



# **MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MARISCAL GAMARRA**

**PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL AL 2021**



## **ESTUDIO DE MERCADO DE CUYES**

**MARISCAL GAMARRA, PROVINCIA DE GRAU**

**REGIÓN APURÍMAC**

**ABRIL, 2014**

# PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL AL 2021

**“Fortalecimiento de la capacidad de gestión municipal en desarrollo económico local sostenible del distrito de Mariscal Gamarra, provincia de Grau – Apurímac”**

## ESTUDIO DE MERCADO DE CUYES

**Ramiro Villasante Sequeiros**  
Alcalde Distrital de Mariscal Gamarra

### EQUIPO TÉCNICO

Ing. Yerssey Caballero Palomino  
Prof. Obdulia Prada Tello  
Bach. Agron. Cledy Caballero Palomino

Facilitación y Asesoría Técnica Metodológica:  
Tito A. Hernández T., PhD.  
Operador FEC/CTB-APCI

Con el apoyo Técnico - Financiero del Fondo de Estudios y Consultoría Belga  
Peruano  
FEC/CTB-APCI

**PALPACACHI, ABRIL 2014**



## ÍNDICE

<b>Créditos</b> .....	<b>02</b>
<b>Índice</b> .....	<b>03</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>04</b>
<b>I. Área Geográfica del Mercado</b> .....	<b>05</b>
<b>II. El producto</b> .....	<b>13</b>
<b>III. Metodología del estudio</b> .....	<b>15</b>
<b>IV. La Demanda</b> .....	<b>19</b>
A. Demanda en el Mercado Local.....	19
B. Demanda en el Mercado Regional.....	20
C. Demanda en el Mercado Nacional.....	23
<b>V. La Oferta</b> .....	<b>26</b>
A. Oferta en el Mercado Local.....	26
B. Oferta en el Mercado Regional.....	29
C. Oferta en el Mercado Nacional.....	31
<b>VI. Balance Oferta y Demanda</b> .....	<b>32</b>
A. Balance en el Mercado Local.....	32
B. Balance en el Mercado Regional.....	33
<b>VII. La Comercialización del producto</b> .....	<b>34</b>
A. Canales de comercialización.....	34
<b>VIII. Conclusiones</b> .....	<b>35</b>
<b>IX. Recomendaciones</b> .....	<b>36</b>

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio de mercado se realiza en el marco de la ejecución de la propuesta denominada “Fortalecimiento de la capacidad de gestión municipal en desarrollo económico local sostenible del distrito de Mariscal Gamarra, provincia de Grau – Apurímac”, apoyado por el Fondo de Estudios y Consultoría Belga Peruano (FEC) que ha contemplado varias acciones entre las cuales desarrollar un estudio de mercado para un producto potencial y en este caso ha sido definido el cuy.

Durante el proceso de formulación del Plan Estratégico de Desarrollo Económico Local (PEDEL al 2021), la población del Distrito de Mariscal Gamarra ha reflexionado sobre sus potencialidades más importantes y sobre las razones por las cuales no es aún posible superar algunos indicadores de pobreza que lacera la vida de la mayoría de los pobladores. En este contexto, el cuy ha sido elegido como uno de los productos estrella más importantes de la zona, pues es criado prácticamente por el 100% de las familias de este distrito. Constituye una caja de ahorros para enfrentar problemas circunstanciales o para cumplir compromisos tradicionales.

En el presente documento, realizamos una descripción del mercado local y regional que compete a la producción de cuyes del Distrito de Mariscal Gamarra. Así mismo, describiremos las condiciones de crianza de la zona, sus procedimientos y características más importantes.

Analizaremos también la oferta de cuyes a nivel local y regional, en la que enfatizaremos las características de la oferta, las cantidades ofertadas de acuerdo a la tenencia de animales de las familias y las zonas productivas que abastecen a la ciudad de Abancay. Se abordará la condición de la demanda en el entorno local y regional y finalmente se realiza un análisis de las brechas en el entorno local y regional, es decir de la demanda satisfecha y no satisfecha.

Este documento que se pone a consideración de las instituciones públicas, privadas y organizaciones de la sociedad civil; ha sido formulado en el marco del proceso de formulación del Plan Estratégico de Desarrollo Económico Local (PEDEL al 2021), y es una primera aproximación a la situación de la comercialización de cuyes desde el distrito de Mariscal Gamarra.

## I. AREA GEOGRAFICA DEL MERCADO

Ubicándonos en el distrito de Mariscal Gamarra, tenemos la posibilidad de diferenciar dos dimensiones del mercado: Mercado Local y Mercado Regional, los que describimos a continuación:

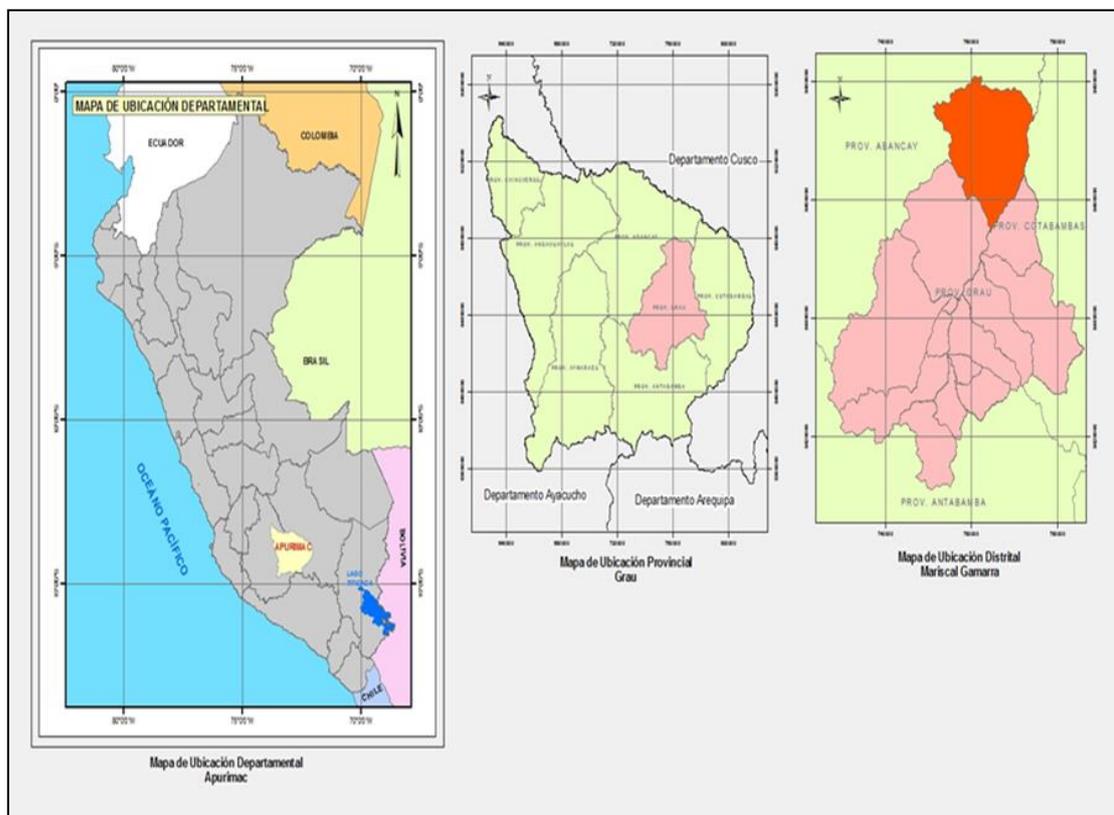
### EL MERCADO LOCAL:

#### Ubicación geográfica:

En síntesis se refiere al distrito de Mariscal Gamarra, a sus comunidades y diversos poblados “anexos” que existen en todo su territorio.

#### Gráfico N° 01:

*Ubicación del distrito de Mariscal Gamarra en la Provincia de Grau y Región Apurímac.*



El distrito Mariscal Gamarra, se encuentra ubicado en la sierra oriental del Perú al Nor-oeste de la provincia de Grau, entre las coordenadas 13°52'04" de Latitud Sur y 72°30'23" de Longitud Oeste.

#### Cuadro N° 01:

*Ubicación geográfica y altitud del distrito*

RANGO ALTITUDINAL DEL DISTRITO (MSNM)	CUENCA	COORDENADAS Y ALTURA DE LA CAPITAL DEL DISTRITO		
		LATITUD	LONGITUD	ALTURA (MSNM)
2,300 - 4,788	Del río Vilcabamba y río Sarqonta	13°52'04"	72°30'23"	3,494

Fuente: CBC.ORTAM; 2002

**Gráfico N° 02:**

*Mapa de conformación física del distrito de Mariscal Gamarra.*



El territorio del mercado local es sumamente accidentado tal como se puede ver en el *Mapa de conformación física del distrito de Mariscal Gamarra* (Gráfico 02), pero existen varios poblados que están interconectados entre sí a través de trochas carrozables. Las zonas de crianza se encuentran en las zonas pobladas del distrito y los cultivos son generalmente irrigados por el agua de lluvia a través de la escorrentía.

