

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN HUMANA



**“NIVELES SOCIOECONÓMICOS QUE INFLUYEN EN EL CONSUMO DE
CARNES ROJAS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE
MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN NUTRICIÓN
HUMANA**

PRESENTADA POR:

GLADYS MARILU LIMA MENDOZA

PUNO – PERÚ

2017



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE NUTRICIÓN HUMANA

“NIVELES SOCIOECONÓMICOS QUE INFLUYEN EN EL CONSUMO DE CARNES ROJAS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN NUTRICIÓN HUMANA
PRESENTADO POR:

BACH. GLADYS MARILU LIMA MENDOZA

FECHA DE SUSTENTACION 27 DE ENERO DEL 2017

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE DE JURADO

:-----
M.SC. RODOLFO NUÑEZ POSTIGO

PRIMER MIEMBRO

:-----
LIC. GLADYS CAMACHO OSINAGA

SEGUNDO MIEMBRO

:-----
LIC. JOSÉ TOVAR VÁSQUEZ

DIRECTORA DE TESIS

:-----
M.SC. AMALIA QUISPE ROMERO

ASESOR DE TESIS

:-----
DRA. MARTHA YUCRA SOTOMAYOR

AREA: NUTRICION PUBLICA

TEMA: CARACTERISTICAS DE LA ALIMENTACION Y NUTRICION URBANA Y RURAL

Dedicatoria

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi amada hija Marycielo por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres por creer en mí, por sus consejos, comprensión, amor, por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos, Marcelina, Marleny, Roger, Lurdes, por estar acompañándome para poder realizarme, los quiero mucho.

Al padre de mi hija quien, con sus palabras de aliento no me dejaba decaer para que siguiera adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi profundo reconocimiento a todas aquellas personas que hicieron posible esta investigación. Todos y cada uno de ellos que dedicaron su tiempo contribuyendo de esta manera con sus aportes al enriquecimiento de la presente investigación.

Mi sincero agradecimiento:

- A Dios por la vida y todas las bendiciones que recibo cada día y este trabajo culminado.
- A nuestra primera casa de estudios, Universidad Nacional del Altiplano – Puno, por darme la oportunidad de formarme profesionalmente.
- A la Facultad Ciencias de la Salud, Escuela Profesional de Nutrición Humana, a los docentes, quienes me impartieron sus conocimientos y experiencias para ser profesional, igualmente al personal administrativo que con su trabajo, coadyuvaron a mi formación profesional.
- M.Sc. Amalia Felicitas Quispe Romero, directora de tesis del presente trabajo de investigación; por su guía y orientación para la realización de esta tesis.
- M.Sc. Martha Yucra Sotomayor, asesora; por su orientación, por su tiempo y aportes para la realización de esta tesis.
- A los miembros del jurado, M.Sc. Rodolfo Núñez Postigo, Lic. Teresa Camacho Osinaga, Lic. José Tovar Vásquez por su interés, la rigurosidad y sobre todo el profesionalismo demostrado en cada revisión y aprobación de la presente investigación.
- A todas y cada una de las personas que directa o indirectamente colaboraron en el desarrollo y culminación de esta investigación.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	10
CAPITULO I.....	11
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.2. ANTECEDENTES.....	15
1.2.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	15
1.2.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	18
1.2.3. ANTECEDENTES LOCAL.....	18
CAPITULO II.....	20
2.1. MARCO TEÓRICO.....	20
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	31
2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.....	32
2.4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	32
1.4.1. OBJETIVO GENERAL:.....	32
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	32
CAPITULO III.....	33
3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.1.1. TIPO DE ESTUDIO.....	33
3.1.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	33
3.1.3. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	34
3.1.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	35
3.1.4. MÉTODOS, TÉCNICAS, E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	36
3.1.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	37
3.1.7. DISEÑO Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	38
CAPITULO IV.....	40
4.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....	40
CAPITULO V.....	41
5.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	41

CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES	56
5.5. BIBLIOGRAFÍA.....	57

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 01 NIVELES SOCIOECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015	41
CUADRO N° 02 EL TIPO DE CARNES ROJAS QUE CONSUMEN CON MAYOR FRECUENCIA LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	42
CUADRO N° 03 FRECUENCIA DE CONSUMO DE CARNES ROJAS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	43
CUADRO N° 04 LA CANTIDAD DE CARNES ROJAS QUE CONSUMEN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	44
CUADRO N° 05 CORTES DE CARNES ROJAS QUE CONSUMEN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	45
CUADRO N° 06 LUGAR DE COMPRA DE CARNES ROJAS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015....	46
CUADRO N° 07 PREFERENCIA DE COMPRAR CARNES ROJAS EN ESE LUGAR DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	47
CUADRO N° 08 CUALIDAD DE LA COMPRA DE CARNES ROJAS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	48
CUADRO N° 09 ASPECTOS QUE TOMAN EN CUENTA AL COMPRAR CARNES ROJAS LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	49
CUADRO N° 10 FACTOR QUE DETERMINA LA COMPRA DE CARNES ROJAS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	51
CUADRO N° 11 FRECUENCIA SEMANAL DE COMPRA DE CARNES ROJAS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.	52

CUADRO N° 12 RELACIÓN DE LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS Y EL EL TIPO DE CARNES ROJAS CONSUMIDOS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.....	53
---	----

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 02 COMPOSICIÓN QUÍMICA DE DIFERENTES CARNES (100 GRAMOS).....	22
TABLA N° 02 COMPOSICIÓN QUÍMICA DE DIFERENTES CARNES (100 GRAMOS).....	29

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 01 CONSENTIMIENTO INFORMADO	61
ANEXO N° 02 ESCALA DE ESTRATIFICACION SOCIAL DE GRAFFAR (MODIFICADO).....	62
ANEXO N° 03 ENCUESTA DE CONSUMO DE CARNES ROJAS	63
ANEXO N° 04 MAPA DE SANTA ROSA	65
ANEXO N° 05 MAPA DE LA CIUDAD DE PUNO.....	66
ANEXO N° 06 BASE DE DATOS DEL NIVEL SOCIOECONOMICO Y LA ENCUESTA DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA Y LA CIUDAD DE PUNO	67
ANEXO N° 07 EVIDENCIAS DEL ESTUDIO REALIZADO.....	72

RESUMEN

El presente trabajo titulado: “Niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y de la ciudad de Puno 2015” tuvo como objetivo: Determinar la influencia de los niveles socioeconómicos sobre el consumo de carnes rojas en familias. El estudio es de tipo descriptivo transversal y analítico, las familias fueron seleccionadas mediante un muestreo aleatorio simple, la muestra utilizada fue 57 familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y 92 familias de la ciudad de Puno.

El método que se utilizó para medir los Niveles socioeconómicos fue una encuesta de Estratificación Social de Graffar (Modificado), la técnica fue la entrevista personalizada. Para determinar el consumo de carnes rojas se utilizó el método de la encuesta, a través de la técnica de la entrevista personalizada a cada familia.

Los resultados para el nivel socioeconómico muestran que las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar el 46% tienen un nivel socioeconómico muy bajo, las familias de la ciudad de Puno el 34% es medio y bajo. La carne roja más consumida en el distrito de Santa Rosa de Melgar el 75% es carne de alpaca y 25% carne de ovino. Las familias de la ciudad de Puno que consumen carnes rojas con mayor frecuencia, son la carne de ovino y alpaca en un 33% seguido de la carne de vacuno en un 29%, la frecuencia de consumo en el distrito de Santa Rosa de Melgar es de semanal en 44% y en la ciudad de Puno es interdiario en 33%. La cantidad de carne consumida es independiente de menos de un kg a 1 kg por semana. La calidad es juzgada por el color 37 % y 55% seguida por el olor 35 % y 28%.

El lugar de compra preferido es las carnicerías es 65% y 78% son los mercados. Porque les brinda confianza, higiene, calidad. El 54% y el 26% consideran que las carnes rojas son nutritivas. Se utilizó la prueba estadística de chi-cuadrado con un nivel de significancia del 5% para el tipo de especie consumido, donde $X_c < X_t$ por lo cual se acepta la H_0 : Los niveles socioeconómicos no influyen en el tipo de carnes rojas consumidos en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y de la ciudad de Puno 2015.

PALABRAS CLAVE: Consumo, Carnes Rojas, Niveles Socioeconómicos, Familias

ABSTRACT

This paper entitled "Socioeconomic levels that influence the consumption of red meat in families of the district of Santa Rosa de Melgar and the city of Puno 2015" had as objective: To determine the influence of the socioeconomic levels on the consumption of red meats In families. The study was descriptive cross-sectional and analytical, families were selected by simple random sampling; the sample used was 57 families from the district of Santa Rosa de Melgar and 92 families from the city of Puno.

The method used to measure the socio-economic levels was a Graffar (Modified) Social Stratification survey, the technique was the personalized interview. To determine the consumption of red meats, the survey method was used, through the technique of personalized interview to each family.

The results for the socioeconomic level show that the families of the district of Santa Rosa de Melgar 46% have a very low socioeconomic level, the families of the city of Puno 34% are medium and low. The most consumed red meat in the district of Santa Rosa de Melgar 75% is alpaca meat and 25% sheep meat. The families of the city of Puno who consume red meat more frequently, are the sheep and alpaca meat in 33% followed by the beef in 29%, the frequency of consumption in the district of Santa Rosa de Melgar is Of weekly in 44% and in the city of Puno is interdiary in 33%. The amount of meat consumed is independent of less than one kg to 1 kg per week. Quality is judged by color 37% and 55% followed by 35% and 28% odor.

The preferred place of purchase is butcher shops is 65% and 78% are the markets. Because it gives them confidence, hygiene, quality. 54% and 26% consider red meat to be nutritious. The chi-square statistical test was used with a significance level of 5% for the type of species consumed, where $X_c < X_t$, for which H_0 is accepted: Socioeconomic levels do not influence the type of red meat consumed in families in the district of Santa Rosa de Melgar and the city of Puno 2015.

KEY WORDS: *Consumption, Red Meat, Socioeconomic Levels, Families*

INTRODUCCIÓN

La carne es un ingrediente de gran importancia en la alimentación humana. Su gran riqueza nutritiva se debe fundamentalmente a su elevado contenido en proteínas de alto valor biológico, con ello se cubre el 30% de calorías que una persona debe ingerir para completar los requerimientos mínimos recomendados. Así como minerales necesarios para el rendimiento y el buen estado corporal, como son el hierro, que nos aporta en grandes cantidades. Junto a esto hay que destacar otras vitaminas como las del grupo B, sobre todo la B-12 y B-6, necesarias para conseguir un buen rendimiento muscular.

La cantidad de carne consumida en cada país depende en gran medida de las condiciones sociales, económicas y políticas, creencias religiosas, influencia geográfica, entre otros.

En el Perú, los niveles de preferencia de la población para el consumo de carnes en el año 2008, fue de 25.4 % para carne de aves, 15.4% para carne de pescado, 5.8% para carne de res, 3.9% para carne de cerdos y 1.5% para carne de ovinos.

La finalidad de esta investigación es si la economía es un factor importante en el consumo de carnes rojas y si los locales de venta ofrecen a los consumidores productos inocuos y de calidad.

El presente trabajo de investigación, es sobre “Niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y de la ciudad de Puno 2015”. Esta investigación consta de cinco capítulos, el primer capítulo es la formulación del problema y justificación, antecedentes a nivel internacional, nacional y local. El capítulo segundo consigna el marco teórico y conceptual, datos como aspectos básicos como objetivos e hipótesis. El tercer capítulo explica todo la parte metodológica, en el cuarto capítulo se especifica el ámbito de estudio. Finalmente en el capítulo quinto se presenta los resultados de la investigación análisis, las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos según la formulación de los objetivos.

CAPITULO I

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El año 2012, la producción mundial de carne fue igual a 302,4 millones de toneladas. La carne de cerdo es la que más contribuye al suministro mundial de carne (109 millones de ton.), seguida por la de pollo (92,8 millones de ton.) y en tercer lugar la carne de vacuno (63,2 millones de ton.) (1).

El principal país productor de carne es China con 79,4 millones de toneladas, le sigue Estados Unidos con 42,5 millones de toneladas. Respecto a la carne de vacuno, Estados Unidos es el líder con 11,8 millones de toneladas, le sigue Brasil con 9,3 millones de toneladas (1).

El programa de la FAO sobre carne y productos cárnicos tiene como objetivo prestar asistencia a los países miembros a fin de que puedan aprovechar las oportunidades de desarrollo del sector pecuario y mitigación de la pobreza a través de la promoción de sistemas inocuos, eficaces y sostenibles de producción, elaboración y comercialización de carne y productos cárnicos (2).

