



Comercialización de la carne de Llama (*Lama glama*) en la zona Zoilo Flores ciudad de La Paz

Daniela Machaca Callizaya

RESUMEN:

La llama está destinada principalmente a la producción de carne y la comercialización es importante tanto en la economía y también en los beneficios nutricionales. Es por esta razón que se realizó una investigación acerca de los productos y subproductos de la carne de llama para verificar el tipo de aceptación y que tan conocidos son en el mercado, también ver las variables de precio de la carne de llama y los derivados. Se muestra el resultado obtenido a través de una encuesta sobre el consumo de la carne de llama, realizada en la zona Zoilo Flores-Mercado Rodríguez, se tomó 30 muestras al azar y conjuntamente se realizó encuestas a los vendedores mayoristas el 1 de octubre de 2019. Teniendo como resultado principal que el consumo de carne de llama y los embutidos no es tan conocido como el charque el cual tiene una mayor demanda. El precio de la carne fresca y carne deshidratada varía según la calidad, marca y tipo de venta como ser: kilogramo, lonja y paquete. El conocimiento del valor nutricional no es conocido y más se consume esta carne por gusto.

PALABRAS CLAVE:

Carne, llama, comercialización, La Paz.

AUTOR:

Daniela Machaca Callizaya: Estudiante materia Mercadotecnia. Programa Medicina Veterinaria y Zootecnia. Facultad de Agronomía. Universidad Mayor de San Andrés. danyuri1106@gmail.com

Recibido: 10/10/19. Aprobado: 15/12/19.



INTRODUCCION

Los camélidos sudamericanos son especies autóctonas que se encuentran a lo largo de América del Sur, pero el consumo de carne de camélidos no se encuentra ampliamente difundida. (Gerken y King, 2000). En la actualidad, en Bolivia la crianza de llamas está orientada principalmente a la producción de carne; y se encuentra ampliamente difundida en los departamentos de Oruro, La Paz y Potosí.

Según la Unidad Ejecutora del Proyecto Camélidos "UNEPCA" (2002), en el país existen aproximadamente 52 mil familias dedicadas a la crianza de más de 2.3 millones de llamas, de las cuales se extraen anualmente cerca de 247 mil cabezas para el consumo familiar y para la venta en forma de ganado, carne fresca o charque (Arzabe 2007).

La carne de llama en su forma fresca posee cualidades nutricionales importantes, como ser el porcentaje de proteína superior al de otras especies y su bajo contenido de colesterol,

así también como en su forma deshidratada "charque" Pese a ello, y a su importancia económica, su comercialización es aún tradicional, en mercados populares y ferias callejeras, ofertando carne proveniente de animales adultos. Aunque en los últimos años, se ha incrementado la oferta del producto en carnicerías mejorando su presentación como ser salchichas, chorizo, salame, que son algunos de los productos derivados de la carne de llama.

En La Paz existe la marca 'Camel Daysi' que produce estos productos con carne de llama. (DEDLAP, 2008).

En la población de turco, segunda sección de la provincia Sajama, ubicada a 154 kilómetros al oeste de Oruro los campesinos instalaron hace 5 años una planta de embutidos "Manejo Integral y Sostenible de Llamas - Mis Llamas" fundamentalmente en tres procesos, carne, cuero y fibra de la llama. El cual envían sus productos a Cochabamba, Santa Cruz, Potosí, La Paz y Oruro que es su principal mercado por la

cercanía. En la ciudad de La Paz se pueden consumir productos Mis Llamas en el mercado Rodríguez. (Toro, 2012).

La carne camélida (llama y alpaca), que poco a poco es más apreciada y reconocida por sus altos valores nutritivos, se ha incrementado lentamente en los últimos años (Vásquez 2014). Económicamente, la carne es un producto esencial en el sistema de crianza tradicional de camélidos (Tichit, 1991). Es por eso por lo que se pretende verificar si el consumo de los productos y subproductos de la carne de llama tiene una buena o mala aceptación y que tan conocidos son en el mercado, también ver las variables de precio de la carne de llama y/o derivados.