Fuente: Google Earth – 2014

**Límites:**

El distrito Mariscal Gamarra, limita con las siguientes jurisdicciones y provincias de la región:

**Cuadro N° 02:**

*Límites del distrito de Mariscal Gamarra*

PUNTO CARDINAL	LOCALIDADES LÍMITE
Norte	Distrito Curahuasi, Provincia de Abancay
Sur	Distrito Curpahuasi, Provincia de Grau
Este	Distrito Ccoyllurqui, Provincia de Cotabambas y, Distrito Huayllati de la Provincia Grau.
Oeste	Distrito Lambrama, Provincia de Abancay

### **Infraestructura vial:**

La situación concreta del distrito Mariscal Gamarra, es que actualmente las vías de articulación entre las ciudades de Abancay, Cusco y al interior se encuentran bien desarrolladas de acuerdo a los siguientes cuadros:

**Cuadro N° 03:**

*Articulación vial externa*

<b>RUTA</b>	<b>DISTANCIA EN KM.</b>	<b>TIEMPO DEL RECORRIDO</b>	<b>ESTADO</b>
Carretera afirmada: Abancay - Lambrama - Palpacachi - Ccoyllurqui - Challhuahuacho.	187	06Hr.	Regular
Carretera: Abancay - Lambrama - Molino - Ollabamba - Ccoyllurqui.	120	4 Hr.	Inconcluso
Carretera afirmada de: Cusco - Inquilpata - Chinchaypujio - Cotabambas - Ccoyllurqui - Faco - Matalla - Collauro - Palpacachi y Palpacachi.	250	8Hr.	Regular
Carretera: Palpacachi - Vilcaro - Manasqui - Huayllati - Progreso.	40	2 Hr.	Regular
Carretera: Palpacachi - Radcay - Curpahuasi - Chuquibambilla.	70	3 Hr.	Regular

**FUENTE:** PDDC de Mariscal Gamarra al 2016 y de PROVIAS Nacional del MTC.

**Cuadro N° 04:**

*Articulación vial interna*

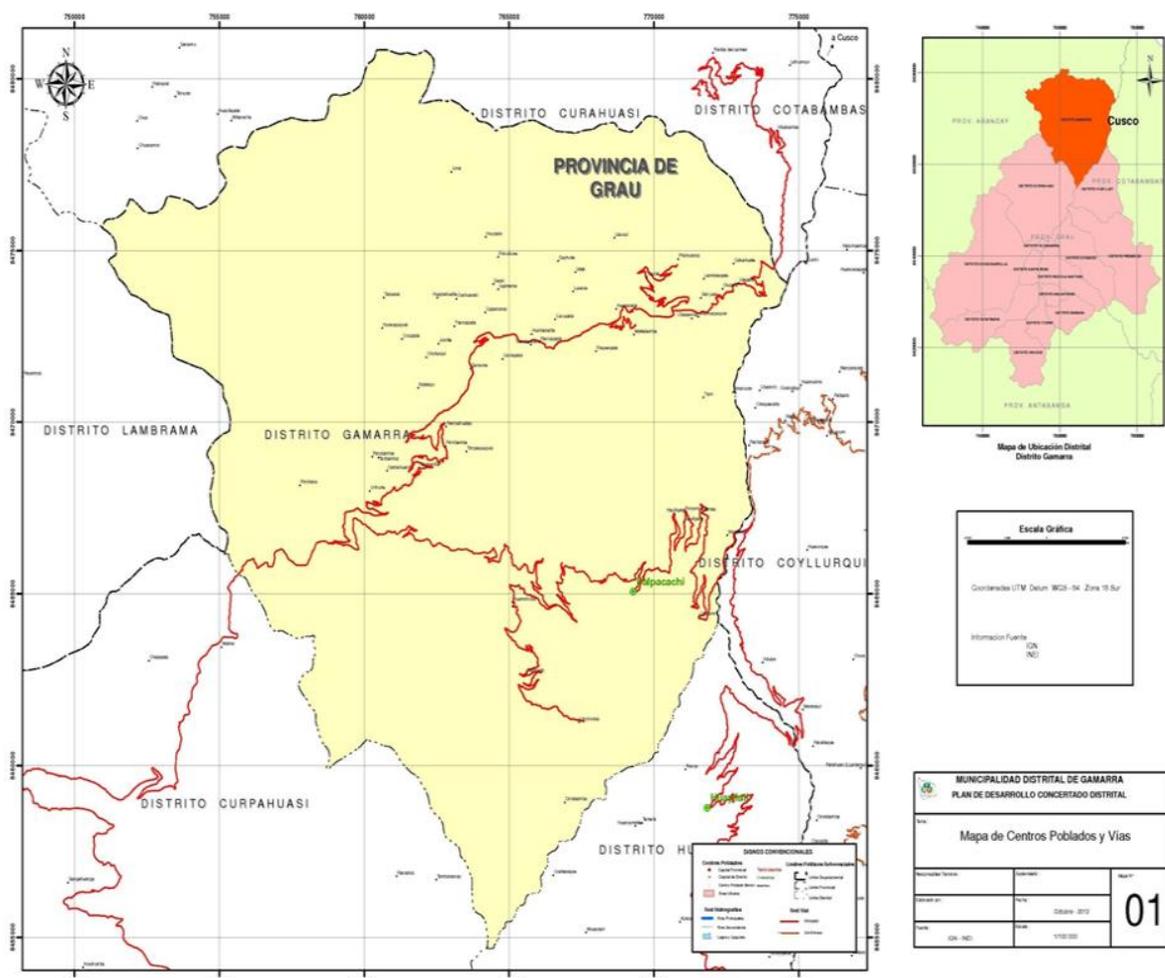
<b>RUTA</b>	<b>DISTANCIA EN KM.</b>	<b>TIEMPO RECORRIDO</b>	<b>ESTADO</b>
1. Trocha Carrozable de Ollabamba - Pituhanca - Llaugui	25	1 Hr.	Deteriorada
2. Trocha Carrozable : Mogge - Sapsi - Ccafiamarca - Ccahuanati.	5	30 Min.	Deteriorada
3. Trocha carrozable: Llamibamba - Mollebamba	3	15 Min.	Deteriorada
4. Trocha Carrozable: Palpacachi - Licchivilca.	12	45 Min.	Deteriorada

**FUENTE:** PDDC de Mariscal Gamarra al 2016.

El acceso carretero principal con que cuenta el distrito Mariscal Gamarra, es la ruta: Abancay - Lambrama - Palpacachi y la variante hacia Paccaypata - Utaparo tiene una distancia de 147 km y se encuentra en regular estado de mantenimiento. Con la construcción del puente Matalla, sobre el río Vilcabamba o Huaynarímac y la habilitación de la carretera Palpacachi - Ccoyllurqui, se ha dado fluidez al acceso desde la ciudad del Cusco, mediante la carretera: Inquilpata - Chinchaypujyu - Huallpachaca-Cotabambas - Ccoyllurqui - Mariscal Gamarra, con una distancia de 250 Km. Otra variante de carretera de muchísima importancia en la interconexión provincial es la carretera Chuquibambilla - Curpahuasi, Radcay - T'accata - Palpacachi.

### Gráfico N° 03:

Mapa vial del Distrito de Mariscal Gamarra



#### Población del distrito de Mariscal Gamarra:

Un análisis de la distribución poblacional por centros poblados y comunidades campesinas da el siguiente resultado: Primero, en el distrito Mariscal Gamarra, se encuentran 13 Comunidades campesinas constituidas y reconocidas; y, 25 centros poblados o caseríos denominados Anexos. Segundo, las Comunidades campesinas que concentran más población son: Palpacachi, que a la vez es capital de distrito y está conformado por dos anexos Q´entas y Llaullipata, cuenta con 497 habitantes y significa el 12.53% de la población distrital; Pituhanca que tiene en su férula a 6 Anexos: Llauqui, Kautía, Lucana, Ollabamba, Lloq´e y Huichaycaña, los que en conjunto tienen 478 habitantes y significan el 12,83%; seguidamente Licchivilca, con 4 Anexos: Ocrabamba, Circo, Chaskimoqo y Taribamba que cuentan con una población de 469 de habitantes, representando el 11.83% de la población distrital. El siguiente cuadro ilustra, lo afirmado:

**Cuadro N° 05:***Población por comunidades campesinas*

N°	COMUNIDADES	ANEXOS	POBLACIÓN	
			N°	%
01	Collauro	Illichihua	294	7.41
02	Pichibamba	Ccochahuachi	320	8.07
03	Licchivilca	Ocrabamba, Circo Chasquimocco Taribamba	469	11.83
04	Pituhuanca	Llauqui Kautia Lucana, Ollabamba Lloque Huichaycaña	478	12,06
05	Cruzpata	Kallatqui Ccahuanati	286	7.21
06	Sarconta	Perccahuatay Cabrapata Siyuccpampa	315	7.94
07	Sapsi	Pampahuite, Pinculliney Mogge	289	7.29
08	Palpacachi	Quentas Llaullipata	497	12.53
09	Ccafiamarca	Anacchuaycco	198	4.99
10	Utaparo	Quehuancho	220	5.55
11	Tipín		245	6.18
12	Paccaypata		267	6.73
13	Mollebamba		87	2,19
<b>TOTAL</b>			<b>3965</b>	100

Fuente: Plan de Desarrollo Distrital Concertado de Mariscal Gamarra al 2016

Según los datos presentados en el cuadro y el dato de población total, podemos definir que en el mercado local, la densidad de personas por familia es de 5 miembros, lo cual se obtuvo dividiendo el total de habitantes (3965 personas) entre el número de familias (793 familias) a nivel distrital.