El consumo per-cápita (Kg/persona/año) mundial de carnes se sitúa en 42,2 (equivalente a 116 g/día/persona). Para los países menos desarrollados este consumo es igual a 14,1 Kg/persona/año; mientras que el consumo per-cápita de la Unión Europea es igual a 82,6 Kg/persona/año. Los países más consumidores de carnes son Nueva Zelandia, Bermudas, Australia y Estados Unidos (3).

La demanda de carne en los países en desarrollo continúa viéndose impulsada por el aumento de los ingresos y el crecimiento demográfico, y fortalecida por tendencias como la urbanización y las variaciones en las preferencias y hábitos alimentarios. En un escenario básico de continuo y fuerte crecimiento económico en los países en desarrollo se mantendrá este desplazamiento constante hacia un contenido mayor de proteínas en la alimentación nacional y por consiguiente, hacia un consumo mayor de carne.

De acuerdo con la FAO, el consumo per - cápita recomendado es de 20 kg/año, pero en el Perú la tendencia en el consumo de carne es deficiente.

Mientras que el consumo de carne per cápita en algunos países industrializados es alto, en los países en desarrollo como el Perú, el consumo per cápita de carne es inferior a 10 kg se considera insuficiente y con frecuencia causa subnutrición y malnutrición. Asimismo, se estima que en el mundo más de 2 000 millones de personas sufren carencias de vitaminas y minerales fundamentales, en particular vitamina A, yodo, hierro y zinc. Dichas carencias se producen cuando las personas tienen un acceso limitado a alimentos ricos en micronutrientes como carne, pescado, frutas y hortalizas. La mayor parte de las personas con carencias de micronutrientes viven en países de bajos ingresos y generalmente presentan carencias de más de un micronutriente. Las comunidades infectadas por el VIH/SIDA y las mujeres y niños tienen especial necesidad de alimentos altamente nutritivos como la carne.

En el Perú, no obstante según estudio, el nivel de consumo per- cápita. Las carnes son un alimento de gran contenido nutricional por su alta fuente de proteínas. En el país, según el código alimentario, han sido declaradas como aptas para el consumo humano la carne de vacuno, oveja, cerdo, aves de: corral, caza, de pelo y plumas, entre otros, siendo las de mayor consumo promedio per cápita la carne de pollo con 17 kilos 400 gramos al año o 1 kilo 500 gramos al mes, seguido de la carne de vacuno con 5 kilos 100 gramos al año o 400 gramos al mes (4).

A nivel de hogares, los datos a nivel nacional según el estrato socioeconómico se observa que a mayor ingreso de las personas mayor consumo de carne de vacuno. En efecto, en el quintil V consumen 11 kilos 400 gramos, a diferencia del quintil I (más pobre) donde en consumo promedio per-cápita es de 1 kilo al año (5). El consumidor de carne demuestra que existen diferencias según la clase socioeconómica, los individuos de un nivel socioeconómico más bajo, gastan una proporción mayor de sus ingresos en alimentos pero comen una dieta de menor calidad nutricional que los de nivel socioeconómicos más alto (6).

La carne de vacuno es un alimento que tiene un consumo diferenciado por ámbito geográfico. Así, en el área urbana se consume en promedio 5 kilos 900 gramos por persona al año, que significa 2,2 veces más que en el área rural, donde el consumo promedio per cápita es de 2 kilos 700 gramos al año. Por región natural, el consumo es mayor en la Costa con 2 kilos 300 gramos más respecto a la personas de la Sierra

donde el consumo promedio per cápita de carne de vacuno de 3 kilos 800 gramos al año (4).

Para saber el conocimiento del consumidor, indagando sobre aquellos factores que influyen en la toma de decisión sobre que comprar, en que momento, cuanto, con qué frecuencia y donde comprar. Para ello es necesario analizar al consumidor como individuo, al mismo tiempo debemos conocer las razones, motivos, actitud y percepciones que tengan de la carne.

Mediante la investigación se quiere identificar qué factores se encuentran involucrados sobre el consumo de carne en la población de estudio, que permitirá informar al nutricionista y demás miembros del grupo interdisciplinario del área de la salud acerca de esta situación con el fin de crear interés e iniciativas y estrategias que generan el adecuado consumo de carne en la población, la misma que también conozca las ventajas y desventajas que presenta en la salud; por ello nos hacemos las siguientes interrogantes.

- **Interrogante general:**

¿Cuáles son los niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno 2015?

- **Interrogantes específicas:**

¿Cuáles son los niveles socioeconómicos de las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno?

¿Cuál es el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno?

¿Existe influencia de los niveles socioeconómicos sobre el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno?

❖ JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, los problemas de salud pública asociados con la nutrición se presentan tanto por desequilibrios en la ingestión proteico-calórica (obesidad, hipercolesterolemia, desnutrición crónica, marasmo, etc.) como debido a posibles deficiencias en minerales y vitaminas (anemias, osteoporosis, bocio, etc.), que afectan de forma diversa tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo.

El Perú no es ajeno a los cambios que se producen en el mundo como, el crecimiento de las ciudades, La carne es una importante fuente de gran cantidad de nutrientes como proteínas y hierro, por lo cual es considerada esencial para una buena salud (12,13). Para combatir de manera eficaz la malnutrición y la subnutrición, deben suministrarse 20 g de proteína animal per cápita al día, o 7,3 kg al año. Esto puede lograrse mediante un consumo anual de 33 kg de carne magra o 45 kg de pescado o 60 kg de huevos o 230 kg de leche. Estas fuentes generalmente se combinan en la ingesta alimentaria diaria, pero hay regiones donde no todas ellas se encuentran fácilmente disponibles, en cuyo caso es preciso incrementar la ingesta de las restantes. (2)

El crecimiento demográfico constante y el aumento de los ingresos generan una mayor demanda de carne, pero al mismo tiempo dejan un espacio limitado para la expansión de la producción pecuaria. En consecuencia, hacer el máximo uso de los recursos alimentarios existentes es cada vez más importante. (2)

El presente trabajo de investigación se realiza con la finalidad de brindar información sobre el factor predominante que influye en el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y de la ciudad de Puno.

Teniendo conocimiento que el consumo de alimentos está relacionado al estrato social y al tipo de productos de cada departamento (INEI 2008 - 2009) siendo esta información útil para conocer el consumo de carnes rojas en el distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno sabiendo que el INEI solo muestra un panorama amplio de consumo de principales productos alimenticios en el Perú (4).

1.2. ANTECEDENTES

1.2.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

NÚÑEZ J. SOTO M. (2010) en el estudio titulado “Factores socioeconómicos que determinan el consumo de carne de bovino en dos ciudades de Chihuahua México”. Se evaluaron los factores socioeconómicos relacionados con el consumo de carne de bovino en las ciudades de Cuauhtémoc y delicias, aplicándose 150 encuestas en cada ciudad durante los meses de enero y febrero del año 2007.

Las familias fueron seleccionadas mediante un muestreo aleatorio estratificado múltiple usando como variable de estratificación el pago del impuesto predial. las variables mediadas fueron: tipo de carne , razones de consumo , el tipo de corte, indicadores de calidad, lugar de compra, el ingreso, tamaño de la familia y el nivel de estudio de la madre . La información se analizó con la prueba exacta de Fisher mediante el paquete estadístico SPSS.

Los resultados mostraron que el 95.7 y 98.6% de las familias en Cuauhtémoc y Delicias respectivamente, incluye en su alimentación carne de bovino, combinándola con pollo y cerdo. La madre decide el tipo de carne a consumir en un 74.8 y 78.7%, respectivamente. El ingreso y la cantidad de bovino consumido semanalmente es independiente ($p > 0.05$) en ambas ciudades, consumiendo entre uno y dos kilogramos. El consumo de bovino obedece en ambas ciudades a la facilidad de preparación y la tradición familiar. La calidad se juzga por el color en un 64.7 60.1% y el olor en un 32.4 y 26.5%. Respectivamente. El consumo de cortes finos es mayor en Delicias respecto a Cuauhtémoc.

Los productores carne de bovino en el estado tienen una oportunidad en el mercado de cortes populares; al formar integradores regionales. (33)

SEGOVIA E. ALBORNOZ A. (2005) en el estudio titulado “Conociendo al consumidor de carne” La compra de carne roja bovina se caracteriza por el sitio o lugar de compra. En cuanto a la compra de carne bovina en las carnicerías, se observan diferentes respuestas; 38% compra frecuentemente en carnicerías específicas cerca de sus casas, un 31% compra en carnicerías ubicadas en los mercados populares y hay quienes compran en cualquier carnicería sin preferencias (18%); el resto lo hace en supermercados y en cualquiera de los anteriores.

Según estos resultados no existen diferencias entre las clases socioeconómicas y el lugar de compra. El 42% de los consumidores consideran que el vivir cerca y confiar en la calidad de las carnes que les ofrecen son las razones por las cuales compran en determinada carnicerías. El 43% de los consumidores compran carne semanalmente, 35% las compras son a diario y en el 22% quincenal. Sin embargo, es importante destacar que los consumidores de las clases C, D y E tienden a realizar compras más frecuentes, es decir, de semanal a diario, mientras que en la clase A/B la compra es de semanal a quincenal. El consumidor compra carne porque le gusta, por costumbre, valor nutritivo y porque rinde más. El color es la principal característica de selección, el 64% de los consumidores buscan principalmente calidad de las carnes y 33% rebaja en los precios, entre otros aspectos.

Los cortes que más compran, el 53% manifestó comprar cortes de primera, 35% todos los cortes y el resto (11%) cortes de segunda y tercera, no observándose diferencias entre las clases socioeconómicas. Sin embargo, resalta la respuesta de la clase E hacia el consumo de cortes de primera y menos de los otros cortes; esto es debido quizás a la falta de información y/o desconocimiento sobre los tipos de cortes, lo que además se refleja en el mayor precio y es exactamente la clase que dispone de menor ingreso. La mayoría coinciden en que la carne de vacuno es más rendidora que el pollo, lo que refleja la ventaja de la carne con respecto al pollo.

Por otro lado, los consumidores desconocen el valor nutricional de la carne, de allí que el consumo responda más a la tradición que por los atributos y/o beneficios que aporta (34).

VERNAZZA R. (2003), en el estudio titulado “Preferencias y Actitudes Del Consumidor Montevideano Hacia La Carne Vacuna” afirma que, en un estudio realizado en Montevideo (Uruguay) el 74% de la población, el consumo de carne es menor que en años anteriores, debido principalmente al incremento en el precio y las enfermedades presentadas.

También afirma que el precio es un tema central para los uruguayos, la gran mayoría de los entrevistados (85%) consumirían más carne de vacuno “si esta fuera más barata”. Es importante dejar de manifiesto que esta percepción generalizada está claramente magnificada por los pobladores al momento de adquirir cualquier tipo de carne (7).

QUINTERO E. (2007), en el estudio titulado “Hábitos de Consumo de Carnes y Percepción Sobre Producción y Bienestar Animal en la Ciudad de Valdivia, de la Región de Chile.” menciona que, el mayor consumo de carne reportados por los pobladores de la localidad de Valdivia (Chile) muestran que el consumo de la carne de pollo se encuentra en primer lugar seguida por la carne de vacuno y la de pescado. Sin embargo, al determinar la frecuencia de consumo de los distintos tipos de carne, la carne de vacuno resultó ser la que se consume con mayor frecuencia con un 44,6 % de hogares que la consumen diariamente o al menos tres veces por semana. Seguida a ésta se encuentra la carne de pollo con un 41,3 % de hogares que la consumen también diariamente o al menos 3 veces por semana.

Respecto a la preferencia en el consumo, el 93,8 % manifestó preferir la carne de vacuno. La carne de pollo fue preferida por el 73,8 %, seguida de la carne de cerdo con 62.8% de los consumidores. En relación a la preferencia de presentación de la carne de vacuno que se consume, el 65,8 % de los encuestados prefirió el tipo “al corte”, seguida de un 21,4 % que prefirió la carne “en bandejas” (8)

CABRERA E. (2006), en la investigación titulado “Factor Determinante Para la Modificación de Hábitos Alimenticios” afirma que la mayor preferencia de consumo de carne es la de pollo ya que sólo el 6% manifestó no consumir esta carne, observando además que el 4% de las personas que fueron encuestadas lo prefieren en forma diaria; así mismo, los datos reportan que el mayor porcentaje

en cuanto al rango de preferencia le corresponde a tres veces por semana con el 28%. En lo concerniente a la carne de vacuno, se encuentra en segundo lugar de preferencia ya que los encuestados mencionan consumir carne de vacuno una o dos veces por semana. En cuanto a la carne de pescado se reporta un gran porcentaje de personas que lo consumen una vez a la semana la misma que representa el 50% y el consumo diario se encuentra en el 20% del total. El consumo de cualquier tipo de carne es parte de los hábitos de alimentación, debido a que está inserta en nuestras costumbres culinarias, así mismo, menciona que las características organolépticas tienen gran influencia en las preferencias del consumo de carnes (9)

1.2.2. ANTECEDENTES NACIONALES

GERMAN B. (2012), en la investigación titulada “Estudio Preliminar de las Preferencias del Consumo de Carnes de la Población de Yurimaguas” El objetivo general fue, Determinar las preferencias del consumo de carnes de la población de Yurimaguas. Para lograr dichos objetivos se realizó, una encuesta a 202 familias en la ciudad de yurimaguas entre barrios y Asentamientos Humanos. A cada representante de la familia se le aplicó una ficha de encuesta, respecto a su preferencia en consumo de carnes.

