

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE MEDICINA VETERINARIA



TESIS:

**Demanda del cuy en los establecimientos de expendio de comida
en cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025**

Para optar el título profesional de:

MÉDICO VETERINARIO

PRESENTADO POR:

Bach. Keivin CARDENAS PALOMINO

ASESOR:

M.V. William Ulises PALOMINO CONDE

AYACUCHO - PERÚ

2026

El presente estudio lo dedico a mis padres Olimpiada y Isidoro, a mi hermano Ian Kilian, por su amor, paciencia y apoyo incondicional a lo largo de mi vida académica. Esta tesis es un reconocimiento a su ayuda en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Ante todo, agradezco a Dios que me guía, protege y acompaña en mi batalla diaria por mejorar día a día y por permitirme alcanzar a esta etapa de mi vida profesional.

Al igual que a mi alma mater, la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, por ser una institución forjadora de excelentes profesionales en servicio a la sociedad.

A la Facultad de Ciencias Agrarias, en especial a mi apreciada Escuela Profesional de Medicina Veterinaria por todas las enseñanzas impartidas durante mi trayectoria universitaria, en cada aula prestada y concederme adquirir experiencias laborales para mi profesión; y a cada uno de los docentes de la Escuela Profesional de Medicina Veterinaria, por su ímpetu, experiencia y compromiso en la enseñanza para mi formación profesional.

A mi asesor, M.V. William Ulises Palomino Conde, a quien le debo la elaboración del presente estudio de investigación, gracias por la confianza, soporte, orientación y amistad brindada, con su experiencia y sabiduría del tema fueron primordiales para lograr mis objetivos. Como también a los miembros del jurado por sus aportes, orientaciones como también de su valiosa colaboración a la culminación de mi tesis.

INDICE

INDICE DE TABLAS.....	6
INDICE DE FIGURAS.....	7
INDICE DE ANEXOS.....	8
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN	10
Objetivos generales.....	11
Objetivos específicos.....	11
CAPITULO I MARCO TEÓRICO	12
1.1. Antecedentes	12
1.2. Cuy.....	15
1.3. Carne	16
1.4. Características de la carne del cuy	17
1.5. Propiedades nutricionales.....	17
1.6. Sistemas de producción en el Perú.....	18
1.7. Consumo per cápita	18
1.8. Oferta.....	19
1.8.1. Ley de la oferta.....	19
1.9. Demanda	20
1.9.1. Ley de la demanda	20
1.9.2. Cambios en la demanda.....	21
1.10. Cadena productiva del cuy	21
1.11. Establecimientos de expendio de comida.....	22
1.11.1. Restaurantes	22
1.11.2. Recreos turísticos.....	23
1.11.3. Mercados o ferias	23
CAPITULO II METODOLOGIA.....	24
2.1. Ubicación geográfica.....	24
2.2. Duración del trabajo	25
2.3. Materiales.....	25
2.4. Método procedimental	25
2.4.1. Diseño de estudio	25

2.4.2. Población	26
2.4.3. Muestra.....	26
2.4.4. Identificación de establecimientos.....	26
2.4.5. Instrumento de recolección de datos.....	27
2.4.6. Validación del instrumento.....	27
2.4.7. Aplicación del cuestionario	28
2.4.8. Preparación de datos	28
2.4.9. Análisis de los resultados	28
CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSION.....	29
3.1. Datos generales de encuestados de cinco distritos seleccionados, provincia de Huamanga.....	29
3.2. Características de compra asociadas a la demanda de carne de cuy	30
3.3. Cuantificación de la demanda proyectada de carne de cuy requerida por los establecimientos de expendio de comida.	50
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
ANEXO	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Tablas de composición nutricional de la carne de cuy</i>	18
Tabla 2. <i>Distribución de los establecimientos encuestados según distrito y tipo de establecimiento, Huamanga – 2025</i>	26
Tabla 3. <i>Características sociodemográficas de los encuestados en cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025</i>	29
Tabla 4. <i>Distribución en los establecimientos según el tipo de proveedor de cuy</i>	30
Tabla 5. <i>Nivel de satisfacción de los establecimientos relacionado a su proveedor actual de cuyes</i>	32
Tabla 6. <i>Problemas señalados por los establecimientos al comprar el cuy</i>	33
Tabla 7. <i>Criterios de compra al adquirir los cuyes en los establecimientos</i>	35
Tabla 8. <i>Canales de compra de cuyes usados por los establecimientos encuestados</i>	36
Tabla 9. <i>Procedencia de origen de los cuyes adquiridos por los establecimientos</i>	37
Tabla 10. <i>Forma de presentación al obtener los cuyes para los establecimientos</i>	39
Tabla 11. <i>Frecuencia de compra el cuy en los establecimientos</i>	40
Tabla 12. <i>Promedio de pesos adquiridos del cuy en los establecimientos</i>	41
Tabla 13. <i>Preferencia de sexo del cuy al adquirir el cuy</i>	43
Tabla 14. <i>Distribución de los precios promedio reportados para la compra del cuy</i>	44
Tabla 15. <i>Preferencia de línea genética de cuy para los establecimientos encuestados</i>	46
Tabla 16. <i>Percepción del cambio en la demanda de carne de cuy en los últimos años</i>	47
Tabla 17. <i>Fechas del año en que los establecimientos notan mayores consumos de carne de cuy</i>	49
Tabla 18. <i>Consumo total de cuyes por semana, según los distritos seleccionados de la provincia de Huamanga</i>	50
Tabla 19. <i>Demanda anual estimada de los establecimientos encuestados</i>	52

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Mapa geográfico de la provincia de Huamanga con los 5 distritos optados.....</i>	24
--	-----------

INDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1. Obtención de planos catastrales de la zona urbana de los cinco distritos seleccionados.....</i>	<i>63</i>
<i>Anexo 2. Matriz de consistencia.....</i>	<i>64</i>
<i>Anexo 3. Operacionalización de variables.....</i>	<i>65</i>
<i>Anexo 4. Encuesta aplicada en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga.....</i>	<i>66</i>
<i>Anexo 5. Ficha de validación de juicio de expertos</i>	<i>71</i>
<i>Anexo 6. Procedimiento de llenado de la encuesta en los cinco distritos de la Provincia de Huamanga, 2025.....</i>	<i>77</i>
<i>Anexo 7. Procesamiento de los datos recolectados de las encuestas en el programa estadístico</i>	<i>80</i>

RESUMEN

En el presente trabajo tuvo como objetivo determinar la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025. La investigación fue desarrollada bajo enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, transversal y no experimental, desarrollándose mediante la técnica de la encuesta dirigida a los locales donde expenden comida a base de carne de cuy, en la zona urbana de los distritos de Ayacucho, San Juan Bautista, Carmen Alto, Andrés Avelino Cáceres Dorregaray y Jesús Nazareno, recolectándose una muestra censal de 40 locales entre restaurantes, recreos turísticos y mercados/ferias. Los resultados obtenidos fueron que hay una demanda semanal estimada de 4103 unidades de cuy para los establecimientos de los cinco distritos de la provincia de Huamanga, donde la mayoría de los locales compran los cuyes de productores individuales y seguido de los mercados, que les traen a sus locales el producto. Cuyas características relacionadas a la demanda son la elección del peso de 970 gramos de peso vivo en promedio, con un costo promedio de 24 a 25 soles (50%), prefiriendo de cuyes machos (62,5%), donde lo adquieren el cuy de preferencia semanalmente (65%), de línea genética variada (57.5%) pero destaca la línea Perú (42.5%); Asimismo, el 67,5 % de los encuestados percibió un aumento moderado de la demanda durante los últimos años, identificando al “Día de la Madre” y a la “Semana Santa” como las temporadas de mayor consumo del cuy. Finalmente, se tiene una demanda proyectada anual de 213 356 unidades de cuy para abastecer a los establecimientos evaluados. Concluyendo que la demanda de carne de cuy constituye un producto gastronómico de la región de una tendencia creciente, constituyendo una referencia para la producción planificada y abastecimiento de la cadena productiva del cuy en la región.

Palabras claves: Demanda, carne de cuy, establecimientos, comercialización, Huamanga.

INTRODUCCIÓN

La carne de res, pollo y cerdo es ampliamente reconocida y constituye la mayor parte del consumo de carne en todo el país. Estas carnes son fácilmente accesibles en todo el Perú, lo que las hace factibles en términos de precio. Sin embargo, no son completamente saludables, ya que no proporcionan todos los nutrientes necesarios. Esto ha llevado a muchas familias a considerar opciones más saludables, como la carne de cuy, que ofrece una alternativa nutritiva y sabrosa (Sánchez-Quilla, 2019; Tola, 2020).

El cuy (*Cavia porcellus*) es un mamífero originario de la zona andina peruana, su crianza es extendida en el espacio rural para aprovecharlo como un animal que produce carne para el consumo de la población. Muy usada como alimento para países latinoamericanos, como son: Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú, ya que el cuy ofrece un alto valor nutricional en comparación a otras especies y su periodo corto de reproducción, permite incrementar la población de cuyes y contribuye a mejorar el nivel nutricional de las personas, gracias a ello, existen numerosas granjas dispuestas a su crianza y la comercialización (Chauca, 1997; Cortez & Olivera, 2019).

Existen diversas formas de prepararla, desde las recetas tradicionales hasta las fusiones que combinan procesos modernos y ancestrales. A pesar de sus beneficios, su consumo no es ampliamente popular en algunos sectores de la población, que puede deberse a la poca oferta en los mercados u otros establecimientos. Pero en algunas regiones como Ayacucho son platos típicos que se consumen con mayor demanda, pero la deficiencia de manejo de los cuyes y con mala calidad de presentación hace que no haya mucha atracción para que más población consuma frecuentemente la carne de cuy (Ahumada et al., 2016).

La demanda de cuyes es una parte importante de la gastronomía peruana, especialmente en la región de Ayacucho. Sin embargo, existe una falta de estudios específicos que analicen cuántos cuyes se consumen en los diferentes establecimientos urbanos de la ciudad, tomando en cuenta las características preferidas como es el peso, tamaño, sexo, raza, fechas festivas, entre otros. Por lo que esta investigación nace por el interés de analizar la demanda de cuy que se requiere en los establecimientos de comida a base de carne de cuy en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga.

Objetivos generales

- Determinar la demanda de carne de cuy en establecimientos de expendio de comida en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga.

Objetivos específicos

- Describir las características de compra asociadas a la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida.
- Cuantificar la demanda semanal y proyectar el volumen anual de carne de cuy requerida por los establecimientos de expendio de comida.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

En el estudio sobre la determinación de la demanda de carne de cuy en dos áreas de la localidad de Patacamaya, tiene como objetivo del estudio es evaluar la demanda de carne de cuy, analizando sus características en comparación con otros tipos de carne. Donde describe la demanda real, la demanda potencial y la frecuencia de consumo de carne de cuy en dos zonas de Patacamaya - Bolivia. En cuanto a la demanda real de carne de cuy, en ambas zonas: tanto la Zona A y Zona B compran carne de cuy en cantidades que oscilan entre 1 kg y 1,2 kg. La demanda potencial de consumo de carne de cuy muestra que 10 hogares en la Zona A y 8 hogares en la Zona B podrían estar dispuestos a consumir carne de cuy. En cuanto a la frecuencia de consumo: el 44% en la Zona A y el 52% en la Zona B consumen carne de cuy una vez a la semana. En las encuestas hechas se generaron opiniones y respuestas positivas de las personas sobre el tema, por tanto, hay una amplia posibilidad de incrementar la demanda de carne cuy y los aspectos generales para el consumo de carne de cuy (Tola, 2020).

El cuy es un producto alimenticio de alto valor biológico de la población rural de bajos recursos económicos de Ecuador. La mayor demanda de cuyes se concentra en las provincias (Tungurahua, Azuay, Cotopaxi, Pichincha, Chimborazo e Imbabura). El consumo per cápita en la zona rural es de 1,41 Kg/mes y 16,90 Kg/año, lo que equivale a un promedio de 8 cuyes/año, mientras que el consumo per cápita en la zona urbana es de 0,710 Kg/mes y 8,52 kg. Kg/año, equivalente a 4 cuyes/año. El precio del cuy vivo, cuy pelado, cuy envasado o cuy asado depende de aspectos muy importantes como la edad, el peso y la calidad del canal. En este contexto. Los hallazgos se relacionan con la calidad de la carne de cuy, la oferta y demanda de cuy, las empresas y asociaciones dedicadas a la comercialización de carne de cuy y cómo se comercializa el cuy en Ecuador (Reyes et al., 2021).

El propósito de estudio fue determinar la relación entre los sistemas de producción de cuy y las tendencias comerciales en Cajamarca, durante 2020 a 2022. La muestra fue de 50 productores de cuy, mediante el muestreo simple al azar. Los resultados de la investigación muestran que el sistema de producción de cuy se compone de tres piezas: proveedores, productores y vendedores. Los distribuidores son agroveterinarias de Chota (80%); el programa Avanzar Rural brinda asistencia técnica e infraestructura. Los productores iniciaron sistemas de crianza de cuyes basados en tradición familiar (64%), predominando los sistemas de crianza

comercial (94%) a base de forrajes cultivados y crían cuyes tipo 1, con un promedio de 235 cuyes por hogar. Del 2020 a 2022 la producción de cuy alcanzó las 37,285 cabezas, con un crecimiento promedio anual del 17%. Los restaurantes compran insumos a los productores (82,4%) y solicitan cuyes vivos en función del tamaño (70,6%) y peso (29,4%). Los estilos culinarios más frecuentes son el cuy frito con el 76,5%; y el consumo aumenta a una tasa promedio de 0,4% anual (Burga, 2023).

La investigación fue examinar las características de los consumidores de canales de cuy en la ciudad de Abancay (Apuurímac). El muestreo de consumidores intermediarios es no probabilístico (46 propietarios de villas turísticas y/o restaurantes), mientras que el muestreo de consumidores finales es probabilístico (382 de la población total). Los consumidores medios son mujeres (59%), con edades entre 48 y 56 años (32,6%). Consumen entre 6 y 32 canales (78%) una vez por semana (100%) de los productores (58,7%). Prefirieron cuyes sacrificados (71%), cuyes jóvenes (78%), cuyes criollos (48%), machos (65%), de peso entre 700 gramos y 1 Kg, con precio entre 16 a 26 soles, siendo los dos platos más populares (cuy relleno 48%, cuy chactado 41%). Los consumidores finales estuvieron mujeres (76.7%), de una edad de 30 a 37 años (23.0%), consiguieron en los mercados (57.1%), una vez por mes (50.8%), de dos a cuatro carcasas (46.1%), tiernas sin importancia del sexo, genotipo, color ni procedencia, adecuados precios desde 27.00 a 30.00 soles, siendo el sabor y la costumbre los dos motivos de consumo más importantes (82.8%) (Huallpa, 2021).

En el presente trabajo de investigación se realizó un estudio sobre las características de la demanda de carne de cuy en el distrito de Ayacucho, para lo cual se encuestó a los habitantes del distrito. La demanda de carne de cuy se demostró que el 96% de los encuestados son consumidores de carne de cuy y de igual manera la principal característica que determina el consumo de carne de cuy es la salud en un 34%, además los sitios que compran a la carne son el mercado con el 47%, y otro 34% piensa que una característica especial de comprar carne de cuy es la limpieza. Si tiene carne de cuy con buena calidad y apariencia por parte del promotor de ventas y un cooler que conserva el producto se tuvo un 87%. El consumo per cápita de carne de cuy se estima en 1,1 kilogramos. De esta manera, la cantidad de carne de cuy consumida en un año es de 122,048 unidades (Sánchez, 2024).

En esta investigación la comercialización de carne de cuy al mercado de Lima Metropolitana se tiene que desarrollar un ánimo emprendedor a un plazo duradero. No obstante, el área de producción de cuy es muy extenso, la comercialización en altas cantidades no es

apropiada, determinando a validar escenarios para su comercialización cumpliendo con los estándares de calidad iniciando de la asesoría a los productores o proveedores de la crianza hasta la entrega del producto final. Considerándose los costos en la producción realizando técnicas productivas en la genética y alimentación balanceada, obteniendo un producto de calidad cumpliendo los estándares requeridos por los consumidores finales. Del cual, debe poseer una buena relación larga y fuerte con los proveedores de alimentos, insumos y otros que se necesiten, con preferencia de la misma localidad, para poder facilitar y garantizar el soporte y abastecimiento de manera continua (Corpus & Morón, 2022).

El estudio tuvo como finalidad evaluar el comportamiento productivo de cuyes machos de la raza Perú sometidos a tres sistemas de alimentación en condiciones de la sierra de Apurímac. Se utilizaron 45 cuyes, los cuales fueron asignados aleatoriamente a tres tratamientos: alimentación con alfalfa (T1), alimento balanceado más agua (T2) y una combinación de alimento balanceado más alfalfa (T3). Los resultados mostraron diferencias significativas en la ganancia de peso, registrándose valores de 12,39; 9,02 y 12,47 g/día para T1, T2 y T3, respectivamente. Además, los pesos al beneficio fueron de 876,65; 714,65 y 879,91 g, mientras que los rendimientos de carcasa alcanzaron 61,85; 61,89 y 62,78 %, respectivamente, sin evidenciar diferencias significativas entre tratamientos. Desde el punto de vista económico, los tratamientos T1 y T3 presentaron una mayor ganancia neta y rentabilidad frente al T2. En consecuencia, el empleo de un sistema de alimentación mixta basado en alimento balanceado y alfalfa constituye una alternativa favorable para mejorar la producción de cuyes en Apurímac (Huamán et al., 2021).

La investigación tuvo como objetivo analizar los canales de comercialización y estimar la demanda potencial de carne de cuy en la ciudad de Puno en 2024. Los resultados evidenciaron que el mercado local es el principal canal de adquisición de carne de cuy y que la compra se realiza principalmente de manera ocasional, siendo la calidad el factor de mayor importancia para los consumidores. En cuanto a las características del producto, predominó la preferencia por cuyes beneficiados, frescos y enteros, de tamaño mediano, con un peso entre 601 y 800 g. La oferta anual estimada alcanzó 1 290 cuyes, equivalente a 108 unidades mensuales, mientras que la demanda potencial fue de 30 212,07 kg/mes (Benito, 2025).

La investigación fue desarrollada con comerciantes de carne de cuy de los mercados Mayorista y Modelo del distrito de Huancayo, con el propósito de determinar y evaluar las principales estrategias de marketing empleadas en la comercialización de este producto. Los

resultados mostraron que el 80 % de los comerciantes identifica el producto como cuy beneficiado en carcasa de cuy, el 75 % manifestó que su consumo se realiza semanalmente. En relación con el precio, el 90 % quiere un cuy grande, con un peso de carcasa superior a 850 g, se encuentra entre S/ 23 y S/ 26. En conjunto, el estudio evidencia que las estrategias de comercialización se sustentan en la presentación del producto, precios competitivos, atención al cliente y una distribución orientada principalmente a los mercados (Dionisio, 2024).

La investigación se desarrolló en la provincia de Mariscal Nieto - Moquegua, de 2016. El estudio tuvo como objetivo caracterizar los sistemas de producción de cuyes. Entre los principales resultados, se encontró que el 84,50 % de los productores realiza la saca de los cuyes cuando alcanzan aproximadamente 800 g de peso, mientras que solo el 2 % los comercializa al alcanzar 950 g. En los distritos seleccionados, el 100 % de los productores señaló realizar la saca a los 800 g, mientras que en Moquegua esta proporción alcanzó el 80,80 %. El estudio concluyó que el peso de 800 g constituye el principal peso de comercialización de los cuyes en la provincia de Mariscal Nieto, debido a que corresponde al peso requerido por los restaurantes campestres de la región Moquegua (Revilla, 2022).

1.2. Cuy

El cuy (*Cavia porcellus*) tiene muchos nombres dependiendo del lugar, de las cuales son conocidos como cobayos, curi, huanco, conejillo de las indias o guinea pig, es un mamífero roedor oriundo del territorio andino de América (Colombia, Ecuador, Bolivia y Perú principalmente), cuyos ancestros eran la proteína animal, la base de la dieta de la población rural. Los cuyes son pequeños herbívoros monogástricos, con las características de gran rusticidad, ciclo biológico corto y buena fecundidad. Determinaron que las ventajas de criar cuyes incluyen sus cualidades como herbívoros, ciclos reproductivos cortos, facilidad de adaptación a diferentes ambientes y el uso de una dieta variable que no compite con las otras dietas de animales monogástricos. Además, es un animal adaptado a múltiples climas y alturas, encontrándose en todas las regiones del Perú, incluso hasta los 4500 m.s.n.m., tanto en zonas frías como cálidas (Chauca, 2020; Reyes et al., 2021).

Por ser una especie criada principalmente para consumo de su carne, las investigaciones en mejoramiento genético se han enfocado principalmente en lograr un mayor rendimiento de la canal al beneficio en menor tiempo, dependiendo de diversas características productivas y

reproductivas, que influyen directamente en la rentabilidad de la producción cárnica al momento de ser beneficiados (Aliaga et al., 2009).

Actualmente están cobrando un enorme protagonismo en las explotaciones en general por su rápido crecimiento, facilidad de manejo, rusticidad, producción de estiércol, apreciable sabor de la carne y su comprobado valor nutricional, igualmente genera fuente de ingreso económico en la población rural. Hoy en día, es una de las especies más criadas por la población rural, haciendo de su consumo una tradición (Chauca, 2020).

1.3. Carne

Es el tejido muscular de un animal sacrificado (animal de abasto), considerado aparentemente sano en el momento del sacrificio y son sacrificados en buenas condiciones higiénicas, van a sufrir una serie de transformaciones (físicas, químicas y bioquímicas) progresivas e irreversibles, que se convierte en un producto nutritivo llamado “carne” (Campos, 2018).

La carne es definida como el tejido muscular de animales empleados como una alimentación de alta calidad, debido a su amplia variedad de nutrientes extraordinariamente balanceados y de fácil digestibilidad, con gran contenido de proteínas de alta calidad, excelente contenido de hierro, fósforo y vitamina del complejo B. Por lo general, la carne como el tejido muscular esquelético provienen de animales vivos, está seguida por las porciones de hueso, nervio, tendón y vasos sanguíneos que usualmente están agrupados al tejido muscular y no los separan en el proceso de destace. Las proteínas musculares como la miosina y actina, contiguo al tejido conjuntivo o conectivo, formaliza los componentes estructurales muy importantes de las carnes, que serán acompañadas de cantidades diversas de grasa (Fuentes, 2015).

En bromatología, la carne es el producto obtenido tras el sacrificio de los animales en un matadero y la extracción de vísceras en adecuadas condiciones higiénicas. La caracterización y el análisis de la carne, son fundamentales para el procesamiento de alimentos, la vigilancia de calidad, la garantía, su caracterización nutricional y etiquetado del producto. La composición química de la carne es muy compleja y varía dependiendo de una gran cantidad de factores extrínsecos e intrínsecos. La composición precisa y cómo estos componentes se ven afectados por las condiciones de la manipulación, procesamiento y almacenado, se fijarán finalmente su alcance nutricional, durabilidad y la aceptación por parte de los consumidores (Ayala, 2018).