En el ámbito geográfico del mercado local, existe una gran dinámica productiva, así como de consumo, lo cual está fuertemente ligado a la producción agropecuaria, la que se da en tierras aptas para esta actividad, lo cual significa 1499.96 has, ubicadas en todo el Distrito.

**Suelos y su capacidad de uso:**

Según CENAGRO: 1993, el distrito Mariscal Gamarra en general, tiene 28,115.69 Has; de los cuales, la Superficie para uso Agrícola es apenas el 5.33% con 1499.96 Has y, el 94.67% con 26,615.73 Has. Son tierras No Agrícolas.

De las tierras aptas para el uso agrícola, el 37.8% con 566.91 Has. se encuentran bajo riego y, el 62.20% con 933.05 Has. son de secano. Estas tierras para el desarrollo agrícola, ofrecen una calidad agrológica de media a baja, con serias limitaciones por suelo superficial y erosión. Los suelos de protección ocupan 24,699.59 Has y representa al 92.80% del territorio distrital; estos suelos en la práctica, son áreas potenciales para el desarrollo de actividades ganaderas y forestales, desde luego, asociando con la protección.

**Cuadro N° 06:**

*Suelos según su capacidad de uso mayor*

<b>SUELOS SEGÚN SU USO</b>	<b>HAS.</b>	<b>%</b>
Suelos de uso agrícola	1,499.96	5.33
Suelos de uso no agrícola	26,615.73	94.67
<b>TOTAL</b>	<b>28,115.69</b>	<b>100</b>

Fuente: INEI - III Censo Nacional Agropecuario - 1994

**Cuadro N° 07:**

*Superficie de uso agrícola*

<b>CATEGORÍA DE LOS SUELOS</b>	<b>HAS.</b>	<b>%</b>
Bajo riego	566.91	37.80
En secano	933.05	62.20
<b>TOTAL</b>	<b>1499.96</b>	<b>100</b>

Fuente: INEI - III Censo Nacional Agropecuario 1994

**Cuadro N° 08:**

*Superficie de uso no agrícola*

<b>CATEGORÍA DE LOS SUELOS</b>	<b>HAS.</b>	<b>%</b>
Pastos naturales manejados	37.29	0.14
Pastos naturales no manejados	24,699.59	92.80
Montes y bosques	1821.58	6.85
Toda otra clase de tierras	57.27	0.21
<b>TOTAL</b>	<b>26615.73</b>	<b>100</b>

Fuente: INEI - III Censo Nacional Agropecuario 1994.

---

## EL MERCADO REGIONAL:

---

De acuerdo a las características de los parámetros productivos (cantidad de producción, capacidad de mano de obra y nivel tecnológico) y elementos económicos (precio, competencia y experiencia en el negocio) se ha definido que el mercado regional para la producción de cuyes en el distrito de Mariscal Gamarra está referido principalmente a la ciudad de Abancay, el cual describimos a continuación:

### Gráfico N° 04:

*Ubicación de la Provincia de Abancay*



Abancay es una de las 7 provincias de la región Apurímac, es la capital regional por lo tanto alberga el sistema administrativo financiero, que da empleo a un porcentaje importante de su población que depende de los ingresos generados por servicios de diversos tipos. La ciudad de Abancay es un mercado de destino de productos de diversas zonas, entre ellas el cuy.

**Fuente:** Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Abancay - 2007

Según el Plan de Desarrollo de la Provincia de Abancay, se tienen los siguientes datos de la población:

### Cuadro N° 09:

*Población de la Provincia de Abancay*

PROVINCIA Y DISTRITO	POBLACION TOTAL (AL 30/06/2000)	SUPERFICIE (km <sup>2</sup> )	DENSIDAD POBLACIONAL (Hab/ km <sup>2</sup> )	POBLACION ELECTORAL (AL 12/02/2000)
ABANCAY	118853	3447,13	34,48	44806
ABANCAY	70313	313,07	224,59	26082
CHACOCHE	1507	186,10	8,10	630
CIRCA	3,319	641,68	5,17	1151
CURAHUASI	18077	817,98	22,10	6531
HUANIPACA	5169	432,62	11,95	2049
LAMBRAMA	5037	521,62	9,66	1902
PICHIRHUA	5496	370,69	14,83	1891
SAN PEDRO DE CACHORA	4077	108,77	37,48	1803
TAMBURCO	5858	54,60	107,29	2767

**Fuente:** Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Abancay - 2007

Sin embargo según el INEI 2012, se ha determinado que existen 57,787 habitantes en la ciudad de Abancay, cuyo dato utilizaremos para los análisis posteriores.

Como podemos apreciar en el cuadro anterior, Abancay tiene en total 118,853 pobladores, de los cuales el 59.1%, es decir 70,313 se encuentran en la ciudad de Abancay, población que se tomará como referencia para realizar los análisis posteriores.

A excepción del Distrito de Abancay, los pobladores de los otros distritos también son productores de cuyes, lo cual es importante considerarlo, pues no constituyen parte de los potenciales consumidores, más por el contrario son fuentes de abastecimiento del producto para Abancay.

---

#### **EL MERCADO CENTRO MINERO “LAS BAMBAS”:**

---

El distrito de Mariscal Gamarra se encuentra dentro de la influencia del centro Minero “Las Bambas” y existe una gran posibilidad de proveer productos alimenticios pecuarios y agrícolas, el cual se realizaría mediante convenio con la empresa SODEXO proveedora de alimentos a la empresa, en este sentido existe una está posibilidad, sin embargo en el actual contexto el centro minero se encuentra en plena venta y tras varios meses de negociaciones, Glencore Xstrata logró vender el 100% de participación en la mina de cobre Las Bambas, por cerca de US\$5,850 millones, a las compañías MMG Ltd., filial externa de China Minmetals Corp, el grupo de recursos naturales e infraestructura Guoxin Investment Corp International Ltd y la firma de inversiones Citi, el cual no ha posibilitado obtener datos o indicadores de mercado.

Asimismo dentro de la posibilidad de existir en alguna oportunidad mercado el canal de comercialización será de forma directa de la empresa proveedora de alimentos desde los productores del distrito de Mariscal Gamarra. El dinamismo de comunicación viál que se desarrollaría es mediante la trocha carrozable que une Mariscal Gamarra, Coyllurqui y Chalhuacho provincia de Cotabambas.

## II. EL PRODUCTO

<b>Nombre común</b>	: Cuy
<b>Nombre Científico</b>	: Cavia porcellus
<b>Familia</b>	: Cavidae
<b>Origen</b>	: La Cordillera de los Andes
<b>Uso Industrial</b>	: Gastronomía, curtiembre y embutidos
<b>Clima</b>	: Adaptado a diversos climas
<b>Período de gestación</b>	: 67 días
<b>Tasa de natalidad</b>	: 2.54 crías por madre por campaña
<b>Alimentación</b>	: Forrajes, granos y concentrados
<b>Requerimiento de forraje</b>	: 440 cuyes / ha de forraje.
<b>Principales Enfermedades</b>	: Salmonellosis, parasitosis externa y neumonía.
<b>Variedades</b>	: Perú, Andina, Inti y Criollo Mejorado



Una aproximación a estas variedades locales de uso alimenticio, se presentan a continuación:

- Cuy Línea Perú: Se caracteriza por ser precoz (a las nueve semanas alcanza su peso de comercialización), además de ser muy prolífica; 2.8 crías por parto. Sus colores son alazán combinado con blanco.
- Cuy Línea Andina: Seleccionada por su prolificidad (3.9 crías por parto), son mayormente de color blanco.

