

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA**

**Facultad de Ciencias Agropecuarias**

**Escuela Profesional de Ingeniería en Economía Agraria**

**ANÁLISIS DE LA PREFERENCIA DE CONSUMO DE CARNE  
DE CUY (*Cavia porcellus*) DE LOS DISTRITOS DE  
TACNA Y POCOLLAY**

**TESIS**

**Presentada por:**

**Bach. Mirian Jissell Fernandez Condori**

**Para optar el Título Profesional de:**

**INGENIERO EN ECONOMÍA AGRARIA**

**TACNA – PERÚ**

**2018**

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN-TACNA**

**Facultad de Ciencias Agropecuarias**

**Escuela Profesional de Ingeniería en Economía Agraria**

**TESIS**

**ANÁLISIS DE LA PREFERENCIA DE CONSUMO DE CARNE  
DE CUY (*Cavia porcellus*) DE LOS DISTRITOS DE  
TACNA Y POCOLLAY**

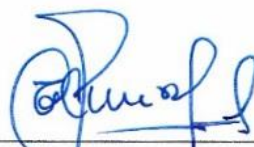
TESIS SUSTENTADA Y APROBADA EL 17 DE JUNIO DEL 2016,  
SIENDO EL JURADO CALIFICADOR:

PRESIDENTE:



\_\_\_\_\_  
MSc. MAGNO SANTOS ROBLES TELLO

SECRETARIO:



\_\_\_\_\_  
MSc. JUAN TONCONI QUISPE

VOCAL:



\_\_\_\_\_  
Mgr. VIRGILIO SIMÓN VILDOSO GONZALES

ASESOR:



\_\_\_\_\_  
MSc. EDWIN ISMAEL PALZA CHAMBE

## **DEDICATORIA**

Dedicado a mis padres por el apoyo que me han brindado y por estar presente siempre en cada paso que doy motivándome a seguir siempre adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

El agradecimiento principal es a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante.

Un agradecimiento a mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyar me moral y psicológicamente. Agradezco a mi asesor de tesis, MSc. Edwin Palza Chambe, por haberme brindado sus orientaciones, consejos y el constante asesoramiento. A los docentes de la carrera, por los conocimientos y experiencias que me impartieron durante los cinco años de formación profesional.

## CONTENIDO

DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
CONTENIDO .....	V
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XI
RESUMEN .....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Formulación y sistematización del problema.....	6
1.2.1 Formulación del problema .....	6
1.2.2 Sistematización del problema.....	6
1.3 Delimitación de la investigación .....	7
1.4 Justificación.....	8
1.5 Limitaciones .....	8
1.5.1 A nivel espacial:.....	8

1.5.2	A nivel teórico: .....	9
1.5.3	A nivel económico: .....	9
1.6	Objetivos .....	9
1.6.1	Objetivos generales .....	9
1.6.2	Objetivos específicos.....	9
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....		11
2.1	Hipótesis generales y específicas .....	11
2.1.1	Hipótesis general.....	11
2.1.2	Hipótesis específicas .....	11
2.2	Diagrama de variables .....	12
2.3	Indicadores de variables .....	12
2.4	Operacionalización de variables .....	13
CAPÍTULO III: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....		14
3.1	Conceptos generales y definiciones.....	14
3.2	Enfoques teóricos – técnicos .....	17
3.2.1	Consumo .....	17
3.2.2	Comportamiento del consumidor.....	17
3.2.3	Decisiones de compra del consumidor.....	18
3.2.4	Comportamiento de compra del consumidor .....	19
3.2.5	Factores de demanda.....	20

3.3	Marco referencial .....	22
3.3.1	Población y producción nacional del cuy .....	22
3.3.2	Características generales del cuy.....	23
3.3.3	Relevancia nutritiva y bondades en el cuidado de la salud humana .....	23
3.3.4	Potencial de la carne .....	25
3.3.5	Antecedentes.....	26
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		31
4.1	Tipo de investigación.....	31
4.2	Población y muestra.....	31
4.2.1	Población.....	31
4.2.2	Muestra.....	31
4.2.3	Características de la muestra .....	33
4.3	Materiales y métodos .....	35
CAPÍTULO V: TRATAMIENTO DE LOS RESULTADOS.....		37
5.1	Técnicas aplicadas en la recolección de la información.....	37
5.1.1	La observación .....	37
5.1.2	Encuestas.....	37
5.1.3	Manejo de la información.....	38
5.2	Instrumentos de medición .....	38

5.3	Análisis de resultados .....	39
5.3.1	Cuantificación del volumen de compra de carne de cuy .....	39
5.3.2	Determinación de los lugares de preferencia .....	39
5.3.3	Análisis de la percepción de los consumidores .....	41
5.3.4	Determinación de la frecuencia de consumo .....	45
5.3.5	Determinación de precio de la carne de cuy .....	48
5.4	Discusión .....	50
	CONCLUSIONES .....	53
	RECOMENDACIONES .....	55
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	57
	ANEXOS .....	60

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables .....	13
Tabla 2. Composición química de las principales carnes de consumo familiar .....	24
Tabla 3. Factores socioeconómicos de los encuestados .....	35
Tabla 4. Cantidad del consumo de carne de cuy .....	39
Tabla 5. Hábito y lugar de consumo de carne de cuy .....	40
Tabla 6. Aspectos nutritivos del consumo del cuy .....	41
Tabla 7. Percepción de la carne de cuy es sana .....	42
Tabla 8. Aspectos nutricionales de la carne de cuy .....	42
Tabla 9. Motivos por el cual consume carne de cuy .....	43
Tabla 10. Presentación de la carne de cuy .....	44
Tabla 11. Razón de consumo de carne de cuy en un restaurante .....	44
Tabla 12. Calidad del plato del cuy .....	45
Tabla 13. Consumo y frecuencia de veces que consumió carne de cuy .....	46
Tabla 14. Consumo de carne de cuy en casa y restaurantes .....	47
Tabla 15. Pago por un cuy vivo .....	48
Tabla 16. Pago por unidad de cuy faenado .....	49
Tabla 17. Pago por el plato de cuy .....	49

Tabla 18. Influencia del precio en el consumo .....	50
---	----

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de investigación

61

## RESUMEN

La presente tesis titulada: “Análisis de la preferencia de consumo de carne de cuy (*Cavia porcellus*) de los distritos de Tacna y Pocollay”, se utilizó la investigación de tipo descriptiva – correlacional. Su diseño retrospectivo transversal se realizó en base a una encuesta a 383 consumidores de los distritos de Tacna y Pocollay, en base a ellos, se determinó que el 86,95 % consumen habitualmente carne de cuy. Asimismo, se definió que el 42,56 % de las personas consumen una vez/mes, y el 45,43 % consume un cuy entero. En cuanto a los lugares de preferencia de consumo el 69,97 % en Tacna y Pocollay lo realiza en los restaurantes y solo un 18,80 % en sus hogares. Así mismo se determinó que el 75,46 % de los encuestados indicaron que si es importante saber sus aspectos nutritivos, y el 80,94 % están de acuerdo que el cuy tiene una carne sana. También se determinó que el precio pagado por un cuy vivo 11,92 nuevos soles, por un cuy faenado es de 17,72 nuevos soles para y por un plato de cuy en los restaurantes es de 34,93 nuevos soles para los consumidores de Tacna y Pocollay.

***Palabras clave:*** Análisis, preferencia y consumo.

## **ABSTRACT**

The present thesis entitled: "Analysis of the preference of consumption of guinea pig meat (*Cavia porcellus*) of the districts of Tacna and Pocollay", was used the descriptive - correlational type research. Its transversal retrospective design was based on a survey of 383 consumers in the districts of Tacna and Pocollay, based on which, it was determined that 86.95 % habitually consume guinea pig meat. Likewise, it was defined that 42.56 % of people consume one time / month, and 45.43 % consume a whole guinea pig. As for the places of consumer preference, 69.97 % in Tacna and Pocollay do it in restaurants and only 18.80 % in their homes. Likewise, it was determined that 75.46 % of the respondents indicated that if it is important to know their nutritional aspects, and 80.94% agree that guinea pig has healthy meat. It was also determined that the price paid for a live guinea pig 11.92 nuevos soles, for a guinea pig slaughter is 17.72 nuevos soles for and for a plate of guinea pig in restaurants is 34.93 nuevos soles for consumers Tacna and Pocollay

***Keywords:*** Analysis, preference, consumption.

## INTRODUCCIÓN

El consumo de la carne de cuy, se ha considerado un tema importante debido a las excelentes propiedades nutricionales que presenta. La carne de cuy, ha sido el principal alimento del poblador andino, tras su proceso migratorio de las décadas pasadas, su consumo se ha expandido hacia todas regiones del país. El cuy (*cavia porcellus*) representa un mundo social de especial importancia para los campesinos porque significa comida, reforzamiento de relaciones sociales, que les permite intercambio por diversos productos e incluso son usados en medicina tradicional.