De acuerdo con la RAE (2019), la carne es comestible lograda de diferentes animales, que se vende para el abasto común de un pueblo. Sin embargo, la llama es un mamífero camélido doméstico, propio de los Andes, de cuello largo y pelaje lanoso muy apreciado, y que se utiliza como animal de carga. Es decir, se investigará sobre la comercialización de la carne de llama en La Paz, que es uno de los nueve departamentos, que forman el Estado Plurinacional de Bolivia. Su capital es Nuestra Señora de La Paz.

MARCO TEORICO

El origen de los camélidos se encuentra en el oeste central de los Estados Unidos de Norteamérica. Este origen se remonta de 35.000 a 7.000 años antes de Cristo. Con la aparición de los glaciares y el deterioro de la pradera norteamericana se produjo la emigración hacia Sudamérica. En Sudamérica las poblaciones de llamas, alpacas y vicuñas se establecieron a lo largo de la Cordillera de Los Andes. (Flores Ochoa, 2011)

En Bolivia la Llama surge gracias a la cultura Tiahuanaco (1580 a.c - 1187 d.c) quienes seleccionando ejemplares de Guanaco con características útiles para sus necesidades fueron

dando origen a una subespecie doméstica. (Varela 2018).

Se estima que existen cerca de siete millones de camélidos sudamericanos en los países andinos: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay y Perú. De estos camélidos sudamericanos, el 51% se encuentra en el Perú y el 34% en Bolivia. (Jiménez, 2016)

A nivel nacional con una producción de 1.187.641 ejemplares (36%), el departamento de Oruro es el líder de la producción de camélidos (llamas y alpacas). Después de Oruro en la producción de camélidos, en segundo lugar, se encuentra La Paz con 1.050.236 (32%) y en tercer puesto Potosí con 798.281 (24%), (INE, 2017).

La llama está destinada principalmente a la producción de carne y su forma fresca o deshidratada es considerada como una de las principales fuentes de proteína para los habitantes de la región. La cualidad de los camélidos es sin duda la calidad de la carne con el alto porcentaje de proteína para llamas en carne fresca 24.82%, superior en comparación de vaca 21%, oveja 17% y cerdo 14.5%, como también el porcentaje de grasa es mínimo en llama 1.17%, en comparación con la de vaca 5.05%, oveja 28% y cerdo 37.5%. (Ayala 1996)

La carne de llama en su forma fresca tiene una baja demanda, y para la economía del productor es más factible venderla como carne deshidratada (charqui), actualmente se está llevando a cabo la transformación de carne en embutidos.

Los embutidos de carne de llama son productos preparados sobre la base de una mezcla de carne de llama especias, aditivos y condimentos enfundado en una tripa natural o artificial. Son consumidos luego de ser sometidos a una maceración o cocimiento y pueden ser servidos como plato frio o caliente. (DEDLAP, 2008)

La industrialización de la carne de llama en embutidos está orientada a mejorar la calidad de presentación en el mercado además de prolongar la vida para su conservación, así también poder responder a la demanda del mercado cada vez tan cambiante respecto al requerimiento de productos cárnicos. (Grazia 2003)

Mortadela, salchichas, salame, pasta de hígado y charque de llama son algunos de los productos que actualmente existen en los departamentos de Potosí, Cochabamba, Oruro y La Paz.