- Cuy Línea Inti: Es la que mejor se adapta a nivel de los productores logrando los más altos índices de sobrevivencia. A las diez semanas alcanza los 800 gramos con una prolificidad de 3.2 crías por parto.
- El Cuy Criollo Mejorado: Son aquellos cuyes pequeños, rústicos y con bajos niveles productivos, pero que cruzados con líneas mejoradas producen cuyes con mayores índices de precocidad y prolificidad.

En el Distrito de Mariscal Gamarra, se tiene preferentemente el cuy criollo, bajo el sistema de producción que se describe a continuación, salvo algunas pocas familias, han mejorado su pie de cría con reproductores mejorados.

### **Tecnología de producción:**

La cría de cuyes a nivel familiar brinda seguridad alimentaria y sostenibilidad a las actividades de los pequeños productores. Es el sistema más difundido y se distingue por desarrollarse en el seno de la familia, fundamentalmente en base a insumos y mano de obra excedentes.

Según el estudio se ha determinado que en el nivel tecnológico local, el cuidado de los animales corre a cargo de los hijos en edad escolar y del ama de casa (en el 73% de los casos) y en menor medida del esposo (9% de los casos). Eventualmente otros miembros de la familia contribuyen a esta labor cuando comparten la vivienda. El 44.6% de productores crían cuyes exclusivamente para el autoconsumo, disponiendo así de una fuente de proteínas de origen de bajo costo; otros (49.6%) comercializan los excedentes cuando disponen de ellos para generar ingresos. En este sistema son pocos quienes mantienen los cuyes sólo para la venta.

La crianza familiar se caracteriza por el escaso manejo de que son objeto los animales, que se reúnen en un solo grupo sin diferenciación de clase, sexo o edad, razón por la cual se generan poblaciones con un alto grado de consanguinidad y una elevada mortalidad de lactantes, debido principalmente al aplastamiento por animales adultos o por otros animales que comparten el espacio de la cocina.

La alimentación de los cuyes es a base de los desechos de cocina (cáscaras, rastrojos de maíz, algunas hierbas temporales y en algunos pocos casos se complementa con granos como la cebada, maíz y con una provisión mínima de alfalfa. Este aspecto se debe en gran medida a la escasa disponibilidad de terrenos con riego.

### III. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

#### a. Objetivo general del estudio.

Determinar las características del mercado de cuyes en el ámbito local y regional relacionado al nivel productivo de los pobladores del Distrito de Mariscal Gamarra.

#### b. Objetivos Específicos del estudio.

- Analizar las características de la oferta de cuyes en el ámbito local y regional.
- Analizar las características de la demanda de cuyes en el ámbito local y regional.
- Con el análisis de la oferta y demanda determinar el balance de oferta y demanda en cada uno de los niveles de mercado.
- Emitir conclusiones y recomendaciones para el desarrollo del producto en los niveles de mercado considerados.

#### c. Sondeo Rápido de Mercados como herramienta de estudio – SRM.

El Sondeo Rápido de Mercados es una metodología participativa de carácter informal y práctica, para investigar en menor tiempo dónde existen oportunidades de venta para los productos, o sea, dónde, a quién y cómo podemos vender con mejores ganancias.

Según esto, en el siguiente punto se detalla por pasos la aplicación del SRM para determinar las características del mercado del cuy considerando que la producción es asumida por los productores del Distrito de Mariscal Gamarra.

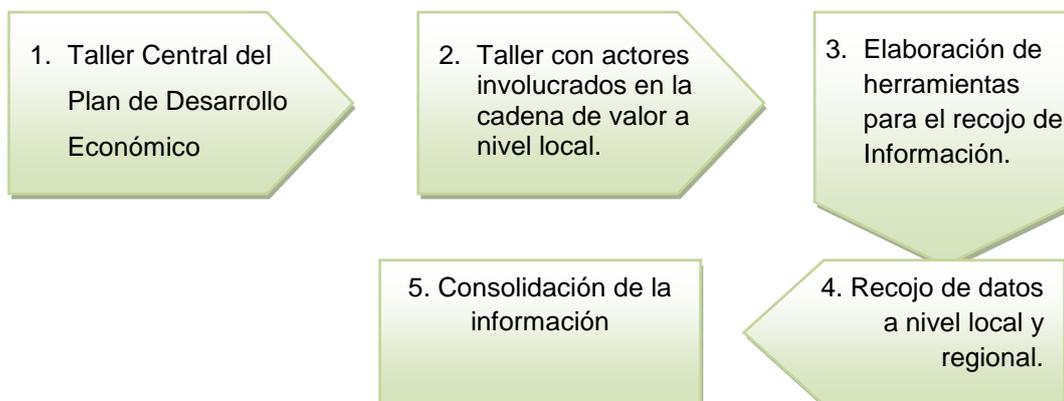
#### d. Descripción de los pasos de la metodología del estudio de mercado.

El estudio de mercado del cuy en el Distrito de Mariscal Gamarra, se ha planteado considerando las características productivas de la zona y el nivel de desarrollo de la competitividad de las familias dedicadas a esta actividad, lo cual ha sido considerado en el punto anterior.

En ese sentido se ha propuesto el siguiente flujograma de 5 pasos detallado también en el plan de trabajo.

### Gráfico N° 05:

#### *Pasos de la metodología de trabajo.*



Fuente: Elaboración propia - 2014

En cada uno de los pasos desarrollados, se ha realizado diferentes actividades que han permitido obtener datos y consolidar la información de mercado, tal como detallamos a continuación.

#### **1. Taller Central del Plan Estratégico del Desarrollo Económico Local**

**(PEDEL).**- Durante este evento, más allá de lograr la identificación del cuy como uno de los productos comerciales más importantes del distrito, se ha iniciado el estudio de mercado de dicho producto, especialmente realizando entrevistas abiertas con los participantes en el evento para determinar el nivel tecnológico, la presencia de organizaciones, el nivel de trabajo y origen de dichas organizaciones, los tipos de cuyes criados y otros aspectos relacionados a las expectativas de los productores con respecto al mejoramiento de esta línea productiva.

#### **2. Taller con actores involucrados en la cadena de valor a nivel local.**

- Tal como lo programado en el taller central, se realizó el evento con la participación de actores involucrados en la cadena de valor del cuy aprovechando los talleres sectoriales del PEDEL. Donde se resaltó la presencia de presidentes comunales, representantes de las organizaciones de productores de la localidad (ASPAMOL y Ricchary Huayna) y autoridades municipales, sin embargo, cabe mencionar que debido a diversos motivos, muchos de los invitados al evento no se hicieron presentes, por lo que se tuvo la necesidad de improvisar la participación de pobladores entre varones y mujeres.

**3. Elaboración de herramientas para el recojo de Información.-** Esta acción se realizó en la ciudad de Abancay, contando con los datos recogidos durante el taller central y tomando en cuenta los requerimientos de información necesarias para mayor conocimiento del mercado se realizó una reunión de análisis con los asistentes (equipo técnico), con quienes se definió la pertinencia de realizar cada una de ellas por cada uno de los productos analizados, se dividió el total de asistentes en dos grupos de personas y con cada uno de los grupos se definieron preguntas específicas y zonas de interés de acuerdo a las necesidades del producto en cuestión tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 10:**

*Dimensiones del estudio de mercado*

DIMENSIÓN DEL MERCADO	PRODUCTO CUY
Espacio	Mercado Las Américas. Zona de acopio en Guadalupe. Quintas en Condebamba.
Oferta	Precios y variación. Cantidad ofertada. Tipos ofertados y precios. Preferencia de edad y peso. Competidores en el mercado.
Demanda	Precios y su variación. Cantidad demandada. Tipos de cuy demandados. Platos preparados.

Fuente: Elaboración propia – 2014

**4. Recojo de datos a nivel local y regional.-**

Con la determinación de criterios para el estudio de mercado, habiendo ya determinado el grupo para el estudio del cuy como producto, se procedió al recojo de información en los espacios especificados. El grupo, se dirigió a los diferentes lugares donde se encontrarían con ofertantes y demandantes, de quienes se obtuvo información, a través de la entrevista abierta, solamente contando con las preguntas guía.

Esta etapa del estudio, estuvo supervisada y dirigida por el responsable del estudio, quien previamente brindó toda la información necesaria para realizar

la tarea de manera eficiente. Así mismo, se realizó una revisión y reflexión de logros en cada uno de los intercambios de zona.

Con los datos recolectados durante horas de la mañana, por la tarde se realizó el ordenamiento de los datos, utilizando diferentes matrices de acuerdo a las recomendaciones de aplicación del SRM – Sondeo rápido de mercados.



Fotografía de ordenamiento de datos utilizando las matrices de la metodología SRM – Sondeo Rápido de Mercados.