Los resultados obtenidos fueron que la carne de pescado es la de mayor frecuencia de consumo diario con un 64%, mientras otras carnes en este caso la carne de monte, con un 93%, se consume cada dos semanas.

Las razones de las preferencias para un mayor consumo de carnes de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas la más agradable y la más barata.

La carne de cerdo, con un 69%, muestra una mayor preferencia de consumo, siendo la razón de la misma, por ser la más agradable, el precio de la carne tiene una gran influencia en las preferencias del consumo, por lo que, el pescado (con un 52%) se encuentra dentro de las más preferidas por ser la más barata (10).

1.2.3. ANTECEDENTES LOCAL

VILCA G. (2008), en la investigación titulado “Investigación del Mercado de Consumo de Carne de Alpaca en la Ciudad de Puno” el objetivo general determinar la participación de la carne de alpaca en el mercado consumidor de carnes en la ciudad de Puno, el trabajo se realizó según el diagrama de flujo del estudio de mercado. El tamaño de muestra se obtuvo mediante la fórmula, usando como dato la población del distrito de Puno, la misma que resulto en 384 encuestas de los cuales aproximadamente el 50% fueron del sexo femenino y el otro 50% del sexo masculino; se obtuvo que la carne de pollo es la que más se consume en la ciudad de Puno, la carne de ovino con un 24.7%, obteniendo la carne de alpaca un porcentaje de 10.9% demostrando que este producto no tiene una buena participación en el mercado de consumo de carnes rojas.

Las características de la carne de alpaca que prefiere el consumidor es semi – procesada (refrigerada, congelada) que está en primer lugar con 40.1% en segundo lugar la carne natural con un 37.6% quedando tercer lugar la procesada (charqui, chalonga, envasado al vacío, chorizo, hot dog, grated, hamburguesa) con 22.2%.

El mercado donde más compra la población puneña es el mercado central a la cual el 22.4% afirma de que realizan sus compras en este mercado de la ciudadanía de Puno. Ocupando el segundo lugar puestos de venta informales o que están ubicados en la intemperie y en tercer lugar el mercado Laykakota (11).

CAPITULO II

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. NIVEL SOCIOECONÓMICO

El nivel o estatus socioeconómico es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo. Al analizar el nivel socioeconómico de una familia se analizan, los ingresos del hogar, los niveles de educación, y ocupación, como también el ingreso combinado, comparado con el individual, y también son analizados los atributos personales de sus miembros (14).

El estatus socioeconómico se clasifica por lo general en tres categorías, Alto, Medio, y Bajo en las cuales una familia puede ser ubicada. Para ubicar a una familia o individuo en una de estas tres categorías una o todas las siguientes tres variables (ingreso, educación, y ocupación) pueden ser analizadas.

Una cuarta variable, riqueza, también puede ser analizada para determinar el estatus socioeconómico. (15, 16,17).

2.1.2. MÉTODO GRAFFAR-MÉNDEZ CASTELLANO (GRAFFAR MODIFICADO)

Consiste en una estratificación de la población a partir de las siguientes cinco variables: profesión del jefe/a de la familia, nivel de instrucción de los padres, fuente de ingreso, alojamiento y aspecto del barrio. A partir de la suma de las variables se identifican cinco estratos: Estrato I, población con las mejores condiciones de vida; Estrato II, buenos niveles de vida pero sin los valores óptimos del Estrato I; Estrato III, población con posibilidades de satisfacer las necesidades básicas además del desarrollo intelectual y de tener capacidades para disfrutar de beneficios culturales. Estrato IV es la población en lo que se denomina pobreza relativa porque no alcanzan los niveles de vida satisfactorios de los estratos anteriores. Son grupos vulnerables a los cambios económicos, están privados de beneficios culturales. Finalmente, el Estrato V es la población en pobreza crítica,

representado por las personas que no están en condiciones de satisfacer las necesidades básicas. Este método permite evaluar las potencialidades que tiene la población para cubrir sus necesidades y para el desarrollo de sus capacidades.

2.1.3. CONCEPTO DE SOCIEDAD ESTRATIFICADA

Cuando en una sociedad cualquiera se aprecian diferencias significativas en la distribución de bienes y servicios, deberes y derechos, tal situación se expresa en la disminución de oportunidades que padece una gran mayoría de los miembros de tal sociedad para el cabal desarrollo de su bienestar físico y psico-social. En consecuencia es pertinente admitir que se trata de sociedades estatificadas. (18)

En ocasiones esta aplicación práctica sólo busca definir las diferencias socioeconómicas más importantes en la población, y con frecuencia se les denomina índice de estratificación o de nivel socioeconómico. Cada palabra de este nombre vale la pena analizarlo. Al hablar de índice hablamos de un constructor sintético, de un resumen de cosas, que no necesariamente implica un método propiamente dicho. La estratificación se refiere a que a la separación en varias partes o estratos, evitando términos como clases sociales, los cuales conllevan a toda una presunción teórica, en este caso materialista histórica, acerca del origen de la realidad social, que limitaría por definición a la medición en dos o tres clases opuestas entre sí.

Criterios

1. Profesión del Jefe de Familia
2. Nivel de Instrucción de la Madre
3. Fuente de Ingreso (o Modalidad de Ingreso)
4. Condiciones de Alojamiento

2.1.4. CLASIFICACIÓN DE LOS ESTRATOS SOCIALES

Colocar el valor de cada uno de los ítems anteriores en el espacio reservado para ello y luego se deben sumar. El valor obtenido es el que determina a cual clase socioeconómica pertenece la familia, según la siguiente clasificación:

TABLA N° 01 CLASIFICACIÓN DE ESTRATO SOCIAL

ESTRATO	TOTAL DE PUNTAJE OBTENIDO	DESCRIPCIÓN DEL ESTRATO
I	4, 5, 6	Población con las mejores condiciones de vida
II	7, 8, 9	Buenos niveles de vida pero sin los valores óptimos del I
III	10, 11, 12	Población con posibilidades de satisfacer las necesidades básicas además del desarrollo intelectual y de tener capacidades para disfrutar de beneficios culturales
IV	13,14,15,16	Es la población en lo que se denomina pobreza relativa porque no alcanzan los niveles de vida satisfactorios de los estratos anteriores. Son grupos vulnerables a los cambios económicos, están privados de beneficios culturales.
V	17,18,19,20	Es la población en pobreza crítica, son las personas que no están en condiciones de satisfacer las necesidades básicas.

Fuente: Fundacredesa 2005

2.1.5. CONSUMO DE CARNES ROJAS

2.1.5.1. CONSUMO DE CARNE EN EL MUNDO

El mercado de carnes a nivel mundial ha presenciado importantes cambios en las últimas décadas. El consumo de las tres principales carnes a nivel mundial (porcina, aviar y bovina) se encuentra actualmente en el orden de las 238 millones de toneladas, según datos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) (20).

Mientras en los países desarrollados el consumo de carne no ha registrado importantes variaciones, el consumo anual per cápita de los países en desarrollo se ha duplicado desde 1980. En estos países, debe considerarse insuficiente y con frecuencia causa de subnutrición si es inferior a 10 kg (21). En el año 2020, el consumo per cápita de carne se mantendrá alto en los países desarrollados; sin embargo, está cerca al punto de saturación y su crecimiento tendrá una menor intensidad.

La población de los países desarrollados que consumen 74 kg per cápita en 1983 debería aumentar a 83 kg en 2020, según datos de la FAO, lo que representa un incremento de 9 kg por persona durante ese período. Así mismo, en los países en desarrollo, aumentará de 21 a 30 kg per cápita en el mismo período. En esta época de la población mundial, debido a la mejora del poder adquisitivo y por su alejamiento del punto de saturación del consumo, el aumento sería de 16 kg (22).

La demanda de carne en los países en desarrollo continúa viéndose impulsada por el aumento de los ingresos y el crecimiento demográfico, y fortalecida por tendencias como la urbanización y las variaciones en las preferencias y hábitos alimentarios. En un escenario básico de continuo y fuerte crecimiento económico en los países en desarrollo se mantendrá este desplazamiento constante hacia un contenido mayor de proteínas en la alimentación nacional y por consiguiente, hacia un consumo mayor de carne.

Es por ello, que las perspectivas prevén hasta 2014 un crecimiento, aunque tendencialmente moderado, del consumo, la producción y el comercio mundial de carne, dando lugar a un mercado generalmente activo (23).

2.1.5.2. CONSUMO DE CARNE NACIONAL Y REGIONAL

Consumo de proteínas. La Encuesta ENCOFA (2006) determinó que en las familias peruanas, el consumo de proteínas era mayor en la sierra rural (40,9%) y el consumo de proteína animal llegó al 72%. Mientras que el menor consumo lo tenía Lima Metropolitana tanto en proteínas en general (23,2%) y proteína animal (24,6%).

En todos los ámbitos el consumo de proteína animal es ligeramente superior que al consumo de proteínas en general. El 30,9% de las familias peruanas para ese año consumían proteínas en general y el 43,1% consumían proteínas de origen animal (24).

En el Perú, no obstante según estudio, el nivel de consumo per- cápita las carnes son un alimento de gran contenido nutricional por su alta fuente de proteínas. En el país, según el código alimentario, han sido declaradas como aptas para el consumo humano la carne de vacuno, oveja, cerdo, aves de: corral, caza, de pelo y plumas, entre otros, siendo las de mayor consumo promedio per cápita la carne de pollo con 17 kilos 400 gramos al

año o 1 kilo 500 gramos al mes, seguido de la carne de vacuno con 5 kilos 100 gramos al año o 400 gramos al mes (4).

La carne de vacuno es un alimento que tiene un consumo diferenciado por ámbito geográfico. Así, en el área urbana se consume en promedio 5 kilos 900 gramos por persona al año, que significa 2,2 veces más que en el área rural, donde el consumo promedio per cápita es de 2 kilos 700 gramos al año. Por región natural, el consumo es mayor en la Costa con 2 kilos 300 gramos más respecto a la personas de la Sierra donde el consumo promedio per cápita de carne de vacuno de 3 kilos 800 gramos al año (4).

Por ciudades importantes, se observa que en Puerto Maldonado las personas consumen en promedio más carne de vacuno con 14 kilos 500 gramos al año, es decir, 8,5 veces más que la ciudad de Huancavelica donde el consumo es de 1 kilo 700 gramos al año (4).

El consumo per-cápita (kg/persona/año) nacional de carne de vacuno es de 5.62, carne de cordero es 0.94 y de carne de cerdo es de 0.97 (25).

El consumo per-cápita (kg/persona/año) regional de carne de vacuno es de 5.38, carne de cordero 10.47 y de carne de cerdo 1.27 (25).

2.1.6. LA CARNE

La carne es el producto pecuario de mayor valor, posee proteínas, aminoácidos, minerales, grasas, ácidos grasos, vitaminas y otros componentes bioactivos, así como pequeñas cantidades de carbohidratos. Desde el punto de vista nutricional, la importancia de la carne deriva de sus proteínas de alta calidad, que contienen todos los aminoácidos esenciales, así como de sus minerales y vitaminas de elevada disponibilidad (5).

La carne según el Código alimentario Español se define como la parte comestible de los animales sanos sacrificados en condiciones higiénicas. En general, la composición de la carne se establece durante la vida del animal, mientras que su calidad se ve fuertemente afectada por factores ante-mortem y post-mortem.

Aunque, la importancia de los diferentes aspectos cualitativos de la calidad de la carne difiere en función del segmento de la cadena cárnica en que se analice (producción, industrialización o comercialización).

Los atributos organolépticos son de gran importancia para el consumidor cuando se habla de carne fresca. El consumidor asocia como atributos de calidad de la carne el color (intensidad y coloración), la terneza, la jugosidad, la apariencia (grasa intramuscular, marmorización, exudación), el sabor y el aroma. Mientras que la industria centra más la atención en factores como pH, la capacidad de retención de agua (CRA), textura, estabilidad oxidativa y ausencia de sabores anómalos. Estos atributos están influenciadas por factores como la raza, la edad, la dieta, el manejo ante-mortem, los procesos de matanza y las prácticas de manejo post-mortem, las características intrínsecas del músculo y tejido conectivo, intensidad de proteólisis post-mortem en las células musculares y temperatura de cocción de la carne. En general, para definir la calidad de la carne y sus productos cárnicos se deben considerar las cualidades que constituyen el valor sensorial (calidad organoléptica) y nutritivo (calidad nutritiva) que junto con una serie de propiedades funcionales necesarias en el procesado y la fabricación de los productos cárnicos se incluye la calidad tecnológica y la calidad higiénico-sanitaria.