Análisis de consumo

En economía, se considera el consumo como la fase final del proceso productivo, cuando el bien obtenido es capaz de servir de utilidad al consumidor. Existen bienes y servicios, que se agotan en el momento de consumirse, como por ejemplo los alimentos. En el sistema capitalista actual, el consumo representa una actividad cíclica, puesto que el hombre produce para consumir, y este consumo genera más producción. Con el consumo se busca satisfacer no sólo las necesidades presentes, sino también las necesidades futuras. (Montes de Oca 2019)

El mercado de consumo se refiere a los compradores que adquieren bienes y servicios para consumo en lugar de reventa. Sin embargo, no todos los consumidores son iguales en sus gustos, preferencias y hábitos de compra. (Suttle 2015)

A diferencia de otras carnes, cuyo consumo está muy extendido en el país, la carne de llama todavía no ha ingresado con fuerza en los hogares bolivianos, pese a ser más saludable y nutritiva. Su consumo apenas llega a 0,97 kilogramos (kg) por persona al año. (MDRyT 2015)

Para llegar a cifras actuales y ver si el consumo se mantuvo, incremento o bajo se

realizó 30 encuestas al azar a la población paceña en la zona Zoilo Flores de la ciudad de La Paz. Y así mismo se realizó entrevistas a los vendedores del producto en el mercado Rodríguez.

MATERIALES Y METODOS

Localización



Figura 1. Mapa del Macro distrito Cotahuma
Fuente: Google Maps (2019).

El Macro distrito Cotahuma, cuyo nombre en aymara significa Lago de Agua, está ubicado al Oeste del municipio de La Paz y limita al Este con el macro distrito Centro, al Sur con el macro distrito Sur, al Norte con el macro distrito Max Paredes y al Oeste con el municipio de El Alto. Cuenta con 4 distritos (3, 4, 5 y 6) con una superficie de 17,7 Km² y una densidad de 10.113 habitantes por km² para el 2016, la población del macro distrito Cotahuma fue de 179.037 habitantes. (GAML P 2016)

El presente artículo es una investigación no experimental, transversal y descriptiva. Para

el cual se realizó encuestas al azar a 30 personas, y entrevistas a los comerciantes de la carne de llama y derivados.

RESULTADOS Y DISCUSIONES

¿Usted consume la carne de llama?

En la figura 2. Se observa que el 60% de la población consumen la carne de llama y con una frecuencia de 40% de la población no consume este producto.

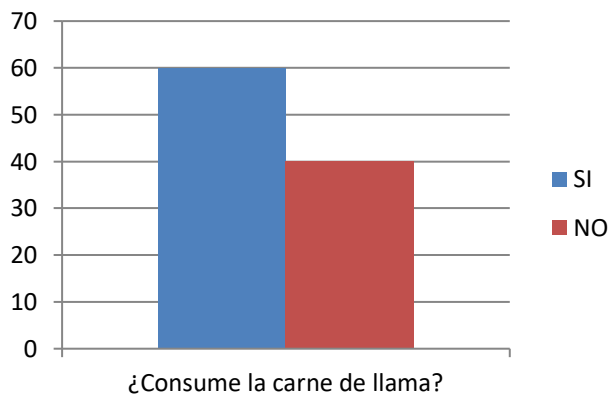


Figura 2. Consumo de la carne de llama en porcentaje.

¿Consume de derivados de la carne de llama?

En la figura 3, se observa una frecuencia de 80% de la población si conoce derivados de la carne de llama y el 20% de la población no la consume.

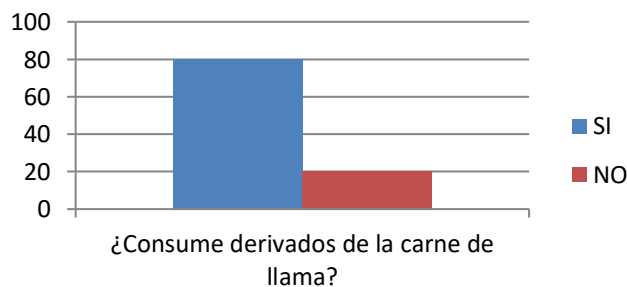


Figura 3. Consumo de derivados de la carne de llama en porcentaje.

¿Qué derivados de la carne de llama consume?