##### **5. Consolidación de la información.-**

Los resultados de las entrevistas en el mercado local, el focus group y las matrices elaboradas por los participantes en el SRM de campo en el mercado regional, se analizaron y ordenaron de acuerdo al esquema de presentación del estudio. Esta información primaria se complementó con información secundaria obtenida de diferentes documentos (Plan Estratégico de Desarrollo Distrital, Plan de Desarrollo provincial, Plan de Desarrollo Económico de Mariscal Gamarra), páginas web informativas y espacios especializados.

## IV. LA DEMANDA

### A. Demanda en el Mercado Local.

La demanda local es únicamente de animales vivos, no existe demanda de carne o de otros derivados. Esta demanda se da en función del número de pobladores del distrito y nivel de autoconsumo respecto a su población total de animales. Considerando que el cuy es un alimento considerado de lujo, es consumido en momentos de celebración como fiestas patronales, cumpleaños, matrimonios bautizos, construcción de viviendas y otros, por lo tanto es parte de la economía local y es utilizado en diversos aspectos de la vida de las personas. Según el estudio de campo, taller, revisión bibliográfica y revisión técnica, se cuenta con los siguientes datos:

N° de cuyes por familia : 17.82 cuyes / familia

% de Machos : 20%

Porcentaje de reposición por año : 25%

Porcentaje de consumo por familia : 75%

Población total del distrito : 3,965 habitantes

Demanda total de cuyes vivos por año : 65,563 unidades (*esta cifra se obtiene de la diferencia de la producción total menos el porcentaje de machos y el porcentaje de reposición. En este último se considera la mortalidad.*)

El consumo total de cuyes que viene a ser la demanda del producto durante el año, se distribuye de la siguiente manera durante los meses.

#### Cuadro N° 11:

*Demanda de cuyes en el mercado local durante el año en TM.*

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Cuyes	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464

Fuente: Elaboración propia en base a los datos recogidos.

En el mercado local (en el Distrito de Mariscal Gamarra) no existe una variación de la demanda durante los meses del año, pues el cuy es requerido permanentemente de acuerdo a los hábitos de consumo de los pobladores. Esta demanda se determinó a través del focus group en el taller central del SRM, en el que se ha determinado la cantidad producida por año, así como la cantidad comercializada por cada una de las familias participantes.

## B. Demanda en el Mercado Regional.

En el mercado regional (en la ciudad de Abancay), se ha determinado la demanda a través del consumo per-cápita de cuyes por año y el número de pobladores que constituyen la demanda total de la ciudad de Abancay. En este ámbito se ha aplicado la entrevista directa a consumidores (quintas) para determinar las características del producto demandado y se ha realizado la revisión de estudios anteriores para determinar el consumo per-cápita a nivel provincial.

Consumo per-cápita de cuyes Provincial : 4.56 animales por año

Población Total de la Ciudad de Abancay : 57787 habitantes

Demanda Total de cuyes por año : 263509 unidades por año

### Cuadro N° 12:

*Demanda de cuyes en el mercado regional durante el año*

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Cuyes und.	219,959	219,959	219,959	219,959	219,959	219,959	219,959	219,959	219,959	219,959	219,959	219

Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes de Abancay, por tradición, están acostumbrados a consumir el cuy en diversos platos creativos y exquisitos tales como el pepián de cuy, cuy chactado, cuy relleno, al horno, caldo de cuy, etc, por tanto, la demanda de animales vivos se expresa de manera permanente durante el año. Durante el estudio se ha determinado que en Abancay existen al menos 60 quintas de expendio de platos a base de cuyes, los cuales requieren en promedio 80 cuyes vivos por semana, lo cual significa una demanda anual de 190320 animales vivos. Esta cantidad significa el 72% de la demanda total registrada en la ciudad de Abancay. Por tanto, existe una demanda de 28% que no tiene relación con las quintas, sino con el consumo de la población en diversos eventos sociales – festivos – costumbristas.

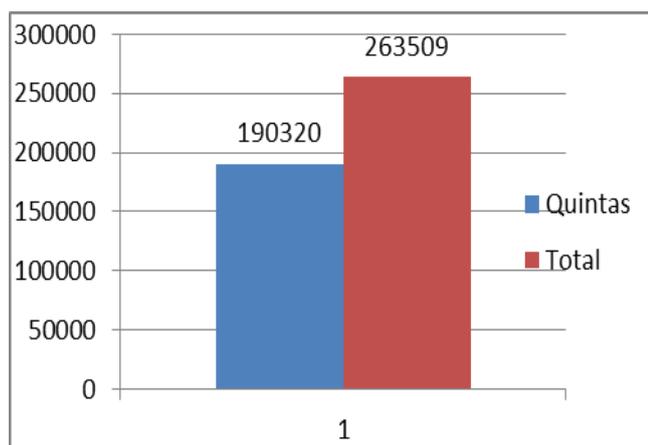
Por lo tanto se definen dos tipos de mercados demandantes: i) el de las quintas, que requieren animales vivos, los cuales en algunos casos no pueden ser cubiertos por la oferta y ii) el de la población en general comprometida en alguna festividad o actividad de celebración. El primer tipo de mercado

demandante significa el 72% y el segundo tipo significa el 28%. En ambos casos se requieren animales vivos.

Gráficamente la demanda total y de las quintas se expresa de la siguiente manera:

**Gráfico N° 06:**

*Demanda de cuyes de parte de las quintas en la ciudad de Abancay – 2014*



Se aprecia que la demanda de las quintas tiene un significado importante para el mercado de cuyes en la ciudad de Abancay.

**Fuente:** Elaboración propia

El crecimiento poblacional y el impulso de actividades tales como el turismo y espacios recreativos, dará lugar a un incremento de la demanda, no solamente de parte de las quintas y restaurantes, sino de parte de la propia población, que hoy en día significa el 28%.

#### Características preferidas de cuyes vivos en el mercado

A través del trabajo de campo del SRM y en el propio proceso se han aplicado encuestas en el mercado regional para determinar las características más preferidas por los consumidores, lo cual es el reflejo de las costumbres, tradiciones y hábitos de consumo del cuy en sus diferentes presentaciones.

En el siguiente cuadro se analizan las 03 características de los cuyes que definen la decisión de compra en los consumidores, lo cual ayudará a los productores del Distrito de Mariscal Gamarra en la definición de su futuro productivo.

**Cuadro N° 13:***Características de preferencia.*

<b>Característica</b>	<b>Apreciaciones</b>
<b>Peso</b>	<p>Existe una preferencia de acuerdo al peso de los animales, lo cual está ligado al plato de destino final:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pepián de cuy: requiere animales grandes, con más de 800 gr., pues será necesario vender los platos por presas tales como piernas y brazos, sin embargo, no son preferidos muy grandes, puesto que el precio de los platos no podrá compensar la inversión.</li> <li>• Chactado: se vende como cuy entero o medio cuy chactado, lo cual requiere cuyes medianos, de 700 a 800</li> <li>• Relleno: en este caso se requieren animales medianos y pequeños, de 600 a 800 gr. de peso vivo.</li> </ul>
<b>Tipo y estado</b>	<p>La preferencia por el tipo de cuyes, no está muy esclarecida, pues en el mercado se tienen únicamente animales de tipo (I) o lacios.</p> <p>Sobre el estado, se requieren cuyes vivos en todos los casos, pues el sacrificio de estos es muy sencillo y permite brindar platos frescos en todo momento. La preferencia por la venta de cuyes pelados o carcasa de estos se da en la Feria Dominical de la Ciudad de Abancay. Los comerciantes mencionan, en total que aproximadamente venden de 30 – 35 cuyes semanales y que han notado un incremento de preferencia en los últimos años, los cuales en su totalidad no envasan la carcasa.</p>
<b>Color</b>	<p>Es preferible cuyes con piel clara, puesto que aquellos que tienen pigmentos, no dan un buen aspecto a platos como e pepián o cuy chactado.</p>

**Fuente:** Elaboración propia en base a la investigación del mercado y SRM

En síntesis según el estudio del SRM existe una preferencia de compra referida al peso y tamaño de los cuyes, sin embargo, en todos los casos se prefiere animales que tengan más de 600 gr., especialmente por la gastronomía que sustenta esta actividad.