1.4. Características de la carne del cuy

Fundamentalmente el producto tiene mucha relación con la constitución de su carcasa y el valor nutricional. La carne de cuy se caracteriza por ser una carne rica en proteínas (21%) y a su vez baja en grasas (7%), obteniéndose una serie de beneficios nutricionales para quien lo consume. El bajo porcentaje de grasas que contiene, permite ser aprovechables por las personas que tienen problemas de obesidad y de enfermedades cardiovasculares (tener en cuenta el consumo con moderación). Por lo tanto, la carne de cuy, responde a la actual demanda por los productos de mínimo aporte calórico y una baja contenido graso, como consecuencia de la toma de conciencia del público consumidor por darse una vida más saludable y de tal manera no ser alcanzados por la epidemia silenciosa llamada obesidad que cada día conlleva a más víctimas en todo el mundo (Cortez & Olivera, 2019).

La carne de cuy es de tipo magra, con una grasa menor al 10 %, alto porcentaje de proteínas y baja en colesterol y sodio, que es ideal para incluir en una alimentación mixta y equilibrada apta para toda la población, desde los niños hasta los ancianos, y en las diversas situaciones fisiológicas, como en la etapa de embarazo o la lactancia. Por lo tanto, esta carne es muy consumida en muchos países, por ser muy sabrosa, suave, con alta calidad nutritiva y fácil digestión; presentan muchos beneficios para la calidad y salud humana, porque es fuente de proteína, hierro y vitamina B12, en definitiva, es un excelente alimento dietético (Flores et al., 2017).

La característica exclusiva de la carne de cuy, es el alto valor nutricional a comparación de otras especies, donde la carne supera el contenido de proteínas y minerales. La carne de cuy es usada para el curado y horneado, debiendo cumplir con las normas de inocuidad y manipulado correctamente para garantizar una buena calidad a los consumidores (Culqui, 2018).

1.5. Propiedades nutricionales

La carne de cuy presenta un 19.0 % de proteínas, 78.1 % de humedad (Agua), 1.6 % de grasa y otros más como se describe en la tabla 1, obteniéndose un rendimiento promedio de carcasa del 65%, todo ello para tener una mejor alimentación para la población y muy beneficiosa para la salud (Reyes-García et al., 2017).

Tabla 1*Tablas de composición nutricional de la carne de cuy*

Nutrientes	Contenido	Unidad
Grasa total	1.6	g
Agua	78.1	g
Proteína	19.0	g
Carbohidratos totales	0.1	g
Caloría	96.0	kcal
Calcio	29	mg
Fósforo	258	mg
Zinc	1.57	mg
Hierro	1.9	mg
Tiamina	0.06	mg
Riboflavina	0.14	mg
Niacina	6.5	mg

Nota. Reyes et al., 2017.

1.6. Sistemas de producción en el Perú

Se describe al conjunto de prácticas, técnicas de manejo y condiciones ambientales encaminadas a la crianza, reproducción, alimentación y aprovechamiento productivo del cuy. Estos sistemas pueden variar como en la escala, nivel tecnológico y objetivo productivo de cada granja. Por lo que generalmente se clasifican en tres modalidades: crianza familiar, crianza familiar-comercial y crianza comercializada (Chauca, 1997).

1.7. Consumo per cápita

Dicho incremento es debido al apoyo del estado, que persistentemente está indagando formas para que el consumo del cuy sea mayor para equiparar las demás carnes como es la res o incluso al pollo. En el 2013 se ha declarado el “Día Nacional Del Cuy” que se da el segundo viernes de octubre, a manera de promocionar el consumo de carne de cuy. Esta festividad también ha reforzado el incremento de consumo de la carne de cuy, permitiendo que la población sepa más sobre su crianza, formas de consumo y el valor nutricional (MINAGRI, 2013). En la última información basada en la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA), sobre los datos de población de cuyes para el año 2017, estiman que en este año tuvo un consumo per cápita de carne de cuy de 0,660 Kg por habitante/año (Contreras, 2019; León, 2023).

1.8. Oferta

Se puntualiza como la cantidad que los productores están aptos a vender en el mercado a un precio fijado durante un período determinado. Constituye todos los bienes producidos o encontrados en el mercado, que pueden ser bienes o servicios y proporcionados. Los fabricantes y distribuidores ofrecen productos a los consumidores en diferentes mercados a diferentes precios. Pero ¿Qué factor primordial estipula los precios de oferta? Autónomamente del bien que se trate, el primer concluyente del precio es el costo de producirlos (Astudillo & Paniagua, 2012).

La oferta es la cantidad de bienes que las empresas productoras están dispuestas a producir en un cierto tiempo. ¿Qué factores influyen en la decisión de ofrecer más o menos bienes? Primeramente, al igual que ocurre con la demanda, el precio de lo que se ofrece también tiene un gran impacto. Cuanto mayor es el valor, mayor es la cantidad que se ofrece; este hallazgo se conoce como ley de la oferta: la cantidad ofrecida de un bien está relacionada concretamente con su precio. La oferta de un bien también depende de los precios de los factores de producción utilizados en su producción: tierra, trabajo y capital, usados en su preparación (Hoyo, 2015).

1.8.1. Ley de la oferta

Es el efecto de los cambios en el precio sobre la cantidad ofrecida de un bien. La ley de la oferta constituye que, si el precio de un bien o servicio incrementa, aumenta la cantidad del bien o servicio que los productores están dispuestos o consiguen vender en un período de tiempo determinado. Si el precio de un bien o servicio disminuye, el monto ofrecido también disminuye. Por lo tanto, existe una concordancia directa entre el precio y la cantidad ofrecida (Astudillo & Paniagua, 2012).

Esta relación directa entre precio y cantidad ofrecida se basa en el supuesto de que los bienes y servicios son producidos por empresas cuyo objetivo principal es obtener ganancias, y que el precio relativo de un producto en relación con otros bienes es un determinante importante de la rentabilidad; la conclusión es que cuanto mayor sea el precio del bien que estamos estudiando, más rentable será su producción y por tanto mayor será su oferta. Este principio, que a menudo subyace al comportamiento de los postores o vendedores, se conoce como ley de la oferta, la relación positiva que existe entre el precio y la cantidad ofrecida (Mankiw, 2012).

1.9. Demanda

La demanda es la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir en una unidad de tiempo. Es afirmar que la cantidad demandada de un bien se mueve en sentido inverso al de su precio. Esta particular relación entre precio y cantidad es tan general que los economistas la han llamado Ley de la demanda (Hoyo, 2015).

Se refiere a la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o clientes están dispuestos a obtener, para satisfacer sus necesidades o gustos y que tienen la capacidad de pagar a un precio determinado y en una ubicación determinada (Mankiw, 2012).

La demanda es una estimación razonable de la probabilidad de ventas cuantitativas de un producto o servicio en un período determinado y a clientes definidos. Es una cuantificación de los deseos del mercado y está influenciada por los recursos disponibles para los consumidores y los incentivos de marketing de la empresa y la competencia (Pereira & Sánchez, 2018).

1.9.1. Ley de la demanda

La relación entre precio y el conjunto demandado es válida para la mayoría de los bienes de la economía; y es tan común que los economistas la llaman la ley de la demanda. Indicando, si todo lo demás permanece constante, cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad demandada de ese bien disminuye, y cuando el precio disminuye, la cantidad demandada de ese bien aumenta (Mankiw, 2012).

La ley de la demanda establece que la demanda de un bien aumenta cuando su precio disminuye y viceversa. ¿Cuáles son los conocimientos que justifican esta ley? Los argumentos pueden variar ampliamente, pero para nuestros propósitos el sentido común y la observación serán suficientes. Entonces la primera razón de esta ley es que el consumidor ve los precios altos como una barrera que le impide comprar, mientras que la experiencia nos dice que en realidad los precios muy altos disuaden al consumidor de comprarlo, y los precios bajos lo alientan a adquirirlos. Pero hay una segunda razón que explica este comportamiento, y se refiere a la eventualidad de sustitución entre unos bienes y otros (González et al., 2009).

1.9.2. Cambios en la demanda

Existe diversos factores de cambios en la demanda, como indica (Astudillo & Paniagua, 2012):

- Precios de los bienes sustitutos: trata de un bien que es empleado en lugar de otro.
- Precios de bienes complementarios: es un bien usado en conjunto con otro bien.
- Precios esperados en el futuro: hay mucha expectativa de que un precio de un bien se aumentará y es posible acumularlo o guardarlo, causando un crecimiento de la demanda actual del bien.
- Ingreso de los consumidores: si un ingreso incrementa los consumidores adquirirán más de los bienes normales (demanda aumenta acorde a su ingreso), además afectará en su demanda de los bienes inferiores (cuya demanda baja correspondientemente crece el ingreso).

1.10. Cadena productiva del cuy

Entendiendo el proceso productivo del cuy es fundamental para la comercialización en el mercado, ya que permite gestionar de manera adecuada el tiempo de crianza para vender el animal eficientemente. Donde inicia con el empadre, seguido de un período de gestación de 68 días en promedio; luego del nacimiento, los cuyes pasan por un periodo de lactancia de aproximadamente 21 días, y posteriormente se cambia al periodo de engorde, el tiempo que se espera que tenga un peso cercano a 1 Kg, que sirve como referencia para su beneficio tanto reproductivo o de venta cárnica. Existen dos tipos de canales de cuyes para consumo: los parrilleros, que son animales de 3 meses de edad en promedio, y los de saca, que corresponden a hembras después de su tercer parto o más, según el tipo de crianza. Es importante destacar que la canal, al momento de la venta, incluye cabeza, patas y riñones. Además, la canal debe tener tamaño, peso y edad uniformes, sin golpes ni otras alteraciones que puedan afectar la calidad del producto. En los diversos mercados, los cuyes se venden ya sacrificados y eviscerados mayormente, con un costo agregado en su presentación. El aumento en la demanda de carne de cuy impulsa a que más familias se dediquen a su crianza y garantizar productos con adecuado estado sanitario y nutricional principalmente (Enríquez, 2019).

En el trabajo de Tola (2020), indica que la cadena de comercialización es un conjunto de todas las acciones necesarias que se realiza desde el producto inicial que es el que llega hasta el consumidor final. Para ello se tienen diversos agentes que se involucran en el proceso como:

- a. Productor: es el primer agente quien inicia el momento en que decide producir, toma las decisiones relacionadas en dicho producto desarrollado.
- b. Intermediario: también llamado acopiador, actúa como el primer vínculo entre el productor y los demás intermediarios; cuya función es reunir o acopiar la producción rural o urbana dispersada y poder agruparla en lotes homogéneos.
- c. Mayoristas: tienen la tarea de juntar la producción y organizarla en grandes lotes uniformes del producto, lo que permite la formación de precios y facilita las operaciones masivas y de almacenamiento, envío y preparación para la siguiente distribución.
- d. Minorista: son como otros intermediarios, cuya función principal es dividir el producto y proveer directamente al consumidor.
- e. Asociación de productores: son los grupos como cooperativas agropecuarias que regulan políticas distintas y actúan en la producción y comercialización del producto final.
- f. Consumidor: representa al último agente del canal de comercialización.

1.11. Establecimientos de expendio de comida

Son los locales de producción de alimentos preparados de forma culinaria, precocido, cocido o en crudo, de diferentes alimentos como son de origen animal o vegetal, agregándose algunas sustancias autorizadas para el consumo humano. Por lo tanto, se consideran a los mercados, restaurantes, quioscos, comederos, bodegas y otros; que llegan a comercializar para llegar al consumidor final (Bazán, 2014).

1.11.1. Restaurantes

Se define como un lugar que expende comidas y bebidas al consumidor cuya preparación es dada por el local y se debe cumplir con las normas sanitarias para los restaurantes y otros servicios de comida, que son aprobados por el Ministerio de la Salud. Tienen una calificación de uno hasta cinco tenedores según las condiciones mínimas que se requieran como la infraestructura, servicio y número de personal que ofrece los alimentos. Con

ello se logra una mejor presentación de calidad de la gastronomía peruana para la atención del visitante (Montesinos, 2016).

1.11.2. Recreos turísticos

El concepto de un recreo turístico o campestre se refiere a un negocio al aire libre, donde ofrecen comida típica del lugar, con presencia de la naturaleza y entretenimiento dados en un solo lugar, que son ideales lugares para las familias o amigos que buscan relajarse fuera de la ciudad. Los visitantes gozan durante el día de relajación y diversión, fundamental para el desarrollo social y emocional de los visitantes (Ramírez, 2025; Rivera, 2017).

1.11.3. Mercados o ferias

Son establecimientos comerciales donde diversos vendedores ofrecen los alimentos frescos, productos agropecuarios y otros bienes para los consumidores. Estos espacios son fundamentales en el sistema de abastecimiento alimentario, ya que facilitan la distribución y comercialización de productos provenientes de productores, mayoristas e intermediarios para la población. Asimismo, se deben cumplir con los reglamentos sanitarios establecidas por la autoridad competente para certificar la inocuidad, calidad e higiene de los alimentos comercializados en dichos lugares (MINSA, 2023).

La definición de mercado de abastos se refiere a un local comercial que alberga un conjunto de puestos o tiendas individuales que esta distribuidas en distintas secciones, diseñados para la comercialización de productos primarios principalmente. Estos son alimentos frescos, abarrotes, bebidas, comidas y otros bienes no alimenticios (Ministerio de Economía y Finanzas, 2025).

CAPITULO II

METODOLOGIA

2.1. Ubicación geográfica

El presente estudio de investigación se desarrolló en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga, departamento de Ayacucho, Perú.

Los distritos seleccionados son: el distrito de Ayacucho, capital de la provincia, está situado a una latitud de aproximadamente $13^{\circ} 9' 37''$ sur, longitud de aproximado $74^{\circ} 13' 20''$ oeste y una altitud de 2,797 metros sobre el nivel del mar; en Andrés Avelino Cáceres Dorregaray se ubica con una latitud de $13^{\circ} 9' 17''$ sur, longitud $74^{\circ} 13' 40''$ oeste y altitud de aproximadamente 2,726 metros sobre el nivel de mar; en San Juan Bautista está a una altitud de un promedio de 2,786 metros sobre nivel de mar, con una longitud de $74^{\circ} 13' 25''$ oeste y latitud cercana a $13^{\circ} 10' 00''$ sur; en Carmen Alto tiene una altitud que varía entre 2,800 metros sobre nivel de mar, ubicándose en latitud $13^{\circ} 10' 20''$ sur y en Jesús Nazareno se encuentra a una altitud de 2,710 metros sobre nivel de mar, longitud $74^{\circ} 13' 50''$ oeste y latitud $13^{\circ} 9' 15''$ sur. La provincia de Huamanga en su conjunto tiene una altitud promedio de 2,746 metros sobre nivel de mar y presenta un clima templado y seco.

Figura 1

Mapa geográfico de la provincia de Huamanga con los 5 distritos optados



Nota: INEI (2017).

2.2. Duración del trabajo

El estudio del presente trabajo de investigación se realizó durante un periodo aproximado de 6 meses, comprendido desde el mes de diciembre del 2024 hasta el mes de mayo de 2025. En este intervalo de tiempo se logró realizar de manera sistemática todo el proceso de estudio, como es la recolección de muestras, análisis y procesamiento final de los datos.

2.3. Materiales

- Formato de la encuesta
- Lapiceros y borrador
- Cuaderno de campo
- Planos de delimitación geográfica urbana
- Hojas bond A4 de 80 gramos
- Laptop
- Software (SPSS versión 25) y Microsoft Excel 2021
- Cámara fotográfica
- USB
- Chaqueta
- Impresora y cartucho de tintas
- Fotocheck o credencial
- Archivador
- Tablero de escritura
- Perforador
- Clips

2.4. Método procedimental

2.4.1. Diseño de estudio

En el presente estudio, tiene un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo de corte transversal, no experimental. La fuente de datos es de tipo de campo.

2.4.2. Población

La población está constituida por todos los establecimientos de expendio de comida que ofrecen platos a base de carne de cuy en los cinco distritos seleccionados: el distrito de Ayacucho, Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, San Juan Bautista, Carmen Alto y Jesús Nazareno.

2.4.3. Muestra

La muestra está conformada por los 40 locales identificados, que son el total de la población de establecimientos (recreos turísticos, restaurantes, mercados o ferias) seleccionados mediante el muestreo de tipo censal, conteniendo la totalidad de establecimientos identificados (población) que ofrecían platos a base de carne de cuy en los cinco distritos seleccionados, porque es una población pequeña.

Tabla 2

Distribución de los establecimientos encuestados según distrito y tipo de establecimiento, Huamanga – 2025

Distrito	Restaurante	Recreo turístico	Mercado/Feria	Total
Ayacucho	3	4	0	7
Carmen Alto	5	4	0	9
Jesús Nazareno	1	0	1	2
Andrés A.C.D.	2	7	0	9
San Juan Bautista	7	3	3	13
Total	18	18	4	40

2.4.4. Identificación de establecimientos

La fase de identificación y selección de los establecimientos de expendio de comida se desarrolló en tres etapas. En la primera, se tomó como referencia el registro de licencias de funcionamiento de los locales de expendio de comida, proporcionado por la Subgerencia de Comercio y Licencias de la Municipalidad Provincial de Huamanga, con dicho registro constituyó la base inicial para la localización de los establecimientos potencialmente elegibles para el estudio, donde se tenía una cantidad de 102 establecimientos en la zona urbana. Posteriormente, en segunda etapa se fueron seleccionando el listado mediante la consulta de diversas fuentes de información como el Google Maps y redes sociales, con el fin de verificar qué establecimientos ofrecían de manera habitual platos preparados a base de carne de cuy. En una tercera etapa, se efectuó las visitas de verificación in situ a los establecimientos ubicados

en la zona urbana de los distritos seleccionados, así como a las zonas de mayor actividad gastronómica, para contrastar la operatividad de los locales y corroborar la venta de comidas a base de cuy. Finalmente, una vez identificados los establecimientos se solicitó la autorización del propietario o administrador para participar voluntariamente en la investigación. Como resultado de este procedimiento, se identificó un total de 40 establecimientos que cumplían los criterios, constituyendo así una población censal sujeta a estudio.

De manera complementaria, se gestionó ante la Municipalidad Provincial de Huamanga el acceso a los planos catastrales de los cinco distritos seleccionados y el uso de los planos cartográficos elaborados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), correspondientes a los sectores urbanos. Con estos documentos sirvieron como apoyo para facilitar la ubicación y verificación de los establecimientos dentro del ámbito de estudio (Anexo 1).

2.4.5. Instrumento de recolección de datos

Se aplicó una encuesta estructurada dirigido a los dueños o administradores de cada establecimiento. Este cuestionario recogerá información sobre:

- Cantidad de carne de cuy adquirida y servida por semana.
- Procedencia de la carne de cuy (proveedores) y precio de compra del cuy.
- Mayor frecuencia de consumo de los consumidores.
- Percepción de la demanda y otros.

2.4.6. Validación del instrumento

El instrumento de recolección de datos consistió en un cuestionario estructurado elaborado en función de los objetivos de la investigación. Para garantizar la veracidad de las preguntas, el cuestionario fue sometido a un proceso de validación mediante juicio de expertos, en el cual participaron profesionales con experiencia en producción animal, comercialización pecuaria y metodología de la investigación. Los especialistas evaluaron cada uno de los ítems considerando criterios de claridad, pertinencia, coherencia y relevancia respecto a la investigación (Anexo 5).

2.4.7. Aplicación del cuestionario

El cuestionario fue aplicado de manera presencial, se solicitará el consentimiento del dueño/administrador, antes de iniciar la entrevista se brindó una solicitud simple para la aceptación de la realización de la encuesta.

2.4.8. Preparación de datos

Se realizó un análisis descriptivo de las variables estudiadas. Los cuestionarios se codificaron y se ingresaron en una base de datos para ser procesados en el software estadístico tanto de Microsoft Excel y SPSS versión 25, de la zona urbana de los distritos de Ayacucho, Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Carmen Alto, San Juan Bautista y Jesús Nazareno.

2.4.9. Análisis de los resultados

Se obtuvo una evaluación precisa en base a la información brindada del dueño o administrador encuestado, aplicando pruebas estadísticas adecuadas al tipo y distribución de los datos tanto tabulaciones simples y cruzadas, con escala de medición nominal u ordinal, de acuerdo a las preguntas abiertas (opción múltiple) como cerradas, mediante figuras y tablas para facilitar su interpretación y comparación entre los distritos mencionados, con un intervalo de confianza de 95%.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSION

3.1. Datos generales de encuestados de cinco distritos seleccionados, provincia de Huamanga

Tabla 3

Características sociodemográficas de los encuestados en cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025

Distrito	Ayacucho	Carmen Alto	Jesús Nazareno	Andrés A.C.D.	San Juan Bautista	Total	Total (%)
Edad							
< 24	1	0	0	0	0	1	2.5
24 – 38	1	4	0	4	6	15	37.5
39 – 53	5	4	1	4	5	19	47.5
54 – 68	0	0	1	1	2	4	10
> 68	0	1	0	0	0	1	2.5
Total	7	9	2	9	13	40	100
Sexo							
Masculino	4	5	0	7	5	21	52.5
Femenino	3	4	2	2	8	19	47.5
Total	7	9	2	9	13	40	100
Grado de instrucción							
Primaria incompleta	0	0	0	0	0	0	0
Primaria completa	0	0	1	0	0	1	2.5
Secundaria incompleta	0	0	0	0	3	3	7.5
Secundaria completa	2	2	0	3	6	13	32.5
Superior incompleta	0	1	0	2	1	4	10
Superior completa	5	6	1	4	3	19	47.5
Total	7	9	2	9	13	40	100

En esta Tabla 3 se presentan los resultados obtenidos de los datos generales a partir de las encuestas aplicadas a los propietarios o administradores de los establecimientos que expenden platos a base de carne de cuy en los cinco distritos seleccionados de la provincia de Huamanga. Con lo que observamos que el rango de edad predominante es del grupo de 39 a 53 años, que representa el 47.5% (n=19 personas) del total de encuestados. Mientras que el tipo de sexo predominante de los encuestados fueron los varones que constituyen el 52.5% (n=21 personas) pero está muy cerca el grupo de mujeres con 47.5% (n=19 personas). Finalmente,

respecto al grado de instrucción, predominó la educación superior completa con un 47.5% (n=19 personas), seguido de la educación secundaria completa con el 32.5% (n=13 personas) del total de los encuestados.

Según estudio de Huallpa (2019) en la región de Apurímac obtiene datos de la edad promedio con mayor porcentaje es desde 23 a 51 años, del cual en su mayoría son del género femenino. Por lo que podemos concluir que se tiene mayor prevalencia de personas con edades de profesionales, también se relaciona con que cuentan con mayores ingresos. Sobre el género tienen una distribución equilibrada entre las mujeres y varones por lo que no hay mucha diferencia, situación que en la actualidad hay mayor apoyo de estudio prevaleciendo la igualdad de género, por tanto, haya mayor porcentaje con educación de superior completa y podría favorecer el giro del negocio de carne de cuy, relacionándose correctamente con el estudio.