La razón de esta investigación, radica en conocer mediante un análisis de la preferencia del consumo de carne cuy en la población de los distritos de Tacna y Pocolay. Cabe precisar que la estructura propuesta para esta tesis está conformada por cinco capítulos

El capítulo uno, se halla referido a la introducción y nos detalla la información básica de la investigación, también se plantea el problema que dio origen al presente trabajo. Se describe claramente el problema relacionado al tema, destacando la necesidad de investigarlo; así mismo se detalla la justificación y las limitaciones de estudio por la cual se realizó la presente investigación, y también contiene la formulación de los objetivos generales y específicos.

En el capítulo dos, definimos la hipótesis y las variables de la presente investigación, y la operacionalización de las variables. El capítulo tres, corresponde a la fundamentación teórica; en ella se da a conocer conceptos generales y definiciones, los enfoques teóricos explican mediante teorías que respalden el desarrollo posterior del análisis. En el marco referencial da a conocer los antecedentes de la investigación.

El capítulo cuatro, se especifica la metodología de la investigación, aborda por ello: el tipo de investigación, la población y la muestra, los materiales y métodos que se utilizaron para obtención de información. En el capítulo cinco, se describe las técnicas aplicadas y los instrumentos utilizados para la recolección de datos para el análisis estadístico; donde se procedió a describir los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos de medición. Una vez culminado el proceso de análisis se procedió a la descripción de las discusiones pertinentes del trabajo de investigación, y que nos lleva a las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente contiene la lista de aportes bibliográficos utilizados en la investigación y los anexos correspondientes.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento del problema**

El cuy (*cavia porcellus*), es una especie originaria de la zona andina del Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia; es un producto alimenticio nativo, de alto valor nutritivo y bajo costo de producción, que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos, se cría fundamentalmente con el objetivo de aprovechar su carne.

El Perú y Ecuador presenta la mayor población de cuyes a nivel mundial, distribuidos en todo su territorio. Siendo el Perú, el de mayor consumo y población de cuyes. El consumo de carne de cuy en el Perú se estimó en 0,67 kg por habitante para el año 2003, sobre una base de una producción estimada 16 500 t de carne al año (INIA, 2003). Siendo uno de los más bajos a nivel nacional superando solo al consumo de carne de caprino 0,25 kg por habitante al año.

Asimismo en el 2006, se ha estimado el beneficio de 65 millones de animales anuales a un peso promedio de carcasa de 0,400 kg producidos

por una población estable de 23 240 846 animales, y para una población del país proyectada de 27 627 553 habitantes, se ha estimado un consumo per cápita de 0,940 kg y los principales departamentos productores de cuyes en el Perú son: Ancash, Apurímac, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Junín, La Libertad y Lima (MINAGRI, 2013). El mayor consumo de cuy, se halla en las ciudades y provincias de la sierra. Su aceptación, se ha extendido hacia la costa y selva, por su efecto de la migración de la población andina que ha llevado sus costumbres y tradiciones. Las características y propiedades que realizan el atractivo de la carne de cuy, como un producto alimenticio nativo tiene excelente sabor y calidad, se caracteriza por tener un alto nivel de proteínas (20,33 %), bajo nivel de grasas (7,8 %) y minerales (0,8 %). El rendimiento en carcasa varía entre el 54,4 % (cuy criollo) y el 67,4 % (cuy mejorado).

En los últimos años se ha impulsado y promocionado bastante el consumo de cuy en las principales ciudades de la costa atendido a las bondades saludables de su carne, así como la exportación de su carne desde el año 2000 (carcasa empacadas al vacío) con destino a Estados Unidos y Japón, cumpliendo con las especificaciones técnicas y de calidad exigidas por estos mercados, aunque en pequeñas cantidades aún. La carne de cuy es un alimento muy nutritivo y saludable para el ser humano, sin embargo este producto en la provincia de Tacna no es muy

conocido y de tener aceptación, su nivel de consumo es aún bajo, y su nivel de demanda está basado fundamentalmente en su cultura, tradiciones y costumbres.

La cadena productiva del cuy, está orientada a la comercialización, la producción generada se destina una parte para la saca y la otra como reproductores para la venta y reemplazo. La venta del producto, se orienta al mercado local, también está en la capacidad de producir con calidad competitiva. Por otro lado los productores tienen débil visión empresarial del productor y poca experiencia organización, además deficiente articulación de los productores con mercados nacionales, y desconocimiento de estándares de calidad de los productos de exportación.

En cuanto al consumo local, solo se ha encontrado que en dos mercados se comercializan cuyes; estos son, el Mercado Municipal (Pesquero) en este normalmente se comercializa animales vivos entre ellos aves de corral y animales menores (cuyes y conejos). Cada cuy vivo es vendido, según su tamaño y peso a diferentes precios.

El otro mercado es el Mercado de Mayoristas "Grau"; en el que se comercializa cuyes faenados (carcasa de cuyes); cada carcasa de cuy se venden según su tamaño y peso a diferentes precios. La problemática de

la informalidad antes mencionada supone una disminución importante en la rentabilidad de las granjas formales del sector de animales menores, por otra parte deben maximizar la eficiencia de sus operaciones para ofrecer un producto de calidad.

La investigación contempla, la evaluación de los hábitos de consumo y las preferencias del consumidor, lo que permite definir el producto y su consumo; para conocer la aceptabilidad del producto por parte del consumidor final.

## **1.2 Formulación y sistematización del problema**

Por lo cual, el presente trabajo se propone a responder a las siguientes interrogantes:

### **1.2.1 Formulación del problema**

- ¿Cuáles son las preferencias de consumo de carne de cuy (*cavia porcellus*) de los distritos de Tacna y Pocollay en el año 2015?

### **1.2.2 Sistematización del problema**

- ¿Cuáles es el volumen de consumo de carne de cuy de las personas de los distritos de Tacna y Pocollay?

- ¿Cuáles son los lugares de preferencia para el consumo de carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocollay?
- ¿Cuál es la percepción que los consumidores de carne cuy tienen sobre sus atributos nutricionales y los beneficios que genera para la salud?
- ¿Con que frecuencia las personas consumen carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocollay?
- ¿Cuál es el precio de la carne de cuy pagado por los consumidores de los distritos de Tacna y Pocollay?

### 1.3 Delimitación de la investigación

- **Espacio geográfico:** Se analizó el espacio jurisdiccional urbano del distrito de Tacna y restaurantes ubicados en el distrito de Pocollay.
- **Sujetos de observación:** Los sujetos de observación fueron los consumidores habituales de cuy.
- **Tiempo:** El periodo de análisis fue el registrado a la fecha de recolección de datos (según cronograma posteriormente planeado); esto es diciembre del 2015. Las cifras, datos y percepciones

medidas serán tomados en base a la información provista a esa fecha y referidos a ese momento.

#### **1.4 Justificación**

La mayor parte de proyectos están enfocados en promocionar, este producto inciden en asumir un comportamiento homogéneo en el patrón de consumo. La comprobación de una condición opuesta determinaría que la propensión de un mayor consumo responde a acciones no segmentadas del mercado.

La investigación siendo útil, en torno a generar intervenciones que garanticen un mayor posicionamiento del producto. Finalmente el trabajo propone desarrollar un esfuerzo metodológico posteriormente replicable para este fin.

#### **1.5 Limitaciones**

La investigación se encontró limitada en su desarrollo:

##### **1.5.1 A nivel espacial**

Estableciendo un análisis de los patrones de consumo de carne de cuy en el distrito de Tacna, abarcando el distrito de Pocollay.

### **1.5.2 A nivel teórico**

No existe un carácter descriptivo del volumen de consumo o los patrones que guían al demandante a definir su compra en torno a la carne de cuy.

### **1.5.3 A nivel económico**

Para el desarrollo de la investigación no se dispone de los recursos financieros propios lo que determina ajustarse al presupuesto.

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivos generales**

Determinar las preferencias del consumo de carne de cuy (*cavia porcellus*) de los distritos de Tacna y Pocollay.