Desde el punto de vista bioquímico, la carne es el resultado de una serie de transformaciones y reacciones bioquímicas que tienen lugar en el músculo tras la muerte del animal, que definirán en gran parte la calidad de la carne. El proceso de conversión de músculo a carne se lleva a cabo en tres fases. La fase de demora del rigor o pre-rigor, comprende el tiempo, tras el sacrificio del animal en que las proteínas del músculo todavía no han sufrido cambios y el músculo aún es estirable y elástico; en cerdo varía de 15 minutos a 3 horas. La fase de rigor mortis que consta a su vez de dos etapas, el acortamiento de los sarcómeros (formación de enlaces entrecruzados entre filamentos finos y gruesos) y la rigidez (tensión continua de las fibras musculares). Así, en esta fase se forma el complejo proteico actina/miosina por agotamiento del ATP (adenosín trifosfato), se produce ácido láctico y el músculo se vuelve duro (36). Finalmente en la fase de resolución o maduración, la extensibilidad de los músculos se recupera y la carne sufre un proceso de ablandamiento paulatino (37)). Durante esta última etapa, la

textura y el sabor mejoran sustancialmente después de un período de almacenamiento en temperatura de refrigeración (41).

Aunque, dependiendo de la velocidad con que se lleve a cabo el metabolismo post mortem, la carne de cerdo puede experimentar una gran variedad de cambios que definirán su calidad y esto tiene un gran impacto económico durante su venta como carne fresca o procesada. La temperatura a la cual se almacenan las canales de los animales recién sacrificados influye de manera definitiva en la velocidad con que ocurren dichas reacciones químicas.

Sin embargo, el cambio de pH durante la transformación post-mortem del músculo a carne es posiblemente la causa más importante de la variación existente en la calidad, afectando sustancialmente al color y a la capacidad de retención de agua (CRA), atributos importantes desde el punto de vista tecnológico.

La carne es uno de los alimentos esenciales dentro de la dieta humana y se la puede clasificar en dos grandes grupos, según su color: carnes rojas y carnes blancas.

Estructura Anatómica de la Carne

Existen tres elementos que constituyen la estructura anatómica de la carne: tejido muscular, tejido conjuntivo y tejido graso.

- **Tejido Muscular:** Este tejido es el músculo, es decir la carne pura del vacuno; estos están formados por la reunión de numerosas fibras musculares. El grosor de los músculos depende de la especie animal, la edad, estado de nutrición y la función que desempeñaba el músculo.

- **Tejido Conjuntivo:** “Los tejidos de sustancia conjuntiva desempeñan el papel de envolver los órganos, llenar sus intersticios, unir sus partes, sostenerlas en su posición respectiva y darles firmeza necesaria”. La característica fundamental de esta clase de tejidos está determinada por la presencia de una sustancia propia llamada colágeno que por la cocción produce gelatina, sustancia importante en el sabor de la carne.

- **Tejido Adiposo o Graso:** Representa una variedad de tejido conjuntivo, compuesto de células adiposas, corpúsculos esféricos formados por una delgada capa periférica que rodea una voluminosa gota de grasa; en una red finísima de fibras elásticas que unen estas gotitas. El tejido graso se distribuye por todo el organismo, donde cumple diversas funciones como elemento de relleno, de protección, termógeno, nutricio, etc. La grasa representa el sebo y la manteca.

2.1.7. BONDADES NUTRICIONALES DE LA VARIEDAD DE CARNES ROJAS

La carne de bovino

Por carne de vacuno(o bovino) se entiende la de buey, vaca y ternera, su composición varía dependiendo de la edad, pero la de buey o res es la carne más aceptada en todo el mundo. Su composición es: tejido muscular de 49 a 68%, tejido adiposo 25%, hueso 12% y residuos de tendones y tejido conjuntivo.

La composición química del tejido muscular es 65% agua, 20% de proteína, 2% de grasa, 1% de carbohidratos, sustancias no proteicas y sales 2%; del tejido graso es 85% de lípidos, 12% agua y tejido conjuntivo 3%. Contiene menos grasa que la de cordero y cerdo, por lo que se le considera carne magra, sin embargo hay cortes con más grasa que otros, lo que los clasifica en categorías.

La carne de cerdo

La calidad de la carne de cerdo está definida, al igual que el resto de las carnes, por dos atributos esenciales; la calidad nutricional, es decir su composición química, y la calidad sensorial o sea los atributos de textura, sabor, color, entre otros. La carne de cerdo es de equivalente calidad nutricional que el resto de las carnes.

Sus proteínas se encuentran en rangos que oscilan entre 18 a 20 g por 100 g de carne, siendo esta variación debida a la especie, la edad y la parte de la canal de donde proceda. El valor biológico de las mismas es excelente pues aportan todos los aminoácidos esenciales para nuestro organismo.

El contenido de grasa es variable, dependiendo de la especie, raza, sexo, edad, tipo de corte y de la alimentación que ha tenido el animal. Es interesante resaltar, que el 70% de la grasa del cerdo se encuentra por debajo de la piel (subcutánea) por lo que puede ser eliminada fácilmente. En relación con la composición de la misma, podemos afirmar

que posee una mayor proporción en ácidos grasos monoinsaturados que el resto de las carnes, esto hace que la grasa sea más blanda que las grasas provenientes de otros animales terrestres. La cantidad de colesterol presente en la carne de cerdo es similar a la del resto de las carnes, entre 50 y 80 mg por 100 g.

Posee un contenido elevado de minerales como hierro, fósforo y zinc, todos ellos de fácil absorción y vinculados al crecimiento y desarrollo del organismo humano. El contenido de vitaminas del grupo B (B1, B2, B12) y de Niacina es tan elevado como el del resto de las carnes.

Desde el punto de vista sensorial esta carne se caracteriza por poseer un color rosa pálido a rosa, cuando está cruda, y gris claro, cuando se cocina.

Actualmente el consumidor dispone de cortes frescos y envasados al vacío (bondiola, matambrito, costillas, asado, carré) tanto en carnicerías como en supermercados; las mismas son comercializadas a un precio similar al de otras carnes, lo que facilita su adquisición y estimula la realización de diferentes formas de preparación.

La carne de ovino

La carne ovina es rica en proteínas, grasas, vitaminas del complejo B y minerales. Las proteínas, necesarias en todas las etapas de la vida para mantener la integridad del organismo, están formadas por sustancias más simples llamadas aminoácidos. El ser humano no es capaz de sintetizar todos los aminoácidos que necesita, algunos de ellos son esenciales para la vida y deben ser aportados por la alimentación. La carne ovina contiene aproximadamente 20% de proteínas de alto valor biológico ya que posee todos los aminoácidos esenciales, lo cual permite catalogarla como una excelente fuente de proteínas.

Otro constituyente presente en la carne ovina es la grasa; el contenido de ésta es muy variable, dependiendo, al igual que en otras especies, del tipo de animal, de su alimentación y del corte de carne. La grasa proporciona energía y además cumple otras numerosas funciones en el organismo.

La carne ovina posee una elevada proporción de ácidos grasos saturados, si se la compara con las carnes de otros animales, este elevado contenido es lo que da una particular consistencia a su grasa (más dura que la de otras especies animales)

El colesterol, componente natural de nuestro cuerpo, forma parte de las membranas celulares, hormonas sexuales y ácidos biliares. La mayor parte es producida por el organismo y el resto es aportado por los alimentos. El contenido de colesterol de la carne ovina es similar al de otras carnes.

Otros aportes nutritivos de importancia de la carne ovina son los minerales y vitaminas. Es rica en minerales como el hierro que es muy bien aprovechado por el organismo.

Contiene también fósforo, potasio y zinc que son de suma importancia para la salud humana. Posee un contenido de sodio bajo lo cual es beneficioso para la salud, pero debe tenerse precaución en la preparación de la carne y el agregado de sal que puede aumentar notoriamente el contenido de sodio.

VALOR NUTRICIONAL

TABLA N° 02: Composición química de diferentes carnes (100 gramos).

Carne	Energía	Agua	Proteína	Grasa
	Kcal	G	G	G
Alpaca	107	73.9	24.1	0.5
Carnero	115	60.0	16.0	23
Cerdo	198	69.2	14.4	15.1
Vacuno	105	75.9	21.3	1.6
Cuy	96	78.1	20.0	8.6

Fuente: Tablas peruanas de composición de alimentos Carlos Collazos 1996 (26)

2.1.8. VENTA DE ALIMENTOS EN VÍA PÚBLICA

La venta de alimentos en la vía pública constituye un fenómeno que reviste gran importancia sociocultural, económica y sanitaria. Este tipo de venta ha aumentado en

varios lugares del mundo y nuestro país no es ajeno a este proceso debido a diversas causas socioeconómicas como el asentamiento de población en grandes zonas urbanizadas; el surgimiento de emprendimientos familiares en época de crisis, y en muchos casos como parte constituyente de la idiosincrasia de las comunidades como las ferias de productos artesanales en las plazas.

Los alimentos que se ofrecen en la vía pública presentan ciertas ventajas, no son costosos, incluyen una variedad de alimentos tradicionales, se sirven con rapidez, se pueden comer de inmediato, son dietas relativamente equilibradas desde el punto de vista nutricional y muchas veces resultan apetitosas. (39) Hoy en día, las autoridades locales, las organizaciones internacionales y las asociaciones de consumidores son cada vez más conscientes no solamente de la importancia socioeconómica de los alimentos vendidos en la vía pública, sino también de los riesgos que esta situación conlleva.

La principal preocupación concierne a la inocuidad de los alimentos, pero también involucran aspectos relativos a la higiene ambiental, el ocupamiento del espacio público, las alteraciones en el tránsito vehicular, entre otros. (39).

2.1.9. RIESGOS PARA LA SALUD DE LOS ALIMENTOS VENDIDOS EN LA CALLE

Diversas características de los alimentos en la vía pública generan riesgos para la salud en términos generales esas características incluyen el tipo de producto alimentario, la falta de uso o el uso excesivo de aditivos alimentarios y el carácter y el grado de contaminación microbiana y química

Por supuesto la diversidad de los alimentos ofrecidos en las calles en toda América es inmensa y se origina en amplia gama y de características culturales esa misma diversidad aumenta el riesgo potencial y crea necesidades de clasificar los tipos de alimentos vendidos en función de composición procedimientos de preparación almacenamiento y forma en que se sirvan los consumidores. (40)

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. CARNE:

En general, se llama carne a todo componente o derivado animal, fresco o transformado, que por su valor nutritivo y comestible es utilizado por el hombre para alimentarse o satisfacer su gusto. Específicamente, se llama carne al tejido muscular del animal después de su sacrificio. El animal vivo, su res y cortes contienen carne, pero no son carne (28).

2.2.2. CARNE ROJA:

Parte del cuerpo de los animales preparada para el consumo humano; especialmente la de los animales no marinos y en particular la de las reses. (28)

2.2.3. PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR:

Es una elección real o imaginaria entre ciertas alternativas y la posibilidad de ordenarlas. Más generalmente, puede verse como una fuente de la motivación. (29)

2.2.4. CONSUMIDOR

Es aquel individuo que obtiene satisfacción o utilidad de los servicios facilitados por los bienes consumidos en un tiempo determinado. En este período considerado, el individuo consumirá una gran diversidad de bienes distintos. (29)

2.2.5. CONSUMO PERCAPITA REAL:

Indicador que expresa el consumo de recursos agropecuarios sobre la base de productos terminados, donde se incluye a enlatado, congelado, curado y fresco; resultado que se obtiene de dividir el volumen total de ventas internas de estos productos entre el número de habitantes en un periodo determinado. (30)

2.2.6. CONSUMO:

Acto de consumir o utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos (30).

2.2.7. NIVEL DE CONSUMO:

Es la estimación del grado de consumo en función de la cantidad y calidad del producto consumido (30).

2.2.8. FACTOR ECONÓMICO:

Es el estudio de como los individuos y las sociedades eligen entre usos alternativos de los recursos para llevar a cabo los productos de bienes. (31)

2.2.9. NIVEL SOCIOECONOMICO:

Medida del lugar social de una persona dentro de un grupo social, basado en varios factores, incluyendo el ingreso y la educación. (32)

2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

- ❖ Niveles socioeconómicos que influyen en el nivel de consumo de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno 2015.