3.2. Características de compra asociadas a la demanda de carne de cuy

Tabla 4

Distribución en los establecimientos según el tipo de proveedor de cuy

		¿A qué tipo de proveedor le compra el cuy?					Total
		Productores individuales		Granjas familiares		Otros	
			Intermediarios		Mercados		
Ayacucho	Recuento	4	0	1	5	0	10
	% del Distrito	40,0%	0,0%	10,0%	50,0%	0,0%	100%
Carmen Alto	Recuento	9	2	4	4	0	19
	% del Distrito	47,4%	10,5%	21,1%	21,1%	0,0%	100%
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	1	1	0	3
	% del Distrito	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	100%
Andrés A.C.D.	Recuento	5	2	4	6	1	18
	% del Distrito	27,8%	11,1%	22,2%	33,3%	5,6%	100%
San Juan Bautista	Recuento	10	1	9	6	3	29
	% del Distrito	34,5%	3,4%	31,0%	20,7%	10,3%	100%
Total	Recuento	29	5	19	22	4	79
	% del total	36,7%	6,3%	24,1%	27,8%	5,1%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=79 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 4 se muestra los tipos de proveedores de cuy según lo reportado por los establecimientos. Dado que la pregunta permitió respuestas múltiples, se trabajó con la respuesta recibida. Se observa que la mayoría indicó a los productores individuales como principales abastecedores con un 36,7 % (n=29), seguidos de los mercados de abasto con 27,8 % (n=22) y las granjas familiares con 24,1 % (n=19). En menor proporción, para adquirir cuyes fue a través de intermediarios con 6,3 % (n=5) y otros como las asociaciones u otro proveedor con 5,1 % (n=4).

Estos resultados revelan una preferencia hacia los productores individuales y como también los mercados locales como principales canales de abastecimiento por lo que refleja la importancia de la producción en la cadena de valor del cuy en los 5 distritos seleccionados, dado por la relación cercana de los productores individuales pertenezcan al grupo de granjas familiares. Esta tendencia coincide con lo señalado por el MIDAGRI (2023), que identifica a los pequeños productores constituidas con una producción familiar como uno de los principales abastecedores en la cadena productiva de cuy en el Perú. Estos revelan la adquisición directa desde el productor primario, lo cual se asocia con la confianza mutua, en la facilidad de llegada del producto como la cercanía geográfica, que garantiza la compra directa, también se relaciona con el menor costo a comparación de los intermediarios. Por lo que podemos indicar que muchos establecimientos priorizan la facilidad para adquirir a los cuyes y evitar más gastos.

Por otro lado, también en el mercado son espacios que tiene mayor accesibilidad y disponibilidad inmediata, pero sin asegurar la calidad del producto, por lo que es una fuente significativa de abastecimiento para diversos tipos de compradores, con la necesidad de cubrir las brechas de desabastecimiento con los canales de libre accesibilidad por lo que genera poca homogeneidad del producto (Sánchez, 2024).

Tabla 5

Nivel de satisfacción de los establecimientos relacionado a su proveedor actual de cuyes

		¿Está contento con su actual proveedor de cuyes?			Total
		Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	
Distrito Ayacucho	Recuento	1	0	6	7
	% del Distrito	14,3%	0,0%	85,7%	100%
	% del total	2,5%	0,0%	15,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	0	2	7	9
	% del Distrito	0,0%	22,2%	77,8%	100%
	% del total	0,0%	5,0%	17,5%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	2	0	0	2
	% del Distrito	100,0%	0,0%	0,0%	100%
	% del total	5,0%	0,0%	0,0%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	1	1	7	9
	% del Distrito	11,1%	11,1%	77,8%	100%
	% del total	2,5%	2,5%	17,5%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	1	3	9	13
	% del Distrito	7,7%	23,1%	69,2%	100%
	% del total	2,5%	7,5%	22,5%	32,5%
Total	Recuento	5	6	29	40
	% del total	12,5%	15,0%	72,5%	100%

En la Tabla 5 se presenta la satisfacción de los propietarios o administradores de establecimientos respecto a su proveedor actual de cuyes. La mayoría se manifestó satisfecha con su proveedor con un 72,5 % (n=29), un 15,0 % (n=6) indicó una postura neutral y mientras el 12,5 % (n=5) se declara insatisfecho. Estos datos sugieren que los proveedores actuales cubren las expectativas de la mayoría de locales gastronómicos en la muestra ya sea con la calidad, negociación de precios y la confiabilidad percibida de los proveedores, que cumplen los acuerdos comerciales tratados entre el comprador y proveedor, atendiéndolos de manera continua la demanda de cuyes.

En estudios de comercialización de cuyes señalan que gran parte de la oferta proviene de pequeños productores y de sistema familiar, modalidades por el cual tienen relaciones directas con los establecimientos, facilitando la confianza entre vendedor y comprador, por tanto, hay mayor satisfacción entre los establecimientos que priorizan calidad y lugar de donde proviene el cuy fortaleciendo la confianza entre las partes (Corpus y Morón, 2022).

Un estudio similar subrayó que la relación directa con los criadores y compradores, y la confianza que se genera esta conexión, son determinantes para la satisfacción del comprador, lo que concuerda con la satisfacción para productores individuales como proveedores preferidos que permiten reducir las dificultades para obtener la carne de cuy (Reyes et al., 2021).

Con estos resultados tienen relación con la Tabla 4, donde los productores individuales constituyeron el principal canal de abastecimiento de cuyes. Con la compra directa podría favorecer relaciones comerciales más estables entre los establecimientos y proveedores, aspecto que podría explicar el elevado nivel de satisfacción observado.

Tabla 6

Problemas señalados por los establecimientos al comprar el cuy

		¿Qué problemas encuentra en la carne de cuy al comprarlos?				
		Falta de uniformidad	Falta de continua entrega	Precio elevado	Ninguno	Total
Distrito Ayacucho	Recuento	4	1	2	2	9
	% del Distrito	44,4%	11,1%	22,2%	22,2%	100%
Carmen Alto	Recuento	7	0	0	2	9
	% del Distrito	77,8%	0,0%	0,0%	22,2%	100%
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	0	1	2
	% del Distrito	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100%
Andrés A.C.D.	Recuento	6	1	0	3	10
	% del Distrito	60,0%	10,0%	0,0%	30,0%	100%
San Juan Bautista	Recuento	10	2	3	3	18
	% del Distrito	55,6%	11,1%	16,7%	16,7%	100%
Total	Recuento	28	4	5	11	48
	% del total	58,3%	8,3%	10,4%	22,9%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=48 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 6 se presentan los problemas que los establecimientos identificaron al adquirir el cuy. Se observa que el problema más señalado fue la falta de uniformidad con un 58,3 % (n=28), mientras un 22,9 % (n=11) indicaron que no encuentran problema alguno, el 10,4 % (n=5) indica el precio elevado y el 8,3 % (n=4) mencionó como dificultad la falta de entrega continua del cuy. De este modo, aunque la mayoría de establecimientos parecen satisfechos con sus proveedores (tabla 5), el hecho de que más de dos tercios reporten problemas de uniformidad sugiere una brecha importante entre la oferta actual y las expectativas del mercado local, lo que evidencia que exista variabilidad en las características comerciales del cuy ofertado por lo que, afecta en la presentación de los platos de los establecimientos que buscan ofrecer cuyes homogéneos en las porciones servidas y generan diferencias de la no satisfacción de sus consumidores. Para mejorar esta situación, se debe fomentar estándares de clasificación del cuy (peso, tamaño, raza) al momento del sacrificio o compra, para asegurar entregas más uniformes. Por otro lado, aunque el 22,9 % de los locales indicó no presentar inconvenientes durante la compra, pero la elevada frecuencia de la falta de uniformidad evidencia que este continúa siendo un gran desafío para garantizar un abastecimiento acorde a las necesidades de los establecimientos de la provincia de Huamanga.

Esta marcada escasez de estandarización morfológica de las carcasas del cuy posee un sustento productivo claro. Los estudios sobre la caracterización de la carne de cuy en el Perú han encontrado que líneas de cuyes genéticamente mejoradas, tanto la edad y sexo del animal influyen significativamente en la textura, contenido de grasa y rendimiento de carcasa. Esta situación es dada porque las crías familiares tienen deficiencias alimenticias y sanitarias. Por tanto, esta variabilidad de la uniformidad tiene relación a lo indicado en los resultados, además, el sector gastronómico tiene que satisfacer a sus consumidores donde cada vez son más exigentes (Huamán et al., 2021).

Estos datos coinciden con lo señalado por Chauca (1997), donde sostiene que una producción tecnificada de cuyes busca disminuir la variabilidad del cuy como es el tamaño, genética, peso y condición corporal con el uso de líneas mejoradas en este caso de tipo cárnica o parrillera. Por lo tanto, los proveedores son de distintos lugares es común encontrar diferentes características de los cuyes y no hay una homogeneidad, por lo que explica el elevado porcentaje de locales que manifiestan este problema.

Tabla 7*Criterios de compra al adquirir los cuyes en los establecimientos*

		¿Cuál es su criterio de compra al adquirir los cuyes?			Total
		Por tamaño	Por peso	Ambos	
Distrito Ayacucho	Recuento	4	3	0	7
	% del Distrito	57,1%	42,9%	0,0%	100,0%
	% del total	10,0%	7,5%	0,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	6	1	2	9
	% del Distrito	66,7%	11,1%	22,2%	100,0%
	% del total	15,0%	2,5%	5,0%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	1	2
	% del Distrito	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	% del total	2,5%	0,0%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	4	1	4	9
	% del Distrito	44,4%	11,1%	44,4%	100,0%
	% del total	10,0%	2,5%	10,0%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	5	4	4	13
	% del Distrito	38,5%	30,8%	30,8%	100,0%
	% del total	12,5%	10,0%	10,0%	32,5%
Total	Recuento	20	9	11	40
	% del total	50,0%	22,5%	27,5%	100,0%

En la tabla 7, se presentan las respuestas de compra de cuyes por los establecimientos, donde la mitad de los establecimientos encuestados (50%) prioriza el tamaño como principal criterio de compra de cuyes, mientras que el 22.5% se enfoca solo en el peso y el 27.5% considera ambos criterios de preferencia de compra. Esto indica que la mitad de los establecimientos encuestados consideran primordial el aspecto visual para ver el tamaño del cuy antes de poder comprarlo, constituyendo el atributo más importante por los establecimientos. Además, destaca que el 27,5 % de los establecimientos evalúa tanto el tamaño y el peso, lo que demuestra que una parte importante de los establecimientos utiliza criterios visuales con las características del cuy antes de decidir la compra del producto. Esta conducta manifiesta una preferencia de uniformidad y rendimiento de carcasa, los cuales ya habían sido identificados de la mayoría de establecimientos en la Tabla 6, donde la falta de uniformidad fue el principal problema reportado durante la compra de cuyes.

Al respecto, coinciden con Montesinos (2019) quien indica la homogeneidad en el tamaño y el peso de los cuyes facilita el producto final sea más uniforme para la comercialización, asimismo, un producto homogéneo que permite cumplir con las expectativas

del mercado, lo que es fundamental para satisfacer las expectativas de los consumidores y tener mejor comercialización para la preparación del cuy.

Por su parte, Escobar et al. (2023) resaltan que el peso vivo y las medidas del cuerpo, como la anchura torácica del cuy, longitud corporal, son indicadores claves del rendimiento de la canal. Por lo tanto, los cuyes con mejor desarrollo corporal presentan un excelente rendimiento para la venta cárnica de ellos, que influye en la rentabilidad y la aceptación del producto en el mercado.

Tabla 8

Canales de compra de cuyes usados por los establecimientos encuestados

		Para adquirir el cuy, usted compra de:			
		Le traen al			Total
		Una granja	Al mercado	local	
Distrito Ayacucho	Recuento	0	5	3	8
	% del Distrito	0,0%	62,5%	37,5%	100%
Carmen Alto	Recuento	0	1	9	10
	% del Distrito	0,0%	10,0%	90,0%	100%
Jesús Nazareno	Recuento	1	1	0	2
	% del Distrito	50,0%	50,0%	0,0%	100%
Andrés A.C.D.	Recuento	0	4	8	12
	% del Distrito	0,0%	33,3%	66,7%	100%
San Juan Bautista	Recuento	1	5	12	18
	% del Distrito	5,6%	27,8%	66,7%	100%
Total	Recuento	2	16	32	50
	% del total	4,0%	32,0%	64,0%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=50 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 8 se muestran los sitios que utilizan los establecimientos para adquirir los cuyes. El canal preferido es cuando se los traen al establecimiento directamente, indicado por el 64,0 % (n=32) de los encuestados. En segunda opción usual, es el mercado por el 32,0 % (n=16), y el 4,0 % (n=2), compra directamente de la granja. Este resultado sugiere que la entrega directa al local es la modalidad preferida, posiblemente por la conveniencia, trato, o por menor costo de transporte. Por lo que, evidencia que priorizan esta modalidad de abastecimiento sin necesidad de desplazarse de su establecimiento, por tanto, los proveedores deben trasladar los animales hasta el punto del local. Constatando que tienen relación con la tabla 4, en la que los proveedores principales son los productores individuales, evidenciando

que el abastecimiento de los cuyes en la provincia de Huamanga tiene relación directa con los proveedores.

Coincide con los estudios observados del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, sobre la comercialización de productos pecuarios en la sierra principalmente, donde la cercanía a la ciudad y relaciones directas con los productores permiten reducir los costos logísticos y asegurar la calidad del producto, donde los pequeños productores en su mayoría lo abastecen a los mercados locales y establecimientos gastronómicos, favoreciendo la comercialización cercana entre el proveedor y comprador que constituye una forma de distribución de animales de producción (MIDAGRI, 2023).

Además, en el estudio de Benito (2025) observa que los consumidores prefieren los productos que abastezcan directamente desde los productores y, en menor medida, de los mercados locales debido a la facilidad continua de abastecer y coordinar el suministro del animal. Dichos resultados van a evitar diferencias en los precios y problemas de calidad del producto, relacionándose con la presente investigación del canal de adquisición de los cuyes.

Tabla 9

Procedencia de origen de los cuyes adquiridos por los establecimientos

		¿De qué lugares adquiere usted el cuy que compra para su establecimiento?						
		Andrés					No	
		Tambillo	Avelino C.D.	Carmen Alto	Chiara	Otros	sabe	Total
Distrito Ayacucho	Recuento	0	0	0	1	4	3	8
	% del Distrito	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	50,0%	37,5%	100%
Carmen	Recuento	1	0	5	2	5	1	14
	% del Distrito	7,1%	0,0%	35,7%	14,3%	35,7%	7,1%	100%
Jesús	Recuento	1	0	0	0	1	1	3
	% del Distrito	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	100%
Nazareno	Recuento	0	4	0	0	4	3	11
	% del Distrito	0,0%	36,4%	0,0%	0,0%	36,4%	27,3%	100%
Andrés	Recuento	4	3	3	2	7	2	21
	% del Distrito	19,0%	14,3%	14,3%	9,5%	33,3%	9,5%	100%
San Juan	Recuento	6	7	8	5	21	10	57
	% del total	10,5%	12,3%	14,0%	8,8%	36,8%	17,5%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=57 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 9 se muestra la procedencia de los cuyes que adquieren los establecimientos encuestados, debido a que la pregunta es de respuesta múltiple, dándose el mayor porcentaje que se agrupa en “otros” con un 36,8 % (n=21), lo cual indica que un grupo importante de locales obtienen cuyes de diversos lugares frente al listado, pero con un mínimo de votos como, por ejemplo: Vinchos, San Juan Bautista, Chuschi, Paras, Ayacucho, Pacaycasa entre otros. Un 17,5 % (n=10) desconoce o no sabe la procedencia exacta ya muchos locales compran sin saber la procedencia conformándose con las características preferenciales del cuy. También están los lugares identificados que aportan a más establecimientos, como el distrito de Carmen Alto con 14,0 %, Andrés Avelino C. D. con el 12,3 %, Tambillo el 10,5 % y Chiara el 8,8 %. Debiéndose estos resultados de abastecimiento que provienen de diversas localidades de la región en su mayoría por la cercanía a la ciudad de estudio, que facilitan traer y ofrecer los cuyes. Esta procedencia diversificada es que no existe un solo lugar de procedencia, sino una red de pequeños productores de distintos distritos y/o centros poblados de Ayacucho. Además, una cantidad de 17,5% desconoce la procedencia de los cuyes que lo compra los establecimientos, se podría darse porque algunos reciben el producto mediante comerciantes como intermediarios que se abastecen los cuyes de diferentes lugares, como también porque no tienen interés de saber el origen solo desean que tengan las características ideales de compra.

Este resultado es consistente con lo documentado sobre la cadena productiva del cuy en el Perú, donde la oferta que abastece a los locales como los mercados proviene mayormente de pequeños productores ubicados en las áreas rurales cercanas a las principales ciudades, y en muchos casos la procedencia exacta del cuy no es registrada o conocida por los compradores finales como los intermediarios tienen una mezcla de lugares de origen de los pequeños productores (MIDAGRI, 2023). Por lo que, las procedencias como de Carmen Alto, Andrés Avelino C. D., Tambillo y Chiara son de zonas geográficas cercanas y vial de gran influencia de distribución de alimentos a la ciudad de Ayacucho que concentran gran actividad de la crianza de cuyes, que favorece el abastecimiento a los establecimientos de la provincia de Huamanga.

Esta situación está vinculada con la investigación de Vela et al. (2016), que indican que es común encontrar que los abastecimientos para los mercados o tiendas de la ciudad provienen de poblaciones cercanas o de asociaciones de productores de cuyes en zonas aledañas, que comercializan directamente con los locales o mercados, por lo que se explica los resultados limítrofes dados como Carmen Alto, Andrés A. Cáceres, Tambillo y Chiara, que aparecen en mayor porcentaje en la muestra obtenida.

Tabla 10*Forma de presentación al obtener los cuyes para los establecimientos*

		<u>¿Cómo prefiere comprar el cuy?</u>		
		En pie	En carcasa	Total
Distrito Ayacucho	Recuento	1	6	7
	% del Distrito	14,3%	85,7%	100,0%
	% del total	2,5%	15,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	1	8	9
	% del Distrito	11,1%	88,9%	100,0%
	% del total	2,5%	20,0%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	1	1	2
	% del Distrito	50,0%	50,0%	100,0%
	% del total	2,5%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	4	5	9
	% del Distrito	44,4%	55,6%	100,0%
	% del total	10,0%	12,5%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	13	0	13
	% del Distrito	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	32,5%	0,0%	32,5%
Total	Recuento	20	20	40
	% del total	50,0%	50,0%	100,0%

Los resultados de la Tabla 10 se presenta que los establecimientos de los 5 distritos seleccionados adquieren cuyes tanto en pie (vivo) como en carcasa o faenados que es igual de 50,0 % (n=20). Muestran que ambas formas de abastecimiento son usadas igualmente, lo que representa la coexistencia de distintos modos de comercialización de la provincia de Huamanga. Por lo tanto, esta equidad de la compra de cuyes evidencia que los locales tienen diferentes preferencias de acuerdo a sus necesidades, si fuera cuyes en pie los establecimientos realizan el proceso de faenado teniendo un producto fresco, mientras que la compra en carcasa tiene facilidades para la preparación y reduce el tiempo de procesamiento del producto final. Finalmente podemos afirmar que los proveedores se ajustan a los requerimientos de cada establecimiento.

Esto indica consistente que la compra en pie suele estar relacionado por la preferencia en tener un mayor control al momento del faenado, la frescura de la carne y la manipulación sanitaria, mientras que la compra en carcasa respondería a una búsqueda de practicidad, mejor ahorro de tiempo y sobre todo la disponibilidad inmediata para la preparación de platos con el producto final (Castillo, 2019).

Asimismo, investigaciones en la ciudad de Abancay indican que los consumidores finales realizan ambas modalidades de la compra en pie para tener productos frescos y tener la calidad de la carne con posibilidad de seleccionarlos, mientras que la carcasa es valorada por la limpieza y menor manipulación para obtener el producto final (Huallpa, 2021).

Tabla 11

Frecuencia de compra el cuy en los establecimientos

		¿Con qué frecuencia compra el cuy?					Total
		Diario	Interdiario	Semanal	Quincenal	Otro	
Distrito Ayacucho	Recuento	0	1	6	0	0	7
	% del Distrito	0,0%	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%	100,0%
	% del total	0,0%	2,5%	15,0%	0,0%	0,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	0	3	5	0	1	9
	% del Distrito	0,0%	33,3%	55,6%	0,0%	11,1%	100,0%
	% del total	0,0%	7,5%	12,5%	0,0%	2,5%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	0	0	0	1	1	2
	% del Distrito	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	0	2	6	0	1	9
	% del Distrito	0,0%	22,2%	66,7%	0,0%	11,1%	100,0%
	% del total	0,0%	5,0%	15,0%	0,0%	2,5%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	2	2	9	0	0	13
	% del Distrito	15,4%	15,4%	69,2%	0,0%	0,0%	100,0%
	% del total	5,0%	5,0%	22,5%	0,0%	0,0%	32,5%
Total	Recuento	2	8	26	1	3	40
	% del total	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100,0%

En la Tabla 11 se muestra la frecuencia con que los establecimientos adquieren el cuy. La mayor parte lo hace semanalmente con el 65,0 % (n=26), seguida de aquellos que lo compran interdiario con el 20,0 % (n=8), luego está con el 7,5 % (n=3) en la opción “otro” (que indican que cada que se acaba el cuy contactan al proveedor o van al mercado cada 4 días en promedio), mientras que sólo el 5,0 % (n=2) lo hace diariamente la compra ya sea en el mercado o por productores que ofrecen directamente en el local, y el 2,5 % (n=1) lo requiere cada quincenal.

Por tanto, el predominio de la compra semanal (65,0 %) de los establecimientos se podría reflejar por estos casos como los costos de transporte, escasos de cuyes para abastecer constantemente, no tener lugar de almacenamiento o que los establecimientos prefieren tener productos de acuerdo a la demanda de consumo, que son los fines de semana, a parte se evitar

pérdidas o tener un sobre stock. Asimismo, el 20,0 % de establecimientos realizan compras interdiarias, donde refleja que una parte de los establecimientos tiene la frecuencia de compra según el ritmo de consumo y las necesidades de reposición del cuy.

La preferencia de la compra semanal indica que los establecimientos confían en un abastecimiento regular pero no a diario, lo que sugiere un estudio y demanda que permite estabilizar entregas semanales del producto. Este esquema se alinea a los hallazgos en Huancayo, donde se indica que muchos comerciantes reportan el uso de los cuyes semanalmente, especialmente para poder abastecer la demanda para consumo doméstica y restaurantes, ya que muchas personas prefieren consumir los fines de semana por ello se requiere cuyes frescos. Mientras los mercados mayoristas requieren abastecerse diariamente o cada que se va acabando el producto (Dionisio, 2024).