### **1.6.2 Objetivos específicos**

- Cuantificar el volumen de consumo de carne de cuy de las personas de los distritos de Tacna y Pocollay.
- Determinar los lugares de preferencia para consumo de carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocollay.

- Analizar la percepción de los consumidores de carne cuy tienen sobre sus atributos nutricionales y los beneficios que genera para la salud.
- Determinar la frecuencia de consumo de carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocolay.
- Conocer el precio de la carne de cuy pagado por los consumidores de los distritos de Tacna y Pocolay.

## **CAPÍTULO II**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **2.1 Hipótesis generales y específicas**

##### **2.1.1 Hipótesis general**

El consumidor de carne de cuy exhibe bajos volúmenes de consumo optando por lugares de compra tradicionales, definiendo su compra en razón a la percepción del beneficio del producto y su precio.

##### **2.1.2 Hipótesis específicas**

- El volumen de compra de carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocollay, supera al promedio nacional durante el año 2015.
- Los lugares de preferencia para el consumo de carne de cuy son en los restaurantes de Pocollay.
- Los consumidores de carne de cuy perciben positivamente los atributos nutricionales y los beneficios que genera para la salud.

- Predomina una frecuencia que supera el 50% mensual de consumo de carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocollay.
- El precio de la carne de cuy pagado por los consumidores de los distritos de Tacna y Pocollay es superior al exhibido en el mercado nacional.

## 2.2 Diagrama de variables

Variable dependiente (x) Preferencias de consumo

Dónde:

M= es la muestra

O= observaciones de la variables “Y” y “X”

r = coeficiente de correlación.

## 2.3 Indicadores de variables

**Dimensiones:**

- Volumen de consumo
- Lugares de consumo
- Percepción de los atributos nutritivos y el cuidado de la salud

- Frecuencia de consumo
- Precio pagado

## 2.4 Operacionalización de variables

**Tabla 1. Operacionalización de variables**

<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
	Volumen de consumo	Cantidad habitual consumo
	Lugares de consumo	Lugar habitual de consumo
Preferencias de consumo	Percepción de beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costumbres de consumo del producto.</li> <li>• Preferencia de elección</li> <li>• Percepción de bienestar generada por el producto</li> </ul>
	Precio	Monto habitual de pago por el producto adquirido

Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO III**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **3.1 Conceptos generales y definiciones**

##### **3.1.1 Consumidor**

Según Solomon (2008), señala que es una persona que identifica una necesidad o deseo, realiza una compra y luego desecha el producto durante las tres etapas del proceso de consumo.

##### **3.1.2 Consumidores finales**

Según Stanton (2004), señala que son los que compran los bienes y servicios para su uso personal o en su hogar.

##### **3.1.3 Cultura**

Para Stanton (2004), señala que son un conjunto de símbolos y objetos de hechura humana creados por una sociedad y transmitidos o heredados de una generación a otra como determinantes y reguladores de la conducta humana. Los símbolos pueden ser intangibles como las creencias, valores o el lenguaje o tangibles como la vivienda, productos u obras de arte.

#### **3.1.4 Valor**

Según Solomon (2008), manifiesta que es una creencia de que alguna condición es preferible que su opuesto. Los valores fundamentales definen una cultura de forma única. El proceso de aprendizaje de las creencias y conductas que acepta una cultura de denomina socialización.

#### **3.1.5 Clase Social**

Según Kotler & Asmstrong (2003), señala que son divisiones relativamente permanentes y ordenadas de una sociedad, cuyos miembros comparten valores, intereses y conductas similares. La clase social no está determinada por un solo factor, como el ingreso, sino que mide como una combinación de ocupación, ingreso, educación, riqueza y otras variables.

#### **3.1.6 Consumidor innovador**

Según Schiffman León & Lazar Kanuk (2005), manifiesta que un grupo relativamente pequeño de consumidores que se incluyen entre los compradores iniciales de un nuevo producto.

### **3.1.7 Motivación**

Según Blackwel (2001), representa el impulso para satisfacer necesidades tanto fisiológicas como psicológicas mediante la compra y consumo del producto.

### **3.1.8 Percepción**

Según Hawkins (2004), señala que son aquellas actividades por las que un individuo adquiere y atribuye significado a los estímulos.

### **3.1.9 Producto.**

Según Kotler & Asmstrong (2003), menciona que la idea de que los consumidores prefieren los productos que ofrecen la mejor calidad, desempeño y características, y de que por tanto la organización debe dedicar su energía a mejorar continuamente sus productos.

### **3.1.10 Producción**

Para Kotler & Asmstrong (2003), Filosofía según la cual los consumidores prefieren productos que están disponibles y son costeables y de que por tanto la gerencia debe concentrarse en mejorar la eficiencia de la producción y la distribución.

## **3.2 Enfoques teóricos – técnicos**

### **3.2.1 Consumo**

Smith (1961), señala en su monumental e histórica obra: “La Riqueza de las Naciones”, lo siguiente: *“...en toda producción en único fin y propósito es el consumo... el consumo y no la producción es el objeto de toda la industria y el comercio”*.

La Revista de la Academia Nacional de Ciencias Económicas “Economía y Finanzas”, definió en términos puramente económicos al consumo, como la etapa final del proceso económico, especialmente del productivo definida como el momento en un bien o servicio produce alguna utilidad sujeto consumidor.

### **3.2.2 Comportamiento del consumidor**

Según Blackwll (2001), señala que el comportamiento del consumidor se define como las actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios.

Según Hawkins (2004), señala que el comportamiento del consumidor es el estudio de personas, grupos u organizaciones y los procesos que siguen para seleccionar, conseguir, usar y disponer de productos,

servicios, experiencias o ideas para satisfacer necesidades y los impactos que estos procesos tienen en el consumidor y la sociedad.

De acuerdo a Solomon (2008), determina que el comportamiento del consumidor es el estudio de los procesos que intervienen cuando una persona o un grupo selecciona, compra, usa o desecha productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos.

### **3.2.3 Decisiones de compra del consumidor.**

Según Parkin (1995), sobre la elección señala “Al afrontar la escasez, la gente tiene que elegir. Cuando no es posible tener todo lo que desea, hay que elegir, a veces se conoce a la economía como la ciencia de la elección; la ciencia que explica las elecciones que las personas hacen y predice en que forma los cambios de circunstancias afectan a esas elecciones”.

Según Shiffman Leon & Lazar Kanuk (1997), señala que refiriéndose a la diversidad del comportamiento del consumidor “ocurre cuando buscan, compran, usan, evalúan y desechan productos y servicios que esperan que satisfaga sus necesidades; tomando de decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzos) en asuntos relacionados con el consumo”. Esto incluye el estudio de qué es lo que compran, por

qué lo compran, cuándo lo compran, dónde lo compran, con qué frecuencia lo compran, y que tan frecuente lo usan.

### **3.2.4 Comportamiento de compra del consumidor**

Kotler & Asmstrong (2003), es la conducta de compra de los consumidores finales: individuos y hogares que compran bienes y servicios para su consumo personal.

Schiffman León & Lazar Kanuk (2005), señala que el proceso de investigación del consumidor por el enfoque cuantitativo como cualitativo consiste en 6 pasos:

- Definición de objetivos
- Recolección de datos secundarios
- Desarrollo de un diseño de investigación
- Recolección de datos primarios
- Análisis de los datos
- Elaboración del informe de los hallazgos obtenidos

### 3.2.5 Factores de demanda

Según Metzger (1998), señala a continuación se describen un conjunto de partes que conforman la demanda:

- **Cantidad de bienes o servicios:** Se refiere a un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridos.
- **Compradores o consumidores:** Son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos.
- **Necesidades y deseos:** La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertinencia, estimación). El deseo se dice del anhelo de saciar un gusto.
- **Disposición a adquirir el producto o servicio:** Se refiere a la determinación que tiene el individuo, empresa u organización por satisfacer su necesidad o deseo.
- **Capacidad de pago:** Es decir, que el individuo, empresa u organización tiene los medios necesarios para realizar la adquisición.

- **Precio dado:** Es la expresión de valor expresado, por lo general, en términos monetarios, que tienen los bienes y servicios.
- **Lugar establecido:** Es el espacio, físico o virtual (como el internet), en el que los compradores están dispuestos a realizar la adquisición.

La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden adquirirlo a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

La demanda es una función matemática expresada de la siguiente manera (Metzer, 1998):

$$Q = F (P, I, G, N, Os, Pc) \dots\dots\dots[1]$$

Dónde:

Q = Es la cantidad demandada del bien o servicio.