2.4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**1.4.1. OBJETIVO GENERAL:**

- Determinar la influencia de los niveles socioeconómicos con el consumo de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno 2015.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar los niveles socioeconómicos de las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno 2015.
- Identificar el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno 2015.
- Determinar la influencia de los niveles socioeconómicos en el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno 2015.

CAPITULO III

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. TIPO DE ESTUDIO

El presente estudio es de tipo descriptivo y analítico.

3.1.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

- ❖ **POBLACIÓN.** La población del distrito de Santa Rosa de Melgar al 2015 es de 7342 habitantes este distrito está conformado por 7 barrios, en la cual se encuentra el Barrio Unión Kunurana. Con 140 familias aproximadamente.

La población de la ciudad de Puno al 2015 es de 141064 habitantes esta ciudad está conformada por 10 sectores, en la cual el barrio 4 de noviembre pertenece al sector 3. Con 2000 familias aproximadamente. (30)

- ❖ **MUESTRA.** La muestra es una parte representativa de la población y se tomara a través del muestreo aleatorio simple.

Para el presente estudio la muestra representativa corresponde 57 familias del Barrio Unión Kunurana del distrito de Santa Rosa de Melgar y 92 Familias del barrio 4 de noviembre de la ciudad de Puno.

- ❖ **DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE MUESTRA:**

Para determinar el tamaño de muestra se realizó aplicando la técnica del muestreo aleatorio simple cuya ejecución se da con la aplicación de la siguiente fórmula:

Formula que se utilizó para la determinación del tamaño de la muestra

Tamaño de muestra:

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Donde:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

n = número de muestra en proporciones con población finita

N = tamaño de la población.

n = número de muestra en proporciones con población finita

Z = nivel de confianza ($z = 1.96$ para 95% de confianza)

pq = varianza poblacional de la proporción ($p = q = 0.5$ máxima n)

e = error de muestra

Se considera la varianza poblacional de 0.5 porque se asume que el grado de homogeneidad de las unidades de observación con respecto a los factores socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas es de 50% aproximadamente, operando estas cifras tenemos el siguiente resultado:

n_0	Z	P	Q	E	N	N
96.04	1.96	0.5	0.5	0.1	2000	92
96.04	1.96	0.5	0.5	0.1	140	57

- ❖ **UNIDAD DE OBSERVACIÓN.** La unidad de observación fue las Familias del distrito de Santa Rosa de Melgar: Barrio Unión Kunurana y Familias de la ciudad de Puno: Barrio 4 de Noviembre.

3.1.3. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LA MUESTRA

CRITERIOS DE INCLUSIÓN

- Familias del Barrio Unión Kunurana del distrito de Santa Rosa Melgar.
- Familias del Barrio 4 de Noviembre de la ciudad de Puno
- Se incluirán a familias que al menos consuman un tipo de carnes rojas.

CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

- Familias que no pertenezcan al Barrio Unión Kunurana del distrito de Santa Rosa de Melgar y al Barrio 4 de Noviembre de la ciudad de Puno.

VARIABLES:

- ❖ **VARIABLE INDEPENDIENTE:** Niveles socioeconómicos.
- ❖ **VARIABLE DEPENDIENTE:** Consumo de carnes rojas.

3.1.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Indicador	Índice	Escala
Variable independiente Niveles socioeconómicos	Estrato social	I alto II medio alto III medio IV bajo V muy bajo	4-6 puntos 7-9 puntos 10-12 puntos 13-16 puntos 17-20 puntos
Variable dependiente Consumo de carne	Consumo	Especie	a) Carne de vacuno b) Carne de ovino c) Carne de cerdo d) Carne de alpaca e) Carne de cuy
		Frecuencia	a) Diario b) Interdiario c) Semanal d) Mensual e) Esporádico
		Cantidad	a) Menos de 1 Kg semanal b) De 1 Kg semanal c) De 2 Kg semanal d) De 3 Kg semanal e) Más de 4 Kg semanal
	Consumo	Cortes	a) Lomo b) Pierna c) Rabadilla d) Cadera e) Costillar
Variable dependiente		Lugar	a) Supermercado b) Mercado

Consumo de carne	Compra		c) Carnicería d) Feria e) Venta ambulatoria
		Preferencia lugar	a) Calidad b) Confianza c) Higiene d) Precio e) Peso exacto
		Cualidad	a) Nutritiva b) Saludable c) Variar d) Buen sabor e) Costumbre
		Aspectos	a) Color b) Olor c) Presentación d) Textura e) Precio
		Factor determinante	a) Economía b) Rendimiento c) Sabor d) Apariencia e) Textura
		Frecuencia	a) Una vez b) Dos veces c) Tres veces d) Cuatro veces e) Cinco veces

3.1.4. MÉTODOS, TÉCNICAS, E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

3.1.4.1. PARA LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS

- a) **MÉTODO:** Se utilizó como método la encuesta de Estratificación Social de Graffar (Modificado).
- b) **TÉCNICA:** Se utilizó como técnica la entrevista de forma personalizada que tendrá como objetivo obtener datos sobre los niveles socioeconómicos de familias realizada por la muestra en estudio.

- c) **INSTRUMENTO:** Se aplicó una encuesta de Estratificación Social de Graffar (modificado) (ANEXO N° 02)

3.1.4.2. PARA EL CONSUMO DE CARNES ROJAS

- a) **MÉTODO:** Se utilizó como método la encuesta de consumo de carnes rojas (elaborado).
- b) **TÉCNICA:** Se utilizó como técnica la entrevista de forma personalizada que tuvo como objetivo obtener datos sobre consumo de carnes rojas en familias (en especial a madres) realizada por la muestra en estudio.
- c) **INSTRUMENTO:** Encuesta de consumo de carnes rojas (ANEXO N° 03)

3.1.5. PROCESAMIENTO DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

PARA LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS

Se procedió a visitar a cada familia a su vivienda para realizar la encuesta del nivel socioeconómico, y hacer firmar el consentimiento informado para proceder con las preguntas.

PARA EL CONSUMO DE CARNES ROJAS

Se procedió a visitar a cada familia a su vivienda para realizar la encuesta del consumo de carnes rojas, y proceder con las preguntas

3.1.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- ❖ Para realizar este trabajo de investigación se presentó el proyecto de investigación al presidente de cada barrio (barrio Unión Kunurana de Santa Rosa de Melgar y del barrio 4 de Noviembre de la ciudad de Puno) presentándole la propuesta de trabajo.
- ❖ Se coordinó con el presidente de cada barrio para comenzar a trabajar con las familias.
- ❖ Consentimiento informado: Se informó a cada familia sobre el estudio que se realizó, si estaba de acuerdo se firma el consentimiento informado (ANEXO N° 01).

- ❖ Encuesta de nivel socioeconómico y consumo de carnes rojas: Se prosigue con las preguntas de la encuesta. (ANEXO N° 02 y O3).
- ❖ Base de datos de las respuestas de cada encuesta. Se hizo el llenado de las respuestas de cada pregunta de la encuesta (No = 0 y Si = 1) para el cálculo (a=1, b=2, c=3, d=4 y e=5) (ANEXO N° 06)

3.1.7. DISEÑO Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Los datos que se obtuvieron en la recolección, se ingresaron en el programa de Microsoft Excel, para luego procesarlos con el paquete estadístico SPSS 17.0 el cual permitió generar tablas y gráficos. Para el procesamiento de la información se utilizó medios estadísticos descriptivos (cuadros porcentuales) en inferenciales.

La prueba estadística que se aplicó es la Chi-cuadrado de Pearson, el cual nos permitió determinar si influye directamente o no los niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno 2015.

El Chi-Cuadrado de Pearson se define mediante la siguiente expresión:

$$X_c^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{O_{ij} - E_{ij}}{E_{ij}}^2$$

Dónde:

- X_c^2 = Chi cuadrada calculada
- O_{ij} = Valor observado
- E_{ij} = Valor esperado
- r = Número de filas
- c = Número de columnas.

Regla de decisión

- $X_c^2 > X_t^2$ Entonces rechazamos la hipótesis nula: No existe relación entre la variable independiente y la variable dependiente.
- H_0 = No hay relación entre los niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas.
- $X_c^2 < X_t^2$ Aceptamos la hipótesis alterna H_1 = Existe relación entre la variable independiente y la variable dependiente.
- H_1 = hay relación entre los niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA

El nivel de significancia usada para la presente tesis es $\alpha = 5\% = 0.05$

HIPÓTESIS ESTADÍSTICA.**HIPOTESIS NULA (H0).**

- No existe relación entre los niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno.

HIPOTESIS ALTERNA (H1).

- Existe relación entre los niveles socioeconómicos que influyen en el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno.

CAPITULO IV

4.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación fue realizado en el distrito de Santa Rosa Melgar que se encuentra al sur de la provincia de Puno a 3992 m.s.n.m. específicamente en el barrio Unión Kunurana de este distrito. La actividad económica de los pobladores del distrito de Santa Rosa de Melgar, es la crianza y comercio de ganado vacuno, ovino, y alpaca, y tejidos de prendas de vestir (Lana de ovino y alpaca).

La ciudad de Puno se encuentra en el departamento de Puno, se encuentra localizado dentro de los límites de San Román, El Collao y con la Región de Moquegua, a 3827 m.s.n.m. El trabajo de investigación se realizó en el Barrio 4 de noviembre que se encuentra en la ciudad. Cuenta con croquis. La actividad económica es el comercio de venta de productos del consumo alimentario, venta de prendas de vestir, centros turísticos, Lago Titicaca, la isla Uros, Taquile, Amantani, etc. La festividad de la mamita Candelaria. (VER ANEXO N° 04 Y ANEXO 05)

CAPITULO V

5.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

CUADRO N° 01

**NIVELES SOCIOECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE
SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015**

ESTRATO	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Alto	0	0	0	0
Medio alto	4	7	11	11
Medio	5	9	31	34
Bajo	22	38	31	34
Muy bajo	26	46	19	21
Total	57	100	92	100

Fuente: Elaborado en base a la encuesta de nivel socioeconómico de Graffar modificado en base a datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 02 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 01 se observa el nivel socioeconómico de las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar que tienen un nivel socioeconómico muy bajo un 46%, seguido del nivel socioeconómico bajo 38%. Las familias de la Ciudad de Puno se encuentran con un nivel socioeconómico medio y Bajo en 34%, seguido con un nivel socioeconómico muy bajo un 21% de las familias, encontrándose también a familias con un nivel socioeconómico medio alto en menor número con 7% en el distrito de Santa Rosa de Melgar y 11% en familias de la ciudad de Puno.

Según APEIM en nivel socioeconómico en Puno como región es el 12.6% pertenecen al nivel AB (medio y alto), el 20.0% pertenecen a un nivel C (medio), el 34.0% pertenecen al nivel D (bajo), y el 33.5% pertenecen al nivel E (muy bajo). (38) Frente a los resultados encontrados del nivel socioeconómico bajo y muy bajo coinciden tanto en el distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno.

CUADRO N° 02

**EL TIPO DE CARNES ROJAS QUE CONSUMEN CON MAYOR
FRECUENCIA LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE
MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015**

Carne	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Vacuno	0	0	27	29
Ovino	14	25	30	33
Cerdo	0	0	5	5
Alpaca	43	75	30	33
Cuy	0	0	0	0
total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 02 se observa el tipo de carne que consumen las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar con mayor frecuencia, el 75% es carne de alpaca y 25% carne de ovino. Las familias de la ciudad de Puno que consumen carnes rojas con mayor frecuencia, son la carne de ovino y alpaca en un 33% seguido de la carne de vacuno en un 29%, y siendo consumido en proporción menor la carne de cerdo en un 5%.

Según Quintero E. En el estudio titulado “Hábitos de Consumo de Carnes y Percepción Sobre Producción y Bienestar Animal en la Ciudad de Valdivia de la Región de Chile 2007” la preferencia en el consumo, el 93,8 % manifestó preferir la carne de vacuno, seguida de la carne de cerdo con 62.8% de los consumidores. (8) En cuanto al estudio la preferencia de carne de res quedo en segundo lugar con 29 % en la ciudad de Puno, esto debido al consumo de otros tipos de carnes como la carne de alpaca, ovino y cerdo que las familias también consumen. En cuanto al consumo de carne de cerdo quedo en último lugar de preferencia con 5%. Este consumo mínimo de la carne de cerdo podría deberse a que las familias no lo preparan en casa, pero si lo consumen en los diferentes mercados (comida), en las diferentes quintas, los platillos más pedidos son las que contienen carne de cerdo.