Tabla 12

Promedio de pesos adquiridos del cuy en los establecimientos

		¿Con qué peso adquiere el cuy?						
		700 a 800 g.	801 a 900 g.	901 a 1000 g.	1001 a 1100 g.	1101 g. a más	Total	
Distrito	Ayacucho	Recuento	1	5	0	1	3	10
		% del Distrito	10,0%	50,0%	0,0%	10,0%	30,0%	100%
Carmen	Alto	Recuento	3	0	3	2	1	9
		% del Distrito	33,3%	0,0%	33,3%	22,2%	11,1%	100%
Jesús	Nazareno	Recuento	0	0	0	1	1	2
		% del Distrito	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100%
Andrés	A.C.D.	Recuento	2	2	6	1	1	12
		% del Distrito	16,7%	16,7%	50,0%	8,3%	8,3%	100%
San Juan	Bautista	Recuento	0	0	8	9	4	21
		% del Distrito	0,0%	0,0%	38,1%	42,9%	19,0%	100%
Total		Recuento	6	7	17	14	10	54
		% del total	11,1%	13,0%	31,5%	25,9%	18,5%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=54 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 12 se muestra que el rango de peso más elegido por los establecimientos al adquirir cuyes fue de 901 a 1 000 gramos, con un 31,5 % (n=17), seguido del rango de 1 001 a 1 100 gramos con 25,9 % (n=14). Un 18,5 % (n=10) eligió que compra cuyes de más de 1 101 gramos. Los rangos menores también están representados por 13,0 % (n=7) para el peso de 801

a 900 gramos y 11,1 % (n=6) para rangos de peso de 700 a 800 gramos. En conjunto, los resultados se evidencian una preferencia por cuyes con pesos iguales o superiores a 900 gramos.

Este patrón indica que la mayoría de establecimientos prefieren cuyes de buen peso mayores de 900 gramos, lo cual puede relacionarse con las expectativas de rendimiento de carne y calidad de la canal, durante la producción de cuyes en los distintos lugares de la ciudad señales en la Tabla 7. Por lo que, indican los establecimientos buscan cuyes con mayor desarrollo corporal y una uniformidad de los productos para su correcta preparación de platos de comida a base de cuy, satisfaciendo a los consumidores.

En el estudio de Revilla (2022) obtuvo que los productores sacan al mercado cuando tienen en promedio 800 gramos de peso (84,5 %) y 12,8 % de los encuestados indica mayor a 900 gramos de peso vivo. Pudiendo relacionar con que el peso ideal es que tengan mínimo 800 gramos de peso a mayor que es la preferencia de los restaurantes campestres de Moquegua. Lo que demuestra que hay diferencias del peso de comercialización por los productores y el peso demandado.

Esto tiene coincidencia con lo que indica el manual de Tenorio (2016), donde los mercados suelen querer cuyes vivos de entre 800 gramos a 1 kilogramo, aunque algunos compradores eligen carcasas de mayores pesos para tener una buena presentación para el consumidor ya que ellos prefieren el tamaño relacionado con el peso, que demuestra una tendencia semejante de preferencia con el estudio. Asimismo, en la investigación de Tola (2020) en establecimientos de Patacamaya (Bolivia) se apreció que la compra de cuy por lo general, se da entre 1 Kg a 1,2 Kg con un porcentaje de 55% de los encuestados, que evidencia una tendencia de la región por la adquisición de los cuyes de dicho peso de las dos zonas de Patacamaya, así, satisfacer las exigencias de los consumidores.

Tabla 13*Preferencia de sexo del cuy al adquirir el cuy*

		¿Para comprar la carne de cuy qué tipo de sexo prefiere?		Total
		Macho	Ambos	
Distrito Ayacucho	Recuento	7	0	7
	% del Distrito	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	17,5%	0,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	6	3	9
	% del Distrito	66,7%	33,3%	100,0%
	% del total	15,0%	7,5%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	1	1	2
	% del Distrito	50,0%	50,0%	100,0%
	% del total	2,5%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	5	4	9
	% del Distrito	55,6%	44,4%	100,0%
	% del total	12,5%	10,0%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	6	7	13
	% del Distrito	46,2%	53,8%	100,0%
	% del total	15,0%	17,5%	32,5%
Total	Recuento	25	15	40
	% del total	62,5%	37,5%	100,0%

En la Tabla 13 se tiene como preferencia del sexo del cuy que adquieren los establecimientos evaluados, se observa que la mayoría prefiere cuyes machos con un 62,5% (n=25), mientras que el 37,5 % (n = 15) prefiere adquirir ambos sexos (machos y hembras) y ningún local compra solo hembra. Esta preferencia por los machos tiene mayor orientación a la demanda de los machos.

La elección mayoritaria por los cuyes machos es por las características productivas de su eficiencia como la masa muscular y la calidad de la carne, donde este resultado tiene relación con la tabla 12 de cuyes con pesos superiores a 900 gramos, evidenciando que los locales prefieren cuyes de gran peso corporal y de mejor aprovechamiento cárnico.

Con estos hallazgos, los machos generalmente desarrollan mejor o mayor musculatura y tienen un índice productivo superior a la hembra, haciéndolos más famosos para la comercialización de carne, por ello muchos de los compradores prefieren a los machos como se indica en el estudio (Chauca, 1997). Asimismo, estudios de la calidad fisicoquímica de la carne de cuy en Cajamarca encontraron que, las hembras tenían valores más altos de proteína y hierro en ciertos rangos de edad, mientras los machos resaltaban en el rendimiento de la

carcasa y mayor masa muscular, lo que se podría decir el por qué los establecimientos prefieren comprar cuyes machos (Guevara, 2024).

Por lo tanto, se tiene evidencia que el sexo del animal constituye un carácter comercial importante dentro de las características de compra relacionadas a la demanda de carne de cuy, especialmente en los establecimientos donde el rendimiento de la carcasa influye en la presentación y rentabilidad de los platos ofrecidos a base de cuy.

Tabla 14

Distribución de los precios promedio reportados para la compra del cuy

		¿Cuánto es el precio promedio (soles) de la compra del cuy vivo o la carcasa?					Total
		≤ a 21	22 a 23	24 a 25	26 a 27	≥ a 28	
Distrito Ayacucho	Recuento	0	2	4	1	0	7
	% del Distrito	0,0%	28,6%	57,1%	14,3%	0,0%	100,0%
	% del total	0,0%	5,0%	10,0%	2,5%	0,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	0	3	5	1	0	9
	% del Distrito	0,0%	33,3%	55,6%	11,1%	0,0%	100,0%
	% del total	0,0%	7,5%	12,5%	2,5%	0,0%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	0	0	1	2
	% del Distrito	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	% del total	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	1	4	3	1	0	9
	% del Distrito	11,1%	44,4%	33,3%	11,1%	0,0%	100,0%
	% del total	2,5%	10,0%	7,5%	2,5%	0,0%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	1	2	8	2	0	13
	% del Distrito	7,7%	15,4%	61,5%	15,4%	0,0%	100,0%
	% del total	2,5%	5,0%	20,0%	5,0%	0,0%	32,5%
Total	Recuento	3	11	20	5	1	40
	% del total	7,5%	27,5%	50,0%	12,5%	2,5%	100,0%

En la Tabla 14 se observa que el rango de precio más reportado por los establecimientos fue el de 24 a 25 soles como precio promedio al comprar la carne de cuy, con el 50,0 % de respuestas. Le sigue el rango de 22 a 23 soles con un 27,5 %, con un 12,5 % indicó que paga entre 26 a 27 soles, mientras que el 7,5 % paga ≤ 21 soles y solo el 2,5 % reportó pagar precios ≥ 28 soles.

Todo estos resultados en conjunto es que prefieren cuyes con las características de compra observadas en las Tablas 12 y 13, donde los establecimientos manifestaron preferir cuyes con pesos superiores a 900 gramos y, principalmente, machos, características que suelen

corresponder a animales con mayor valor comercial y son debido a que en la ciudad de la provincia de Huamanga tiene buena valoración del precio del cuy, como son los costos del transporte, costo del faenado y cuyes de calidad, donde muchos productores tienen mejores ganancias en la crianza de cuyes, mejorando la calidad y tener mejor competencia contra otras regiones del país.

Comparando dichos datos con lo reportado en la región de La Libertad se menciona que los mercados locales manejan precios entre S/ 17 a S/ 25 soles por cada cuy vivo con un peso promedio mínimo de 800 gramos hasta 1 000 gramos, lo cual es un rango que se relaciona con los rangos de los resultados indicados anteriormente, y podría aumentar los costos al momento de venderlo a los cuyes ya faenados (León, 2016).

En el reporte de Tenorio (2016) indica que el precio del faenado de cuyes en Cajamarca para venta tiene a un promedio de 25 soles con un peso promedio de 1 Kilogramo, mientras de menor peso tiende a costar de 20 a 23 soles, reportando que cada año tiene mejor valoración la carne de cuy, como también los precios de cuyes reproductores tanto macho y hembra oscilan de 25 a 30 soles en promedio. Por tanto, los resultados no difieren excesivamente de los precios observados en otras investigaciones y donde el mayor porcentaje de establecimientos indicó adquirir cuyes dentro de un rango de S/ 24 a S/ 25 de los lugares de estudio de la provincia de Huamanga.

Tabla 15*Preferencia de línea genética de cuy para los establecimientos encuestados*

		¿De qué línea genética de cuy prefiere comprar?		Total
		L. Perú	Diferentes líneas	
Distrito Ayacucho	Recuento	3	4	7
	% del Distrito	42,9%	57,1%	100,0%
	% del total	7,5%	10,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	5	4	9
	% del Distrito	55,6%	44,4%	100,0%
	% del total	12,5%	10,0%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	0	2	2
	% del Distrito	0,0%	100,0%	100,0%
	% del total	0,0%	5,0%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	3	6	9
	% del Distrito	33,3%	66,7%	100,0%
	% del total	7,5%	15,0%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	6	7	13
	% del Distrito	46,2%	53,8%	100,0%
	% del total	15,0%	17,5%	32,5%
Total	Recuento	17	23	40
	% del total	42,5%	57,5%	100,0%

En la Tabla 15 se observa que la mayoría de los establecimientos de expendio de comida, con un 57,5 % (n=23) prefieren adquirir distintas líneas genéticas, mientras que un 42,5 % (n=17) expresa preferencia por la línea Perú.

Estos resultados obtenidos evidencian que los locales no limitan sus compras a una sola línea genética si no hacia las diferentes líneas ya sea la raza Inti, Andino o Perú, porque combinan las características de rendimiento cárnico y precio, disponibles por los proveedores. Por lo que no les toma interés por que tipo de cuy se presenta, si no que toman mayor valor el peso del animal, tamaño y calidad del producto, teniendo relación con la tabla 7, 12 y 13. Mientras algunos locales eligen el cuy más conocido como es la línea Perú. Además, los productores tienden a criar este tipo de línea por sus características principales que son la adaptabilidad a distintos lugares, buen rendimiento productivo y económico.

Se relaciona a la investigación plasmada por Revilla (2022) donde determina que en los distritos de Moquegua en su mayoría de las granjas crían de la línea Perú con un 70.30%, el 12.80% de la línea Inti y un 10.10% crían de la línea Andina y un mínimo de 1.30% de cuyes

criollos; donde se define que muchas granjas ofrecen su cuy de la línea Perú por sus características productivas y reproductivas (mejor desarrollo muscular, precoz, dócil y alta eficiencia en su conversión alimenticia) a los diferentes mercados de la región. Por lo tanto, se relaciona al estudio, que muestran mayor flexibilidad al adquirir de diferentes líneas genéticas dispuestos por el mercado.

En el estudio de un sistema de alimentación mixta de cuyes se comparó las línea Perú, Andina e Inti donde se evidencia que los cuyes de línea Perú con una alimentación mixta logran pesos finales superiores a los otros y mejor rendimiento de carcasa al faenado, lo que genera mejor valoración para el comercio y es importante para los establecimientos con estas características productivas (Reynaga, 2018).

Tabla 16

Percepción del cambio en la demanda de carne de cuy en los últimos años

		¿Ha notado algún cambio en la demanda de carne de cuy en los últimos años?			Total
		Disminución moderada	Sin cambios	Aumento moderado	
Distrito Ayacucho	Recuento	0	1	6	7
	% del Distrito	0,0%	14,3%	85,7%	100,0%
	% del total	0,0%	2,5%	15,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	1	3	5	9
	% del Distrito	11,1%	33,3%	55,6%	100,0%
	% del total	2,5%	7,5%	12,5%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	1	2
	% del Distrito	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	% del total	2,5%	0,0%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	1	0	8	9
	% del Distrito	11,1%	0,0%	88,9%	100,0%
	% del total	2,5%	0,0%	20,0%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	1	5	7	13
	% del Distrito	7,7%	38,5%	53,8%	100,0%
	% del total	2,5%	12,5%	17,5%	32,5%
Total	Recuento	4	9	27	40
	% del total	10,0%	22,5%	67,5%	100,0%

En la Tabla 16 se observa la apreciación de los establecimientos sobre cómo ha cambiado la demanda de carne de cuy en los últimos años. La mayoría da a entender que hay un aumento moderado en la demanda con un 67,5 % (n=27), mientras un 22,5 % (n=9)

considera que no se presentan cambios, y un 10,0 % (n=4) nota que hay una disminución moderada. No obstante, ningún establecimiento reportó un aumento o disminución significativa de la demanda del consumo de cuy.

Por lo que, podemos afirmar con dichos datos que poco a poco se está teniendo una demanda creciente del consumo de carne de cuy, por lo cual se debería aumentar la cantidad de cuy y así para poder satisfacer a los consumidores, pero, esta percepción es basado a su experiencia de los propietarios de los establecimientos que constituye un importante comportamiento del mercado local. Mientras algunos indican que está detenido el consumo debido a la migración de la población durante la etapa de pandemia mundial, donde muchos de ellos se fueron a otros lugares y reduce en algunos locales su consumo de carne de cuy. La percepción del crecimiento moderado de la demanda también puede estar influenciada por la existencia de fechas específicos del año en los que el consumo de carne de cuy aumenta, aspecto que se analiza en la siguiente tabla.

En el informe del MIDRAGRI (2023), nos indica que la población demandante de cuyes en el Perú tiene un crecimiento considerable a través del tiempo solo detenida en la pandemia (COVID-19), pero posteriormente se está recuperando y como también se tiene aumento de la oferta para el mercado interno, pero se limita porque la crianza promovida tiene muchos desafíos para poder aumentar los cuyes. Por lo que representa un incremento respecto a censos anteriores.

Según lo señalado por Burga (2023), las tendencias en el consumo del cuy han mostrado una evolución significativa en distintas regiones del Perú, reflejando cambios en los hábitos alimenticios y la valorización del cuy. En ese sentido, durante los últimos cinco años se tienen un crecimiento sostenido en la demanda del consumo de cuy, como es indicada por el 94,1% de los propietarios de restaurantes de comida típica preparados con carne de cuy.

Tabla 17*Fechas del año en que los establecimientos notan mayores consumos de carne de cuy*

		¿En qué fechas del año hay mayor consumo de carne de cuy?					
		Carnavales	Semana Santa	Fiestas Patrias	Día de la Madre	Otros	Total
Distrito	Ayacucho	Recuento	2	4	5	5	20
		% del Distrito	10,0%	20,0%	25,0%	25,0%	100%
Carmen Alto		Recuento	2	6	1	8	18
		% del Distrito	11,1%	33,3%	5,6%	44,4%	100%
Jesús Nazareno		Recuento	1	2	1	2	7
		% del Distrito	14,3%	28,6%	14,3%	28,6%	100%
Andrés B.		Recuento	3	6	2	9	21
		% del Distrito	14,3%	28,6%	9,5%	42,9%	100%
San Juan Bautista		Recuento	1	8	0	9	22
		% del Distrito	4,5%	36,4%	0,0%	40,9%	100%
Total		Recuento	9	26	9	33	88
		% del total	10,2%	29,5%	10,2%	37,5%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=88 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 17, se presencia que la festividad donde la mayoría de establecimientos manifiesta un mayor consumo de carne de cuy es el “Día de la Madre”, con el 37,5 %. En segundo lugar, está la festividad religiosa de Semana Santa con 29,5 %. Luego están otras festividades con 12,5 % que indican como el día del padre, cumpleaños, etc.; seguidas de los “Carnavales” (10,2 %) y “Fiestas Patrias” con el 10,2 %.

Estos hallazgos nos indica que presenta un comportamiento estacional donde la mayoría tiene mayor consumo de cuy en el mes de mayo para celebrar a todas las madres en familia principalmente (82,5%), lo que refleja el consumo dentro de estas reuniones familiares como una tradición. En segundo lugar, esta la semana santa (65,0%) que es coherente porque es una típica tradición de Ayacucho, donde muchos visitantes de otras regiones y de zonas rurales vienen a disfrutarlo los eventos, que es muy reconocida a nivel nacional y una masiva afluencia de visitantes durante esta festividad religiosa, favoreciendo así el consumo de platos típicos como de la carne de cuy.

En el estudio del mercado de la carne de cuy en Cusco, se reportan que los meses de mayo y junio tienen los mayores porcentajes de ventas de cuy, por lo que coincide con

celebraciones como “Día de la Madre” y festividades religiosas del lugar. En ese estudio, en mayo indican un 11,63 % y en junio el 10,73 % de la demanda de consumo de cuyes (Moscoso et al., 2015). Además, en otro trabajo donde se tiene como mayor comercialización de cuyes durante los meses de setiembre a diciembre (43%), muy seguido de las fechas de mayo a agosto con el 41%, por lo que se confirma que en otros lugares fue de Ayacucho tiene predisponían de mayor demanda durante los meses de mayo, y que puede variar de acuerdo a las festividades de cada lugar o región (Huisñay, 2018).

En conjunto, los datos indican que la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida no se distribuye de manera uniforme durante el año, sino que aumenta en fechas con alto festividad cultural, religioso y familiar, aspecto que debe considerarse para la planificación de la producción y comercialización de los cuyes.

3.3. Cuantificación de la demanda proyectada de carne de cuy requerida por los establecimientos de expendio de comida.

3.3.1 Demanda semanal de carne de cuy por los establecimientos

Desarrollado la aplicación de las encuestas a los dueños o administradores de los establecimientos donde se consumen carne de cuy, se desarrolló y procesó estadísticamente los datos obtenidos, presentados a continuación:

Tabla 18

Consumo total de cuyes por semana, según los distritos seleccionados de la provincia de Huamanga

		¿Qué cantidad de cuy consumen en una semana? (unidades)	
Distrito	Ayacucho	Recuento	372
		% del total	9.07%
	Carmen Alto	Recuento	314
		% del total	7.65%
	Jesús Nazareno	Recuento	146
		% del total	3.56%
	Andrés A.C.D.	Recuento	2444
		% del total	59.57%
	San Juan Bautista	Recuento	827
		% del total	20.16%
Total		Recuento	4103
		% del total	100.00%

En la Tabla 18 se muestra los resultados de la encuesta a los establecimientos sobre la cantidad promedio de cuy (unidades) que se consume por una semana, desarrollados estadísticamente y consolidados de los datos proporcionados por los establecimientos evaluados, dándose una sumatoria de 4103 unidades de cuyes que compran en los diferentes proveedores o criadores de cuyes para satisfacer el consumo semanal. Lo cual, se analiza la distribución geográfica y señala que hay un mayor consumo de unidades de cuyes en el distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray con el 59.57% (2444 unidades de cuyes) que sería el principal mercado del estudio, porque en dicho distrito tiene un restaurante emblemático de alta capacidad operativa y con una alta demanda de consumidores por lo que es muy reconocido a nivel de la región y del país, donde suelen consumir mayor cantidad de cuyes frente a otros locales, además que dicho local tiene una preparación primordial de platos solo a base de carne de cuy, que genera una brecha mayor de consumo.

Por otra parte, se constata que la cantidad de demandadas semanalmente no es estática, sino que existe fluctuaciones significativas reguladas por factores operativos y estacionales. Entre las principales variables destacan el tipo de establecimiento (restaurantes tradicionales, recreos turísticos, mercados o ferias), la afluencia de consumidores registra mayor consumo durante los fines de semana y las preferencias culturales de consumo de platos típicos en la provincia de Huamanga. Guardando una relación de perfecta congruente con la preferencia analizada en los resultados previos respecto a la periodicidad de compra semanal para satisfacer a sus consumidores.

La cantidad de cuyes consumidos en promedio por una semana tiene variaciones como el tipo de establecimiento (restaurante, recreo turístico, mercado o feria), demanda de consumidores (mayor los fin de semana) y las preferencias de platos típicos de la provincia de Huamanga; donde cada local tiende a ajustar los requerimientos de compras de cuyes, relacionando con la tabla donde indica que dichos locales mayormente prefieren comprar semanalmente, por tanto, se ajusta las necesidades y preferencias de los consumidores (Sánchez, 2024).

La cifra de 4 103 cuyes por semana constituye como la base para proyectar la demanda mensual y anual estimada, información que resulta muy importante para los productores, asociaciones de criadores y entidades vinculadas a la planificación de la cadena productiva del cuy en la región de Ayacucho.

3.3.2 Proyección de la demanda anual estimada de los establecimientos

Al consolidar la información obtenida de los 40 establecimientos, la Tabla 19 presenta la estimación cuantitativa y proyección de la demanda anual de carne de cuy en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga.

Tabla 19

Demanda anual estimada de los establecimientos encuestados

Distrito	Abastecedor	Preferencia de presentación	Peso promedio	Precio promedio	Promedio cuy pedidos / semana	Promedio cuy pedidos / año
Ayacucho (7)	Productores individuales y mercados	carcasa	850	24.5	372	19 344
Carmen Alto (9)	Productores individuales, granjas y mercados	carcasa	950	24.5	314	16 328
Jesús Nazareno (2)	Productores individuales, granjas y mercados	ambos	1050	24.5	146	7 592
Andrés A.C.D. (9)	Productores individuales y mercados	vivo	950	22.5	2444	127 088
San Juan Bautista (13)	Productores individuales y granjas	vivo	1050	24.5	827	43 004
Total ponderado (40)			970	24.1	4103	213 356
Total promedio			970	24	4103	213 356

En la Tabla 19 con la encuesta desarrollada a los establecimientos de los cinco distritos seleccionados, se ha comprobado y comparado por cada distrito la demanda de carne de cuy dando en total 4103 unidades de cuyes que se requiere por semana para los 40 establecimientos. Proyectando con el total, se tiene una demanda estimada de 213 356 unidades de cuy por año, con un precio promedio de 24 soles por un peso promedio de 970 gramos de peso vivo, evidenciando la magnitud de volumen de unidades de cuy requerido para abastecer continuamente a los establecimientos de los distritos evaluados.

De acuerdo a la demanda, los establecimientos son muy importantes porque tienen mucha relación con los principales abastecedores o criadores de cuyes, que pueden brindar constantemente el producto requerido durante todo el año, tanto con la calidad y tamaño agradable para los diferentes establecimientos locales de los distritos, para su posterior transformación del producto en platos gastronómicos preferibles a base de carne de cuy,

respondiendo a las necesidades de los consumidores. Además, que los locales gastronómicos tienen un papel fundamental para que haya mayor demanda de cuy porque ayudan en la comercialización del cuy apoyando a los productores de la zona e impulsa a criar mayor cantidad de cuy, y que hay mayor desarrollo económico para los pequeños y grandes productores de la región.

Las festividades como el “Día de la Madre”, “Semana Santa”, “Carnavales” y “Fiestas Patrias” son las más celebradas en la provincia de Huamanga de acuerdo a la Tabla 17, por tanto, las respuestas de los establecimientos coinciden en una cruda realidad operativa, que en esas fechas se genera una mayor demanda de cuyes, donde se duplica o triplica la cantidad de consumo y no se puede satisfacer a los consumidores porque no hay suficientes cuyes para preparar los platos típicos a base de cuy, generando un cuello de botella sin satisfacer sus consumidores. Este desabastecimiento temporal ocurre porque la oferta biológica de las granjas locales llega a su límite, evidenciando que no hay suficientes cuyes listos y con el peso comercial requerido para cubrir la demanda en estas festividades mencionadas.