P = Precio del bien o servicio.

I = Ingreso del consumidor

G = Gustos y preferencias.

N = Número de consumidores

Ps = Precio de bienes sustitutos

Pc = Precio de bienes complementarios

### **3.3 Marco referencial**

#### **3.3.1 Población y producción nacional del cuy**

En el Perú, las investigaciones sobre el cuy se iniciaron en los años 60, todas ellas relacionadas a su tecnología de crianza, donde las instituciones que al respecto destacan son: el Instituto Nacional Innovación Agraria (INIA), el Ministerio de Agricultura, así como la FAO. El cuy, es un mamífero roedor originario de las zonas andinas de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, domesticado hace 2 500 a 3 600 años (Chauca, 1997).

En los últimos años se viene notando un creciente interés entre la gente dedicada a la cunicultura (crianza de cuyes y conejos) a tratar de promover su consumo mediante acciones directas de degustación, lo que se ha visto en diversos lugares del país como: Cieneguilla y Churín (Lima), Cajamarca, Cuzco y Ayacucho, principalmente, pero relacionándolo con el turismo.

### **3.3.2 Características generales del cuy**

Según el Instituto Nacional Innovación Agraria (INIA), el cuy es un mamífero pequeño que se caracteriza por sus orejas cortas y redondas y por no presentar cola. Son animales que bordean el kilo de peso y poseen distintos tipos de pelaje, los cuales varían de color, largo y textura de acuerdo con la especie.

La vida productiva de los cuyes se inicia a temprana edad. En la hembra recomendada para realizar el primer empadre varía entre 10 semanas en la Costa y 13 semanas en la Sierra, siendo el peso mínimo recomendado de 500 g (Gevara, 1989). Es un animal que se adapta a distintas condiciones climáticas, desde las del llano hasta las de las alturas superiores a los 4 500 msnm, tanto en zonas frías como cálidas (Chauca, 1997).

### **3.3.3 Relevancia nutritiva y bondades en el cuidado de la salud humana**

Su importancia es de tal significación que, la Universidad Nacional Agraria La Molina, situada en Lima, desarrolla un proyecto para el mejoramiento de la producción doméstica de cuyes. Si bien este mamífero domesticado americano no alcanzó la difusión de otros animales domésticos y cultura de millones de suramericanos es una expresión de la

importancia de la biodiversidad y de los recursos locales en la historia de los pueblos.

Al cuy se le identifica con la vida y costumbres de la sociedad indígena. Asimismo, la carne de cuy es un gran alimento que se viene consumiendo desde nuestros antepasados, en el siguiente tabla 2, se muestra una comparación en cuanto a su composición química más importante.

**Tabla 2. Composición química de las principales carnes de consumo familiar**

Carne	Contenido organoléptico ( % )				
	Humedad	Proteína	Grasa	Minerales	Carbohidratos
Cuy	70,6	23,0	7,8	0,8	0,5
Ave	70,2	18,3	9,3	1,0	1,2
Vacuno	58,0	17,5	21,8	1,0	0,8
Ovino	50,6	16,4	31,1	1,0	0,9
Porcino	46,8	14,5	37,3	0,7	0,7

Fuente: CABRERA TIPACTI, Marcel; y otros. Tesis “Estudio de Pre- Factibilidad para la comercialización de carcasa de cuy empacado al vacío en Lima Metropolitana, UNA-La Molina, año 2005.

La carne de cuy es de excelente sabor y calidad, y se caracteriza por tener un alto nivel de proteínas (20,3 %), bajo nivel de grasa (7,8 %) y minerales (0,8 %). El rendimiento varía entre el 54,4 % (cuy criollo) y el 67,4 % (cuy mejorado).

Se nota su alto contenido nutritivo, especialmente en proteínas (atributo primordial); que genera diversas ventajas en el organismo humano relacionado con el cuidado de la salud, valiosa fuente de proteínas, muy superior a otros productos, que permitiría reemplazar el déficit reportados por la organización mundial de la salud-OMS y la FAO en la composición de la dieta peruana.

Alta digestibilidad porque sus nutrientes son aprovechado al máximo por el cuerpo. Tiene trazas de colesterol y triglicéridos, es decir, casi nada de grasas malas (lipoproteínas de baja intensidad-LDL, o cero colesterol malo).

### **3.3.4 Potencial de la carne**

La carne de cuy se caracteriza por ser una carne rica en proteínas (21%) y a la vez pobre en grasas (7%), ofreciendo una serie de beneficios nutricionales para quien lo consume. Su bajo contenido de grasas lo hace consumible por personas que padecen de obesidad y enfermedad cardiovasculares (siempre y cuando su ingesta sea con moderación).

En ese sentido la carne de cuy, responde a la gran demanda actual por aquellos productos de mínimo aporte calórico y bajo contenido graso, como consecuencia de la toma de conciencia del público por llevar una vida más sana y de esa forma no ser alcanzada por esta epidemia

silenciosa llamada obesidad que día a día cobra víctimas en todo el mundo.

### **3.3.5 Antecedentes**

Según Paredes (2007), en su investigación titulada “Análisis del mercado de la carne de cuy y estrategias para promover su mayor consumo”; establece que en el caso de consumo en los restaurantes de la campaña de Huacho 2007, con la finalidad de estimular su demanda en la zona, principalmente en los restaurantes campestres como una nicho de mercado a donde la población local acude a consumir comidas típicas de la zona; y de esta forma promover su mayor consumo.

En este sentido, el conocimiento de la “conducta del consumidor” o llamado también “decisiones de compra del consumidor” es de vital importancia en la medida que nos permite ver de cerca su comportamiento de consumo respecto al cuy que se vende en los restaurantes ante mencionados, a fin poder determinar realmente cuáles son sus necesidades insatisfechas respecto a este alimento en dicho lugar.

Se espera que el presente trabajo tenga un impacto positivo en la comunidad, y sea enriquecido con otros esfuerzos orientados en el mismo sentido; toda vez que al final contribuye no solo al mejoramiento de los

niveles de vida de los consumidores mediante la satisfacción de sus necesidades no atendidas; sino también de los propietarios de los restaurantes campestres de Huacho vía mayores ventas, así como de los criadores de cuyes a través de mayor empleo e ingresos. Concluyó que el consumo promedio por persona es de 0,3 kg/año y esta correlacionada con la variable conducta en 0,3.

Que a nivel de indicadores sobresale la correlación entre las creencias, la valoración y la motivación con la variable consumo promedio, con el 0,607; 0,471 y 0,677; respectivamente. Que es notable en una escala de 0 a 1 correlación de variables.

Asimismo, respecto a la dimensión “nivel de conocimiento sobre el atributo nutritivo” del cuy, arrojó una situación “favorable o de aceptación” en el 35,5 % de la gente y “neutral o de diferencia” en el 64,5 % restante. Aclaremos que estos resultados fueron encontrados notablemente desconectados de la realidad, por el falso conocimiento presentado en la mayoría de los consumidores, en razón la falta de información clara y precisa sobre el atributo nutritivo indicado, principalmente en cuanto al contenido rico en proteínas como base de alimentación humana.

Según Chirinos (2013), en su investigación titulada “Incremento del volumen de venta de la carne de cuy (*Cavia Porcellus*) en el distrito de Ite

debido al fortalecimiento de su cadena productiva” se realiza para responder a la pregunta de que: si existe relación entre el fortalecimiento de la cadena productiva del cuy y el incremento en los volúmenes de venta.

El objetivo fue estudiar las relaciones entre el fortalecimiento de la cadena productiva del cuy y el incremento de ventas por parte de los involucrados en dicha cadena, para lo cual se hizo la siguiente proposición: existe una relación directa entre el incremento volumen de ventas de la carne de cuy y el fortalecimiento de su cadena productiva a través del uso herramientas técnico productivas y estrategias de mercadotecnia en el distrito de Ite. La población considerada estuvo constituida por 70 productores de cuy del distrito de Ite, y el tamaño de muestra determinada fue de 59 productores.

Hernández (2011), en su investigación sobre la caracterización de los consumidores de carne de pollo en la zona metropolitana del valle de México, su objetivo fue realizar una caracterización del consumidor de carne de pollo en la zona metropolitana del valle de México, para conocer el tipo de productos que demanda de acuerdo a su nivel de ingresos, y los servicios integrados a estos. La metodología empleada fueron tablas personalizadas para segmentar las variables cuantitativas y categorías de

carácter económico social, y se realizaron pruebas de asociación de variables mediante la distribución  $\chi^2$ . Se hizo una encuesta semi estructurada aplicada a 440 individuos. Entre los principales resultados se encontró que el ingreso y consumo bajos están correlacionados positivamente con los tipos de corte de carne, frescura del producto, lugar de venta y cantidad de cortes adquiridos.