Según Vilca G. En la investigación titulado “Investigación del Mercado de Consumo de Carne de Alpaca en la Ciudad de Puno 2008” el tipo de carne más consumido es la carne de ovino con un 24.7%, obteniendo la carne de alpaca un porcentaje de 10.9%. (11) Resultados que si coinciden con este estudio la familia puneña consume con mayor frecuencia la carne de ovino y alpaca en un 33% a comparación de los resultados

encontrados por Vilca se observa que aumento la preferencia de consumo de esta carne. Esto puede deberse a que las familias de Puno estén informados por los valores nutricionales, el buen sabor de las carnes rojas en toda las preparaciones.

El estudio realizado es en ámbitos diferentes, en cuanto al distrito de Santa Rosa de Melgar es netamente ganadero y las familias se dedican a la producción de ganado ovino, alpaca y res, siendo el consumo elevado de la carne de ovino y alpaca y por ende también se encuentra en las carnicerías estas carnes, siendo la carne de vacuno que no lo consumen porque es llevado por los compradores de ganado en vivo a la ciudad de Juliaca, Sicuani, Cusco y Arequipa. Y también esta carne no se encuentra en las carnicerías. En cuanto a la ciudad de Puno hay mercados donde encuentran variedad de carnes rojas las familias.

CUADRO N° 03

FRECUENCIA DE CONSUMO DE CARNES ROJAS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

Frecuencia	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Diario	5	9	11	12
Interdiario	9	16	30	33
Semanal	25	44	24	26
Mensual	14	25	24	26
Esporádico	4	7	3	3
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En cuadro N° 03 se observa la frecuencia de consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar es semanal con un 44%, seguida de consumo mensual con 25%, e interdiario con 16%, siendo el consumo de forma diaria solo un 9% de las familias. Las familias de la Ciudad de Puno se observa que el consumo de carne en un 33% es interdiario, seguida de 26% semanal y mensual. Siendo el consumo de carne en menor cantidad de forma diaria con 12% y esporádico con 3%.

Según Quintero E. En el estudio titulado “Hábitos de Consumo de Carnes y Percepción Sobre Producción y Bienestar Animal en la Ciudad de Valdivia de la Región de Chile 2007” determino la frecuencia de consumo de los distintos tipos de carne, en el cual la

carne de vacuno es consumida con mayor frecuencia con un 44,6 % de hogares que la consumen diariamente o al menos tres veces por semana. (8)

Según Cabrera E. En la investigación titulado “Factor Determinante Para la Modificación de Hábitos Alimenticios 2006” resultados similares que la carne de vacuno, se encuentra en segundo lugar de preferencia ya que los encuestados mencionan consumir carne de vacuno una o dos veces por semana. (9)

Encontrándose resultados de la frecuencia de consumo interdiario 38.59% en el distrito de Santa Rosa de Melgar y semanal 39.13% en la ciudad de Puno. Esto puede deberse a la recomendación de la FAO consumir carnes rojas de 2 a 3 veces por semana, (por la información de medios de comunicación.) también podría deberse a la economía ya que la carnes rojas tienen mayor precio.

CUADRO N° 04

LA CANTIDAD DE CARNES ROJAS QUE CONSUMEN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

cantidad	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Menos de 1 kg semanal	29	51	30	33
De 1Kg semanal	22	39	45	49
De 2 kg semanal	5	9	12	13
De 3 kg semanal	1	2	3	3
De 4 kg semanal	0	0	2	2
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 04 se observa la cantidad de carne que consumen las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar en un 51% consumen menos de 1 kg de carnes rojas por semana, el 39% de las familias consume 1 kg de carnes rojas por semana, también encontrándose en un 9% las familias consumen carne 2 kg por semana, mientras que en un 2% de las familias consumen 3 kg de carne semanales. En cuanto a las familias de la ciudad de Puno el 49% consumen carne menos de 1 kg por semana, seguida con el 33% de familias que consumen carne de 1 kg por semana, encontrándose también el 13% de familias que consumen carne de 2 kg por semana, mientras el 3% de las familias consumen carne de 3 kg semanales y solamente en un 2% de las Familias consumen carne de 4 kilogramos semanales.

Según Núñez J. Soto M. en el estudio titulado “Factores socioeconómicos que determinan el consumo de carne de bovino en dos ciudades de Chihuahua México 2010” La cantidad de carne vacuno consumido semanalmente es independiente ($p > 0.05$) en ambas ciudades, consumiendo entre uno y dos kilogramos. (33) resultados similares encontrados en el estudio realizado en el distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno el consumo es de 1 kg 39% y 49% de las familias, en cuanto a las familias de la ciudad de Puno consumen carne menos de 1kg el 46.7%.

En las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno consumen menos de 1kg de carnes rojas siendo el 51% y 33%. En cuanto a estos resultados el consumo de carne es en muy poca cantidad en ambos lugares, más aun incluyendo el hueso, la grasa, tendones, nervios, componentes propios de las carnes rojas que son desechados, por el consumidor de acuerdo a la preferencia del consumo de carnes rojas, y también de acuerdo a los platos preparados por las familias.

CUADRO N° 05

CORTES DE CARNES ROJAS QUE CONSUMEN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

Corte	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Lomo	20	35	38	41
Pierna	22	39	18	20
Cadera	11	19	14	15
Rabadilla	1	2	4	4
Costillar	3	5	18	20
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03)

En el cuadro N° 05 se observa los cortes que consumen las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar es la pierna en 39%, lomo con 35%, y seguido de la cadera con 19%, siendo en menor porción el consumo los cortes de costillar y rabadilla. En la ciudad de Puno el corte de carne más consumido es el lomo con 41%, seguido del corte de pierna y costillar con 20%, en cambio el consumo de cadera es 15% y siendo en muy poca porción el consumo del corte de rabadilla.

Según Segovia E. Albornoz A. “Conociendo al consumidor de carne Venezuela 2005”. Los cortes que más compran, el 53% manifestó comprar cortes de primera (lomo), 35% todos los cortes y el resto (11%) cortes de segunda (cadera y pierna) y tercera, (costillar) no observándose diferencias entre las clases socioeconómicas. (34)

Las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar consumen más la parte de la pierna en un 39% y las familias de la ciudad de Puno consumen más la parte del lomo en 41% esto debido a que estos cortes contienen más carne. En comparación a estos resultados las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar consumen cortes de segunda y las familias de la ciudad de Puno consumen más los cortes de primera, esto debido a que la cadera y el lomo tienen menos grasa y en el caso del pecho y la costilla se tiende a acumular más grasa, en cuanto a los datos obtenidos en la ciudad de Puno las familias consumen los cortes de primera y menos de los otros cortes; esto es debido quizás a la falta de información y/o desconocimiento sobre los tipos de cortes, lo que además se refleja en el mayor precio.

CUADRO N° 06

LUGAR DE COMPRA DE CARNES ROJAS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

Lugar	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Supermercado	0	0	3	3
Mercado	2	4	72	78
Carnicería	37	65	6	7
Feria	18	32	9	10
Venta ambulatoria	0	0	2	2
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 06 se observa el lugar de compra de carnes rojas en el distrito de Santa Rosa de Melgar, el lugar preferido de compra son las carnicerías en un 65% donde todos o algunos de los miembros de la familia consumen carnes rojas, mientras que en un 32% de las familias acostumbran comprar la carne en ferias. Por su parte solamente un 4% de estas familias compran la carne en mercados, y ninguna familia lo compra en supermercados ni venta ambulatoria.

En cuanto a la ciudad de Puno 78% de las familias, expresa que prefiere comprar carnes rojas en mercados, mientras que el 10% de las familias la compran en ferias. Por otra parte, en un 7% de las familias manifiesta adquirirla en carnicerías, el 3% dicen comprarla en supermercados y la adquieren de la venta ambulatoria solo el 2%.

Según Segovia E. Albornoz A. En el estudio titulado “Conociendo al consumidor de carne 2005” indica que el lugar de compra preferido de las familias venezolanas son las carnicerías en un 38%,(34)

Según Vilca G. En la investigación titulado “Investigación del Mercado de Consumo de Carne de Alpaca en la Ciudad de Puno 2008” las familias de Puno donde más compran carnes rojas el mercado central a la cual el 22.4% afirma de que realizan sus compras en este mercado de la ciudadanía de Puno. Ocupando el segundo lugar puestos de venta informales o que están ubicados en la intemperie y en tercer lugar el mercado Laykakota (11). Resultados encontrados que si concuerdan con este estudio el lugar de preferencia es en carnicerías en distrito de Santa Rosa en un 64.9% y el lugar preferidos por las familias de la ciudad Puno son los mercados en 77.2% mientras que el resultado de la venta ambulatoria ocupa el último lugar. Estos locales comerciales son más confiables por las familias para la compra de carnes rojas.

CUADRO N° 07

PREFERENCIA DEL LUGAR DE COMPRA DE CARNES ROJAS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

Le ofrece	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Calidad	11	19	9	10
Confianza	20	35	33	36
Higiene	11	19	12	13
Precio	7	12	28	30
Peso exacto	8	14	10	11
	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 03 se observa la preferencia del lugar de compra de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar según los datos obtenidos, se puede

determinar que el 35% compra carnes rojas en ese lugar es por la confianza que ofrece, el 19% compra carnes rojas por la calidad e higiene que ese lugar brinda, mientras que el 14% % de las familias afirman que la prefieren por el peso exacto y solo el 12% afirma comprar en ese lugar por el precio. En las familias de la ciudad de Puno Según los datos obtenidos, se puede determinar la confianza que se brinda en ese lugar, con un 36%, es el principal aspecto que las familias toman en cuenta a la hora de realizar la compra, mientras que en un 30% de las familias afirman que prefieren el mercado por el precio. Un 13% lo prefieren por la higiene, el 11% lo comprar por el peso exacto y el 10% por la calidad que ofrecen en ese lugar.

Según Segovia E. Albornoz A. En el estudio titulado “Conociendo al consumidor de carne 2005” el 42% de los consumidores consideran que el vivir cerca y confiar en la calidad de las carnes que les ofrecen son las razones por las cuales compran en determinada carnicerías. También indican que las carnicerías son los que ofrecen productos más frescos.

Las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar compran en las carnicerías porque le brinda confianza, higiene y calidad. En cuanto a la ciudad de Puno las familias compran en mercados porque les brinda confianza y porque la persona que vende es conocida por el consumidor.

CUADRO N° 08

CUALIDAD DE LA COMPRA DE CARNES ROJAS DE LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

Prefiere	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Nutritiva	31	54	24	26
Saludable	10	18	18	20
Variar	1	2	3	3
Buen sabor	15	26	41	45
Costumbre	0	0	6	7
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 08 La cualidad de compra de carnes rojas de las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar el 54% considera que las carnes rojas son nutritivas, seguido del

26% de las familias consideran que tienen buen sabor, mientras el 18% indica que es saludable y en menor proporción compra la carne para variar. En la ciudad de Puno un 45% de las familias prefieren comprar carnes rojas por el buen sabor de ésta, seguido del 26% de las familias la compran porque es nutritiva, el 20% indica que es saludable, el 7% de las familias manifiesta comprar por costumbre y el 3% la compra para variar.

Según Segovia E. Albornoz A. En el estudio titulado “Conociendo al consumidor de carne 2005” El consumidor compra carne porque le gusta, por costumbre, valor nutritivo y porque rinde más. (34) En el cual las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno destacan que las carnes rojas son nutritivas.

Desde el punto de vista nutricional, la importancia de la carne deriva de sus proteínas de alta calidad, que contienen todos los aminoácidos esenciales, así como de sus minerales y vitaminas de elevada disponibilidad. (5) con ello se cubre el 30% de calorías que una persona debe ingerir para completar los requerimientos mínimos recomendados. (1) Así como minerales necesarios para el rendimiento y el buen estado corporal, como son el hierro, que nos aporta en grandes cantidades. Junto a esto hay que destacar otras vitaminas como las del grupo B, sobre todo la B-12 y B-6, necesarias para conseguir un buen rendimiento muscular.

CUADRO N° 09

ASPECTOS QUE TOMA EN CUENTA AL COMPRAR CARNES ROJAS LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

Aspecto	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Olor	20	35	26	28
Color	21	37	51	55
Presentación	5	9	2	2
Textura	10	18	3	3
Precio	1	2	10	11
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 09 se observa los aspectos que toman en cuenta al comprar carnes rojas las familias del distrito de Santa rosa de Melgar, toman en cuenta el color en un 37%, el olor que tenga la carne es tomada en cuenta en un 35% en las familias. La

textura propia de la carne es valorada por un 18% de las familias, mientras que en el 9% de las familias toman en cuenta la presentación de las carnes rojas. Mientras que el precio únicamente es evaluado por el 2% de las familias.

Mientras que en la ciudad de Puno las familias toman en cuenta al momento de comprar las carnes rojas es el color es el principal aspecto tomado en cuenta en las familias al comprar las carnes rojas, ya que en un 55% de ellas toman éste aspecto en consideración. En un 28% de las familias toma en cuenta el olor. Por su parte en un 11% de las familias toma en cuenta el precio, seguido por la textura de la carne, con un 3%.