En la figura 4 se puede apreciar que 63% de la población consumen la carne de llama, el 10% de la población consumen chorizo de carne de llama, ningún porcentaje de la población consume silpancho y mortadela, 7% de la población consumen salchicha y personas 20% de la población no consumen ningún derivado de carne de llama.

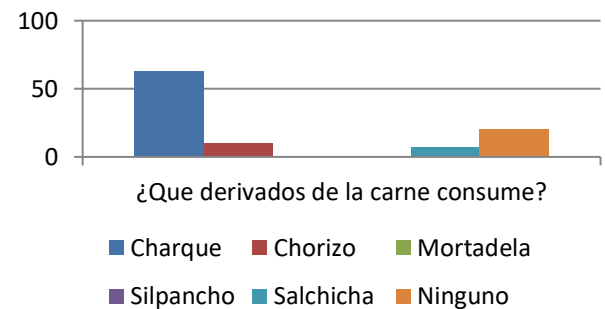


Figura 4. Tipo de derivados de la carne de llama de consumo expresado en porcentaje.

¿Con que frecuencia consume la carne de llama y/o derivados?

En la figura 5 podemos apreciar que 0% de las personas consumen semanalmente carne de llama y/o derivados el 20% de las personas consumen mensualmente, un total del 60% de las personas consumen ocasionalmente y 20% de las personas no consume carne de llama ni derivados de la misma.

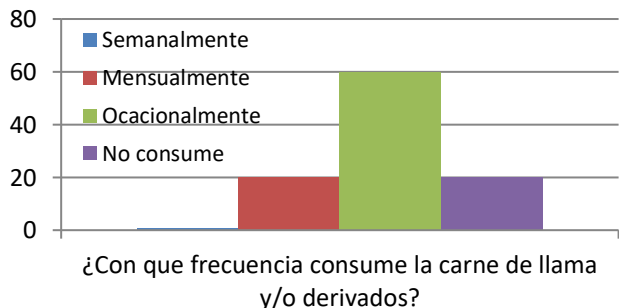


Figura 5. Frecuencia de consumo de la carne de llama expresado en porcentaje.

¿Por qué motivo consume la carne de llama y/o derivados?

En la figura 6 podemos apreciar que solo el 3% de las personas consume este producto por precio, sin embargo 27% de personas consumen la carne de llama por salud, un total del 50% de las personas consumen este producto por gusto y el restante 20% de las personas no consumen este producto.

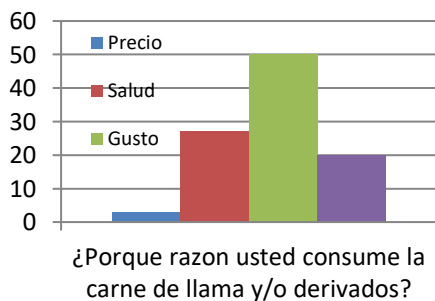


Figura 6. Razón por las que las personas consumen carne de llama, expresado en porcentaje.

¿Usualmente a qué precio compra el kg de carne de llama?

Un 27% de las personas adquiere carne de llama a 20 Bs/kg, el 13% de las personas que se representa en el grafico adquieren el producto a 25 Bs/kg, solo el 3% de las personas compra el producto a 30 Bs/kg, el 37% de las personas adquieren el producto a un precio mayor a 30bs y los restantes 20% de las personas no compran carne de llama.

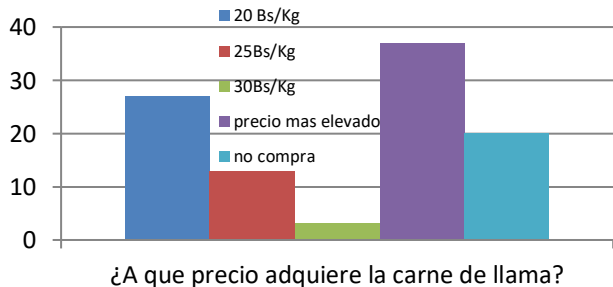


Figura 7. Precio de adquisición de la carne de llama Bs/kg, expresado en porcentaje.