## Precios

Los precios se comportan muy variables de acuerdo al tamaño, al peso de los animales y sobre todo al lugar donde estos son expendidos. El precio se ha determinado de acuerdo a la información brindada por los demandantes entrevistados:

### **Cuadro N° 14:**

#### *Definición del precio*

<b>Criterio</b>	<b>Características</b>
De acuerdo al tamaño	Puede variar de 16 a 19 soles cuyes pequeños a cuyes grandes respectivamente.
De acuerdo al peso	Puede variar de 16 a 19 soles de 600 – 800 gramos respectivamente.
De acuerdo al lugar de venta	<p><b>Quintas:</b> En restaurants y quintas el precio varía de 16 – 20 soles, dependiendo de las consideraciones anteriores.</p> <p><b>Acopiadores:</b> ellos se encuentran generalmente en el paradero de buses y combis que llegan desde los diversos distritos y provincias de Apurímac, el precio en estos lugares al barrer es de 12 – 13 soles de acuerdo a la negociación. Los acopiadores son los que abastecen de manera permanente a las quintas y cuentan con acuerdos, generalmente orales para dicha provisión.</p>

**Fuente:** Elaboración propia en base a la investigación del mercado y SRM.

Generalmente no existe variación del precio durante los meses del año, pues la provisión es permanente.

### **C. Demanda en el Mercado Nacional.**

Según el estudio “Mercado del Cuy” - 2007, en el mercado nacional se reconoce que el principal producto del cuy es su carne, la cual se consume en diversos platos típicos como: el Cuy chactado, el pepian de cuy y otros.

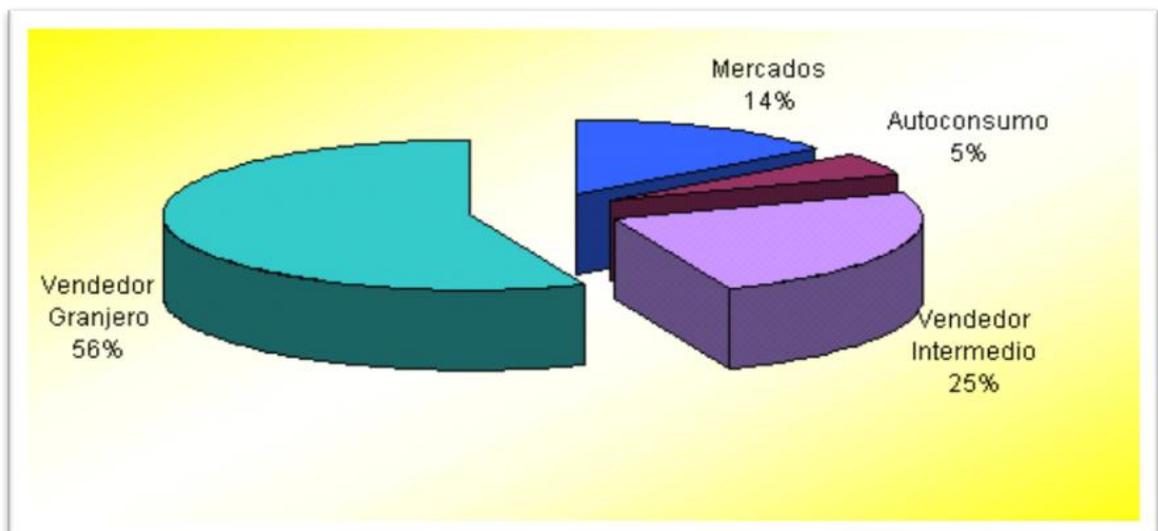
Según la UNALM, la carne de cuy se caracteriza por presentar buenas características nutritivas, como 19.1% de proteína y 7.41% de grasa, El peso promedio comercial de las carcasas llegan a 600 gr.

Sin embargo, su utilización trasciende su carácter de alimento, utilizándose de diversas formas, como:

- ✓ En medicina en períodos de recuperación (Parto, enfermedad, etc.) y para el diagnóstico de enfermedades.
- ✓ En ritos mágico-religiosos.
- ✓ El guano es utilizado como abono y también como insumo en la alimentación de rumiantes como las ovejas.
- ✓ Como mascota, sobre todo a nivel de los países de habla inglesa.
- ✓ Como animal experimental en nutrición y salud.

### Gráfico N° 07:

*Análisis del abastecimiento de carne de cuy en los establecimientos de Lima Metropolitana.*



Fuente: UNALM - 2007

Según el estudio realizado por la UNALM el 56.14% de los establecimientos entrevistados, se abastecen de las granjas semi- comerciales y comerciales, existen en Lima estos restaurantes que son en su mayoría aquellos ubicados en la periferia de Lima: Cieneguilla, Pachacamac, Huachipa, Etc Y Corresponden al tipo Campestre - Recreacional.

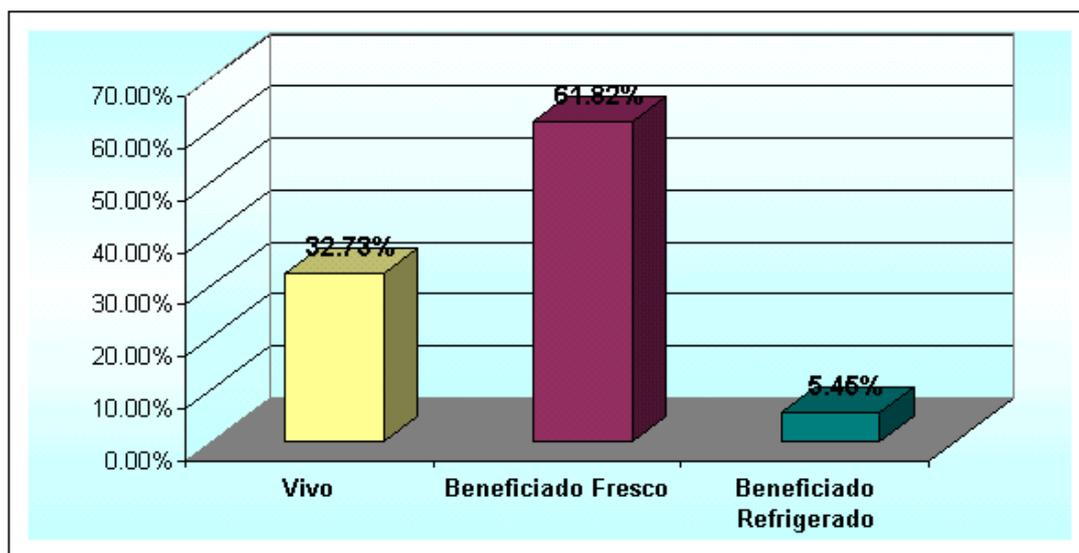
El 24.56% de establecimientos se abastecen de vendedores intermediarios que consiguen el cuy en los mismos mercados mayoristas así también como en pequeñas granjas semi-comerciales y familiares.

El 14.03% se abastece directamente de los grandes mercados de Lima, Pozitos, La Parada, Mercado Central y Mercados Susy.

El 5.27% de establecimientos que poseen su propia granja y se autoabastecen en parte, sin embargo, la mayoría de estos establecimientos no cubren con la demanda de su producción, lo que les obliga a comprar a los intermediarios.

**Gráfico N° 08:**

*Forma actual en que compran los establecimientos la carne de cuy*



Fuente: UNLAM - 2007

Se observa que los establecimientos demandan en un mayor porcentaje (61.82%) el cuy en forma beneficiado fresco y en menor proporción (32.73%) como animal vivo. Esto se debe a un fácil y rápido manejo del cuy beneficiado. Sin embargo, la otra proporción de establecimientos prefiere el cuy vivo debido a que siempre lo han adquirido así y tienen más confianza en el estado animal. De los establecimientos que prefieren el cuy beneficiado, la mayoría lo prefiere fresco y minoritariamente refrigerado, esto puede deberse a que existe una estructura de comercialización establecida que rige el mercado del cuy, ya que hasta el momento no ha habido una oferta difundida del cuy beneficiado y refrigerado.

## V. LA OFERTA

### A. Oferta en el Mercado Local.

La oferta anual en el mercado local está dada por la producción total que se realiza en el distrito de Mariscal Gamarra, en ese sentido, tenemos que la población total del Distrito es de 3,965 habitantes, que están comprendidos en 663 familias, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 15:**

*Población (habitantes y familias) por comunidades del distrito de Mariscal Gamarra.*

N°	COMUNIDADES	ANEXOS	POBLACIÓN	
			HABITANTES	FAMILIAS
01	Collauro	Illichihua	294	58
02	Pichibamba	Ccochahuachi	320	64
03	Licchivilca	Ocrabamba, Circo Chasquimocco Taribamba	469	94
04	Pituhuanca	Llauqui Kautia Lucana, Ollabamba Lloque Huichaycaña	478	95
05	Cruzpata	Kallatqui Ccahuanati	286	58
06	Sarconta	Perccahuatay Cabrapata Siyuccpampa	315	63
07	Sapsi	Pampahuite, Pinculliney Mogge	289	58
08	Palpacachi	Quentas Llaullipata	497	99
09	Ccafiamarca	Anacchuaycco	198	40
10	Utaparo	Quehuancho	220	44
11	Tipín		245	49
12	Paccaypata		267	53
13	Mollebamba		87	18
<b>TOTAL</b>			<b>3965</b>	<b>793</b>

Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo Económico al 2021

También se ha determinado las siguientes características que definen la oferta a nivel distrital:

Familias	: 793 familias	: F
N° de cuyes por familia	: 17.82 cuyes / familia	: NCF
% de Machos	: 20%	: PM
N° de campañas por año	: 4	: CA

Tasa de parición por madre/campaña : 2.54 : TP  
 Porcentaje de reposición por año : 25% : PR  
 Oferta total de cuyes vivos por año : 86,756 unidades : OT

La determinación de la oferta se da a través de la siguiente fórmula:

$$OT = (((F*NCF)PM)CA * TP) PR$$

Según la fórmula, para determinar la oferta total, es preciso considerar el % de machos y el porcentaje de reposición. Finalmente el cálculo está sujeto al número de campañas productivas por año y la tasa de parición por madre por campaña.