Según Núñez J. Soto M. en el estudio titulado “Factores socioeconómicos que determinan el consumo de carne de bovino en dos ciudades de Chihuahua México 2010” la calidad se juzga por el color en un 64.7% y 60.1% y el olor en un 32.4% y 26.5%.⁽³³⁾ y Entre las principales características de la carne de res que toman en cuenta las familias a la hora de comprarla, se encuentra el color. ⁽³⁴⁾.Las familias buscan una carne que tenga un color rojo, no muy pálido ni muy intenso; piensan que si el color es muy pálido la carne puede provenir de un animal enfermo, y si es muy intenso que puede provenir de un animal que no es bovino.

Según Andújar, G., Pérez D. & Venegas, O. “Los cambios post mortem y la transformación del músculo en carne Cuba 2009” El consumidor asocia como atributos de calidad de la carne el color (intensidad y coloración), la terneza, la jugosidad, la apariencia (grasa intramuscular), el sabor y el aroma ⁽³⁶⁾ En general, para definir la calidad de la carne se deben considerar las cualidades que constituyen el valor sensorial (calidad organoléptica) y nutritivo (calidad nutritiva).

CUADRO N° 10

FACTOR QUE DETERMINA LA COMPRA DE CARNES ROJAS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015

Factor	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Economía	34	60	23	25
Rendimiento	1	2	3	3
Sabor	19	33	59	64
Apariencia		0	5	5
Textura	3	5	2	2
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 10 se observa el factor que determina la compra de carnes rojas en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar, el 60% compran la carnes rojas por la economía, el 33% indican que el factor que determina la compra es por el sabor, en un 5% de las familias la compran por la textura y el menor factor que determina la compra de carnes rojas es el rendimiento en 2%. El factor que determina la compra de carnes rojas en la ciudad de Puno es el sabor en un 64%, seguido del 25% de la familias manifiestan que el factor que determina la compra es la economía, mientras que un 5% afirma comprarla por la apariencia.

Las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar indican el 60% es la economía (el ingreso familiar) ellos indican que a mayor ingreso familiar consumiría más carnes rojas, como el ingreso familiar en menor el consumo es menor. En cuanto a las f

.amilias de la ciudad de Puno el factor que determina la compra es el sabor de las carne rojas (carnes de ovino, res y alpaca)

CUADRO N°11

**FRECUENCIA SEMANAL DE COMPRA DE CARNES ROJAS EN LAS
FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD
DE PUNO 2015**

N° de veces	Distrito de Santa Rosa		Ciudad de Puno	
	N°	%	N°	%
Una vez	40	70	69	75
Dos Veces	11	19	10	11
Tres veces	6	11	7	8
Cuatro veces	0	0	0	0
Cinco veces	0	0	6	7
Total	57	100	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 03 y anexo N° 06)

En el cuadro N° 11 se observa la frecuencia de compra de carnes rojas en el distrito de Santa Rosa de Melgar, se puede observar que en un 70% de las familias lo compra una vez por semana, el 19% dos veces por semana, mientras que el 11% lo compra tres veces por semana y ninguna familia lo compra cuatro a cinco veces por semana. Las familias de la ciudad de Puno el 75% indica comprar una vez por semana el 11% lo compra dos veces por semana, mientras el 8% compra tres veces por semana, por último cabe indicar que el 7% indica comprar cinco veces por semana y ninguna familia compra cuatro veces por semana.

Según Segovia E. Albornoz A. En el estudio titulado “Conociendo al consumidor de carne 2005” El 43% de los consumidores compran carne semanalmente (a la semana una vez), 35% las compras son a diario. (34)

Resultados obtenidos que si concuerdan en comparación a otros resultados ya que esto puede deberse a si tienen un lugar donde guardar la carne (refrigeradora), también al número de integrantes de las familias.

CUADRO N° 12

RELACIÓN DE LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS Y EL TIPO DE CARNES ROJAS CONSUMIDOS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015.

Lugar	Estrato social	Tipo de carnes rojas											
		Vacuno		Ovino		Cerdo		Alpaca		Cuy		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N	%
Santa Rosa	Medio alto	0	0	1	2	0	0	5	9	0	0	6	11
	Medio	0	0	7	12	0	0	12	21	0	0	19	33
	Bajo	0	0	3	5	0	0	19	33	0	0	22	39
	Muy bajo	0	0	3	5	0	0	7	12	0	0	10	18
	Total	0	0	14	25	0	0	43	75	0	0	57	100
Puno	Medio alto	2	2	2	2	0	0	6	7	0	0	10	11
	Medio	2	2	6	7	1	1	7	8	0	0	16	17
	Bajo	10	11	9	10	2	2	10	11	0	0	31	34
	Muy bajo	13	14	13	14	2	2	7	8	0	0	35	38
	Total	27	29	30	33	5	5	30	33	0	0	92	100

Fuente: elaborado en base a la encuesta de consumo de carnes rojas y base de datos de las respuestas de la encuesta (anexo N° 02, 03 y 06)

PRUEBA DE CHI CUADRADO	SANTA ROSA		CIUDAD DE PUNO	
	Valor X_c	Valor X_t	Valor X_c	Valor X_t
Nivel socioeconómico y tipo de carnes rojas consumidos	3.325	7.815	8.851	16.9190

Fuente: Base de datos de la Spss.

En el cuadro N° 12, se observa en el distrito de Santa Rosa de Melgar el 33% y 21% de las familias consumen carne de alpaca y pertenecen a un nivel socioeconómico bajo y medio, así mismo el 12% consume carne de ovino y pertenecen a un nivel socioeconómico medio. En cuanto a la ciudad de Puno el 14% y 11% de las familias consumen carne de vacuno y pertenecen a un nivel socioeconómico muy bajo y bajo. El 11% y 8% de las familias consumen carne de alpaca y pertenecen a un nivel socioeconómico bajo y muy bajo.

En Santa Rosa de Melgar para la relación del nivel socioeconómico y el tipo el tipo de carnes rojas consumidos, se utilizó la prueba del chi cuadrada, la $X_c=3.325$ y la $X_t=7.815$, entonces $X_c < X_t$, por lo tanto se acepta la H_0 y se rechaza la H_a , H_0 : El nivel socioeconómico no influye en tipo de carnes rojas consumidos en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar.

En la ciudad de Puno para la relación del nivel socioeconómico y el tipo de carnes rojas consumidos, se utilizó la prueba del chi cuadrada, la $X_c=8.851$ y la $X_t=16.9190$, entonces $X_c < X_t$, por lo tanto se acepta la H_0 y se rechaza la H_a , H_0 : El nivel socioeconómico no influye en el tipo de carnes rojas consumidos en familias de la Ciudad de Puno.

Según el INEI “Encuesta Nacional de presupuestos Familiares 2007” A nivel de hogares, los datos a nivel nacional según el estrato socioeconómico se observa que a mayor ingreso de las personas mayor consumo de carne de vacuno. En efecto, en el quintil V consumen 11 kilos 400 gramos, a diferencia del quintil I (más pobre) donde en consumo promedio per-cápita es de 1 kilo al año (5). En los resultados encontrados en este estudio es a la inversa a menor ingreso de las familias (nivel socioeconómico medio, bajo y muy bajo), mayor consumo de carne de alpaca y cordero. Sin embargo, es importante destacar que los consumidores del nivel socioeconómico medio bajo y muy bajo; tienden a realizar compras más frecuentes, es decir, de semanal a diario, mientras que el nivel socioeconómico alto la compra es de semanal a quincenal. Esto se puede deber a que las familias tienen un ingreso familiar de semanal a quincenal.

CONCLUSIONES

- Se identificó el nivel socioeconómico de las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar en la cual se observa que tienen un nivel socioeconómico muy bajo un 46%, seguido del nivel socioeconómico bajo 38 %. Las familias de la Ciudad de Puno se encuentran con un nivel socioeconómico medio y Bajo en 34%, seguido con un nivel socioeconómico muy bajo un 21% de las familias, encontrándose también a familias con un nivel socioeconómico medio alto en menor número con 7% en el distrito de Santa Rosa de Melgar y 11% en familias de la ciudad de Puno.
- Se identificó el consumo de carnes rojas en las familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno; el tipo de carne que consumen con mayor frecuencia, el 75% es carne de alpaca y 25% carne de ovino. Las familias de la ciudad de Puno que consumen carnes rojas con mayor frecuencia, son la carne de ovino y alpaca en un 33% seguido de la carne de vacuno en un 29%, y siendo consumido en proporción menor la carne de cerdo en un 5%.
- Se determinó que los niveles socioeconómicos no influyen sobre el tipo de carnes rojas consumidos en familias del distrito de Santa Rosa de Melgar y la ciudad de Puno.

RECOMENDACIONES

A continuación se presentan las recomendaciones concernientes a esta investigación.

- Se recomienda mejorar los canales de comercialización de la carne, para brindar desde el productor hasta el cliente la mejor calidad de la carne, lo cual es el principal aspecto que el consumidor busca.
- Se recomienda a la universidad que realicen más investigaciones del consumo de las carnes en general, para saber la cantidad de carne que consumen por persona.
- Se recomienda a las instituciones encargadas de la supervisión como la Municipalidad de Puno y del distrito de Santa Rosa, el Ministerio de Salud deberían supervisar más continuamente y fomentar cursos talleres y capacitaciones de manipuladores de alimentos.

5.5. BIBLIOGRAFÍA

1. Food and Agriculture Organization of the United Nations Statistics – Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (FAOSTAT), (2012). Citado el 02 oct 2015 Disponible en: <http://faostat.fao.org/site/569/DesktopDefault.aspx?PageID=569#anchor>
2. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación 2014. Citado el 02 oct 2015 Disponible en: <http://www.fao.org/ag/againfo/themes/es/meat/background.html>
3. Food and Agriculture Organization of the United Nations Statistics – Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAOSTAT), (2011). Citado el 02 Oct 2015 Disponible en: <http://faostat.fao.org/site/610/default.aspx#anchor>
4. Instituto Nacional de Estadística e informática “Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares” 2008 - 2009 Perú.
5. Instituto Nacional de Estadística e informática “Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares” 2007 Perú.
6. Ferro-Luzzi A. and James P., 1997. .Diet and Health. in *Nutrition in Europe*, European Parliament Scientific and Technological Options Assessment, Directorate General for Research, PE No 166.481, 2-38.
7. Vernazza, R. (2003). La Comercialización de la carne vacuna en la ciudad de Montevideo. Instituto Nacional de Carnes. Serie Técnica s/n.
8. Quintero, E. (2007). Hábitos de consumo de carnes y percepción sobre producción y bienestar animal en la ciudad de Valdivia, Región de Chile. Tesis para optar el Título de Médico Veterinario. Universidad Austral de Chile.
9. Cabrera, E. (2006). Educación: factor determinante para la modificación de hábitos alimenticios. Tesis profesional presentada para obtener el Título de Licenciado en administración de hoteles y restaurantes. Universidad de las Américas, Puebla. México.
10. German, B. (2012) “Estudio Preliminar de las Preferencias del Consumo de Carnes de la Población de Yurimaguas Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. Perú.
11. Vilca G. (2008) “Investigación del Mercado de Consumo de Carne de Alpaca en la Ciudad de Puno” UNA Perú.