¿De dónde adquiere la carne de llama?

En la figura 8 se observó que el 30% de la población adquiere este producto de las carnicerías, por otro lado 20% de la población compra en supermercados, un 23% de la población adquieren la carne por otros medios como ser en el campo, producción de llamas solo para su familia y no así para el comercio, etc. Solo el 7% de la población compran este producto en ferias callejeras y el restante de 20% de la población no lo compra.

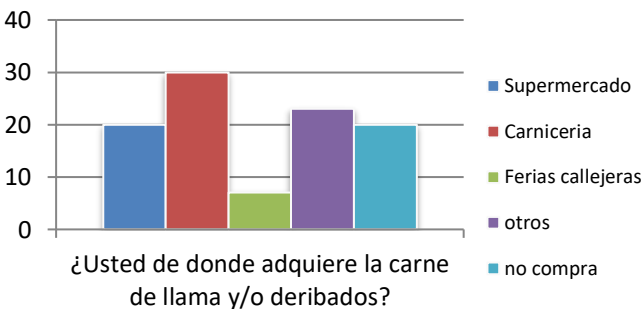


Figura 8. Lugar de adquisición de la carne de llama y/o derivados

Entrevistas a los mayoristas

En el mercado Rodríguez en sector carne podemos encontrar la carne de llama, y sus derivados, como ser carne deshidratada (charque) y embutidos este último solo con un pedido de anticipación.



Figura 9. Venta de carne de llama y derivados en el mercado Rodríguez sección carnes

La venta de carne fresca de llama es muy baja debido a que las personas no están muy familiarizadas con el producto, así mismo uno de los productos más conocidos y elaborados a partir de la carne de llama es el charque y también podemos encontrar algunos embutidos.

Frial Holandesa



Figura 10. Doña Lidia ofrece todo tipo de producto a base de la carne de llama

En este frial ubicado en el mercado Rodríguez sección carne se vende la carne de llama se agarra la carcasa a un precio de 750bs y se vende a un precio de 25Bs el kilogramo, con una ganancia de 2.5bs por cada kilogramo de carne vendido la cantidad de carne vendida es de 40kg mensualmente, también se vende cortes especiales como ser el lomo, teniendo un costo más elevado que el anterior siento este de 90bs el

kilogramo con una ganancia de 10bs por kilogramo y vendiendo un promedio de 20 a 25kg al mes. Las caseritas que compran este producto tienen el conocimiento de que “esta carne es mejor, con mayor proteína y bajo en colesterol mucho mejor que las otras carnes, también vendemos embutidos como salchicha, chorizo, pero eso con una previa reserva del cliente ya que no es muy requerido estos productos a un precio de 48Bs hasta los 55Bs”, dijo doña Lidia dueña del frial.

Charque de llama en el mercado Rodríguez



Figura 11.venta de charque de distintas distribuidoras

Don Juan (nombre ficticio) vende charque de llama desde que era un niño, la venta de charque de llama la realiza por kilo, por lonja y por paquete.



Figura 12. Lonja de carne de llama

Vendo por lonja desde 20bs hasta los 50bs dependiendo del producto también ofrezco charque especial que está a 90 bs la lonja, no puedo decir cuánto vendo al mes porque cada día la venta varia, no hay fechas específicas de mayor demanda, dijo don Juan. Como existe variedad de precios del charque de llama en promedio la ganancia por cada kilo o lonja vendida es de 15bs,

Así también nos dijo que las empresas distribuidoras de este producto son Orureña, Paños, turco, Sumita, y que también llega charque de llama desde San Borja.