La variable sin relación significativa con el consumo e ingreso, fue el número de servicios agregados a la carne. Se concluye que los consumidores con ingresos bajos y medios demandan cortes especiales (pechuga, pierna y muslo). Consumen principalmente carne fresca (caliente) y la adquieren en mercados públicos y pollerías de barrio. En síntesis, es posible señalar que los resultados derivados a partir del análisis del algoritmo CHAID ofrecen información relevante del comportamiento del consumidor en el AMM.

Destaca que la muestra estuvo integrada principalmente por mujeres, con una edad promedio de 30 a 49 años, con escolaridad de nivel medio superior, pertenecientes a familias de cuatro a cinco integrantes. Y son ellas quienes deciden donde y el tipo de alimentos que se come en el hogar, incluso la carne de pollo (cortes). La mayoría de los encuestados perciben ingresos bajos y medios, con un consumo por lo general medio.

La mayor parte de los entrevistados no presenta restricción, alguna para comer este tipo de carne y la principal para no hacerlo es algún problema de salud, como alergias e intoxicación o ser vegetariano. La frecuencia en el consumo de carne de pollo es de 6 a 15 veces al mes, y la encuesta señala que prefieren los cortes de pechuga y pierna con muslo. Se adquiere sobre todo en las tiendas de autoservicio y en pollería, porque tienen hasta cuatro tipos de servicios integrados: refrigeración, empaquetado en charolas y cortado en piezas. Sin embargo, ocho de cada diez consumidores desconocen los lugares de sacrificio, procedencia, y la forma de transportación del producto.

## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **4.1 Tipo de investigación**

La presente investigación es de tipo descriptiva, que busca analizar los hechos en un momento determinado.

#### **4.2 Población y muestra**

##### **4.2.1 Población**

La población (N) que se analizó estuvo constituida por el número de 115 150 consumidores de carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocollay. La población del distrito de Tacna es de 95 755 habitantes, y el distrito de Pocollay presenta una población de 19 395 habitantes (INEI, 2010).

##### **4.2.2 Muestra**

Para la determinación del consumo de cuy se formuló inicialmente una encuesta aplicada a una muestra de la población establecida. Así tenemos que el tamaño de esta muestra será:

$$n = \frac{N Z^2 pq}{(N-1) E^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

n = muestra

Z= límite de confianza = 1,96

N = Población de estudio total = 115 150

E= Error máximo permitido = 0,50

P = Probabilidad de ocurrencia = 0,50

Q = 1- P

Considerando estos datos tenemos: n = 383 personas

Para el desarrollo de esta investigación se recurrió adicionalmente a la técnica de observación mediante la aplicación de un grupo focal o también denominado focus groups, habituales consumidores de cuy en el distrito de Tacna y Pocollay.

Se tomaron encuestas en todo el espacio comprendido en los distritos de Tacna y Pocollay así:

$$\text{Promedio} = \frac{\sum A_i}{\sum M_i}$$

$$\sum M_i$$

Promedio = tamaño de muestra de cada distrito

$\sum A_i$  = Pobladores de cada distrito

$\sum M_i$  = total de la población

Distribución de los encuestados:

$$\text{Tacna} \quad 383 \times \frac{95\,755}{115\,150} = 318 \quad \dots\dots\dots[2]$$

$$\text{Pocollay} \quad 383 \times \frac{19\,395}{115\,150} = 65 \quad \dots\dots\dots[3]$$

#### 4.2.3 Características de la muestra

En la tabla 3 podemos observar que un 26,7 % de los encuestados fueron hombres, un 73,3 % fueron mujeres en el Departamento de Tacna. En el distrito de Pocollay podemos observar que un 24,6 % de los encuestados fueron hombres, un 75,4 % fueron mujeres.

Se puede observar que los encuestados responden edades entre un 28,3 % tiene 31 a 40 años, el 16,7 % entre 41 a 50 años y un 28,6 % entre 21 a 30 años de edad, sin embargo los encuestados en el distrito de

Pocollay Corresponden edades entre un 47,7 % tiene 31 a 40 años, el 16,9 % entre 41 a 50 años y un 10,8 % entre 21 a 30 años de edad.

Además se muestra que en el distrito de Tacna del 100 % de los encuestados, el 45 % indicaron que su ingreso mensual es de S/. 801 a S/. 1 200, un 19,8 % indicaron que es de S/.1 201 a S/.1 500 nuevos soles, en lo referente al distrito de Pocollay un 38,5 % indicaron que su ingreso mensual es de S/. 801 a S/. 1 200, un 33,8 % indicaron que es de S/.1 201 a S/.1 500 nuevos soles. Se refleja que la mayoría de los encuestados un 73,6 % de los encuestados pertenecen al Distrito de Tacna y solo un 17,3 % a Pocollay y solo un 8,5 % de otros lugares, Con respecto al distrito de Pocollay refleja que un 89,2 % de los encuestados pertenecen al Distrito de Pocollay y solo un 10,8 % de otros lugares.

**Tabla 3. Factores socioeconómicos de los encuestados**

Ítem	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Sexo del encuestado						
Hombre	85	26,70	16	24,60	101	26,37
Mujer	233	73,30	49	75,40	282	73,63
Edad del encuestado						
Menor de 20 años	47	14,80	8	12,30	55	14,36
De 21 a 30 años	91	28,60	7	10,80	98	25,59
De 31 a 40 años	90	28,30	31	47,70	121	31,59
De 41 a 50 años	53	16,70	11	16,90	64	16,71
De 51 a 60 años	17	5,30	2	3,10	19	4,96
De 61 a más años	20	6,30	6	9,20	26	6,79
Ingresos del encuestado						
Menos de S/.500	31	9,7	8	12,3	39	10,18
Entre S/.501 y S/.800	71	22,3	10	15,4	81	21,15
Entre S/.801 y S/1200	143	45	25	38,5	168	43,86
Entre S/.1 201 y S/.1 500	63	19,8	22	33,8	85	22,19
Entre S/.1 501 y S/.2 500	10	3,1			10	2,61
Lugar del origen del encuestado						
Distrito de Tacna	234	73,6			234	61,10
Distrito de Pocollay	55	17,3	58	89,2	113	29,50
Procede de otro departamento	27	8,5			27	7,05

Fuente: Encuesta 2015 Elaboración propia

### 4.3 Materiales y métodos

Para el procesamiento y análisis de datos se utilizara el paquete estadístico SPSS versión 19 para la creación y manejo de la base de

datos cuantitativos y cualitativos; en el cual se ingresara la información recolectada y se analizara primeramente la estadística descriptiva.

Este modelo econométrico tendrá la siguiente forma:

$$Z = -\frac{1}{A_1}(\alpha_0 + \sum_{i=1}^n a_i x_{1i}) - \frac{1}{A_1}\beta x_2 - \frac{1}{A_1}(\sigma_0 + \sum_{i=1}^n \sigma_i x_{\partial i}) \dots\dots[4]$$

La influencia de los estimadores determinará la condicionalidad de las variables citadas y su influencia en la definición del consumo, tomando para ello como referencia la prueba t de significancia individual.

## **CAPÍTULO V**

### **TRATAMIENTO DE LOS RESULTADOS**

#### **5.1 Técnicas aplicadas en la recolección de la información**

Para el desarrollo de proceso de investigación se aplicaron las siguientes técnicas de recolección de datos:

##### **5.1.1 La observación**

Para la observación de la diversidad de hechos, fenómenos y formas de conducta del consumidor se contó con instrumentos precisos y objetivos, que poseen validez y confiabilidad que ha permitido obtener y registrar datos que son motivo del presente estudio.

##### **5.1.2 Encuestas**

Esta técnica se utilizó para indagar, explorar y captar datos mediante preguntas cerradas de alternativas, preguntas abiertas y preguntas mixtas, en relación a las variables que conforman las hipótesis así como del problema y los objetivos de investigación.

El cuestionario fue formulado en relación a las variables de las hipótesis de investigación, así como en estrecha relación con los indicadores o índices que se han derivado de ellas, sin perder de vista a la formulación del problema y objetivos de investigación. Se aplicó a los consumidores de la muestra de análisis.