Por último, demuestran que el consumo de la carne de cuy en la provincia de Huamanga no responde únicamente a la tradición, sino también a una creciente valoración de sus virtudes nutricionales, que estos locales ofrecen el consumo de carne de cuy por las bondades del producto cárnico. Los entrevistados destacan de forma unánime que se trata de un alimento atractivo, así, como son las bajas grasas y altas proteínas del cuy, también la carne es agradable y fácil digestión, que transforman la carne de cuy en un producto ideal y con fines preventivos para comensales que lidian con problemas de salud crónica, tales como las personas con obesidad o enfermedades cardiovasculares (Cortez & Olivera, 2019).

Estos valores hallados reportados por la investigación de Sánchez (2024), quien halló un consumo per cápita promedio de 1.3 unidades de cuy / persona y 6.3 unidades de cuy por familia en el distrito de Ayacucho, teniendo así una demanda anual de 122 048 unidades, donde demuestra el consumo en los hogares es en promedio mayor de cuyes que el consumo en los establecimientos del distrito de Ayacucho. Donde, dicho trabajo abarcó todas las familias del distrito tanto urbano como periurbano, considerando la presentación de la carne de cuy con alta calidad para mayor consumo, lo cual podría variar con mi estudio porque se pudo saber que en la zona urbana el consumo es menos frecuente, como también lo consumen en locales de su preferencia que no necesariamente están en su distrito, aunque mantiene la estimación de un crecimiento consumo vinculado a la mejora de calidad y presentación del producto.

CONCLUSIONES

1. Se determinó una alta demanda estimada de carne de cuy en los 40 establecimientos de expendio de comida identificados en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga tiene una demanda constante basado en la perspectiva de los encuestados que es de 4 103 unidades de cuyes en promedio por semana, donde brindan los proveedores de diferentes lugares de la región en el 2025, evidenciando la apreciación de los locales que hay una tendencia creciente, obteniendo mayor actividad gastronómica como son en el distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray y San Juan Bautista principalmente.
2. Se identificó las principales características de compra de carne de cuy en los establecimientos, donde prefieren el cuy por el correcto peso de 970 gramos en promedio relacionado con el buen tamaño de peso vivo, con un costo de 24 a 25 soles (50%), el género de cuy preferido fue el macho (62,5%), de cualquier línea genética (57,5%) pero como buena opción es la línea Perú (42,5%), compran semanalmente mayormente los cuyes (65%), comprando de los productores individuales que en su mayoría le traen al local pero también como segunda opción está el mercado, y deben obtener mayor cantidad de cuyes para fechas festivas como es el “Día de la Madre” y la “Semana Santa” en los cinco distritos seleccionados de la provincia de Huamanga.
3. Se tuvo la demanda anual estimada de carne de cuy en los establecimientos (recreos turísticos, restaurantes, mercados/ferias) que ofrecen platos gastronómicos del producto, obteniendo una demanda de 4103 cuyes/ semana, demanda mensual de 17766 cuyes y una demanda anual estimada de 213 356 unidades de cuy, identificados en la zona urbana de los cinco distritos seleccionados en la provincia de Huamanga, por lo tanto, se relacionó con lo que indican los locales que hay una demanda creciente moderada (67.5%).

RECOMENDACIONES

1. Realizar mayores trabajos en la estandarización de los cuyes en forma comercial destinados al mercado, principalmente productos de buen peso y tamaño uniforme, cuyes machos. Para ello se recomienda planificar la producción como el empadre controlado, líneas genéticas mejoradas y nutrición estándar así garantizar la cantidad de cuyes requeridos.
2. Desarrollar estudios complementarios al tema como la oferta de carne de cuy en las zonas productoras de Ayacucho, que es indispensable para la capacidad productiva con la demanda estimada de los establecimientos de expendio de comida, así determinar si la producción actual tiene capacidad de cubrir los requerimientos del mercado y tener mejor evaluación de la comercialización de carne de cuy.
3. Profundizar el estudio en la caracterización del mercado mediante estudios enfocados en el consumidor final y en la estructura económica de los establecimientos (márgenes de rentabilidad y capacidad operativa), para una excelente investigación de los locales de expendio de comida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahumada, J. L., Cheng, D. G., & Mantilla, A. A. (2016). *Desarrollo del mercado de carne de cuy en Lima Metropolitana* [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621885>
- Aliaga, L., Moncayo, R., Rico, E., & Caicedo, A. (2009). *Producción de cuyes*. Fondo editorial UCSS.
- Astudillo, M., & Paniagua, J. F. (2012). *Fundamentos de economía* (Primera edición). Instituto de Investigaciones Económicas. <http://www.iiec.unam.mx/indice.htm>
- Ayala, C. (2018). Importancia nutricional de la carne. *Revista de Investigación e Innovación Agropecuaria y de Recursos Naturales*, 5(Especial), 54-61.
- Bazán, V. (2014). *Ordenanza Municipal N.º 025-2014-MPH-CM*. Municipalidad Provincial de Huaral. <https://www.gob.pe/institucion/munihuaral/normas-legales/2782093-025-2014-mph-cm>
- Benito, D. (2025). *Análisis de los canales de comercialización y demanda potencial de la carne de cuy en la ciudad de Puno, 2024* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Altiplano]. https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/24370/Benito_Lopez_Diannett.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Burga, L. C. (2023). *El sistema productivo del cuy (cavia porcellus) y tendencias comerciales, distrito Chalamarca – 2023* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Cajamarca]. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/6286>
- Campos, C. N. (2018). *Estudio de la vida útil de la carne de cuy (Cavia porcellus) marinado en salsa de huacatay (Tagetes minuta) envasado al vacío* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Huancavelica]. <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2250>

- Castillo, E. J. (2019). *Una estimación econométrica de la función de demanda de carne de cuy a corto plazo en Ancash, 2018* [Tesis de grado, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo]. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3566>
- Chauca, L. (1997). *Producción de Cuyes (Cavia Porcellus)* (Vol. 138). Food & Agriculture.
- Chauca, L. (2020). Manual de crianza de cuyes. En *Instituto Nacional de Innovación Agraria* (Primera edición, Vol. 1). Instituto Nacional de Innovación Agraria. <https://repositorio.inia.gob.pe/handle/20.500.12955/1077>
- Contreras, S. (2019). *Potencial del mercado internacional para la carne de cuy*. MINAGRI. <https://bibliotecavirtual.midagri.gob.pe/index.php/analisis-economicos/estudios/2019/19-potencial-del-mercado-interno-de-carne-de-cuy-2019/file>
- Corpus, C. R., & Morón, E. L. (2022). *Plan de negocios para la comercialización de carne de cuy para el Mercado de Lima, Perú – 2022* [Tesis de maestría, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. <https://repositorio.ucss.edu.pe/item/edf16ee1-d603-4c82-993d-0a0acd2061c9>
- Cortez, F. J., & Olivera, J. (2019). *Estudio de mercado para el lanzamiento de carne de cuy empaquetado al vacío en la ciudad de Chiclayo, 2016* [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2105>
- Culqui, C. A. (2018). *Determinación de vida útil de carne de cuy empacado al vacío utilizando aceites esenciales de especias nativas de la región Amazonas* [Tesis de grado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/1353/CARLOS%20ALEXANDER%20CULQUI%20ARCE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Dionisio, R. N. (2024). *Estrategias de marketing en la compra y la venta de carne de cuy (Cavia porcellus) mercados mayorista y modelo del cercado de Huancayo* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. <https://repositorio.uncp.edu.pe/items/e63fa8f0-b8bb-443a-9c3e-a7dae8951ff0>
- Enríquez, K. Y. (2019). *Evaluación de la calidad de la carne de cuy (Cavia porcellus) suplementada con un simbiótico natural en la etapa de crecimiento* [Tesis de grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11520>
- Flores, C. I., Duarte, C., & Salgado, I. P. (2017). Caracterización de la carne de cuy (*Cavia porcellus*) para utilizarla en la elaboración de un embutido fermentado. *Ciencia y Agricultura*, 14(1), 39-45. <https://doi.org/10.19053/01228420.v14.n1.2017.6086>
- Fuentes, J. (2015). *Influencia de métodos de sacrificio sobre la composición nutricional y calidad sensorial de la carne de cuy línea Perú (Cavia porcellus L.) INIA - Puno* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Altiplano]. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/19379>
- González, M. J., Perez, A., Catejón, R., Méndez, E., Martínez, J. L., Gomez, J. L., & Mochón, A. (2009). *Introduccion a la Economia* (Segunda edición). Person Educación, S.A. http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3181/1/introduccion_economia.pdf
- Guevara, M. E. (2024). *Evaluación de las características fisicoquímicas de calidad en la carne fresca de cuy (Cavia porcellus) en función de su edad y sexo producido en la provincia de Chota*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de Chota]. <https://repositorio.unach.edu.pe/handle/20.500.14142/625>

- Hoyo, A. (2015). *El precio de mercado: Ejemplos de aplicación en el análisis histórico* (Primera edición). Editorial de la Universidad de Cantabria: Santander.
<https://elibro.net/es/ereader/unsch/53386>
- Huallpa, Y. (2021). *Estudio de las características del consumidor de la carcasa de cuy (Cavia porcellus) en la ciudad de Abancay-Apurímac 2019* [Tesis de grado, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac].
https://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/997/T_0634.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Huamán, D., Huayhua, J. B., Acosta, E. J., & Palomino-Guerrera, W. (2021). Comportamiento productivo en cuyes (*Cavia porcellus*) machos raza Perú bajo el efecto de tres sistemas de alimentación, criados en condiciones de valles interandinos del Perú. *Agroindustrial Science*, 11(2), 179-183. <https://doi.org/10.17268/agroind.sci.2021.02.07>
- Huisñay, B. (2018). *Estudio del mercado de carne de cuy (Cavia porcellus) en el distrito de Echarati – La Convención 2014* [Tesis de grado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/3601>
- León, J. C. (2016). *La Libertad: Demanda por carne de cuy asciende a 1.360 toneladas al año*. Agencia Agraria de Noticias. <https://agraria.pe/noticias/la-libertad-demanda-por-carne-de-cuy-asciende-a-11878>
- León, J. C. (2023). *Perú cuenta con más de 20 millones de cuyes* [Noticia]. Agraria - Agencia Agraria de Noticias. <https://agraria.pe/noticias/peru-cuenta-con-mas-de-20-millones-de-cuyes-33500>
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economía* (M. G. Meza y Staines & M. del P. Carril Villareal, Trads.; Sexta edición). Cengage Learning.
<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>

- MIDAGRI. (2023). *Cadena productiva de cuy*. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego.
<https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/1397/1/Cadena%20productiva%20de%20cuy.pdf>
- MINAGRI. (2013). *Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)* [Institucionales].
<http://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/marcolegal/normaslegales/resolucion-esministeriales/2013/setiembre/rm338-2013-minagri.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2025). *Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión de la tipología de Mercado de Abastos*.
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/metodologia_sectorial/Produccion/Guia_mercado_de_abastos.pdf
- MINSA. (2023). *Norma Sanitaria para mercado de abastos de alimentos*. Ministerio de Salud.
<https://www.digesa.minsa.gob.pe/noticias/Julio2023/nota57.asp>
- Montesinos, A. (2016, octubre 10). *Restaurante Turístico: Planeación y Conceptualización*. CEGAHO. <https://cegaho.wordpress.com/2016/10/10/restaurante-turistico-planeacion-y-conceptualizacion/>
- Moscoso, J. E., Huaranca, S. P., Lopez, V., Estrada, A. C., & Alvarez, D. A. (2015). Estudio del mercado de la carne de cuy en las provincias de Cusco, Quispicanchi y Calca. *Centro Bartolomé de Las Casas*, 1, 83.
- Pereira, V. P., & Sánchez, N. A. (2018). *Caracterización de oferta y demanda de los servicios para canes en consultorios y clínicas veterinarias del distrito de Santiago de Surco en el 2018* [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)].
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/624460>
- Ramírez, M. (2025). *Recreo Turístico*. PREZI. <https://prezi.com/p/siffxgjzrqqu/recreo-turistico/>

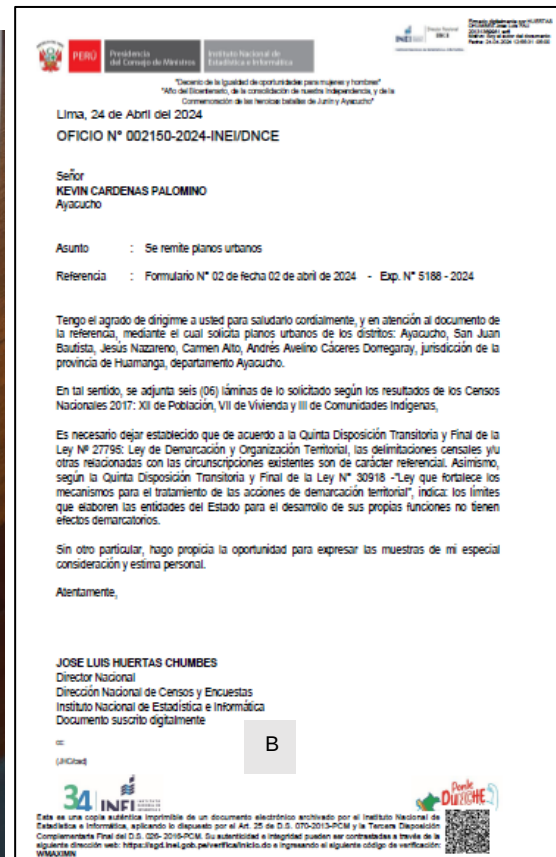
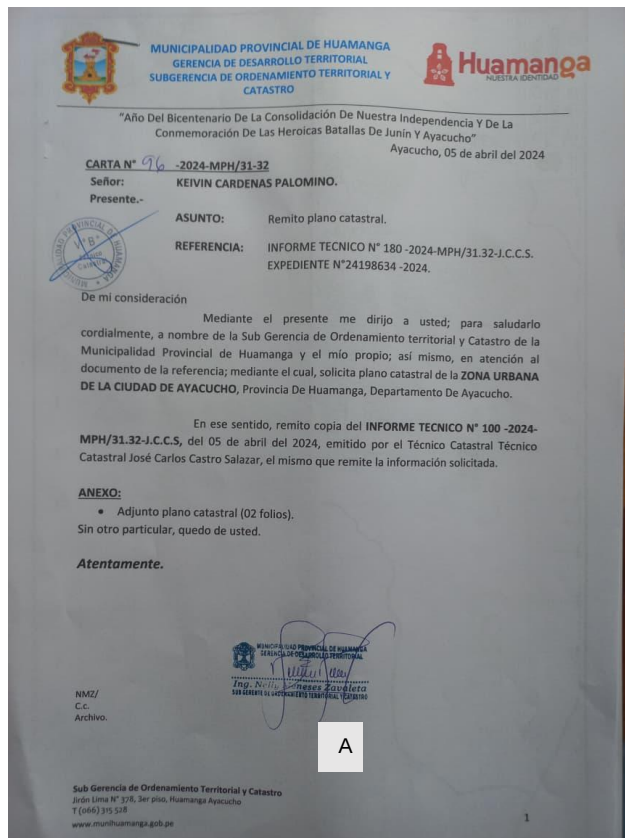
- Revilla, P. M. (2022). *Sistema de producción de la crianza de cuyes (Cavia porcellus) en la Provincia Mariscal Nieto – Moquegua 2016* [Tesis de grado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]. <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/4681>
- Reyes, F. D., Aguiar, S. N., Enríquez, M. Á., & Uvidia, H. A. (2021). Análisis del manejo, producción y comercialización del cuy (*Cavia porcellus* L.) en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 7(6), 1004-1018.
- Reyes-García, M., Gómez-Sánchez, I., & Espinoza-Barrientos, C. (2017). *Tablas peruanas de composición de alimentos* (Décima edición). Instituto Nacional de Salud. <https://repositorio.ins.gob.pe/handle/20.500.14196/1034>
- Reynaga, M. F. (2018). *Sistemas de alimentación mixta e integral en la etapa de crecimiento de cuyes (Cavia porcellus) de las razas Perú, Andina e Inti* [Tesis de grado, Universidad Nacional Agraria La Molina]. <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/3579>
- Rivera, F. (2017). *Conceptos de Recreación Turística*. Scribd. <https://es.scribd.com/document/336530405/RECREACION-TURISTICA>
- Sánchez, M. (2024). *Características de la demanda de carne de cuy en el distrito de Ayacucho, 2021* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/6303>
- Sánchez-Quilla, J. D. (2019). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de la carne de cuy en el mercado arequipeño* [Tesis de grado, Universidad Católica San Pablo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12590/16024>
- Tenorio, F. B. (2016). *Redes empresariales e innovaciones tecnológicas en la gestión de la cadena de valor del cuy*. CEDEPAS.

Tola, F. (2020). *Determinación de la demanda de carne de cuy (Cavia aparea porcellus), en dos zonas de la localidad de Patacamaya* [Tesina de grado, Universidad Mayor de San Andrés]. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/25911>

ANEXO

Anexo 1

Obtención de planos catastrales de la zona urbana de los cinco distritos seleccionados



Nota. A: Municipalidad Provincial de Huamanga, B: INEI.

Anexo 2.

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general ¿Cuál es la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida de cinco distritos de la provincia de Huamanga, durante el año 2025?	Objetivo general Determinar la demanda de carne de cuy en establecimientos de expendio de comida de cinco distritos de la provincia de Huamanga.	Hipótesis general: La demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida de cinco distritos de la provincia de Huamanga presenta características definidas de compra y un volumen de demanda que permite estimar los requerimientos del mercado.	Variable: Demanda de carne de cuy. Dimensión 1: Características de compra de producto. Dimensión 2: Demanda estimada por los establecimientos.	Enfoque: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No experimental. Corte: Transversal. Método: Descriptivo. Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario estructurado.
Problema específico 1 ¿Cuáles son las características de compra asociadas a la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida?	Objetivo específico 1 Describir las características de compra asociadas a la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida.	Hipótesis específica 1: Los establecimientos presentan características definidas de compra relacionadas con el proveedor, frecuencia de adquisición, peso, sexo, raza, precio y procedencia del cuy.		Población: 40 establecimientos de la zona urbana de los 5 distritos seleccionados.
Problema específico 2 ¿Cuál es la demanda mensual y el volumen anual de carne de cuy requerida por los establecimientos de expendio de comida?	Objetivo específico 2 Cuantificar la demanda mensual y proyectar el volumen anual de carne de cuy requerida por los establecimientos de expendio de comida.	Hipótesis específica 2: La demanda de carne de cuy permite estimar el requerimiento mensual y proyectar el volumen anual necesario para abastecer los establecimientos evaluados.		Muestra: Censal (40 establecimientos).

Anexo 3.

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Demanda de carne de cuy	Es el volumen cuantitativo de unidades de cuy que los establecimientos están dispuestos a adquirir para satisfacer a sus consumidores durante un período determinado.	Se evalúa mediante la aplicación de un cuestionario dirigido a los dueños o administradores de los establecimientos de expendio de comida, considerando sus características de compra y cantidad de cuyes adquiridos.	Cuestionario estructurado	Características de compra	Proveedor de cuy	Nominal (múltiple)
					Nivel de satisfacción con el proveedor	Ordinal
					Problemas de compra de cuy	Nominal (múltiple)
					Criterio de compra	Nominal
					Canal de compra	Nominal (múltiple)
					Procedencia del cuy adquirido	Nominal (múltiple)
					Forma de adquisición del cuy	Nominal
					Frecuencia de compra	Nominal
					Peso adquirido	Ordinal (múltiple)
					Sexo adquirido	Nominal
					Precio promedio de cuy adquirido	Ordinal
					Línea preferida	Nominal
					Percepción de la demanda	Ordinal
					Fechas de mayor demanda	Nominal (múltiple)
				Cuantificación de la demanda	Cantidad semanal de cuyes	Razón

Anexo 4

Encuesta aplicada en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga

ENCUESTA

	Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Facultad de Ciencias Agrarias Escuela Profesional de Medicina Veterinaria
INVESTIGADOR: Bach. M.V. Keivin Cardenas Palomino	
OBJETIVO: Determinar la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga.	

N° de encuesta: _____ Fecha: _____

Distrito: _____ Provincia: _____

Tipo de establecimiento: _____

DATOS GENERALES DEL PROPIETARIO:

Nombres y apellidos: _____

DNI: _____ Edad: _____

Teléfono: _____ Sexo: _____

Grado de instrucción:

a. Primaria completa	c. Secundaria completa	e. Superior completa
b. Primaria incompleta	d. Secundaria incompleta	f. Superior incompleta

Nombre del local: _____

Dirección del local: _____

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN:

1. ¿A qué tipo de proveedor le compra el cuy?

a) Productores individuales

b) Intermediarios

c) Granjas familiares

d) Mercados

e) Otros Indique: _____

2. ¿Está contento con su actual proveedor de cuyes?

a) Muy insatisfecho

b) Insatisfecho

c) Neutral

- d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho
3. ¿Qué problemas encuentra en la carne de cuy al comprarlos?
- a) Falta de uniformidad
 - b) Falta de continuidad en la entrega
 - c) Precio elevado
 - d) Problemas sanitarios
 - e) Otros/Ninguno Indique: _____
4. ¿Cuál es su criterio de compra al adquirir los cuyes?
- a) Por tamaño
 - b) Por peso
 - c) Ambos
 - d) Otros Indique: _____
 - e) Ninguno
5. ¿Cómo prefiere comprar el cuy?
- a) En pie
 - b) En carcasa
 - c) Cocido
 - d) Mixto
 - e) Otro Indique: _____
6. ¿Con qué frecuencia compra el cuy?
- a) Diario
 - b) Interdiario
 - c) Semanal
 - d) Quincenal
 - e) Otros Indique: _____
7. Para adquirir el cuy, usted compra del:
- a) Una granja
 - b) Al mercado
 - c) Le traen al local
 - d) Otros Indique: _____

8. ¿Con qué peso adquiere el cuy?

- a) 700 a 800 g.
- b) 801 a 900 g.
- c) 901 a 1000 g.
- d) 1001 a 1100 g.
- e) 1101 a más

9. ¿Para comprar la carne de cuy qué tipo de sexo prefiere?

- a) Solo macho
- b) Solo hembra
- c) Ambos
- d) Otros

Indique: _____

10. ¿Con qué frecuencia atienden en su establecimiento?

- a) Diario
- b) Una vez a la semana
- c) Una vez al mes
- d) En eventos
- e) Otro

Indique: _____

11. ¿Qué cantidad de carne de cuy consumen en promedio en una semana?

12. ¿Cuál es la especialidad o el plato más popular a base de cuy que ofrece el local?

- a) Cuy frito o Chactado
- b) Caldo de cuy
- c) Chicharrón de cuy
- d) Cuy a la parrilla
- e) Otros platos

Indique: _____

13. ¿Medios de publicidad para el consumo de platos a base de carne de cuy en su centro de expendio?

- a) Redes sociales
- b) Banner
- c) Verbal
- d) Todos
- e) Otros

Indique: _____

14. ¿Ha notado algún cambio en la demanda de carne de cuy en los últimos años?

