor valor biológico que las proteínas de origen vegetal, es decir, disponen de una mayor presencia y proporción de los aminoácidos

esenciales, sin embargo, la población desconoce bastante sobre las características nutricionales de cada especie de consumo.

Una de ellas, es la proteína proveniente de la carne de cuy (*cavia aparea porcellus*) que puede ser una gran alternativa para los productores y consumidores, dada sus características de prolificidad que tiene esta especie, además de ser una fuente excepcional de proteína, sin embargo, en la actualidad no se tiene un registro que explique el grado de demanda de esta carne y la rentabilidad que genera.

El estudio realizo por Charcas (2007) indica que la carne de cuy presenta poco consumo con relación a otro tipo de carnes. Presenta mayor consumo que la carne de conejo y menor consumo que la carne de cordero, cerdo y pescado; esta situación se debe a que la carne

de cuy es consumida por tradición familiar y por influencia de la familia (especialmente padres).

Es así como elaborar un diagnóstico actual sobre la cadena de comercialización de la carne de cuy es primordial para determinar la rentabilidad que implicaría la introducción a este mercado

MARCO TEÓRICO

La producción cuyícola es una opción de desarrollo y crecimiento económico, ya que el cuy no requiere de mucha inversión y además es de muy fácil manejo con relación a las demás producciones cárnica. La crianza de cuyes es una excelente alternativa para la obtención de ingresos extras tomando en cuenta el costo de producción que requiere el mismo a diferencia de la crianza de otros como ser carne bovina, porcina, ovina y avícola. (Condori Silvestre , 2010)

La carne de cuy es un alimento de excelente sabor y calidad, se caracteriza por contener alto nivel proteico y bajo en grasa; además, colesterol de buena calidad, minerales y vitaminas. Tiene un alto valor biológico, debido a que contiene los aminoácidos esenciales y ácidos grasos esenciales requeridos en la nutrición del hombre, la carne de cuy contiene 78,1% de agua, 19% de proteína, 1,6% de grasa, 1,2% de minerales y 0,1% de carbohidratos totales y disponibles. Entre los minerales más importantes están el Calcio (29 mg/1), Fosforo (29 mg), Zinc (1,57 mg) y Hierro (1,90 mg).

Asimismo, muestra el contenido de las principales vitaminas como la Tiamina (0,06 mg), Riboflavina (0,14 mg) y la Niacina (6,50 mg); así como el contenido de energía que alcanza las 96 kcal.

La carne de cuy tiene alta digestibilidad, bajas trazas de colesterol y triglicéridos, alta presencia de ácidos grasos linoleico y linolénico esenciales para el ser humano; cabe resaltar que la existencia de dichos ácidos grasos es bajísimos

o casi inexistentes en otras carnes, y estos son precursores de la conformación del ácido graso araquidónico (AA) y ácido graso docosahexaenoico (DHA). Estas sustancias AA y DHA son vitales para el desarrollo de las neuronas, membranas celulares; asimismo, forman el cuerpo de los espermatozoides. (Leonard, 1981)

La carne del cuy presenta la Asparginasa (enzima) la cual actúa contra el aminoácido Aspargina (tumores cancerígenos) convirtiéndolo en Ácido Aspártico, el cual es inocuo en causar algún daño al organismo. (Rilke, 2017)

El presente trabajo adopta el método de investigación descriptivo, Según (Shuttleworth, 2019) el Diseño de investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera.

La base de datos obtenidas está en base a la utilización de encuestas (QuestionPro, 2017) señala que, las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

MATERIALES Y MÉTODOS

Localización

El presente trabajo se lo realiza en el departamento de La Paz, en los Macro distritos: Mallasa (comercialización platos elaborados) y Max Paredes (comercialización de carcasas).

Metodología

Se empleará una investigación que describa la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén

involucradas en la cadena de comercialización de la carne de cuy.

Muestreo (población, muestra).

La Razón (2013) que la sede de gobierno es la única capital de departamento que ha perdido habitantes: tiene 28.676 menos respecto al censo de 2001, ha quedado detrás con 764.617 habitantes, 84.223 menos que El Alto.

Dado los parámetros demográficos de la urbe paceña se procede a identificar tres grupos a) comerciantes de carcasa b) consumidores primarios c) transformadores de la carne.

El primer grupo constaba de 4 comerciantes de la carcasa de cuy, para el segundo grupo se empleó un modelo de encuesta a 20 personas que acuden al habitualmente a mercados del macro distrito Max Paredes, finalmente el tercer grupo identifico a 5 restaurantes del macro distrito Mallasa que comercializan esta carne ya como un plato elaborado

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Dada las condiciones del tipo de investigación se recurrirá a la obtención de datos primarios a través de la encuesta.