Germán Churqui en marzo del 2016 indica “que vende el kilo de carne de llama al mayoreo a Bs 20, el punto de distribución a comercializadores. De cada ejemplar obtiene 40 a 50Kg vendiéndolo entre Bs 800 y Bs 1.000 respectivamente”.

Observamos en los resultados que este dato tiene una leve variación al año en curso y que la carne de llama levemente adquiere popularidad en el comercio.

CONCLUSIONES

Según los resultados de las encuestas, existe un mayor porcentaje de personas *figura 2*, que consume el charque de llama que la carne fresca *figura 1*. siendo así que el 80% de la población consume derivados de la carne de



Figura 13. Distintas distribuidoras de charque de llama

Otro punto importante mostrado en la *figura 3*. Muestra que un 63% de las personas están más familiarizadas con el charque de llama siendo así mayor el consumo de este, comparándolo con el chorizo que lo consume solo el 10% de las personas y con la salchicha consumida por el 7% de las personas.

Por otro lado, en la *figura 5* observamos que las personas desconocen el valor nutritivo de la carne de llama porque solo 27% de las personas consumen este producto por salud, probablemente este sea el motivo por el cual el consumo es menor al de otras carnes, pero no es el caso del consumo por gusto el cual es mayor con el 50% de las personas y solo el 3% de las personas consumen el producto por el factor precio. También podemos observar en la *figura 4*. El 60% de las personas consume la carne de llama o derivados ocasionalmente, un 20% de las personas consume mensualmente, y el 20% restante como ya mencionamos no consume este producto.

En la *figura 6*, se ve el costo que los consumidores pagan por la carne de llama el 37% de las personas compran la carne de llama a un precio mayor al de 30bs/kg. y en la *figura 7*. vemos que la población tiene preferencia a adquirir el producto en carnicerías.

Existen diferencias entre los precios de la carne fresca y la carne deshidratada, es decir no

son iguales: encontrando la carne fresca desde 25bs/kg, hasta los 90bs/kg, teniendo una diferencia de precio de 65bs. Recalcando también que el precio de la carne varía dependiendo de la calidad. También se puede adquirir embutidos, pero con previa reserva esto nos dice que no existe un consumo masivo de los productos transformados de la carne de llama, como en este caso los embutidos.