- a) Disminución significativa**
- b) Disminución moderada**
- c) Sin cambios**
- d) Aumento moderado**
- e) Aumento significativo**

15. ¿En qué fechas del año ha notado mayor consumo de carne de cuy?

- a) Carnavales**
- b) Fiesta patronal (Semana Santa)**
- c) Fiestas patrias**
- d) Día de la madre**
- e) Otros**

Indique: _____

16. ¿Cuánto es el precio promedio de la compra del cuy vivo o la carcasa?

- a) ≤ a 21 soles**
- b) 22 a 23 soles**
- c) 24 a 25 soles**
- d) 26 a 27 soles**
- e) ≥ a 28 soles**

17. ¿De qué línea genética de cuy prefiere comprar?

- a) L. Perú**
- b) L. Inti**
- c) L. Andina**
- d) Diferentes líneas genéticas**

e) Otros **Indique: _____**

18. ¿Cuál es su capacidad máxima de personas que puede recibir su establecimiento para el consumo a base de la carne de cuy?

- a) Muy pequeño (1-25 personas)**
- b) Pequeño (26-50 personas)**
- c) Mediano (51-75 personas)**
- d) Grande (76-100 personas)**
- e) Muy grande (101 a más personas)**

19. ¿Su proveedor de qué lugares le trae el cuy?

a) Tambillo

b) Andrés Avelino Cáceres D.

c) Carmen Alto

d) Chiara

e) Otros Indique: _____

20. ¿Cuál es la porción de carne de cuy que prefieren consumir habitualmente los comensales en su establecimiento?

a) Un cuy entero

b) Mitad de cuy

c) $\frac{1}{4}$ de cuy

d) Mixto

e) Otros Indique: _____

21. ¿Qué tipo de público frecuenta principalmente en su establecimiento para consumir carne de cuy?

a) Turistas

b) Personas de zona urbana

c) Personas de zona rural

d) Personas de zona periurbana

e) Todos

Anexo 5

Ficha de validación de juicio de expertos



Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
Facultad de Ciencias Agrarias
Escuela Profesional de Medicina Veterinaria

Validación del instrumento mediante juicio de expertos

Título de la investigación: Determinación de la demanda de cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga urbana, 2025.

Tesista: Keivin Cárdenas Palomino.

Señor (a) Alfredo Pazo Lora
 Grado Académico: Mg. Ciencias Animales (Mención: Producción y Reproducción)

Conociendo su impecable trayectoria académica, experiencia profesional y especialidad, recorro a su valioso juicio técnico para la validación del instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que adjunto a la presente. Agradeciendo de antemano su valioso aporte y colaboración, quedo de usted.

Por favor sírvase marcar con un aspa (X) su respuesta en uno de los recuadros de cada criterio, según la escala de valoración que se le presenta a continuación:

Valoración: 1 = Deficiente | 2 = Regular | 3 = Bueno | 4 = Muy Bueno | 5 = Excelente

Nº	Criterios de Evaluación	1	2	3	4	5
1	Claridad: Las preguntas están redactadas en un lenguaje técnico pero comprensible para los establecimientos.				X	
2	Coherencia: Los ítems guardan una relación lógica y directa con los objetivos y las variables de la tesis.					X
3	Relevancia: Las preguntas son esenciales y suficientes para poder cuantificar la demanda semanal, anual y caracteres de compra.				X	
4	Organización: El instrumento presenta una secuencia lógica, ordenada y fluida en su estructura.					X
5	Metodología: Los rangos (de precios, pesos, frecuencias, etc.) y opciones de respuesta permiten un proceso estadístico adecuado.				X	
	Promedio de valoración					X

Sugerencias:

a.....
 b.....
 c.....

Observaciones:

a.....
 b.....
 c.....

M.V. Alfredo Pazo Lora
 DOCENTE UNSHC

Firma y sello

Fecha: 14 de julio de 2025

Evaluación de las preguntas (Ítems)

Por favor sírvase marcar con un aspa (X) su respuesta en uno de los recuadros de cada criterio, según la escala de valoración que se le presenta a continuación:

Valoración: 1 = Inadecuado | 2 = Poco adecuado | 3 = Adecuado | 4 = Muy Adecuado

N°	Ítems	1	2	3	4	Observación
1	¿A qué tipo de proveedor le compra el cuy?				X	
2	¿Está contento con su actual proveedor de cuyes?			X		
3	¿Qué problemas encuentra en la carne de cuy al comprarlos?				X	
4	¿Cuál es su criterio de compra al adquirir los cuyes?				X	
5	¿Cómo prefiere comprar el cuy?				X	
6	¿Con qué frecuencia compra el cuy?				X	
7	Para adquirir el cuy, usted compra del:				X	
8	¿Con qué peso adquiere el cuy?			X		
9	¿Para comprar la carne de cuy qué tipo de sexo prefiere?				X	
10	¿Con qué frecuencia atienden en su establecimiento?			X		
11	¿Qué cantidad de carne de cuy consumen en una semana?				X	
12	¿Cuál es la especialidad o el plato más popular a base de cuy que ofrece el local?			X		
13	¿Medios de publicidad para el consumo de platos a base de carne de cuy en su centro de expendio?			X		

14	¿Ha notado algún cambio en la demanda de carne de cuy en los últimos años?				X	
15	¿En qué fechas del año ha notado mayor consumo de carne de cuy?				X	
16	¿Cuánto es el precio promedio de la compra del cuy vivo o la carcasa?			X		
17	¿De qué línea genética cuy prefiere comprar?				X	
18	¿Cuál es su capacidad máxima de personas que puede recibir su establecimiento para el consumo a base de la carne de cuy?			X		
19	¿Su proveedor de qué lugares trae el cuy?				X	
20	¿Cuál es la porción de carne de cuy que prefieren consumir habitualmente los comensales en su establecimiento?			X		
21	¿Qué tipo de público frecuenta principalmente en su establecimiento para consumir carne de cuy?				X	

M. V. [Firma]
M. V. [Firma]
DOCUMENTO UNICO

Firma y sello

Fecha: 14 de julio de 2026



Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
Facultad de Ciencias Agrarias
Escuela Profesional de Medicina Veterinaria

Validación del instrumento mediante juicio de expertos

Título de la investigación: Determinación de la demanda de cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga urbana, 2025.

Tesista: Keivin Cárdenas Palomino.

Señor (a) Javier Ciprian Pareja Loayza
Grado Académico: Dr. en Producción Animal

Conociendo su impecable trayectoria académica, experiencia profesional y especialidad, recorro a su valioso juicio técnico para la validación del instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que adjunto a la presente. Agradeciendo de antemano su valioso aporte y colaboración, quedo de usted.

Por favor sírvase marcar con un aspa (X) su respuesta en uno de los recuadros de cada criterio, según la escala de valoración que se le presenta a continuación:

Valoración: 1 = Deficiente | 2 = Regular | 3 = Bueno | 4 = Muy Bueno | 5 = Excelente

Nº	Criterios de Evaluación	1	2	3	4	5
1	Claridad: Las preguntas están redactadas en un lenguaje técnico pero comprensible para los establecimientos.					X
2	Coherencia: Los ítems guardan una relación lógica y directa con los objetivos y las variables de la tesis.					X
3	Relevancia: Las preguntas son esenciales y suficientes para poder cuantificar la demanda semanal, anual y caracteres de compra.				X	
4	Organización: El instrumento presenta una secuencia lógica, ordenada y fluida en su estructura.					X
5	Metodología: Los rangos (de precios, pesos, frecuencias, etc.) y opciones de respuesta permiten un proceso estadístico adecuado.					X
	Promedio de valoración					X

Sugerencias:

a.....
b.....
c.....

Observaciones:

a.....
b.....
c.....


Javier C. Pareja Loayza
MÉDICO VETERINARIO
C.M.V.P. N° 6930
Firma y sello

Fecha: 14 de julio de 2026

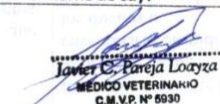
Evaluación de las preguntas (Ítems)

Por favor sírvase marcar con un aspa (X) su respuesta en uno de los recuadros de cada criterio, según la escala de valoración que se le presenta a continuación:

Valoración: 1 = Inadecuado | 2 = Poco adecuado | 3 = Adecuado | 4 = Muy Adecuado

N°	Ítems	1	2	3	4	Observación
1	¿A qué tipo de proveedor le compra el cuy?				X	
2	¿Está contento con su actual proveedor de cuyes?				X	
3	¿Qué problemas encuentra en la carne de cuy al comprarlos?				X	
4	¿Cuál es su criterio de compra al adquirir los cuyes?				X	
5	¿Cómo prefiere comprar el cuy?				X	
6	¿Con qué frecuencia compra el cuy?				X	
7	Para adquirir el cuy, usted compra del:				X	
8	¿Con qué peso adquiere el cuy?				X	
9	¿Para comprar la carne de cuy qué tipo de sexo prefiere?				X	
10	¿Con qué frecuencia atienden en su establecimiento?				X	
11	¿Qué cantidad de carne de cuy consumen en una semana?				X	
12	¿Cuál es la especialidad o el plato más popular a base de cuy que ofrece el local?			X		
13	¿Medios de publicidad para el consumo de platos a base de carne de cuy en su centro de expendio?			X		

14	¿Ha notado algún cambio en la demanda de carne de cuy en los últimos años?				X	
15	¿En qué fechas del año ha notado mayor consumo de carne de cuy?				X	
16	¿Cuánto es el precio promedio de la compra del cuy vivo o la carcasa?				X	
17	¿De qué línea genética cuy prefiere comprar?				X	
18	¿Cuál es su capacidad máxima de personas que puede recibir su establecimiento para el consumo a base de la carne de cuy?				X	
19	¿Su proveedor de qué lugares trae el cuy?				X	
20	¿Cuál es la porción de carne de cuy que prefieren consumir habitualmente los comensales en su establecimiento?				X	
21	¿Qué tipo de público frecuenta principalmente en su establecimiento para consumir carne de cuy?			X		


Javier C. Pareja Loayza
 MÉDICO VETERINARIO
 C.M.V.P. N° 5930

Firma y sello

Fecha: 14 de julio de 2026



Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
Facultad de Ciencias Agrarias
Escuela Profesional de Medicina Veterinaria

Validación del instrumento mediante juicio de expertos

Título de la investigación: Determinación de la demanda de cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga urbana, 2025.

Tesista: Keivin Cárdenas Palomino.

Señor (a) M.V. Alfredo Miguel Córdova Zorrilla
Grado Académico: Maestro en Administración de la Educación

Conociendo su impecable trayectoria académica, experiencia profesional y especialidad, recurro a su valioso juicio técnico para la validación del instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que adjunto a la presente. Agradeciendo de antemano su valioso aporte y colaboración, quedo de usted.

Por favor sírvase marcar con un aspa (X) su respuesta en uno de los recuadros de cada criterio, según la escala de valoración que se le presenta a continuación:

Valoración: 1 = Deficiente | 2 = Regular | 3 = Bueno | 4 = Muy Bueno | 5 = Excelente

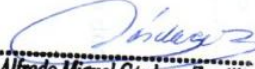
Nº	Criterios de Evaluación	1	2	3	4	5
1	Claridad: Las preguntas están redactadas en un lenguaje técnico pero comprensible para los establecimientos.				X	
2	Coherencia: Los ítems guardan una relación lógica y directa con los objetivos y las variables de la tesis.				X	
3	Relevancia: Las preguntas son esenciales y suficientes para poder cuantificar la demanda semanal, anual y caracteres de compra.					X
4	Organización: El instrumento presenta una secuencia lógica, ordenada y fluida en su estructura.				X	
5	Metodología: Los rangos (de precios, pesos, frecuencias, etc.) y opciones de respuesta permiten un proceso estadístico adecuado.					X
	Promedio de valoración				X	

Sugerencias:

- a. Desarrollar confiabilidad de datos
b.
c.

Observaciones:

- a.
b.
c.


Alfredo Miguel Córdova Zorrilla
DOCENTE

Firma y sello

Fecha: 14 de julio de 2026

Evaluación de las preguntas (ítems)

Por favor sírvase marcar con un aspa (X) su respuesta en uno de los recuadros de cada criterio, según la escala de valoración que se le presenta a continuación:

Valoración: 1 = Inadecuado | 2 = Poco adecuado | 3 = Adecuado | 4 = Muy Adecuado

N°	Ítems	1	2	3	4	Observación
1	¿A qué tipo de proveedor le compra el cuy?				X	
2	¿Está contento con su actual proveedor de cuyes?			X		
3	¿Qué problemas encuentra en la carne de cuy al comprarlos?				X	
4	¿Cuál es su criterio de compra al adquirir los cuyes?				X	
5	¿Cómo prefiere comprar el cuy?				X	
6	¿Con qué frecuencia compra el cuy?				X	
7	Para adquirir el cuy, usted compra del:				X	
8	¿Con qué peso adquiere el cuy?				X	
9	¿Para comprar la carne de cuy qué tipo de sexo prefiere?				X	
10	¿Con qué frecuencia atienden en su establecimiento?			X		
11	¿Qué cantidad de carne de cuy consumen en una semana?				X	
12	¿Cuál es la especialidad o el plato más popular a base de cuy que ofrece el local?				X	
13	¿Medios de publicidad para el consumo de platos a base de carne de cuy en su centro de expendio?			X		

14	¿Ha notado algún cambio en la demanda de carne de cuy en los últimos años?				X	
15	¿En qué fechas del año ha notado mayor consumo de carne de cuy?				X	
16	¿Cuánto es el precio promedio de la compra del cuy vivo o la carcasa?				X	
17	¿De qué línea genética cuy prefiere comprar?				X	
18	¿Cuál es su capacidad máxima de personas que puede recibir su establecimiento para el consumo a base de la carne de cuy?			X		
19	¿Su proveedor de qué lugares trae el cuy?				X	
20	¿Cuál es la porción de carne de cuy que prefieren consumir habitualmente los comensales en su establecimiento?			X		
21	¿Qué tipo de público frecuenta principalmente en su establecimiento para consumir carne de cuy?				X	


Alfredo Miguel Córdova Zorrilla
DOCENTE
 Firma y sello

Fecha: 14 de julio de 2026

Anexo 6

Procedimiento de llenado de la encuesta en los cinco distritos de la Provincia de Huamanga, 2025

Llenado de la encuesta en el distrito de Ayacucho.



Llenado de la encuesta en el distrito de San Juan Bautista.



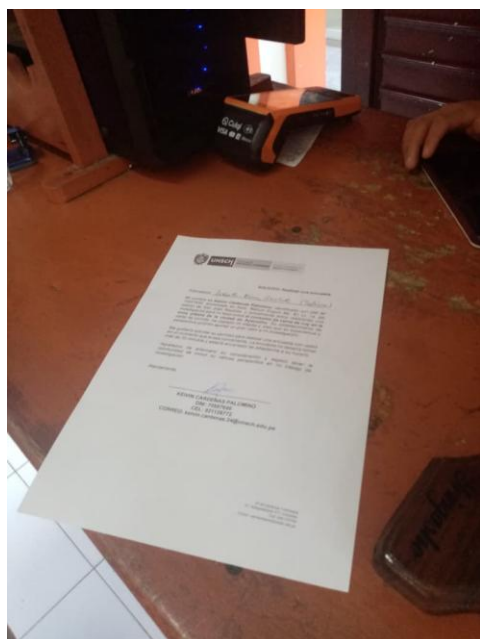
Llenado de la encuesta en el distrito de Carmen Alto.



Llenado de la encuesta en el distrito de Andrés Avelino C. D.



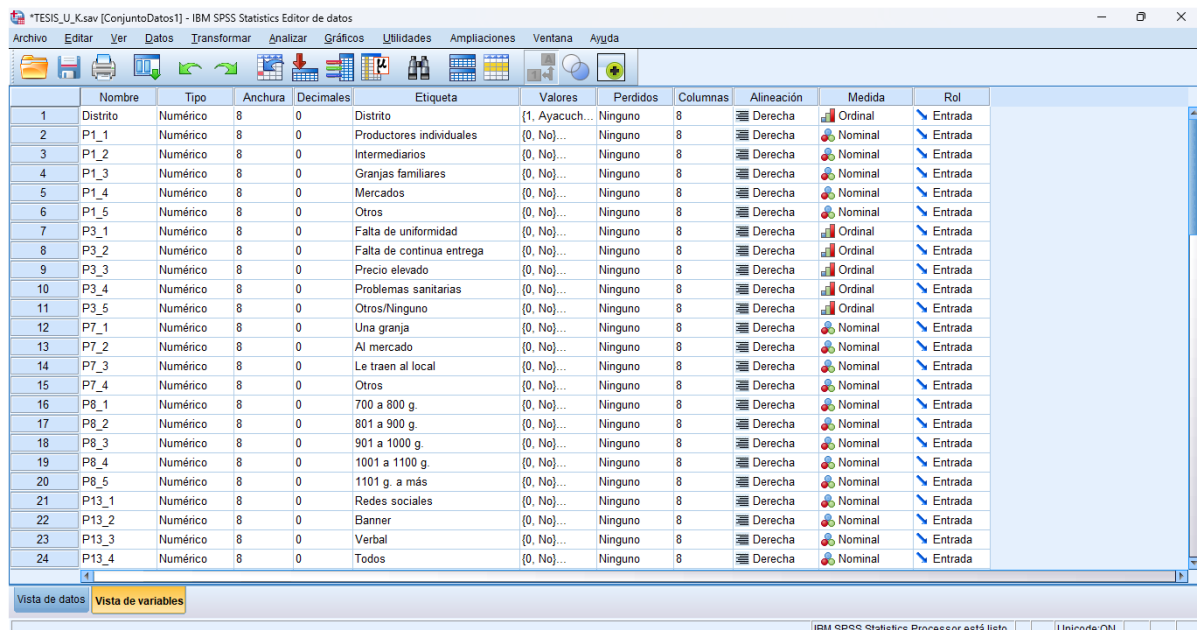
Llenado de la encuesta en el distrito de Jesús Nazareno.



Anexo 7

Procesamiento de los datos recolectados de las encuestas en el programa estadístico

Definición de las variables de los datos recolectados



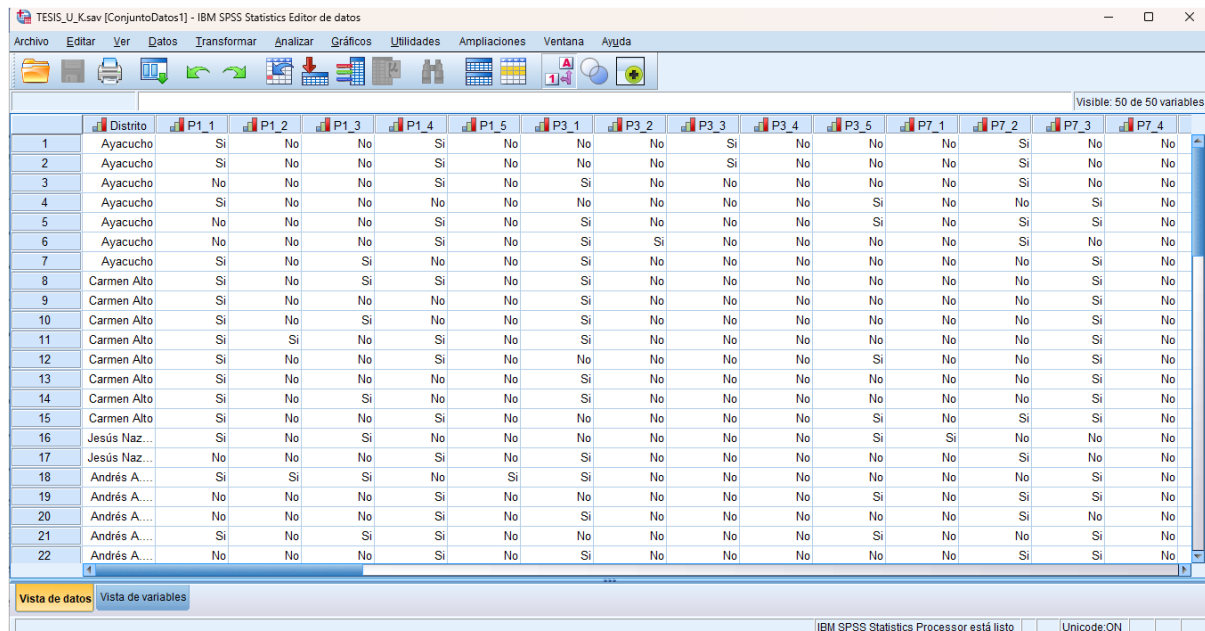
IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Distrito	Numérico	8	0	Distrito	{1, Ayacucho...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P1_1	Numérico	8	0	Productores individuales	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	P1_2	Numérico	8	0	Intermediarios	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	P1_3	Numérico	8	0	Granjas familiares	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	P1_4	Numérico	8	0	Mercados	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	P1_5	Numérico	8	0	Otros	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	P3_1	Numérico	8	0	Falta de uniformidad	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P3_2	Numérico	8	0	Falta de continua entrega	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P3_3	Numérico	8	0	Precio elevado	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P3_4	Numérico	8	0	Problemas sanitarias	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P3_5	Numérico	8	0	Otros/Ninguno	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P7_1	Numérico	8	0	Una granja	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	P7_2	Numérico	8	0	Al mercado	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	P7_3	Numérico	8	0	Le traen al local	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	P7_4	Numérico	8	0	Otros	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	P8_1	Numérico	8	0	700 a 800 g	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	P8_2	Numérico	8	0	801 a 900 g	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	P8_3	Numérico	8	0	901 a 1000 g	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	P8_4	Numérico	8	0	1001 a 1100 g	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	P8_5	Numérico	8	0	1101 g. a más	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	P13_1	Numérico	8	0	Redes sociales	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	P13_2	Numérico	8	0	Banner	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	P13_3	Numérico	8	0	Verbal	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
24	P13_4	Numérico	8	0	Todos	{0, No}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Complementación de las respuestas de los encuestados



IBM SPSS Statistics Editor de datos

Visible: 50 de 50 variables

	Distrito	P1_1	P1_2	P1_3	P1_4	P1_5	P3_1	P3_2	P3_3	P3_4	P3_5	P7_1	P7_2	P7_3	P7_4
1	Ayacucho	Si	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No
2	Ayacucho	Si	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No
3	Ayacucho	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No
4	Ayacucho	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	Si	No
5	Ayacucho	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No	Si	No	Si	No
6	Ayacucho	No	No	No	Si	No	Si	Si	No	No	No	No	Si	No	No
7	Ayacucho	Si	No	Si	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
8	Carmen Alto	Si	No	Si	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
9	Carmen Alto	Si	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
10	Carmen Alto	Si	No	Si	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
11	Carmen Alto	Si	Si	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
12	Carmen Alto	Si	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No	Si	No
13	Carmen Alto	Si	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
14	Carmen Alto	Si	No	Si	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
15	Carmen Alto	Si	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No
16	Jesús Naz...	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	Si	Si	No	No	No
17	Jesús Naz...	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No
18	Andrés A...	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
19	Andrés A...	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No
20	Andrés A...	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No
21	Andrés A...	Si	No	Si	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No	Si	No
22	Andrés A...	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No	Si	Si	No

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Obtención de las tablas generadas de las respuestas de los encuestados

Resultadofinal.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
 - Tablas cruzadas
 - Título
 - Notas
 - Resumen de p...
 - Tabla cruzada (...
 - Gráfico de barr...
 - Tabla cruzada (...
 - Gráfico de barr...
 - Tabla cruzada (...
 - Gráfico de barr...
 - Registro
 - Tablas cruzadas
 - Título
 - Notas
 - Resumen de p...
 - Tabla cruzada (...
 - Gráfico de barr...
 - Registro
 - Tablas cruzadas
 - Título
 - Notas
 - Resumen de p...
 - Tabla cruzada (...
 - Gráfico de barr...
 - Registro
 - Tablas cruzadas
 - Título
 - Notas
 - Resumen de p...
 - Tabla cruzada (...
 - Gráfico de barr...