### **5.1.3 Manejo de la información**

El manejo de información fue de tipo primario, ya que esta información se realizó en base de encuestas, la información de tipo secundaria fue recopilada de la base de fuentes bibliográficas, trabajos de investigación, diversos documentos informativos y estadístico de la Ministerio de Agricultura, el Instituto Nacional de Investigación Agraria (INIA), Gobierno Regional, y medios electrónicos.

## **5.2 Instrumentos de medición**

El instrumento básico de recolección de datos que se utilizó para la medición de las variables en la encuesta planteada con un cuestionario estructurado para consumidores de carne de cuy.

### 5.3 Análisis de resultados

#### 5.3.1 Cuantificación del volumen de compra de carne de cuy

##### 5.3.1.1 Cantidad del consumo de carne de cuy en casa

Según la tabla 4 podemos observar que un 44,3 % de los encuestados consumen un cuy entero, un 18,6 % consumen  $\frac{3}{4}$  de cuy y solo un 7,2 % consumen un  $\frac{1}{4}$  de cuy, en lo que respecta al distrito de Pocollay se observa que un 50,8 % de los encuestados consumen un cuy entero, un 36,9 % consumen  $\frac{3}{4}$  de cuy y solo un 3,1 % un  $\frac{1}{4}$  de cuy.

**Tabla 4. Cantidad del consumo de carne de cuy**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
$\frac{1}{4}$ de cuy	23	7,2	2	3,1	25	6,53
$\frac{1}{2}$ cuy	52	16,4	6	9,2	58	15,14
$\frac{3}{4}$ de cuy	59	18,6	24	36,9	83	21,67
Un cuy entero	141	44,3	33	50,8	174	45,43

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

#### 5.3.2 Determinación de los lugares de preferencia

##### 5.3.2.1 Hábito y lugar de consumo de carne de cuy

En la tabla 5 podemos observar que un 32,1 % de los encuestados del distrito de Tacna habitualmente adquieren la carne de cuy en los mercados, un 39,9 % lo hacen en los restaurantes y solo un 12,3 % en

sus propios criaderos, en lo que respecta al distrito de Pocollay podemos observar que un 56,9 % de los encuestados habitualmente adquieren la carne de cuy en los mercados, un 26,2 % lo hacen en los restaurantes y solo un 16,9 % en sus propios criaderos.

En cuanto a lugar de consumo podemos observar que un 67 % de los encuestados del distrito de Tacna lo consumen en los restaurantes campestres y solo un 19,5 % en sus propias casas, sin embargo en el distrito de Pocollay podemos observar que el 84,6 % generalmente lo consumen en los restaurantes campestres y solo un 15,4 % en sus propias casas.

**Tabla 5. Hábito y lugar de consumo de carne de cuy**

Ítem	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
<b>Hábito consumo</b>						
Mercados	102	32,1	37	56,9	139	36,29
Criadero propio / casa	39	12,3	11	16,9	50	13,05
Restaurantes	127	39,9	17	26,2	144	37,60
<b>Lugar consumo</b>						
En casa	62	19,5	10	15,4	72	18,80
En restaurante	213	67,0	55	84,6	268	69,97

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### 5.3.3 Análisis de la percepción de los consumidores

#### 5.3.3.1 Importancia de los aspectos nutritivos de la carne de cuy

En la tabla 6 podemos observar que la mayoría de los encuestados en un 71,6 % indicaron que si es importante saber los aspectos nutritivos del consumo del cuy, y un 16 % que no.

También podemos observar que la mayoría de los encuestados en un 93,8 % indicaron que si es importante saber los aspectos nutritivos del consumo del cuy, y un 6,2 % que no.

**Tabla 6. Aspectos nutritivos del consumo del cuy**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Si	228	71,7	61	93,8	289	75,46
No	51	16	4	6,2	55	14,36

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

#### 5.3.3.2 Percepción de la carne de cuy es sana

Según la tabla 7 podemos observar que la mayoría de los encuestados en un 78,6 % indicaron que si están de acuerdo que el cuy tiene una carne sana, y un 9,1 % que no, sin embargo en el distrito de Pocollay podemos observar que la mayoría de los encuestados en un 92,3 % indicaron que si están de acuerdo que el cuy tiene una carne sana, y un 7,7 % que no.

**Tabla 7. Percepción de la carne de cuy es sana**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Si	250	78,6	60	92,3	310	80,94
No	29	9,1	5	7,7	34	8,88

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### **5.3.3.3 Aspectos nutricionales de la carne de cuy**

Según la tabla 8 se observa que en el distrito de Tacna la mayoría de los encuestados con un 57,9 % indicaron que no sabina acerca del valor nutritivo que posee la carne de cuy, y un 29,9 % que si sabían, en relación al distrito de Pocollay señala que la mayoría de los encuestados con un 84,6 % indicaron que no sabina acerca del valor nutritivo que posee la carne de cuy, y un 15,4 % que si sabían.

**Tabla 8. Aspectos nutricionales de la carne de cuy**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Si	95	29,9	10	15,4	105	27,42
No	184	57,9	55	84,6	239	62,40

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### **5.3.3.4 Motivos por el cual consume carne de cuy**

Según la tabla 9 en referencia al distrito de Tacna se observa que el 37,7 % indicaron más consumen la carne de cuy por su tradición, un

30,2 % por el sabor que posee la carne y un 10,4 % por su salud, en relación Pocollay el 55,4 % indicaron que más que todo consumen la carne de cuy por su tradición, un 29,2 % por el sabor que posee la carne y un 7,7 % por su salud.

**Tabla 9. Motivos por el cual consume carne de cuy**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Por tradición	120	37,7	36	55,4	156	40,73
Por salud	33	10,4	5	7,7	38	9,92
Por el sabor de la carne	96	30,2	19	29,2	115	30,03
Facilidad de acceso	26	8,2	5	7,7	31	8,09

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### 5.3.3.5 Presentación de la carne de cuy

En la tabla 10 se observa en relación a la presentación de la carne de cuy en el distrito de Tacna el 52,2 % lo prefiere asado un 17,3 % faenado y un 17 % lo prefieren vivo, en el distrito de Pocollay la mayoría de los encuestados prefieren adquirir la carne de cuy asado, un 30,8 % lo prefiere faenado y solo un 21,5 % vivo.

**Tabla 10. Presentación de la carne de cuy**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Vivo	54	17	14	21,5	68	17,75
Faenado	55	17,3	20	30,8	75	19,58
Asado	166	52,2	31	47,7	197	51,44

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### 5.3.3.6 Razón de consumo de carne de cuy en un restaurante

Según la tabla 11 se puede observar que en el distrito de Tacna la mayoría de los encuestados con el 43,7 % su principal razón por el cual consumen la carne de cuy en los restaurantes es por su sabor/sazón mientras que un 40,6 % lo hacen por su gusto tradicional, en el distrito de Pocollay señala que la mayoría de los encuestados con un 55,4 % la principal razón por el cual consumen la carne de cuy en los restaurantes es por su sabor/sazón mientras que un 44,6 % lo hacen por su gusto tradicional.

**Tabla 11. Razón de consumo de carne de cuy en un restaurante**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Por su sabor/sazón	139	43,7	36	55,4	175	45,69
Por su gusto tradicional	129	40,6	29	44,6	158	41,25
Otros	7	2,2			7	1,83

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### 5.3.3.7 Calidad del plato del cuy

En la tabla 12 podemos observar que en el distrito de Tacna que un 41,2 % consideran que el plato de cuy en su calidad lo venden de manera buena, un 25,5 % de forma regular y un 20,4 % indico muy buena, en relación al distrito de Pocollay se observa que un 38,5 % consideran que el plato de cuy en su calidad lo venden de manera regular, un 40 % de forma buena y un 21,5 % muy buena.

**Tabla 12. Calidad del plato del cuy**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Muy buena	65	20,4	14	21,5	79	20,63
buena	131	41,2	26	40	157	40,99
regular	81	25,5	25	38,5	106	27,68
mala	9	2,8			9	2,35

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### 5.3.4 Determinación de la frecuencia de consumo

#### 5.3.4.1 Consumo y frecuencia de consumo de carne de cuy

En la tabla 13 podemos observar que en el distrito de Tacna la mayoría de los encuestados un 84,3 % indicaron que si consumen carne de cuy y solo un 15,7 % no lo hacen, en lo referente al distrito de Pocollay podemos observar que el 100 % de los encuestados indicaron que si consumen carne de cuy, ya sea en sus diversas presentaciones.