Esta oferta se da desde un sistema productivo familiar con bajo uso de tecnología productiva, tal como se describe en el cuadro N° 09.

**Cuadro N° 16:**

*Oferta total de cuyes en el mercado local por meses en unidades*

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Cuyes</b>	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230

Fuente: Elaboración propia en base a los datos recogidos.

La oferta del cuy a nivel local es generalmente de animales vivos, pertenecientes al tipo criollo en el 90% de casos y criollo mejorado y otros en el 10% de los casos.

La crianza se realiza al 95% a nivel familiar que tiene las siguientes características:

**Cuadro N° 17:**

*Características de la Oferta total de cuyes en el mercado local.*

Aspecto del manejo	Descripción
Alimentación	Se realiza de preferencia con desperdicios de la cocina y maíz, se utilizan hierbas y plantas locales como el pisonay y otros que funcionan como forrajes y son cosechadas estacionariamente. Un 25% de los pobladores han implementado espacios forrajeros en sus unidades productivas, lo cual les permite diversificar la alimentación de cuyes, sin embargo, el espacio implementado es insuficiente para mejorar en calidad y cantidad la

	producción.
Sanidad	Este aspecto productivo es descuidado por el total de la población, no se realizan campañas de prevención de enfermedades, por tanto en ciertos momentos, especialmente a inicios y final de la temporada de lluvias se presentan enfermedades como la salmonelosis que diezman la población de animales. En algunos casos se utilizan técnicas locales para tratar algunas enfermedades, lo cual no contribuye mucho en el control de estas.
Manejo genético	En el Distrito de Mariscal Gamarra, es decir en las crianzas familiares de cuyes, existe un alto nivel de consanguinidad por un nulo manejo de las cruzas y de la selección masal. Este aspecto limita el mejoramiento genético de animales con razas mejoradas introducidas en la zona.
Manejo	Todas las edades de animales se encuentran en un mismo espacio, lo cual contribuye a tener hembras preñadas a muy corta edad, con abortos y muerte de crías por aplastamiento.

**Fuente:** Elaboración propia en base a los datos recogidos.

Un 5% de la población de productores ha implementado algunas prácticas, especialmente para el mejoramiento del manejo de cuyes en sus viviendas, generalmente de manera individual y se encuentran dispersos en todo el Distrito.

Entre las técnicas de manejo implementadas, están:

- La construcción de galpones.- Lo que les permite manejar a los animales en un espacio diferenciado de la vivienda familiar, que ofrece un beneficio, tanto para la salubridad familiar, como para la salubridad de los animales.
- Las pozas de crianza.- Esto contribuye al mejoramiento de la reproducción de cuyes y ayuda en la realización de las labores de manejo en general. Así mismo, permite proteger a las crías de los aplastamientos. Algunas familias han implementado jaulas que cumplen la misma función.

- Alimentación con forrajes y concentrados.- Esto permite mejorar el desarrollo de los animales y el logro de los pesos requeridos para la comercialización, así como de realizar un uso más eficiente del forraje.
- Mejoramiento de la sanidad.- Esto ayuda a prevenir pérdidas por ataque de enfermedades internas y externas, lo cual sin embargo requiere ser más consolidada en la población.

Organizaciones de productores de cuyes:

En el Plan Estratégico de Desarrollo Económico Distrital al 2021, solo existen 02 organizaciones identificadas, de los cuales ninguno se dedica exclusivamente a la producción de cuyes, las que mostramos a continuación:

**Cuadro N° 18:**

*Descripción de las organizaciones asociativas*

Nº	NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	Nº DE ASOCIADOS	COMUNIDAD	LÍNEA DE PRODUCCIÓN	SITUACIÓN ACTUAL
1	Asociación de Productores Agropecuarios de la Microcuenca Ollabamba - ASPAMOL	57	Comunidades de la Quebrada Ollabamba	Cultivos y crianzas	operativa
2	Asociación de Productores Agropecuarios "Ricchary Huayna"	25	Palpacachi	Cultivos y crianzas	Regular/ operativa

**Fuente:** Plan Estratégico de Desarrollo Económico al 2021.

Según el diagnóstico, estas dos organizaciones se encuentran operativas, es decir regularmente viene funcionando. lo cual significa que han realizado al menos una reunión anual para tratar temas de situación organizacional, mas no operaciones comerciales.

Este hallazgo demuestra que la cultura organizativa para la producción de cuyes, y en general para los otros rubros en el distrito es muy débil, por tanto la oferta desde este sector, es insignificante incluso para el mercado local.

El problema de las organizaciones atraviesa por un problema fundamental de concepción, pues la mayoría ha sido formada de una manera forzada para responder a objetivos de proyectos específicos y de limitada duración. Al formar la organización y desarrollar las diversas actividades, los miembros asociados han sentido que eran parte del proyecto específico y no de su propio proyecto de vida, lo cual ha contribuido en la inadecuada percepción del rol que desempeña cada organización o que podría desempeñar en el futuro después de concluir el referido proyecto. Esto inmediatamente trae como consecuencia el desentendimiento de los miembros, la pérdida de la brújula impuesta por el proyecto y también la pérdida de liderazgo que de alguna u otra manera era asumida por el responsable del proyecto.

### **B. Oferta en el Mercado Regional.**

La oferta en este nivel de mercado está dada por la producción total de todos los Distritos cercanos a la ciudad de Abancay, que abastecen permanentemente la demanda existente en la ciudad, que de acuerdo a los cálculos significa un 55%, sumado a esto la producción que semanalmente llega desde la provincia de Andahuaylas que es la principal abastecedora que significa el 45% del total de la oferta, lo cual se ha determinado realizando un sondeo en las empresas de transporte y en los comerciantes dedicados a este rubro:

#### **Cuadro N° 19:**

*Fuentes principales de Oferta de cuyes en el mercado regional.*

<b>Tipo de oferta</b>	<b>Cantidad ofertada (animales vivos)</b>	<b>Porcentaje</b>
Oferta permanente de los distritos de la provincia	126976	55
Oferta permanente de la Provincia de Andahuaylas (2000 cuyes por semana)	104000	45
Total de oferta regional	230026	100

**Fuente:** Elaboración propia en base a información recogida

La oferta a nivel distrital está sostenida por productores individuales en su mayoría, es decir crianzas familiares, así también en un menor porcentaje criadores semi - comerciales que tienen entre 200 – 1000 animales en sus pies de cría. La implementación de diversos proyectos referidos a la

promoción de la crianza de cuyes, también ha contribuido en el incremento de la oferta de diversos sectores de la población.

La oferta permanente desde la Provincia de Andahuaylas, está sostenida por criadores individuales y granjas, quienes no venden directamente a la ciudad de Abancay, sino a través de intermediarios que acopian permanentemente en diversos sectores de Andahuaylas y Chincheros.

El precio juega un papel muy importante para el performance de la oferta de cuyes desde la provincia de Andahuaylas, pues al ser muy productiva, en esta se pueden encontrar animales que al ser vendidos en Abancay directamente a las quintas, ofrecen un margen de ganancia de hasta 40%:

#### **Cuadro N° 20:**

*Oferta de cuyes en el mercado regional durante todo el año en unidades*

<b>Meses</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>
<b>Cuyes</b>	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169

**Fuente:** Elaboración propia en base a los datos recogidos.

#### **C. Oferta en el Mercado Nacional.**

La oferta a este nivel se realiza de parte de:

- Granjas especializadas que en promedio tienen 3000 a 10000 cuyes como pie de cría.
- Mercados mayoristas ubicados en diversos puntos de la capital.
- Cadenas de supermercados.

La oferta en el mercado nacional es bastante amplia y competitiva. Las granjas especializadas utilizan técnicas productivas que abarcan aspectos de mejoramiento genético permanente, investigación y estrategias de mercadeo a nivel de nichos de mercado que permanentemente son ocupados.