Tablas cruzadas

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Distritos * Tipo de establecimiento	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%
Distritos * Sexo del encuestado	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%
Distritos * Grado de instrucción	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%

*Tabla cruzada Distritos*Tipo de establecimiento*

		Tipo de establecimiento			Total
		Recreo	Restaurante	Mercado - feria	
Distritos	Ayacucho	Recuento 4	3	0	7
		% del total 10,0%	7,5%	0,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento 4	5	0	9	
	% del total 10,0%	12,5%	0,0%	22,5%	
Jesús Nazareno	Recuento 0	1	1	2	
	% del total 0,0%	2,5%	2,5%	5,0%	
Andrés A.C.D.	Recuento 7	2	0	9	
	% del total 17,5%	5,0%	0,0%	22,5%	
San Juan Bautista	Recuento 3	7	3	13	
	% del total 7,5%	17,5%	7,5%	32,5%	
Total		Recuento 18	18	4	40

Abrir documento de resultados

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Unicode: ON

**UNSCH**FACULTAD DE CIENCIAS
AGRARIAS**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**
Bach. KEIVIN CARDENAS PALOMINO**R.D. N° 355-2026-UNSCH-FCA-D**

En la ciudad de Ayacucho, a los tres días del mes de agosto del año dos mil veintiséis, siendo las dieciséis horas, se reunieron en el auditorio de la Facultad de Ciencias Agrarias, bajo la presidencia del Dr. Felipe Escobar Ramírez Decano de la Facultad de Ciencias Agrarias; los miembros del jurado conformado por el M.Sc. Wilber Samuel Quijano Pacheco, M.V. William Ulises Palomino Conde como asesor, Mtro. Ennio Chauca Retamozo y la Dra. Alicia Colos Arango; actuando como secretario de actas el Mtro. Rodolfo Alca Mendoza, para recibir la sustentación de la Tesis titulado: **Determinación de la demanda de cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga urbana, 2025**, para obtener el Título Profesional de Médico Veterinario, presentado por el Bachiller **KEIVIN CARDENAS PALOMINO**.

El señor Decano previa verificación de los documentos exigidos solicitó se proceda con la sustentación y posterior defensa de la tesis en un periodo de cuarenta y cinco minutos de acuerdo al reglamento de grados y títulos vigente. Terminado la exposición, los miembros del Jurado, formularon sus preguntas, aclaraciones y/o observaciones correspondientes. Luego se invitó a los miembros del jurado pasar a otra aula para la deliberación y calificación del trabajo de tesis, teniendo el siguiente resultado:

Jurado evaluador	Exposición	Respuestas a las preguntas	Generación de conocimiento	Promedio
M.Sc. Wilber Samuel Quijano Pacheco	15	15	15	15
M.V. William Ulises Palomino Conde	17	16	17	17
Mtro. Ennio Chauca Retamozo	16	15	16	16
Dra. Alicia Colos Arango	18	18	18	18
PROMEDIO GENERAL				17

OBSERVACIONES: Por acuerdo unánime de los miembros del jurado, el título del trabajo de investigación debe ser: **Demanda del cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la Provincia de Huamanga, 2025**

Acto seguido se invita a la sustentante y público en general para dar a conocer el resultado final. Firman el acta.


.....
M.Sc. Wilber Samuel Quijano Pacheco
Presidente


.....
M.V. William Ulises Palomino Conde
Asesor


.....
Mtro. Ennio Chauca Retamozo
Jurado


.....
Dra. Alicia Colos Arango
Jurado


.....
Mtro. Rodolfo Alca Mendoza
Secretario Docente



UNSCH

FACULTAD DE CIENCIAS
AGRARIAS

CONSTANCIA DE CONTROL DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE TESIS

El que suscribe, miembro de la comisión de docentes instructores responsables de operativizar, verificar, garantizar y controlar la originalidad de los trabajos de **TESIS** de la Facultad de Ciencias Agrarias, de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, autorizado mediante RD N° 213-2025-UNSCH-FCA-D; hace constar que el trabajo titulado;

Demanda del cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025

Autor : Keivin Cardenas Palomino
Asesor : William Ulises Palomino Conde

Ha sido sometido al control de originalidad mediante el software TURNITIN UNSCH, acorde al Reglamento de originalidad de trabajos de tesis, aprobando mediante de RCU 039-2021-UNSCH-CU, arrojando un resultado de doce **(12%)** de índice de similitud, realizado con **depósito de trabajo estándar**.

En consecuencia, se otorga la presente Constancia de Originalidad para los fines pertinentes.

Nota: Se adjunta el resultado con identificador de la entrega: 3021270344

Ayacucho, 31 de agosto de 2026


Javier C. Pareja Loayza
MÉDICO VETERINARIO
C.M.V.P. N° 6930

Demanda del cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025

por Keivin Cardenas Palomino

Demanda del cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net	Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga	Trabajo del estudiante	1%
3	repositorio.umsa.bo	Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unsch.edu.pe	Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unsaac.edu.pe	Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uncp.edu.pe	Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unap.edu.pe	Fuente de Internet	1%
8	plataformaeducativauds.com.mx	Fuente de Internet	1%
9	alicia.concytec.gob.pe	Fuente de Internet	<1%
10	repositorio.unc.edu.pe	Fuente de Internet	<1%
11	repositorio.utea.edu.pe	Fuente de Internet	<1%
12	www.revistas.unitru.edu.pe	Fuente de Internet	<1%
13	repositorio.unah.edu.pe	Fuente de Internet	<1%
14	es.essays.club	Fuente de Internet	<1%

www.clubensayos.com

15	Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1 %
17	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.uroosevelt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1 %
20	www.grafiati.com Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas
Excluir bibliografía

Activo
Activo

Excluir coincidencias

< 30 words

Demanda del cuy en los establecimientos de expendio de comida en cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025

Keivin Cardenas Palomino¹

keivin.cardenas.24@unsch.edu.pe

William Ulises Palomino Conde²

william.palomino@unsch.edu.pe

Área de investigación: Ciencia Veterinaria

Línea de investigación: Sistemas de Producción Pecuaria

RESUMEN

En el presente trabajo tuvo como objetivo determinar la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga, 2025. La investigación fue desarrollada mediante la técnica de la encuesta dirigida a los locales donde expenden comida a base de carne de cuy, en la zona urbana de los distritos de Ayacucho, San Juan Bautista, Carmen Alto, Andrés Avelino Cáceres Dorregaray y Jesús Nazareno, recolectándose una muestra censal de 40 locales entre restaurantes, recreos turísticos y mercados/ferias. Los resultados obtenidos indican que hay una demanda semanal estimada de 4103 unidades de cuy para los establecimientos censados, donde la mayoría compran los cuyes de productores individuales (36,7%) y seguido de los mercados (27,8%), que les traen a sus locales el producto (64%). Cuyas características relacionadas a la demanda son la elección del peso de 970 gramos de peso vivo en promedio, con un costo promedio de 24 a 25 soles (50%), prefiriendo de cuyes machos (62,5%), donde lo adquieren el cuy de preferencia semanalmente (65%), de línea genética variada (57,5%) pero destaca la línea Perú (42,5%) y los cuyes provienen de lugares cercanas al distrito como es Carmen Alto (14%); Asimismo, el 67,5 % de los encuestados percibió un aumento moderado de la demanda durante los últimos años, identificando al “Día de la Madre” (37,5%) y a la “Semana Santa” (29,5%) como las temporadas de mayor consumo del cuy. Finalmente, se tiene una demanda proyectada anual de 213 356 unidades de cuy para abastecer a los establecimientos en base a los datos obtenidos. Concluyendo que la demanda de carne de cuy constituye un producto gastronómico importante de la región con una tendencia creciente, constituyendo una referencia para la producción planificada y abastecimiento de la cadena productiva del cuy en la región.

Palabras clave: *Demanda, carne de cuy, establecimientos, comercialización, Huamanga.*

Demand for Guinea Pig Meat in Food Establishments in Five Districts of the Huamanga Province, 2025

Keivin Cardenas Palomino¹

keivin.cardenas.24@unsch.edu.pe

William Ulises Palomino Conde²

william.palomino@unsch.edu.pe

Research area: Veterinary Science

Research line: Livestock Production Systems

ABSTRACT

This study aimed to determine the demand for guinea pig meat in food establishments in the urban areas of five districts in the Huamanga province in 2025. The research was conducted using a survey of establishments that sell guinea pig meat in the urban areas of the districts of Ayacucho, San Juan Bautista, Carmen Alto, Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, and Jesús Nazareno. A census sample of 40 establishments, including restaurants, was collected. Tourist recreation areas and markets/fairs. The results obtained indicate an estimated weekly demand of 4,103 guinea pigs for the surveyed establishments, where the majority purchase guinea pigs from individual producers (36.7%), followed by markets (27.8%), which deliver the product to their premises (64%). Characteristics related to demand include a preference for an average live weight of 970 grams, an average cost of 24 to 25 soles (50%), a preference for male guinea pigs (62.5%), where they acquire their preferred guinea pig weekly (65%), a variety of genetic lines (57.5%), with the Peruvian line being the most prominent (42.5%), and the guinea pigs coming from places near the district such as Carmen Alto (14%). Likewise, 67.5% of respondents perceived a moderate increase in demand in recent years, identifying Mother's Day (37.5%) and Holy Week (29.5%) as the peak seasons for guinea pig consumption. Finally, based on the data obtained, the projected annual demand for guinea pig meat to supply establishments is 213,356 units. In conclusion, the demand for guinea pig meat represents an important gastronomic product in the region with a growing trend, serving as a benchmark for planned production and supply within the guinea pig production chain in the region.

Keywords: *Demand, guinea pig meat, establishments, marketing, Huamanga.*

I. INTRODUCCIÓN

La carne de res, pollo y cerdo es ampliamente reconocida y constituye la mayor parte del consumo de carne en todo el país. Sin embargo, no son completamente saludables, ya que no proporcionan todos los nutrientes necesarios. Esto ha llevado a muchas familias a considerar opciones más saludables, como la carne de cuy, que ofrece una alternativa nutritiva y sabrosa (Sánchez-Quilla, 2019; Tola, 2020).

El cuy (*Cavia porcellus*) es un mamífero originario de la zona andina peruana. Están presentes en Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador, ya que el cuy ofrece un alto valor nutricional en comparación a otras especies y su periodo corto de reproducción, permite incrementar la población de cuyes, gracias a ello, existen numerosas granjas dispuestas a su crianza y la comercialización (Chauca, 1997; Cortez & Olivera, 2019). Existen diversas formas de prepararla, desde las recetas tradicionales hasta las fusiones que combinan procesos modernos y ancestrales. En Ayacucho son platos típicos que se consumen con mayor demanda, pero la deficiencia de manejo de los cuyes y con mala calidad de presentación hace que no haya mucha atracción para que más población consuma frecuentemente la carne de cuy (Ahumada et al., 2016).

La demanda de cuyes es una parte importante de la gastronomía peruana, especialmente en la región de Ayacucho. Sin embargo, existe una falta de estudios específicos que analicen cuántos cuyes se consumen en los diferentes establecimientos urbanos de la ciudad, tomando en cuenta las características preferidas como es el peso, tamaño, sexo, raza, fechas festivas, entre otros. Por lo que esta investigación nace por el interés de analizar la demanda de cuy que se requiere en los establecimientos de comida a base de carne de cuy en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga.

Objetivos generales

- Determinar la demanda de carne de cuy en establecimientos de expendio de comida en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga.

Objetivos específicos

- Describir las características de compra asociadas a la demanda de carne de cuy en los establecimientos de expendio de comida.
- Cuantificar la demanda semanal y proyectar el volumen anual de carne de cuy requerida por los establecimientos de expendio de comida.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Zona de estudio

Se desarrolló en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga, departamento de Ayacucho. Los distritos seleccionados son: el distrito de Ayacucho, capital de la provincia, está situado a una latitud de aproximadamente 13° 9' 37" sur, longitud de aproximado 74° 13' 20" oeste y una altitud de 2,797 metros sobre el nivel del mar; en Andrés Avelino Cáceres Dorregaray se ubica con una latitud de 13° 9' 17" sur, longitud 74° 13' 40" oeste y altitud de aproximadamente 2,726 metros sobre el nivel de mar; en San Juan Bautista está a una altitud de un promedio de 2,786 metros sobre nivel de mar, con una longitud de 74° 13' 25" oeste y latitud cercana a 13° 10' 00" sur; en Carmen Alto tiene una altitud que varía entre 2,800 metros sobre nivel de mar, ubicándose en latitud 13° 10' 20" sur y en Jesús Nazareno se encuentra a una altitud de 2,710 metros sobre nivel de mar, longitud 74° 13' 50" oeste y latitud 13° 9' 15" sur.

2.2 Materiales y equipos

2.2.1. Material biológico

Los 40 establecimientos censados de expendio de comida a base de carne de cuy.

2.2.2. Material de escritorio

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| ● Ficha de encuesta | ● Chaqueta |
| ● Lapiceros y borrador | ● Fotocheck o credencial |
| ● Cuaderno de campo | ● Archivador |
| ● Planos geográfica urbana | ● Tablero de escritura |
| ● Hojas bond A4 de 80 gramos | ● Perforador |

2.2.3. Equipos

Laptop con el Software (SPSS versión 25) y Microsoft Excel 2021. Impresora con cartuchos de tinta y una cámara fotográfica.

2.3 Identificación de los establecimientos

La fase de identificación y selección de los establecimientos de expendio de comida se desarrolló en tres etapas. En la primera, se tomó como referencia el registro de licencias de funcionamiento de los locales de expendio de comida, proporcionado por la Subgerencia de Comercio y Licencias de la Municipalidad Provincial de Huamanga, con dicho registro constituyó la base inicial para la localización de los establecimientos potencialmente elegibles para el estudio, donde se tenía una cantidad de 102 establecimientos en la zona urbana. Posteriormente, en segunda etapa se fueron seleccionando el listado mediante la consulta de diversas fuentes de información como el Google Maps y redes sociales, con el fin de verificar

qué establecimientos ofrecían de manera habitual platos preparados a base de carne de cuy. En una tercera etapa, se efectuó las visitas de verificación in situ a los establecimientos ubicados en la zona urbana de los distritos seleccionados, así como a las zonas de mayor actividad gastronómica, para contrastar la operatividad de los locales y corroborar la venta de comidas a base de cuy. Finalmente, una vez identificados los establecimientos se solicitó la autorización del propietario o administrador para participar voluntariamente en la investigación. Como resultado de este procedimiento, se identificó un total de 40 establecimientos que cumplían los criterios, constituyendo así una población censal sujeta a estudio. De manera complementaria, se gestionó ante la Municipalidad Provincial de Huamanga el acceso a los planos catastrales de los cinco distritos seleccionados y el uso de los planos cartográficos elaborados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

2.4 Instrumento de recolección de datos

Se aplicó una encuesta estructurada dirigido a los dueños o administradores de cada establecimiento.

2.5 Validación del instrumento

El instrumento de recolección de datos consistió en un cuestionario estructurado elaborado en función de los objetivos de la investigación. Para garantizar la veracidad de las preguntas, el cuestionario fue sometido a un proceso de validación mediante juicio de expertos, en el cual participaron profesionales con experiencia en producción animal, comercialización pecuaria y metodología de la investigación.

2.6 Aplicación del cuestionario

El cuestionario fue aplicado de manera presencial, se solicitará el consentimiento del dueño/administrador, antes de iniciar la entrevista se brindó una solicitud simple para la aceptación de la realización de la encuesta.

2.7. Preparación de datos

Se realizó un análisis descriptivo de las variables estudiadas. Los cuestionarios se codificaron y se ingresaron en una base de datos para ser procesados en el software estadístico tanto de Microsoft Excel y SPSS versión 25, de la zona urbana de los distritos seleccionados.

2.8. Análisis de los resultados

Se obtuvo una evaluación precisa en base a la información brindada del dueño o administrador encuestado, aplicando pruebas estadísticas adecuadas al tipo y distribución de los datos tanto tabulaciones simples y cruzadas, con escala de medición nominal u ordinal, de acuerdo a las preguntas abiertas (opción múltiple) como cerradas, mediante tablas y figuras para facilitar su interpretación y comparación entre los distritos, con un intervalo de confianza de 95%.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Características de compra asociadas a la demanda de carne de cuy

Tabla 1

Distribución en los establecimientos según el tipo de proveedor de cuy

		¿A qué tipo de proveedor le compra el cuy?					Total
		Productor individual	Intermediario	Granja familiar	Mercado	Otro	
Ayacucho	Recuento	4	0	1	5	0	10
	% del	40,0%	0,0%	10,0%	50,0%	0,0%	100%
	Distrito						
Carmen Alto	Recuento	9	2	4	4	0	19
	% del	47,4%	10,5%	21,1%	21,1%	0,0%	100%
	Distrito						
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	1	1	0	3
	% del	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	100%
	Distrito						
Andrés A.C.D.	Recuento	5	2	4	6	1	18
	% del	27,8%	11,1%	22,2%	33,3%	5,6%	100%
	Distrito						
San Juan Bautista	Recuento	10	1	9	6	3	29
	% del	34,5%	3,4%	31,0%	20,7%	10,3%	100%
	Distrito						
Total	Recuento	29	5	19	22	4	79
	% del total	36,7%	6,3%	24,1%	27,8%	5,1%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=79 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 1 se muestra los tipos de proveedores de cuy según lo reportado por los establecimientos. Dado que la pregunta permitió respuestas múltiples, se trabajó con la respuesta recibida. Se observa que la mayoría indicó a los productores individuales como principales abastecedores con un 36,7 %, seguidos de los mercados de abasto con 27,8 % y las granjas familiares con 24,1 %. Estos resultados revelan una preferencia hacia los productores individuales y como también los mercados locales como principales canales de abastecimiento por lo que refleja la importancia de la producción en la cadena de valor del cuy en los 5 distritos seleccionados, dado por la relación cercana de los productores individuales pertenezcan al grupo de granjas familiares.

Esta tendencia coincide con lo señalado por el MIDAGRI (2023), que identifica a los pequeños productores constituidas con una producción familiar como uno de los principales abastecedores en la cadena productiva de cuy en el Perú. Estos revelan la adquisición directa desde el productor primario, lo cual se asocia con la confianza mutua, en la facilidad de llegada

del producto como la cercanía geográfica, que garantiza la compra directa, también se relaciona con el menor costo a comparación de los intermediarios. Por lo que podemos indicar que muchos establecimientos priorizan la facilidad para adquirir a los cuyes y evitar más gastos. Por otro lado, también en el mercado son espacios que tiene mayor accesibilidad y disponibilidad inmediata, pero sin asegurar la calidad del producto, por lo que es una fuente significativa de abastecimiento para diversos tipos de compradores, con la necesidad de cubrir las brechas de desabastecimiento con los canales de libre accesibilidad por lo que genera poca homogeneidad del producto (Sánchez, 2024).

Tabla 2

Criterios de compra al adquirir los cuyes en los establecimientos

		¿Cuál es su criterio de compra al adquirir los cuyes?			
		Por tamaño	Por peso	Ambos	Total
Distrito Ayacucho	Recuento	4	3	0	7
	% del Distrito	57,1%	42,9%	0,0%	100,0%
	% del total	10,0%	7,5%	0,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	6	1	2	9
	% del Distrito	66,7%	11,1%	22,2%	100,0%
	% del total	15,0%	2,5%	5,0%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	1	2
	% del Distrito	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	% del total	2,5%	0,0%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	4	1	4	9
	% del Distrito	44,4%	11,1%	44,4%	100,0%
	% del total	10,0%	2,5%	10,0%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	5	4	4	13
	% del Distrito	38,5%	30,8%	30,8%	100,0%
	% del total	12,5%	10,0%	10,0%	32,5%
Total	Recuento	20	9	11	40
	% del total	50,0%	22,5%	27,5%	100,0%

En la tabla 2, se presentan las respuestas de compra de cuyes por los establecimientos, donde la mitad de los establecimientos encuestados (50%) prioriza el tamaño como principal criterio de compra de cuyes, mientras que el 22.5% se enfoca solo en el peso y el 27.5% considera ambos criterios de preferencia de compra. Esto indica que la mitad de los establecimientos encuestados consideran primordial el aspecto visual para ver el tamaño del cuy antes de poder comprarlo, constituyendo el atributo más importante por los establecimientos. Además, destaca que el 27,5 % de los establecimientos evalúa tanto el tamaño y el peso, lo que demuestra que una parte

importante de los establecimientos utiliza criterios visuales con las características del cuy antes de decidir la compra del producto. Esta conducta manifiesta una preferencia de uniformidad y rendimiento de carcasa, los cuales ya habían sido identificados de la mayoría de establecimientos, donde la falta de uniformidad fue el principal problema reportado durante la compra de cuyes.

Al respecto, coinciden con Montesinos (2019) quien indica la homogeneidad en el tamaño y el peso de los cuyes facilita el producto final sea más uniforme para la comercialización, asimismo, un producto homogéneo que permite cumplir con las expectativas del mercado, lo que es fundamental para satisfacer las expectativas de los consumidores y tener mejor comercialización para la preparación del cuy. Por su parte, Escobar et al. (2023) resaltan que el peso vivo y las medidas del cuerpo, como la anchura torácica del cuy, longitud corporal, son indicadores claves del rendimiento de la canal. Por lo tanto, los cuyes con mejor desarrollo corporal presentan un excelente rendimiento para la venta cárnica de ellos, que influye en la rentabilidad y la aceptación del producto en el mercado.