Hablando del charque vemos que existen diferentes distribuidoras tanto paceñas, orureñas y lo que más nos llamó la atención distribuidora beniana, estas distribuidoras son: Orureña, Paños, turco, Sumita, y que también encontrando charque traído desde San Borja. Con diferentes precios que oscilan desde los 20bs hasta los 90bs dependiendo de la demanda requerida ya sea kilogramo, lonja o paquete.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AFP/Oruro. (2 de marzo de 2016). En Bolivia se promueve el consumo de carne de llama. 10/10/2019, de La Razón (Edición Impresa) Sitio web: http://www.la-razon.com/economia/Alternativa-Bolivia-promueve-consumo-carne-llama_0_2452554751.html
- Arzabe Chávez, Carla Miriam. (2007). Determinación del rendimiento y la rentabilidad de los cortes menores de la carne de llama (*Lama glama* L.). 10/10/2019, de Universidad Mayor de San Andrés Facultad de Agronomía Carrera de Ingeniería Agronómica Sitio web: <http://dicyt.uto.edu.bo/observatorio/wp-content/uploads/2019/06/Rendimiento-cortes-menores-carne-de-llama-2007.pdf>
- Blanco Quispe, Nayd Tania. (2018). Transformación de carne de Llama (*Lama glama*) y artesanías en las ciudades de La Paz y El Alto - Bolivia. 03/09/2019, de Revista Estudiantil Agro-Vet Sitio web: http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2523-20372018000100005&lng=pt&nrm=iso
- Choque, Daniel. (2019). Tecnología en derivados de la carne. U.M.S.A, Primera Edición, Pag 2,3,4.
- DEDLAP. (2008). Programa DELAP concurso de planes de negocio fábrica de embutidos de carne de llama, Pag 8. 19/09/2019. <http://nuevaeconomia.com.bo/delap/planes/clasificados1/LLAMAS.pdf>
- El fulgor. (Oruro, Bolivia. 21 de septiembre de 2019). Bolivia es el primer país productor de llamas del mundo. 18/09/2019, de El Fulgor Periodismo Para Todos Sitio web: <https://elfulgor.com/noticia/439/bolivia-es-el-primer-pais-productor-de-llamas-del-mundo>
- Flores Ochoa J. y Mac Quarrie Kim. (2011). Origen de la llama. 17/09/2019, de Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras Sitio web: <https://www.ruralytierras.gob.bo/compendio2012/files/assets/downloads/page0174.pdf>
- Google Maps. (01/20/15). Maximiliano Paredes y Cotahuma de Mapeo web Sitio web: <https://www.google.com/search?client=firefoxd&channel=crow&q=GOOGLE+MAPS>
- Macro Distrito Max Paredes. (2016). Cartillas Macro distritales del Municipio de La Paz. 01/09/2019, de Gobierno Autónomo Municipal de La Paz Secretaría Municipal de Planificación para el Desarrollo Sitio web: <http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/max-paredes.htm>
- Macro Distrito Cotahuma (2016). Cartillas Macro distritales del Municipio de La Paz. 01/09/2019, de Gobierno Autónomo Municipal de La Paz Secretaría Municipal de Planificación para el Desarrollo Sitio web: <http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/cotahuma.html>
- National Geographic. (2016). Llama. 19/09/2019, de National geographic Sitio web: <https://www.nationalgeographic.es/animales/llama>.
- Quispe, Aline. (29 de junio de 2014). El consumo de la carne camélida crece a paso lento. 09/10/19, de La Razón Sitio web: http://www.la-razon.com/suplementos/el_financiero/co

[nsumo-carne-camelida-crece-lento-financiero_0_2078192290.html](#)

Real Academia Española. (2018). oferta. En diccionario de la lengua española (Felipe IV, 1) Madrid: tricentenario. Web: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=REAL+ACADEMIA+ESPA%C3%91OLA>

Toro Lanza, Édgar. (2012). Los embutidos Mis Llamas se distribuyen en 5 departamentos. 20/09/2019, de La Razón

Sitio web: http://www.la-razon.com/index.php?url=/suplementos/el_financiero/embutidos-Llamas-distribuyen-departamentos_0_1604839509.html

Wandersleben, Pamela y Varela Jaime. (2018). El origen de la Llama (*Lama glama*). 18/09/2019, de Historia y Naturaleza Sitio web: <https://www.facebook.com/historiaynaturalezaacoleben/posts/2137168253218611/>

ANEXOS



Figura 14. Precio de charque de llama



FIGURA 15. Una de las marcas distribuidoras en el mercado Rodríguez



Figura 16. Encuesta realizada al Azar



Figura 17. Encuestas realizadas al Azar

Consumo de carne de llama y/o derivados

Ubicación: zona Zoilo Flores

Fecha:

1. ¿usted consume la carne de llama?
SI NO
2. ¿consume derivados de la carne de llama?
SI NO
3. ¿qué derivados de la carne de llama consume?
a) charque
b) chorizo
c) mortadela
d) silpancho
e) salchicha
f) no consume
4. ¿con que frecuencia consume la carne de llama?
a) semanalmente
b) mensualmente
c) ocasionalmente
d) no consume
5. ¿por que motivo consume la carne de llama?
a) precio
b) salud
c) gusto
d) no consume
6. ¿usualmente a qué precio compra la carne de llama?
a) 20bs
b) 25bs
c) 30bs
d) un precio mayor a los anteriores
e) no compra
7. ¿de dónde adquiere la carne de llama?
a) supermercado
b) carnicería
c) feria callejera
e) otros
f) no compra