## VI. BALANCE OFERTA Y DEMANDA

La oferta y la demanda del mercado define las posibilidades de crecimiento de una actividad productiva a través del incremento de la producción o la innovación en la búsqueda de nichos dentro del mercado que permitan colocar una mayor producción a un precio adecuado.

Luego de analizar la oferta y demanda de manera individual, seguidamente se realiza un análisis de lo que implican estos dos elementos económicos a nivel del mercado local y regional.

### A. Balance en el mercado local

En el mercado local, se ha determinado una oferta total de 86,756 cuyes por año, la que ha sido distribuida en los meses del año de manera uniforme.

Así mismo se ha determinado la demanda de acuerdo al consumo de toda la población, lo que asciende a 65,563 animales por año:

**Cuadro N° 21:**

*Balance Oferta Demanda*

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Cuy Oferta</b>	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464	5464
<b>Cuy Demanda</b>	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230	7230
<b>Balance</b>	1767	1767	1767	1767	1767	1767	1767	1767	1767	1767	1767	1767

Fuente: Elaboración propia

El resultado obtenido nos indica que existe una sobreproducción de 21,201 animales que son llevados al mercado regional, que en síntesis significan 1,767 cuyes por mes. Los pobladores manifestaron que una parte de su producción anual, les sirve para cubrir sus gastos urgentes, pues toda la producción no es consumida en sus hogares.

## B. Balance en el mercado regional

En el mercado regional tenemos una oferta dada por la producción de los distritos aledaños a la ciudad de Abancay que significa el 55% de toda la oferta regional y por la producción de la provincia de Andahuaylas que significa el 45%, lo que, según el análisis asciende a 230976 animales.

La demanda está dada por el consumo per-cápita de cuyes que es 4.56 animales por el número de habitantes de la ciudad de Abancay que son 57787 habitantes y hace una cantidad de 263509 animales al año de consumo total. Al comparar estas cantidades de acuerdo a su distribución durante el año, tenemos el siguiente resultado:

**Cuadro N° 22:**

*Balance oferta – demanda del cuy en el mercado regional.*

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Cuy Oferta</b>	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169	19169
<b>Cuy Demanda</b>	21959	21959	21959	21959	21959	21959	21959	21959	21959	21959	21959	21959
<b>Balance</b>	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790	-2790

Fuente: Elaboración propia

El resultado del análisis nos indica que existe una demanda no atendida, la cual asciende a una cantidad de 33483 animales, lo cual significa actualmente el 13% del mercado local.

Según las tendencias, esta demanda se está incrementando con las diversas actividades relacionadas al rubro, por tanto en un futuro próximo será más importante pues existirá una brecha insatisfecha más grande.

## VII. LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Existen 02 canales de comercialización más importantes:

A nivel local, el canal de comercialización en el distrito de Mariscal Gamarra es de productor a consumidor directamente, lo cual sucede de manera eventual al considerar que el 94.5% de la población son productores de cuy. Las vías de comunicación interna son esenciales para dinamizar este canal.

Gráficamente este canal se expresa de la siguiente manera:

**Gráfico N° 09:**

*Canal de comercialización local*



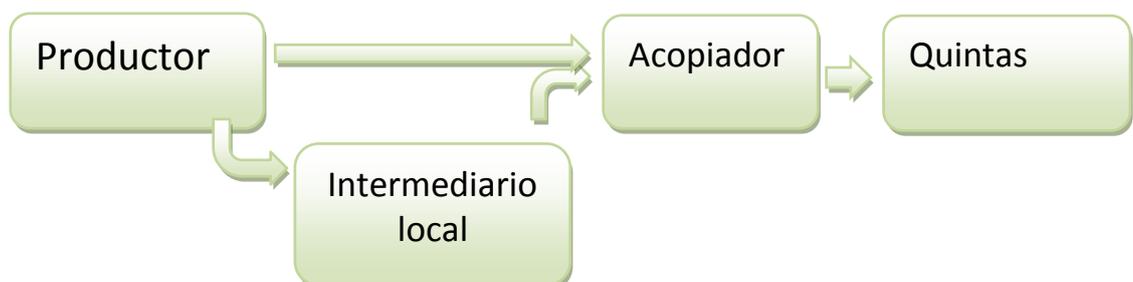
Fuente: Elaboración propia

A nivel regional, el canal de comercialización se da a través de dos maneras:

1). Directamente desde el productor al acopiador en Abancay y de este hacia el consumidor final que vendrían a ser las quintas o 2). Del productor al intermediario local y de este a los acopiadores en Abancay y de allí hacia el consumidor final que serían las quintas. El acopiador es importante, pues es el que cuenta con acuerdos con las quintas para proveerle animales vivos o pelados de manera permanente.

**Gráfico N° 10:**

*Canal de comercialización regional*



Fuente: Elaboración propia

## VIII. CONCLUSIONES

- En el Distrito de Mariscal Gamarra, existe un excedente de producción de animales vivos que no es absorbida por el mercado local, lo que significa el 6% de la demanda en el mercado regional. Los animales llevados a la ciudad de Abancay, están siendo comercializados de manera inadecuada, pues el mercado de la ciudad de Abancay está abarrotado de acopiadores en los paraderos del transporte público que arriba desde los diferentes distritos y provincias de la región, quienes generalmente imponen los precios a los productores.
- El consumidor final de interés para la producción de cuyes del distrito serían los establecimientos denominados quintas y restaurantes, quienes compran cuyes de manera permanente y a un precio más expectante de 19 soles en promedio en comparación de 12 soles de los acopiadores.
- Existe una demanda insatisfecha que significa en total 89651 animales vivos por año, para lo cual, el excedente distrital significa el 20%, por lo que un incremento de la producción de cuyes, sería absorbido totalmente por el mercado regional, por lo tanto existe una oportunidad para la comercialización masiva del cuy.
- Se ha determinado que en el mercado nacional, también existe una demanda insatisfecha que sería el siguiente paso de expansión luego de abastecer una parte mayoritaria del mercado regional.
- Los consumidores, por tanto los restaurantes y las quintas prefieren cuyes tiernos (de 6 meses a 1 año), los cuales tienen la carne suave y son apetecibles.
- No es muy importante la variedad de los cuyes, interesa la piel blanca y la suavidad de la carne, que está relacionada a la edad de los animales.
- Los restaurantes y quintas prefieren comprar cuyes pelados que hayan sido beneficiados con un corte en el cuello.
- La oferta de cuyes del Distrito de Mariscal Gamarra se sustenta en una tecnología de producción familiar inadecuada en un 95%, lo cual no permite que la ampliación de la frontera productiva sea un objetivo próximo.

## IX. RECOMENDACIONES

- Considerando que existe una demanda insatisfecha a nivel regional y las condiciones agroclimáticas adecuadas para la producción de cuyes en la zona, es imprescindible ampliar la frontera forrajera y sobre esta la cantidad de cuyes producidos por unidad productiva.
- La posibilidad de ingresar a un mercado competitivo de manera organizada, brinda muchos beneficios, por lo tanto, los pobladores deben preocuparse en impulsar procesos organizativos reales que respondan a intereses de sus miembros y no solamente de los proyectos temporales.
- Es importante innovar la manera de comercializar los cuyes, es decir sería importante en términos económicos no pasar la comercialización por el acopiador, quien obtiene aproximadamente el 40% de la ganancia luego de llevar el producto hacia el consumidor final que serían las quintas.
- El impulso de actividades como el turismo y la recreación en zonas potenciales como en las comunidades del distrito, puede generar una demanda mayor de cuyes, lo cual se traduciría en un mejoramiento de la producción.
- El mejoramiento del manejo en la producción debe ser una prioridad del servicio de asistencia técnica brindado por la Municipalidad, para lo cual se deben abordar los siguientes aspectos: i) sanidad.- con la finalidad de evitar pérdidas económicas por la aparición repentina de enfermedades como la salmonelosis o parásitos externos. ii) manejo.- para superar la deficiencia de la infraestructura y la tecnología de producción basada en un calendario productivo. En este aspecto también se considera el manejo preventivo y otros aspectos que se basan en el conocimiento de las personas. iii). mejoramiento genético.- con la finalidad de plantear estrategias para el mejoramiento del pie de cría existente hoy en la localidad y iv). alimentación.- que está plenamente basado al nivel de oferta forrajera disponible en la actualidad, la que debería ser ampliada con forrajes asociados y alfalfa. La ampliación de la oferta forrajera se dará en la medida en que se implementen programas de ampliación de las áreas productivas en el distrito, especialmente dotando de agua de riego a las zonas que en la actualidad no cuentan con este servicio.

## FOTOGRAFÍAS



***Acuerdos iniciales para desarrollar el estudio de mercado***



***Análisis de datos estadísticos del estudio de mercado***