Lo relacionado a ¿Cuántas veces consumió carne de cuy? podemos observar que el 43,1 % solo una vez al mes consumen carne de cuy, un 35,5 % indicaron que dos veces y solo un 6,3 % tres veces al mes sin embargo en el distrito de Pocollay podemos darnos cuenta que un 40 % solo una vez al mes consumen carne de cuy, un 56,9 % indicaron que dos veces y solo un 3,1 % tres veces al mes.

**Tabla 13. Consumo y frecuencia de veces que consumió carne de cuy**

Ítem	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
<b>Consume</b>						
Si	268,00	84,30	65,00	100,00	333,00	86,95
01 vez al mes	137,00	43,10	26,00	40,00	163,00	42,56
02 veces al mes	113,00	35,50	37,00	56,90	150,00	39,16
03 veces al mes	20,00	6,30	2,00	3,10	22,00	5,74
Otros	5,00	1,60			5,00	1,31
No	50,00	15,70			50,00	13,05
<b>TOTAL</b>					383,00	100,00

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

#### **5.3.4.2 Frecuencia de consumo carne de cuy en casa y restaurantes**

En la tabla 14 se observa que en el distrito de Tacna que la mayor parte de los encuestados con el 45 % consumen dos veces al mes carne

de cuy en casa, un 31,8 % indicaron que consumen solo una vez al mes, en lo relacionado al distrito de Pocollay se observa que la mayor parte de los encuestados con el 60 % consumen dos veces al mes carne de cuy en casa, un 35,4 % indicaron que consumen solo una vez al mes.

También se puede observar que la mayor parte de los encuestados con el 43,1 % consumen dos veces al mes carne de cuy en un restaurante, un 31,4 % indicaron que consumen solo una vez al mes, en relación al distrito de Pocollay se observa que la mayor parte de los encuestados con el 49,2 % consumen dos veces al mes carne de cuy en un restaurante, un 35,4 % indicaron que consumen solo una vez al mes.

**Tabla 14. Consumo de carne de cuy en casa y restaurantes**

Ítem	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
<b>En casa</b>						
Una vez/mes	101	31,8	23	35,4	124	32,38
Dos veces/mes	143	45,0	39	60,0	182	47,52
Tres veces/mes	5	1,6	3	4,6	8	2,09
Otros	25	7,9			25	6,53
<b>En restaurante</b>						
Una vez/mes	100	31,4	23	35,4	123	32,11
Dos veces/mes	137	43,1	32	49,2	169	44,13
Tres veces/mes	24	7,5	10	15,4	34	8,88
Otros	14	4,4			14	3,66

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### 5.3.5 Determinación de precio de la carne de cuy

#### 5.3.5.1 Pago por unidad de cuy vivo

En la tabla 15 muestra que en el distrito de Tacna como promedio adquiere a 12,57 nuevos soles por el pago de la carne de cuy, con un mínimo de 10 nuevos soles y un máximo de 20 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 1,9588; en referencia al distrito de Pocollay, en promedio adquiere 11,28 nuevos soles por el pago de la carne de cuy, con un mínimo de 10 nuevos soles y un máximo de 13 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 1,00790 nuevos soles por cuyes vivos.

**Tabla 15. Pago por un cuy vivo**

Tacna				Pocollay			Total	
Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Promedio
10,00	20,00	12,5714	1,95887	10,00	13,00	11,2769	1,00790	11,92415

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

#### 5.3.5.2 Pago por unidad de cuy faenado

En la tabla 16 se puede observar que en el distrito de Tacna en promedio adquiere 17,9286 nuevos soles por el pago de la carne de cuy, con un mínimo de 15 nuevos soles y un máximo de 25 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 1,8380 nuevos soles por cuyes faenados, en el distrito Pocollay adquiere 17,50 nuevos soles por el pago de la carne de

cuy, con un mínimo de 16 nuevos soles y un máximo de 20 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 1,04766 nuevos soles por cuyes faenados.

**Tabla 16. Pago por unidad de cuy faenado**

Tacna				Pocollay				Total
Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Promedio
15,00	25,00	17,9286	1,83804	16,00	20,00	17,5077	1,04766	17,1815

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

### 5.3.5.3 Pago por plato de cuy

Según la tabla 17 podemos observar que en relación al pago por plato de cuy en el distrito de Tacna como promedio adquiere 34,53 nuevos soles por el pago por el plato de cuy en los restaurantes, con un mínimo de 20 nuevos soles y un máximo de 42 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 4,897 nuevos soles por el plato de cuy, sin embargo en el distrito de Pocollay como promedio adquiere 35,34 nuevos soles por el pago por el plato de cuy en los restaurantes, con un mínimo de 30 nuevos soles y un máximo de 40 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 3,788 nuevos soles por el plato de cuy.

**Tabla 17. Pago por el plato de cuy**

Tacna				Pocollay				total
Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Promedio
20,00	42,00	34,5277	4,89654	30,00	40,00	35,3385	3,78846	34,9331

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

#### 5.3.5.4 Influencia del precio en el consumo

En la tabla 18 se observa en el distrito Tacna que la mayoría de los encuestados con un 66,4 % indicaron que si influye el precio en el momento de consumirlo, y un 20,1 % que no, en el distrito de Pocollay la mayoría de los encuestados con un 95,4 % indicaron que si influye el precio en el momento de consumirlo, y un 4,6 % que no.

**Tabla 18. Influencia del precio en el consumo**

	Tacna		Pocollay		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Si	211	66,4	62	95,4	273	71,28
No	64	20,1	3	4,6	67	17,49

Fuente: Encuesta 2015 - Elaboración propia

#### 5.4 Discusión

EL consumo de carne de cuy está relacionado directamente con la cantidad poblacional de la especie y el precio, durante los últimos 18 años, Tacna incrementó la cantidad de poblacional del cuy anteriormente Tacna representaba el 1 % de total de cuyes del Perú por falta de una asistencia técnica y la información nutricional de los mismos, con el presente proyecto de investigación se promueve el incremento de la

población de animales menores en base a un análisis de preferencia de consumo.

Los lugares de preferencia para consumo de carne de cuy en Tacna y Pocollay son los restaurantes campestres como la Huerta, Sol y Luna, entre Otros

Actualmente la población no tiene claro de sus atributos nutricionales y los beneficios que genera para la salud, esto a falta de proyectos Productivos que garanticen la crianza consumo y comercialización de animales menores.

Actualmente la frecuencia de consumo de carne de cuy, lo relacionado a ¿Cuántas veces consumió carne de cuy? podemos observar que el 43,1 % solo una vez al mes consumen carne de cuy, un 35,5 % indicaron que dos veces y solo un 6,3 % tres veces al mes sin embargo en el distrito de Pocollay podemos darnos cuenta que un 40 % solo una vez al mes consumen carne de cuy, un 56,9 % indicaron que dos veces y solo un 3,1 % tres veces al mes, este resultado nos indica que una mínima población consume 3 veces al mes a consecuencia de que no se cuenta con una información nutricional y la cantidad de población de cuyes en la zona.

Según la tabla 17 podemos observar que en relación al pago por plato de cuy en el distrito de Tacna como promedio adquiere 34,53 nuevos soles por el pago por el plato de cuy en los restaurantes, con un mínimo de 20 nuevos soles y un máximo de 42 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 4,897 nuevos soles por el plato de cuy, sin embargo en el distrito de Pocollay como promedio adquiere 35,34 nuevos soles por el pago por el plato de cuy en los restaurantes, con un mínimo de 30 nuevos soles y un máximo de 40 nuevos soles cuya desviación estándar fue de 3,788 nuevos soles por el plato de cuy. Este precio resulta ser elevado para los pobladores de la Zona por lo que se debe fomentar la crianza en cantidades mayores y de buena calidad para que la oferta sea mayor.

## CONCLUSIONES

- En base a la encuesta aplicada la preferencia de consumo de los distritos de Tacna y Pocolay, dio como resultado que el 69,97 % de los encuestados lo consumen en los restaurantes y solo un 18,80 % en sus hogares.
- En base a la encuesta aplicada y la cuantificación del volumen de consumo de carne de cuy de las personas de los distritos de Tacna y Pocolay, dio como resultado que el 86,95 % de los entrevistados consumen habitualmente carne de cuy. En tanto que la frecuencia de consumo alcanza las 42,56 % consumen una vez/mes, y el 45,43 % consume un cuy entero.
- En base a la encuesta aplicada y la percepción que los consumidores de carne cuy tienen sobre sus atributos nutricionales y los beneficios que genera para la salud, se determinó 40,73 % consumen carne de cuy por tradición, el 30,03 % por su sabor y el 9,92 % lo consume por motivos de salud de los consumidores encuestados en Tacna y Pocolay. Así mismo se determinó que el 75,46 % de los encuestados de Tacna y Pocolay indicaron que si es importante saber sus aspectos

nutritivos, además el 80,94 % están de acuerdo que el cuy tiene una carne sana. Por otro lado 62,40 % de los encuestados de Tacna y Pocollay no sabían acerca del valor nutritivo que posee la carne de cuy.