12. Organización Mundial de la Salud (OMS). GIOBOCAN 2008. (IARC). Sección de Información sobre el Cáncer (07/11/2012).
13. Organización Mundial de la Salud (OMS). “Prevención y control de las enfermedades no transmisibles”: aplicación de la estrategia mundial. Informe de Secretaría 61^a Asamblea Mundial de La Salud. Citado el 03 Nov 2015 Disponible en:http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/A61/A61_8-sp.pdf.
14. National Center for Educational Statistics. 31 March 2008. <http://nces.ed.gov/programs/coe/glossary/s.asp>
15. Erica Goode. 13 April. “For Good Health, it helps to be Rich and Important.” New York Times <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9806E5DA1230F932A35755C0A96F958260&sec=&spon=&pagewanted=1>
16. Marmot, Michael. 2004. The Status Syndrome: How Social Standing Affects Our Health and Longevity. New York: Owl Books.
17. Werner, Shirli, Malaspina, Dolores, and Rabinowitz, Jonathan. Socioeconomic Status at Birth is Associated with Risk of Schizophrenia: Population-Based Multilevel Study. Schizophrenia Bulletin. 18 April 2007.
18. Castellano, H. (1994) Sociedad y estratificación: Método Graffar Méndez Castellano. Publicado por Fundacredesa.
19. Rivera, J., Arellano, R. & Molero, V. (2000). Conducta del Consumidor: Estrategias y Tacticas Aplicadas al Marketing, ESIC Editorial Madrid.
20. Puricelli, E. (2011). Las carnes en el mundo. Revista Brangus. Buenos Aires. 33(63):60-64. Citado el 02 oct 2015 disponible en: www.produccion-animal.com.ar
21. Food Administration Organization-FAO, (2010). “Aumenta consumo de carne en el mundo, mayores ingresos y el crecimiento de la población están impulsando la demanda productos pecuarios”. Boletín Técnico. Citado el 12 de nov 2015 disponible en: [web:http://www.fao.org/es/ESC/es/20953/21014/index.html](http://www.fao.org/es/ESC/es/20953/21014/index.html)
22. Roppa, L. (2007) – Perspectivas de la producción mundial de carne desde 2007 hasta 2015. Publicado el 2009. Citado el 15 de nov 2015 Disponible en: <http://pt.engormix.com/MA-pecuaria-corte/artigos/perspectivasproducao-mundial-carnes-t140/p0.htm>

23. Organización Para la Cooperación y el Desarrollo Económico. OCDE-FAO. (2011). Perspectivas de la agricultura 2011–2020. Boletín. Citado el 19 nov 2015 disponible en: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/newsroom/docs/OutlookFlyer2011_SPANISH_PDF_1.pdf
24. Instituto Nacional de Salud. Centro Nacional de Alimentación y Nutrición. Dirección Ejecutiva de Vigilancia Alimentaria Nutricional (DEVAN). Base de datos de la Encuesta Nacional de Consumo Familiar de Alimentos (ENCOFA) 2006 Perú.
25. Instituto Nacional de Estadística e informática “Sistema de Información Regional para la Toma de Decisiones-Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares” 2008-2009 Perú.
26. Collazos C. 1996. Tablas peruanas de composición de alimentos. Lima Perú.
27. Marchese P. 2008 Sitio Argentino de Producción Animal – Argentina.
28. Bavera, G. A. 2006. Cursos de Producción Bovina de Carne, FAV UNRC.
29. Ministerio De Salud. (1963), La Composición de Alimentos de mayor consumo en el Perú. 6ª Edición. INSTITUTO NACIONAL DE NUTRICIÓN (1963), Lima – Perú 40 p.
30. Diccionario de Encarta (DVD), Microsoft Encarta Bibliotec Premium 2009 Perú
31. Lerd Y Miller (1990) Microeconomía Moderna Editorial Mexicana.
32. Equipos MORI. Resumen Ejecutivo: Informe de Estratificación Social a Escala Nacional por Nivel socioeconómico 2006 - 2007. La Paz: MORI; 2008.
33. Núñez J. Soto M. (2010) “Factores socioeconómicos que determinan el consumo de carne de bovino en dos ciudades de chihuahua México” universidad autónoma de chihuahua México.
34. Segovia E. Albornoz A. (2005) “Conociendo al consumidor de carne” Departamento de Ciencias Sociales, facultad de Agronomía. Universidad de Zulia. Venezuela.
35. Instituto Nacional de Carnes 2010 “Manual de cortes de carnes alternativas para abastos conejo, cerdo, pollo, ovino” Montevideo Uruguay.
36. Andújar, G., Pérez D. & Venegas, O. 2009. Los cambios post mortem y la transformación del músculo en carne. En: Química y bioquímica de la carne y los productos cárnicos. 125 p. Instituto de Investigaciones para la industria alimentaria. Editorial Universitaria. La Habana, Cuba.

37. Ouali, A. & Sentandreu, M. A. 2002. Overview of muscle peptidases and their potential role in meat texture development. In: Research advances in the quality of meat and meat products. Ed. F. Toldrá. pp. 33-63. Research Signpost. Trivandrum, India.
38. Asociación peruana de empresas de investigación y mercados 2014 “niveles socioeconómicos” Perú.
39. James M. , Martin J. (2009). "Microbiología Moderna de los Alimentos". 5th ed. Zaragoza, España: Acribia SA;
40. Frazier W. (2004). "Microbiología de los Alimentos". 5th ed. Zaragoza, España;
41. Vázquez, R. L. & Vanaclocha, A. C. 2004. Tecnología de Mataderos. Mundi-prensa Libros, S. A., Madrid España.

ANEXO N° 01**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Mediante la firma de este documento doy mi consentimiento para participar de manera voluntaria en el presente investigación, considero que los resultados de este estudio serán un beneficio para la investigaciones posteriores relacionadas con “NIVELES SOCIOECONÓMICOS QUE INFLUYEN EN EL CONSUMO DE CARNES ROJAS EN LAS FAMILIAS DEL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR Y LA CIUDAD DE PUNO 2015”.

Estoy de acuerdo en proporcionar la información necesaria a través del llenado de los cuestionarios, así mismo me informo que los resultados obtenidos serán confidenciales.

La Bachiller en Nutrición Humana LIMA MENDOZA GLADYS MARILU me explico que es la responsable de la investigación.

.....

FIRMA DEL PARTICIPANTE

.....

FIRMA DEL INVESTIGADOR

ANEXO N° 02

ESCALA DE ESTRATIFICACIÓN SOCIAL DE GRAFFAR (MODIFICADO)

VARIABLES	PUNTOS	ÍTEMS
profesión del jefe de hogar	1	profesión universitaria, financistas, banqueros, comerciantes, todos de alta productividad, oficiales de las fuerzas armadas (si tienen un rango de educación superior)
	2	profesión técnica y superior o medianos comerciantes o productores
	3	Empleados sin profesión universitaria. Bachiller técnico, pequeños comerciantes o productores propietarios.
	4	Obreros especializados, parte de los trabajadores del sector informal de la economía (que no poseen título profesional).
	5	obreros no especializados y otra parte del sector
nivel de instrucción de la esposa o cónyuge	1	Enseñanza universitaria o su equivalente.
	2	Técnica superior completa enseñanza secundaria completa, técnica media.
	3	enseñanza secundaria incompleta
	4	enseñanza primaria o alfabeto (con algún grado de instrucción primaria)
	5	Analfabetas
principal fuente de ingreso de hogar	1	fortuna heredada o adquirida
	2	ganancias, beneficios, honorarios profesionales
	3	sueldo mensual
	4	salario semanal, por día, entrada a destajo
	5	donaciones de origen público o privado
condiciones de alojamiento	1	vivienda con óptimas condiciones sanitarias y ambientales de gran lujo y grandes espacios
	2	vivienda con óptimas condiciones sanitarias y ambientales con lujo, sin exceso y suficientes espacios
	3	vivienda con buenas condiciones sanitarias en espacios reducidos o no, pero siempre menores que en las viviendas 1 y 2
	4	viviendas con ambientes espaciosos o reducidos y/o con deficiencias en algunas condiciones sanitarias
	5	rancho o vivienda con espacios insuficientes y condiciones sanitarias marcadamente inadecuadas

ANEXO N°03

ENCUESTA DE CONSUMO DE CARNES ROJAS

1. ¿Qué tipo de carne consumen con más frecuencia en su hogar?
 - a) Carne de vacuno
 - b) Carne de ovino
 - c) Carne de cerdo
 - d) Carne de alpaca
 - e) Carne de cuy

2. ¿Con qué frecuencia consumen la carne?
 - a) Diario
 - b) Interdiario
 - c) Semanal
 - d) Mensual
 - e) Esporádico

3. ¿La cantidad de carne que consumen en su hogar?
 - a) Menos de 1 Kg semanal
 - b) De 1 Kg semanal
 - c) De 2 Kg semanal
 - d) De 3 Kg semanal
 - e) Más de 4 Kg semanal

4. ¿Cuáles de los siguientes tipos de carne consume regularmente?
 - a) Lomo
 - b) Pierna
 - c) Rabadilla
 - d) Cadera
 - e) Costillar

5. ¿Dónde compra la carne?
 - a) Supermercado
 - b) Mercado
 - c) Carnicería
 - d) Feria
 - e) Venta ambulatoria

6. ¿Por qué razón prefiere comprar en ese lugar?
 - a) Calidad
 - b) Confianza

- c) Higiene
 - d) Precio
 - e) Peso exacto
7. ¿Cuál es la cualidad por la cual compran carnes rojas?
- a) Nutritiva
 - b) Saludable
 - c) Variar
 - d) Buen sabor
 - e) Costumbre
8. ¿Cuál de los siguientes aspectos de las carnes rojas toman en cuenta a la hora de realizar su compra?
- a) Color,
 - b) Olor
 - c) Presentación
 - d) Textura
 - e) Precio
9. ¿Qué factor cree usted que sea determinante en la elección de las carnes rojas en orden de importancia?
- a) Economía
 - b) Rendimiento
 - c) Sabor
 - d) Apariencia
 - e) Textura
10. ¿Cuántas veces a la semana compra la carne?
- a) Una vez
 - b) Dos veces
 - c) Tres veces
 - d) Cuatro veces
 - e) Cinco veces

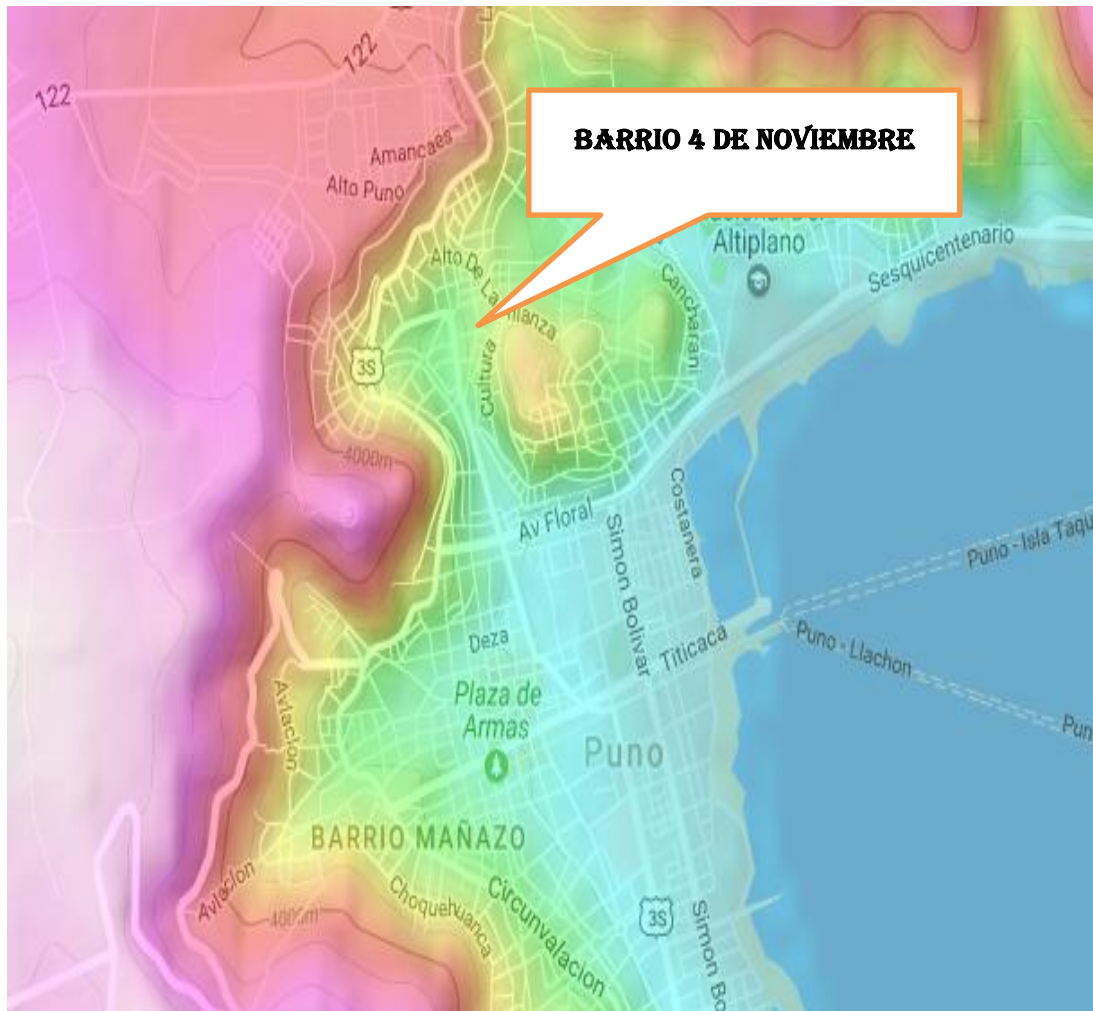
ANEXO N° 04

MAPA DEL DISTRITO DE SANTA ROSA



ANEXO N° 05

MAPA DE LA CIUDAD DE PUNO



ANEXO N° 07

EVIDENCIAS DEL ESTUDIO REALIZADO

ENCUESTA EN EL DISTRITO DE SANTA ROSA DE MELGAR



ENCUESTA EN LA CIUDAD DE PUNO