Tabla 3

Frecuencia de compra el cuy en los establecimientos

			¿Con qué frecuencia compra el cuy?					
			Diario	Interdiario	Semanal	Quincenal	Otro	Total
Distrito	Ayacucho	Recuento	0	1	6	0	0	7
		% del Distrito	0,0%	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%	100%
		% del total	0,0%	2,5%	15,0%	0,0%	0,0%	17,5%
	Carmen	Recuento	0	3	5	0	1	9
		% del Distrito	0,0%	33,3%	55,6%	0,0%	11,1%	100%
		% del total	0,0%	7,5%	12,5%	0,0%	2,5%	22,5%
	Alto	Recuento	0	0	0	1	1	2
		% del Distrito	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100%
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%	5,0%
	Jesús	Recuento	0	2	6	0	1	9
		% del Distrito	0,0%	22,2%	66,7%	0,0%	11,1%	100%
		% del total	0,0%	5,0%	15,0%	0,0%	2,5%	22,5%
	Nazareno	Recuento	2	2	9	0	0	13
		% del Distrito	15,4%	15,4%	69,2%	0,0%	0,0%	100%
		% del total	5,0%	5,0%	22,5%	0,0%	0,0%	32,5%
	Andrés	Recuento	2	8	26	1	3	40
		% del Distrito	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%
		% del total	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%
A.C.D.	Recuento	2	8	26	1	3	40	
	% del Distrito	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%	
	% del total	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%	
San Juan	Recuento	2	8	26	1	3	40	
	% del Distrito	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%	
	% del total	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%	
Bautista	Recuento	2	8	26	1	3	40	
	% del Distrito	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%	
	% del total	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%	
Total	Recuento	2	8	26	1	3	40	
	% del total	5,0%	20,0%	65,0%	2,5%	7,5%	100%	

En la Tabla 3 se muestra la frecuencia con que los establecimientos adquieren el cuy. La mayor parte lo hace semanalmente con el 65,0 % (n=26), seguida de aquellos que lo compran

interdiario con el 20,0 % (n=8), luego está con el 7,5 % (n=3) en la opción “otro” (que indican que cada que se acaba el cuy contactan al proveedor o van al mercado cada 4 días en promedio), mientras que sólo el 5,0 % compra diariamente, y el 2,5 % requiere quincenalmente. Por tanto, el predominio de la compra semanal (65,0 %) de los establecimientos se podría reflejar por estos casos como los costos de transporte, escases de cuyes para abastecer constantemente, no tener lugar de almacenamiento o que los establecimientos prefieren tener productos de acuerdo a la demanda de consumo, que son los fines de semana, a parte se evitar pérdidas o tener un sobre stock. Asimismo, el 20,0 % de establecimientos realizan compras interdiarias, donde refleja que una parte de los establecimientos tiene la frecuencia de compra según el ritmo de consumo y las necesidades de reposición del cuy.

La preferencia de la compra semanal indica que los establecimientos confían en un abastecimiento regular pero no a diario, lo que sugiere un estudio y demanda que permite estabilizar entregas semanales del producto. Este esquema se alinea a los hallazgos en Huancayo, donde se indica que muchos comerciantes reportan el uso de los cuyes semanalmente, especialmente para poder abastecer la demanda para consumo doméstica y restaurantes, ya que muchas personas prefieren consumir los fines de semana por ello se requiere cuyes frescos. Mientras los mercados mayoristas requieren abastecerse diariamente o cada que se va acabando el producto (Dionisio, 2024).

Tabla 4
Promedio de pesos adquiridos del cuy en los establecimientos

			¿Con qué peso adquiere el cuy?				
			700 a 800 g.	801 a 900 g.	901 a 1000 g.	1001 a 1100 g.	1101 g. a más
			Total				
Distrito	Ayacucho	Recuento	1	5	0	1	3
		% del Distrito	10,0%	50,0%	0,0%	10,0%	30,0%
	Carmen Alto	Recuento	3	0	3	2	1
		% del Distrito	33,3%	0,0%	33,3%	22,2%	11,1%
	Jesús Nazareno	Recuento	0	0	0	1	1
		% del Distrito	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%
	Andrés A.C.D.	Recuento	2	2	6	1	1
		% del Distrito	16,7%	16,7%	50,0%	8,3%	8,3%
	San Juan Bautista	Recuento	0	0	8	9	4
		% del Distrito	0,0%	0,0%	38,1%	42,9%	19,0%
Total		Recuento	6	7	17	14	10
		% del total	11,1%	13,0%	31,5%	25,9%	18,5%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=79 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 4 se muestra que el rango de peso más elegido por los establecimientos al adquirir cuyes fue de 901 a 1 000 gramos, con un 31,5 % (n=17), seguido del rango de 1 001 a 1 100 gramos con 25,9 % (n=14). Un 18,5 % (n=10) eligió que compra cuyes de más de 1 101 gramos. En conjunto, los resultados se evidencian una preferencia por cuyes con pesos iguales o superiores a 900 gramos.

Este patrón indica que la mayoría de establecimientos prefieren cuyes de buen peso mayores de 900 gramos, lo cual puede relacionarse con las expectativas de rendimiento de carne y calidad de la canal, durante la producción de cuyes en los distintos lugares de la ciudad. Por lo que, indican los establecimientos buscan cuyes con mayor desarrollo corporal y una uniformidad de los productos para su correcta preparación de platos de comida a base de cuy, satisfaciendo a los consumidores.

En el estudio de Revilla (2022) obtuvo que los productores sacan al mercado cuando tienen en promedio 800 gramos de peso (84,5 %) y 12,8 % de los encuestados indica mayor a 900 gramos de peso vivo. Pudiendo relacionar con que el peso ideal es que tengan mínimo 800 gramos de peso a mayor que es la preferencia de los restaurantes campestres de Moquegua. Lo que demuestra que hay diferencias del peso de comercialización por los productores y el peso demandado.

Esto tiene coincidencia con lo que indica el manual de Tenorio (2016), donde los mercados suelen querer cuyes vivos de entre 800 gramos a 1 kilogramo, aunque algunos compradores eligen carcasas de mayores pesos para tener una buena presentación para el consumidor ya que ellos prefieren el tamaño relacionado con el peso, que demuestra una tendencia semejante de preferencia con el estudio. Asimismo, en la investigación de Tola (2020) en establecimientos de Patacamaya (Bolivia) se apreció que la compra de cuy por lo general, se da entre 1 Kg a 1,2 Kg con un porcentaje de 55% de los encuestados, que evidencia una tendencia de la región por la adquisición de los cuyes de dicho peso de las dos zonas de Patacamaya, así, satisfacer las exigencias de los consumidores.

Tabla 5***Distribución de los precios promedio reportados para la compra del cuy***

		¿Cuánto es el precio promedio (soles) de la compra del cuy vivo o la carcasa?					Total
		≤ a 21	22 a 23	24 a 25	26 a 27	≥ a 28	
Distrito Ayacucho	Recuento	0	2	4	1	0	7
	% del Distrito	0,0%	28,6%	57,1%	14,3%	0,0%	100%
	% del total	0,0%	5,0%	10,0%	2,5%	0,0%	17,5%
Carmen Alto	Recuento	0	3	5	1	0	9
	% del Distrito	0,0%	33,3%	55,6%	11,1%	0,0%	100%
	% del total	0,0%	7,5%	12,5%	2,5%	0,0%	22,5%
Jesús Nazareno	Recuento	1	0	0	0	1	2
	% del Distrito	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100%
	% del total	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	5,0%
Andrés A.C.D.	Recuento	1	4	3	1	0	9
	% del Distrito	11,1%	44,4%	33,3%	11,1%	0,0%	100%
	% del total	2,5%	10,0%	7,5%	2,5%	0,0%	22,5%
San Juan Bautista	Recuento	1	2	8	2	0	13
	% del Distrito	7,7%	15,4%	61,5%	15,4%	0,0%	100%
	% del total	2,5%	5,0%	20,0%	5,0%	0,0%	32,5%
Total	Recuento	3	11	20	5	1	40
	% del total	7,5%	27,5%	50,0%	12,5%	2,5%	100%

En la Tabla 5 se observa que el rango de precio más reportado por los establecimientos fue el de 24 a 25 soles como precio promedio al comprar la carne de cuy, con el 50,0 % de respuestas. Le sigue el rango de 22 a 23 soles con un 27,5 %, con un 12,5 % indicó que paga entre 26 a 27 soles, mientras que el 7,5 % paga ≤ 21 soles y solo el 2,5 % reportó pagar precios ≥ 28 soles. Todo estos resultados en conjunto es que prefieren cuyes con las características de compra observadas anteriormente, donde los establecimientos manifestaron preferir cuyes con pesos superiores a 900 gramos y, principalmente, machos, características que suelen corresponder a animales con mayor valor comercial y son debido a que en la ciudad de la provincia de Huamanga tiene buena valoración del precio del cuy, como son los costeos del transporte, costo del faenado y cuyes de calidad, donde muchos productores tienen mejores ganancias en la crianza de cuyes, mejorando la calidad y tener mejor competencia contra otras regiones del país. Comparando dichos datos con lo reportado en la región de La Libertad se menciona que los mercados locales manejan precios entre S/ 17 a S/ 25 soles por cada cuy vivo con un peso promedio mínimo de 800 gramos hasta 1 000 gramos, lo cual es un rango que se relaciona con los rangos de los resultados indicados anteriormente, y podría aumentar los costos al momento de venderlo a los cuyes ya faenados (León, 2016). En el reporte de Tenorio (2016) indica que

el precio del faenado de cuyes en Cajamarca para venta tiene a un promedio de 25 soles con un peso promedio de 1 Kilogramo, mientras de menor peso tiende a costar de 20 a 23 soles, reportando que cada año tiene mejor valoración la carne de cuy, como también los precios de cuyes reproductores tanto macho y hembra oscilan de 25 a 30 soles en promedio. Por tanto, los resultados no difieren excesivamente de los precios observados en otras investigaciones y donde el mayor porcentaje de establecimientos indicó adquirir cuyes con un costo de S/ 24 a S/ 25.

Tabla 6

Fechas del año en que los establecimientos notan mayores consumos de carne de cuy

		¿En qué fechas del año hay mayor consumo de carne de cuy?						
			Semana Carnavales	Fiestas Santa Patrias	Día de la Madre	Otros	Total	
Distrito	Ayacucho	Recuento	2	4	5	5	4	20
		% del Distrito	10,0%	20,0%	25,0%	25,0%	20,0%	100%
	Carmen	Recuento	2	6	1	8	1	18
	Alto	% del Distrito	11,1%	33,3%	5,6%	44,4%	5,6%	100%
	Jesús	Recuento	1	2	1	2	1	7
	Nazareno	% del Distrito	14,3%	28,6%	14,3%	28,6%	14,3%	100%
	Andrés	Recuento	3	6	2	9	1	21
	A.C.D.	% del Distrito	14,3%	28,6%	9,5%	42,9%	4,8%	100%
	San Juan	Recuento	1	8	0	9	4	22
	Bautista	% del Distrito	4,5%	36,4%	0,0%	40,9%	18,2%	100%
Total		Recuento	9	26	9	33	11	88
		% del total	10,2%	29,5%	10,2%	37,5%	12,5%	100%

Nota. N=40 establecimientos encuestados; n=79 respuestas registradas. Los porcentajes están calculados del total de respuestas recibidas (n), debido a que la pregunta es de respuestas múltiples.

En la Tabla 6, se presencia que la festividad donde la mayoría de establecimientos manifiesta un mayor consumo de carne de cuy es el “Día de la Madre”, con el 37,5 %. En segundo lugar, está la festividad religiosa de Semana Santa con 29,5 %. Luego están otras festividades con 12,5 % que indican como el día del padre, cumpleaños, etc.; seguidas de los “Carnavales” (10,2 %) y “Fiestas Patrias” con el 10,2 %.

Estos hallazgos nos indica que presenta un comportamiento estacional donde la mayoría tiene mayor consumo de cuy en el mes de mayo para celebrar a todas las madres en familia principalmente (82,5%), lo que refleja el consumo dentro de estas reuniones familiares como una tradición. En segundo lugar, esta la semana santa (65,0%) que es coherente porque es una típica tradición de Ayacucho, donde muchos visitantes de otras regiones y de zonas rurales vienen a disfrutarlo los eventos, que es muy reconocida a nivel nacional y una masiva afluencia de visitantes durante esta festividad religiosa, favoreciendo así el consumo de platos típicos

como de la carne de cuy. En el estudio del mercado de la carne de cuy en Cusco, se reportan que los meses de mayo y junio tienen los mayores porcentajes de ventas de cuy, por lo que coincide con celebraciones como “Día de la Madre” y festividades religiosas del lugar. En ese estudio, en mayo indican un 11,63 % y en junio el 10,73 % de la demanda de consumo de cuyes (Moscoso et al., 2015). Además, en otro trabajo donde se tiene como mayor comercialización de cuyes durante los meses de setiembre a diciembre (43%), muy seguido de las fechas de mayo a agosto con el 41%, por lo que se confirma que en otros lugares fue de Ayacucho tiene predisponían de mayor demanda durante los meses de mayo, y que puede variar de acuerdo a las festividades de cada lugar o región (Huisñay, 2018).

3.2. Cuantificación de la demanda proyectada de carne de cuy requerida por los establecimientos de expendio de comida.

3.2.1 Demanda semanal de carne de cuy por los establecimientos

Tabla 7

Consumo total de cuyes por semana, según los distritos seleccionados de la provincia de Huamanga

		¿Qué cantidad de cuy consumen en una semana? (unidades)	
Distrito	Ayacucho	Recuento	372
		% del total	9.07%
	Carmen Alto	Recuento	314
		% del total	7.65%
	Jesús Nazareno	Recuento	146
		% del total	3.56%
	Andrés A.C.D.	Recuento	2444
		% del total	59.57%
	San Juan Bautista	Recuento	827
		% del total	20.16%
Total		Recuento	4103
		% del total	100.00%

En la Tabla 7 se muestra los resultados de la encuesta a los establecimientos sobre la cantidad promedio de cuy (unidades) que se consume por una semana, desarrollados estadísticamente y consolidados de los datos proporcionados por los establecimientos evaluados, dándose una sumatoria de 4103 unidades de cuyes que compran en los diferentes proveedores o criadores de cuyes para satisfacer el consumo semanal. Lo cual, se analiza la distribución geográfica y señala que hay un mayor consumo de unidades de cuyes en el distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray con el 59.57% (2444 unidades de cuyes) que sería el principal mercado del estudio, porque en dicho distrito tiene un restaurante emblemático de alta capacidad operativa y con una

alta demanda de consumidores por lo que es muy reconocido a nivel de la región y del país, donde suelen consumir mayor cantidad de cuyes frente a otros locales, además que dicho local tiene una preparación primordial de platos solo a base de carne de cuy, que genera una brecha mayor de consumo.

Por otra parte, se constata que la cantidad de demandadas semanalmente no es estática, sino que existe fluctuaciones significativas reguladas por factores operativos y estacionales. Entre las principales variables destacan el tipo de establecimiento (restaurantes tradicionales, recreos turísticos, mercados o ferias), la afluencia de consumidores registra mayor consumo durante los fines de semana y las preferencias culturales de consumo de platos típicos en la provincia de Huamanga. Guardando una relación de perfecta congruente con la preferencia analizada en los resultados previos respecto a la periodicidad de compra semanal para satisfacer a sus consumidores. La cantidad de cuyes consumidos en promedio por una semana tiene variaciones como el tipo de establecimiento (restaurante, recreo turístico, mercado o feria), demanda de consumidores (mayor los fin de semana) y las preferencias de platos típicos de la provincia de Huamanga; donde cada local tiende a ajustar los requerimientos de compras de cuyes, relacionando con la tabla donde indica que dichos locales mayormente prefieren comprar semanalmente, por tanto, se ajusta las necesidades y preferencias de los consumidores (Sánchez, 2024). La cifra de 4 103 cuyes por semana constituye como la base para proyectar la demanda mensual y anual estimada, información que resulta muy importante para los productores, asociaciones de criadores y entidades vinculadas a la planificación de la cadena productiva del cuy en la región de Ayacucho.

3.2.2 Proyección de la demanda anual estimada de los establecimientos

Tabla 8

Demanda anual estimada de los establecimientos encuestados

Distrito	Abastecedor	Preferencia de presentación	Peso promedio	Precio promedio	Promedio cuy pedidos / semana	Promedio cuy pedidos / año
Ayacucho (7)	Productores individuales y mercados	carcasa	850	24.5	372	19 344
Carmen Alto (9)	Productores individuales, granjas y mercados	carcasa	950	24.5	314	16 328
Jesús Nazareno (2)	Productores individuales, granjas y mercados	ambos	1050	24.5	146	7 592
Andrés A.C.D. (9)	Productores individuales y mercados	vivo	950	22.5	2444	127 088
San Juan Bautista (13)	Productores individuales y granjas	vivo	1050	24.5	827	43 004
Total ponderado (40)			970	24.1	4103	213 356
Total promedio			970	24	4103	213 356

En la Tabla 8 con la encuesta desarrollada a los establecimientos de los cinco distritos seleccionados, se ha comprobado y comparado por cada distrito la demanda de carne de cuy dando en total 4103 unidades de cuyes que se requiere por semana para los 40 establecimientos. Proyectando con el total, se tiene una demanda estimada de 213 356 unidades de cuy por año, evidenciando la magnitud de volumen de unidades de cuy requerido para abastecer continuamente a los establecimientos de los distritos evaluados.

De acuerdo a la demanda, los establecimientos son muy importantes porque tienen mucha relación con los principales abastecedores o criadores de cuyes, que pueden brindar constantemente el producto requerido durante todo el año, tanto con la calidad y tamaño agradable para los diferentes establecimientos locales de los distritos, para su posterior transformación del producto en platos gastronómicos preferibles a base de carne de cuy, respondiendo a las necesidades de los consumidores. Además, que los locales gastronómicos tienen un papel fundamental para que haya mayor demanda de cuy porque ayudan en la comercialización del cuy apoyando a los productores de la zona e impulsa a criar mayor cantidad de cuy, y que hay mayor desarrollo económico para los pequeños y grandes productores de la región. Por tanto, las respuestas de los establecimientos coinciden en una

cruda realidad operativa, que en esas fechas se genera una mayor demanda de cuyes, donde se duplica o triplica la cantidad de consumo y no se puede satisfacer a los consumidores porque no hay suficientes cuyes para preparar los platos típicos a base de cuy, generando un cuello de botella sin satisfacer sus consumidores. Este desabastecimiento temporal ocurre porque la oferta biológica de las granjas locales llega a su límite, evidenciando que no hay suficientes cuyes listos y con el peso comercial requerido para cubrir la demanda en estas festividades mencionadas.

Por último, demuestran que el consumo de la carne de cuy en la provincia de Huamanga no responde únicamente a la tradición, sino también a una creciente valoración de sus virtudes nutricionales, que estos locales ofrecen el consumo de carne de cuy por las bondades del producto cárnico. Los entrevistados destacan de forma unánime que se trata de un alimento atractivo, así, como son las bajas grasas y altas proteínas del cuy, también la carne es agradable y fácil digestión, que transforman la carne de cuy en un producto ideal y con fines preventivos para comensales que lidian con problemas de salud crónico, tales como las personas con obesidad o enfermedades cardiovasculares (Cortez & Olivera, 2019).

Estos valores hallados reportados por la investigación de Sánchez (2024), quien halló una demanda anual de 122 048 unidades, donde demuestra el consumo en los hogares es en promedio mayor de cuyes que el consumo en los establecimientos del distrito de Ayacucho. Donde, dicho trabajo abarcó a las familias del distrito urbano y periurbano, considerando la presentación de la carne de cuy con alta calidad para mayor consumo, lo cual podría variar con mi estudio porque se pudo saber que en la zona urbana el consumo es menos frecuente, como también lo consumen en locales de su preferencia que no necesariamente están en su distrito, aunque mantiene la estimación de un crecimiento consumo vinculado a la mejora de calidad y presentación del producto.

CONCLUSIONES

1. Se determinó una alta demanda estimada de carne de cuy en los 40 establecimientos de expendio de comida identificados en la zona urbana de cinco distritos de la provincia de Huamanga tiene una demanda constante basado en la perspectiva de los encuestados que es de 4 103 unidades de cuyes en promedio por semana, donde brindan los proveedores de diferentes lugares de la región en el 2025, evidenciando la apreciación de los locales que hay una tendencia creciente.
2. Se identificó las principales características de compra de carne de cuy en los establecimientos, donde prefieren el cuy buen tamaño de peso vivo (970 gramos), con

un costo de 24 a 25 soles (50%), el género de cuy preferido fue el macho (62,5%), de cualquier línea genética (57,5%), compran semanalmente mayormente los cuyes (65%), comprando de los productores individuales que en su mayoría le traen al local pero y deben obtener mayor cantidad de cuyes para fechas festivas como es el “Día de la Madre” y la “Semana Santa” en los cinco distritos seleccionados de la provincia de Huamanga.

3. Se tuvo la demanda anual estimada de carne de cuy en los establecimientos (recreos turísticos, restaurantes, mercados/ferias) que ofrecen platos gastronómicos del producto, obteniendo una demanda de 4103 cuyes/ semana, demanda mensual de 17766 cuyes y una demanda anual estimada de 213 356 unidades de cuy, identificados en la zona urbana de los cinco distritos seleccionados en la provincia de Huamanga, por lo tanto, se relacionó con lo que indican los locales que hay una demanda creciente moderada (67.5%).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahumada, J. L., Cheng, D. G., & Mantilla, A. A. (2016). *Desarrollo del mercado de carne de cuy en Lima Metropolitana* [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621885>
- Chauca, L. (1997). *Producción de Cuyes (Cavia Porcellus)* (Vol. 138). Food & Agriculture.
- Cortez, F. J., & Olivera, J. (2019). *Estudio de mercado para el lanzamiento de carne de cuy empacutado al vacío en la ciudad de Chiclayo, 2016* [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2105>
- Dionisio, R. N. (2024). *Estrategias de marketing en la compra y la venta de carne de cuy (Cavia porcellus) mercados mayorista y modelo del cercado de Huancayo*. [Tesis de grado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. <https://repositorio.uncp.edu.pe/items/e63fa8f0-b8bb-443a-9c3e-a7dae8951ff0>
- Guevara, M. E. (2024). *Evaluación de las características fisicoquímicas de calidad en la carne fresca de cuy (Cavia porcellus) en función de su edad y sexo producido en la provincia de Chota*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de Chota]. <https://repositorio.unach.edu.pe/handle/20.500.14142/625>
- Huisñay, B. (2018). *Estudio del mercado de carne de cuy (Cavia porcellus) en el distrito de Echarati – La Convención 2014* [Tesis de grado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/3601>
- León, J. C. (2016). *La Libertad: Demanda por carne de cuy asciende a 1.360 toneladas al año*.

- Agencia Agraria de Noticias. <https://agraria.pe/noticias/la-libertad-demanda-por-carne-de-cuy-asciende-a-11878>
- MIDAGRI. (2023). *Cadena productiva de cuy*. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. <https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/1397/1/Cadena%20productiva%20de%20cuy.pdf>
- Montesinos, A. (2016, octubre 10). *Restaurante Turístico: Planeación y Conceptualización*. CEGAHO. <https://cegaho.wordpress.com/2016/10/10/restaurante-turistico-planeacion-y-conceptualizacion/>
- Moscoso, J. E., Huarancca, S. P., Lopez, V., Estrada, A. C., & Alvarez, D. A. (2015). Estudio del mercado de la carne de cuy en las provincias de Cusco, Quispicanchi y Calca. *Centro Bartolomé de Las Casas*, 1, 83.
- Revilla, P. M. (2022). *Sistema de producción de la crianza de cuyes (Cavia porcellus) en la Provincia Mariscal Nieto – Moquegua 2016* [Tesis de grado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]. <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/4681>
- Sánchez, M. (2024). *Características de la demanda de carne de cuy en el distrito de Ayacucho, 2021* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/6303>
- Tenorio, F. B. (2016). *Redes empresariales e innovaciones tecnológicas en la gestión de la cadena de valor del cuy*. CEDEPAS.
- Tola, F. (2020). *Determinación de la demanda de carne de cuy (Cavia aparea porcellus), en dos zonas de la localidad de Patacamaya* [Tesina de grado, Universidad Mayor de San Andrés]. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/25911>