- En base a la encuesta aplicada y la frecuencia de consumo de carne de cuy de los distritos de Tacna y Pocollay, se determinó que el 47,53 % consumen dos veces al mes, y un 32,38 % consumen solo una vez en sus hogares, además se determinó que 44,13 % consumen dos veces al mes, y un 32,11 % consumen una vez en los restaurantes.
- En base a la encuesta aplicada el precio de la carne de cuy pagado por los consumidores de los distritos de Tacna y Pocollay, se determinó que el precio pagado por una unidad de cuy vivo en promedio es de 11,92 nuevos soles para los consumidores de Tacna y Pocollay. Además se determinó que el precio pagado por un cuy faenado en promedio es 17,72 nuevos soles para los consumidores de Tacna y Pocollay. Por consiguiente se determinó que el precio pagado por un plato de cuy en los restaurantes en promedio es de 34,93 nuevos soles para los consumidores de Tacna y Pocollay.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda ampliar la investigación enfocadas en el análisis de los volúmenes de compra de la carne de cuy, incorporando las variaciones que puedan suscitarse por temporadas, además del análisis de consumo por zonas.
- Según los resultados obtenidos del presente estudio, se recomienda analizar de manera más específica cuáles son los factores de elección de los consumidores y si existen cambios de los mismos en relación a los lugares de preferencia.
- Dado los buenos resultados sobre el consumo de carne de cuy se sugiere fomentar las bondades que reporta, con la cual se den conocer los atributos y cualidades de la carne e de cuy, dando a conocer aspectos tales como la composición química de ella, valores nutricionales que presenta, así como las ventaja que brinda su consumo de la carne de cuy.
- Se recomienda realizar un análisis por temporadas y por zonas para demostrar si el la frecuencia cambia según se de en un determinado periodo y lugar.

- Se recomienda realizar un análisis que explique la tendencia y las estacionalidades de los precios dados por los consumidores, si la variación es la misma en un periodo inferior o igual a un año.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blackwell, R. D. (2001). *Comportamiento del Consumidor* (9 ed.). México: Thomson.
- Chauca, Z. (1997). *Producción de cuyes*. Lima, Perú.
- Chirinos, C. A. (2013). *Incremento del Volumen de venta de la carne de Cuy (Cavia porcellus) en el distrito de Ite debido al Fortalecimiento de su cadena Productiva*. Tacna: Tesis.
- Gevara, A. (1989). *Edad óptima de empadre en el cuy hembra (cavia Porcellus)*. Cajamarca.
- Hawkins, e. a. (2004). *Comportamiento del Consumidor. Construyendo Estrategias de Marketing* (9 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernández, A. M. (2011). *Características de los Consumidores de carne de Pollo en la Zona Metropolitana del valle de Mexico*. Mexico.
- INIA. (2003). *Proyecto de Prefactibilidad para la Produccion de Cuyes (Cavia porcellus)*. Quimana- Cañete (Lima).
- Kotler, P., & Asmstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6 ed.). México,D.F.: Pearson Prendice Hall.

Metzer. (1998). *Gestión de Previsión de Ventas: Un enfoque de gestión de la demanda*.

MINAGRI. (2013). *Ministerio de Agricultura y Riego*. Obtenido de Situación de las Actividades de Crianza y Producción de Cuyes: <http://minagri.gob.pe>

Paredes, J. G. (2007). *Análisis del mercado de la carne de cuy y estrategias para promover su mayor consumo- caso consumo en los restaurantes de la campiña de Huacho*. Huacho.

Parkin, M. (1995). *Microeconomía* (1 ed.). México: Prentice Hall - Pearson Educación.

Picardo, E. G. (2013). *Análisis de la Demanda del Consumidor Agroindustrial de Damasco (Armeniaca vulgaris J.) en la ciudad de Tacna*. Tacna.

Schiffman León, G., & Lazar Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del Consumidor* (8 ed.). México: Pearson Educación.

Shiffman Leon, G., & Lazar Kanuk, L. (1997). *Comportamiento del Consumidor* (5 ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S. SA.

Smith, A. (1961). *Indagaciones acerca de la Naturaleza y causa de la Riqueza de las Naciones* (2 ed.). Madrid: Editorial Aguilar S.A.

Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del consumidor* (7 ed.). México: Pearson  
Prentice Hall.

Stanton, W. J. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13 ed.). México: Mc Graw Hill.

## **ANEXOS**

## **Anexo 1. Encuesta de investigación**

### **UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMAN -**

#### **ESCUELA DE ECONOMÍA AGRARIA**

##### **CUESTIONARIO: CONSUMO DE CARNE (CUY)**

Estamos efectuando una investigación sobre los hábitos preferencia de consumo de carne de cuy; le rogamos nos dé unos minutos para conocer sus opiniones sobre el tema. Le agradecemos anticipadamente por el tiempo que nos brinde, así como por su valiosa información, que será tratada en forma anónima y confidencial, Gracias.

#### **DATOS GENERALES**

1. Sexo:    a. H ( )        b. M ( )
  
2. ¿Qué edad tiene usted?
  - a. Menor De 20 años        ( )                      d. De 41 a 50 años        ( )
  - b. De 21 a 30 años        ( )                      e. De 51 a 60 años        ( )
  - c. De 31 a 40 años        ( )                      f. De 61 a más años        ( )
  
3. Aproximadamente ¿Cuál es su nivel de ingresos?
  - a. Menos de S/.500        ( )                      d. Entre S/.1 201 y S/. 1 500 ( )
  - b. Entre S/.501 y S/.800        ( )                      e. Entre S/.1 501 y S/.2 500 ( )
  - c. Entre S/.801 y S/1 200        ( )

4. ¿De qué lugar procede usted?

- a. Distrito de Tacna ( )      c. Procede de otro departamento ( )  
b. Distrito de Pocollay ( )      d. Otros: \_\_\_\_\_ ( )

#### **PREFERENCIA DE CONSUMO**

5. Usted consume carne de cuy

- a. Si    b. No

SI SOLO, LA RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 5 ES “SI”, ENTONCES  
CONTINUE RESPONDIENDO LAS SIGUIENTES INTERROGANTES.

6. Tomando como referencia el último mes ¿Cuántas veces consumió  
carne de cuy?

- a. Una vez/mes ( )    b. Dos veces/mes ( )    c. Tres veces/mes ( )  
d. Otros: \_\_\_\_\_ ( )

7. ¿Cuántas veces consumió carne de cuy en casa?

- a. Una vez/mes ( )    b. Dos veces/mes ( )    c. Tres veces/mes ( )  
d. Otros: \_\_\_\_\_ ( )

8. ¿Cuántas veces consumió carne de cuy en restaurante?

- a. Una vez/mes ( )    b. Dos veces/mes ( )    c. Tres veces/mes ( )  
d. Otros: \_\_\_\_\_ ( )

9. ¿Dónde adquiere habitualmente la carne de cuy?

- a. Restaurantes ( )    b. Mercados ( )    c. Criadero propio / casa ( )



17. El precio de la carne de cuy es un factor que influye en el momento de consumirlo.
- a. Si ( )            b. No ( )
18. ¿En qué presentación prefiere adquirir la carne de cuy?
- a. Vivo ( )        b. Faenado ( )        c. Asado ( )
19. Es importante para usted estar informado acerca de los aspectos nutritivos y beneficios para la salud que posee el consumo de carne de cuy.
- a. Si ( )            b. No ( )
20. ¿Cómo considera usted la calidad del plato de cuy (tamaño de presa, garantía, sanidad, higiene, preparación etc.) que se vende en los restaurantes?
- a. Muy buena ( ) b. buena ( ) c. Regular ( ) d. Mala ( )
- f. Muy mala ( )
21. Está de acuerdo en que el cuy tiene una carne sana.
- a. Si ( )            b. No ( )
22. Sabía usted que la carne de cuy es rico en vitaminas, calorías, carbohidratos y proteínas.
- a. Si ( )            b. No ( )