En los comerciantes

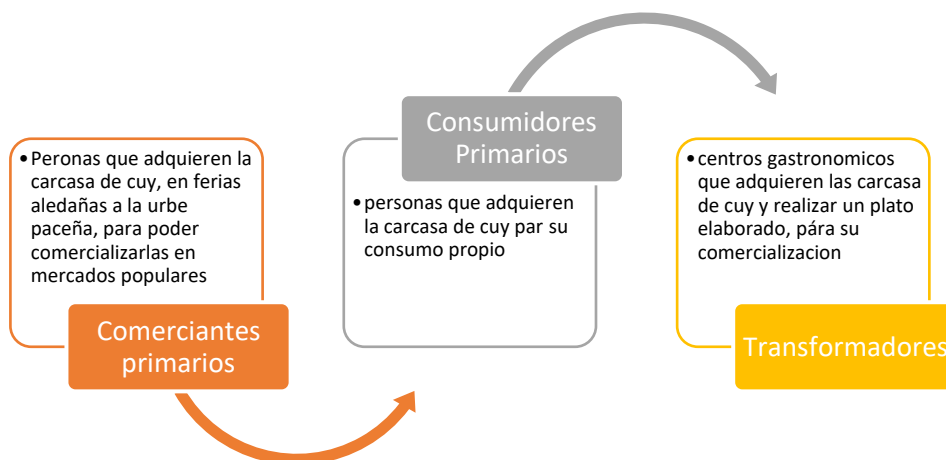


Figura 1. Cadena de comercialización de la carcasa de cuy (*Cavia aparea porcellus*)

Se realizó la apreciación de cuatro variables para el grupo de comerciantes (personas que adquieren la carcasa de cuy proveniente de criaderos, precio de acopio de las carcasas, número de carcasas comercializadas por semana y precio de la carcasa al consumidor

En los consumidores primarios

Contempla a cuatro variables de respuestas, este grupo está centrado en personas que adquieren la carcasa de cuy para realizar su preparación en casa, disponibilidad económica de la carne de cuy para su adquisición, frecuencia de compra, para elaboración en casa, frecuencia de consumo en restaurantes y consumo de carne de conejo

En los transformadores

Este grupo lleva tres variables a considerar, lugar de adquisición de la carcasa de cuy, demanda semanal de platos elaborados con carne de cuy y precio de platos elaborados a partir de la carne de cuy.

RESULTADOS Y DISCUSIONES

La cadena de comercialización de identifica por el siguiente grafico el cual detalla a tres involucrados, los cuales cumplirán la función de integrar a la carne de cuy a sus círculos familiares y amigos

Los comerciantes primarios reconocen que no existe una demanda constante de la carne de cuy por ende su oferta tiende a fluctuar, por semana traen como máximo 30 carcasas de cuy y como mínimo 15.

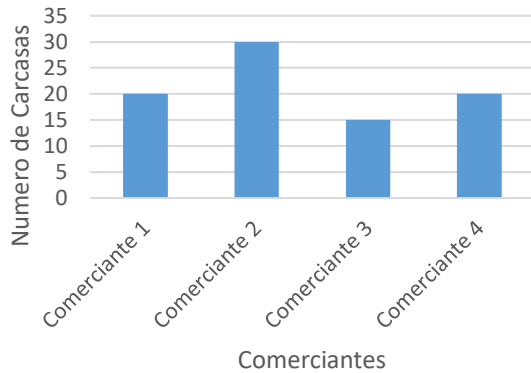


Figura 2. Cantidad de carcasas de cuy adquiridos por los comerciantes primarios, por semana

De las 20 personas entrevistadas se identificó su consumo habitual que tienen por la carne de cuy, identificando tres circunstancias, consumo de su propia crianza, adquisición de la carcasa en mercado popular para su propia elaboración y consumo como plato elaborado en un restaurante

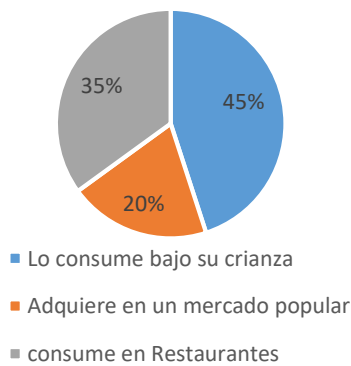


Figura 3. Demanda de la carne de cuy por parte de los consumidores primarios.

Los encargados de transformación de la carne de cuy en platos elaborados de marcaron que el precio de un plato en base a la carne de cuy oscila entre los 55bs a 70bs.

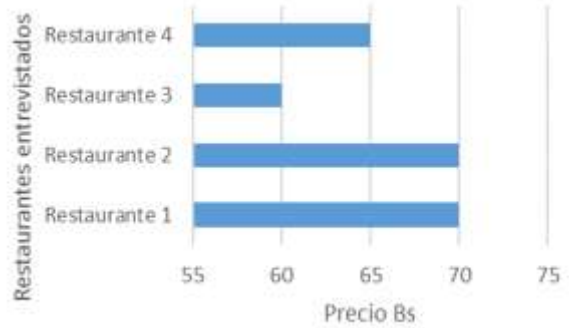


Figura 4. Precio en los Restaurants por el precio de plato elaborado con carne de Cuy. (Bs)

Charcas (2007), asume que, el mayor consumo de la carne de cuy se la realiza en la ciudad del Alto y que la gran parte de la demanda es generada por el consumo dentro la tradición familiar y no así por las características nutricionales que nos ofrece la carne de cuy, sin embargo, con las correctas técnicas de marketing es posible situar esta carne entre las preferidas por la población puesto que si se analiza el precio que está dispuesto a pagar el consumidor por un plato elaborado a base de cuy que es superior a los 60 bs, él está pagando por menos de 1 kg de carne y dispuesto a realizar una inversión extra por la movilización a estos lugres de expendio alejados de la urbe.

CONCLUSIONES

Siendo el cuy un animal de alto valor nutricional, de bajo costo de producción y sobre todo aprovechando su alta prolificidad y precocidad, se puede emplear un modelo de manejo que permita ofrecer a la ciudad una alternativa más para el consumo de proteína de origen animal llegando a satisfacer una demanda que debe ser trabajada en base a técnicas de mercadeo que muestren los grandes beneficios del consumo de esta carne.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

La Razón. (7 de agosto de 2013). La razon, sociedad. Obtenido de http://www.la-razon.com/sociedad/La_Paz-poblacion-

- El_Alto-
Santa_Cruz_0_1883211728.html
- Shuttleworth, M. (23 de agosto de 2019). *Explorable*. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- CHARCAS, E. W. (2007). *Repositorio Universidad Mayor de San Andres*. Obtenido de <file:///C:/Users/Carlos/Desktop/T-1205.pdf>
- Condori Silvestre , R. (2010). *Repositorio UMSA*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/2029/T-1158.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- INE. (10 de julio de 2018). *Instituto Nacional de Estadística* . Obtenido de: <https://www.ine.gob.bo/index.php/notas-de-prensa-y-monitoreo/itemlist/tag/Población>
- Nestle Family. (s.f.). *Agosto con la vida* . Obtenido de <https://www.agustoconlavidia.es/nutricion/nutrientes/proteinas/proteinas-de-origen-animal/89-92>
- OAP. (s.f.). *Observatorio Agroambiental Y Productivo*. Obtenido de http://www.observatorioagro.gob.bo/menu/derecha/INFORMACION%20EN%20LINEA/documento/caracterizacion_mercados/sw/lp/files/res/downloads/book.pdf
- QuestionPro. (28 de julio de 2017). *QuestionPro*.
- Rilke, M. (25 de Junio de 2017). *BIZHAT*. Obtenido de <http://ricardo.bizhat.com/rmr-prigeds/cuy-quimioterapia.htm>
- Shuttleworth, M. (23 de agosto de 2019). *Explorable*. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- Zubulete, R. (22 de octubre de 2014). *Correo Peru* . Obtenido de <https://diariocorreo.pe/peru/carne-de-cuy-recomendable-por-poca-grasa-y-m-74261/>

ANEXOS

Encuesta Comerciantes de Carcasa de Cuy

- ¿De dónde adquiere las carcasas de cuy?
- ¿Con cuanta frecuencia los compradores acuden en busca de la carne de cuy?
- ¿Cuál es el precio al cual usted comercializa la carne de cuy y los pesos aproximados?
- ¿Quiénes son los principales compradores de la carne de cuy?
- ¿En promedio cuantas carcasas de cuy vende por semana?
- ¿También vende carne de conejo? Y ¿Por qué?

Encuesta consumidora primario de carcasa de cuy

- ¿Con que frecuencia visita los mercados para reabastecerse?
- ¿Cuál es la carne que más consume y por qué?
- ¿Cómo diría que están los precios de la carne en función al tiempo de hace 5 años?
- ¿Conoce platos hechos a base de carne de cuy, tuvo la oportunidad de probarlos?
- ¿Sabía usted de que sus propiedades nutricionales son mucho mejor a la de otras carnes?
- ¿Al conocer sobre estas características, estaría interesad@ en que esta carne pueda ser incluida en su dieta?
- ¿Cada cuánto consume la carne de cuy que le parece el precio de 35bs por pieza?
- ¿Usted prefiere encargarse de la preparación de esta carne o preferiría consumirla en un restaurante?
- ¿Cuánto estaría dispuest@ a pagar por un plato de comida que incluya esta carne?

Encuesta Transformador de carcasa de cuy

- ¿Cuál es su principal fuente de abastecimiento de carne de cuy?
- ¿A cuánto es comercializado un plato de comida con esta carne y como es su acompañamiento?
- ¿Con que frecuencia la gente ordena platos hechos en base a cuy?
- ¿Considera a estos platos como exóticos?
- ¿Es rentable ofrecer esta variedad de plato?
- ¿Intento suplir la carne de cuy por carne de conejo, por qué?