

## ESTRATEGIAS PARA LA INTRODUCCIÓN AL MERCADO DE PRODUCTOS PROCESADOS A BASE DE PAICHE

### INTRODUCCION

Según ha sido reportado por diferentes investigadores, el paiche es considerado como uno de los peces de agua dulce más grande del mundo, pudiendo alcanzar tamaños de hasta 2,5 metros y 250 kg de peso. Sin embargo, la captura del paiche en los últimos 10 años, muestra una tendencia negativa, registrándose en las estadísticas oficiales del 2000, un desembarque de 90 toneladas menos a las 543 toneladas registradas el año 1988 (Tello y Alcántara).

Así mismo, se ha descrito que la carne de paiche es de óptima calidad debido a que carece de huesos intermusculares, tiene un aspecto fibroso, color blanquecino y sabor neutro adecuado para la preparación de diversos potajes. En el mercado amazónico se comercializa la carne principalmente al estado fresco y seco salado, aunque diversos productos procesados – entre los que destaca el paiche enlatado - han sido elaborados por el IIAP, lo que significa que existen otras opciones de productos con posibilidades de introducción en el mercado externo en el cual puede competir principalmente con el bagre del canal (*Ictalurus punctatus*) de los Estados Unidos.

El paiche es la más cara de las especies amazónicas que se comercializan en el mercado local. Los precios varían de acuerdo a su presentación y lugar de procedencia, encontrándose valores que van desde 3,50 a 10 soles para el producto entero fresco y de 15 a 18 soles para filete ya sea al estado fresco o seco salado. Cabe indicar que estos productos curados proceden de un tipo de procesamiento artesanal, donde en la mayoría de los casos el pescador tiene que realizar paralelamente las fases de extracción y procesamiento, debido a que en la región no se han instalado aún plantas de procesamiento pesquero.

En el ámbito regional, la demanda por esta especie es aparentemente alta, sin embargo no se cuenta con información sobre la demanda de paiche en el mercado regional amazónico ni al estado de filete fresco o seco salado.

A nivel internacional, el mercado norteamericano está importando varios miles de toneladas anuales de Tilapia para compensar la escasa oferta anual del bagre del canal que se produce en condiciones de cultivo en Estados Unidos. El paiche producido en condiciones de cultivo podría ofrecerse como producto sustituto del bagre del canal en razón a la calidad de su filete carente de huesos intermusculares, color blanquecino y textura fibrosa.

## **NOMBRE DEL ESTUDIO:**

**Investigación de Mercado de Productos derivados del Paiche a nivel nacional e internacional.**

El Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana IIAP desea fomentar el consumo del paiche y productos derivados de esta especie producida en condiciones de cultivo, tanto en el mercado local como internacional, para lo cual se propone la estrategia de mercado que se presenta en el presente documento.

## **ESTRATEGIAS PROPUESTAS:**

Análisis de información secundaria a través de información estadística de desembarques, producción, comercialización y consumo de especies y productos pesqueros con algunas características semejantes a los productos en estudio.

### **I. Ejecución de Estudios de Investigación de Mercado**

#### **Nivel Internacional**

##### **Objetivo.-**

Medir la aceptabilidad de los productos derivados del paiche en diferentes países de la región seleccionada, ya sea como sustituto de algunos derivados de especies tradicionales, como el bagre del canal o introduciéndolos como productos nuevos con características particulares.

- \* Identificación de los principales mercados para productos derivados del paiche, en mercados internacionales mediante muestreos de preferencia y aceptación.
- \* Definición de las características organolépticas de los productos seleccionados para satisfacer los mercados identificados.
- \* Definición de precios, políticas de comercialización, marca, nombre, presentación, etc.

##### **Metodología.-**

- \* Análisis y cuantificación de indicadores de demanda, consumo, y comercialización de productos pesqueros y determinación de muestras por países representativos.
- \* Remisión de muestras sin valor comercial de productos pesqueros derivados del paiche a ferias, eventos y a distribuidores e importadores de los países seleccionados y aplicación de encuesta especializada.
- \* Coordinación y aplicación de pruebas de degustación y aceptación de los productos a base del paiche en grupos seleccionados de consumidores en los países definidos como muestras para el estudio, así mismo aplicación de encuestas de preferencias del consumidor.

Mecanismo.- Pruebas de producto, Participación en Ferias, Envío de muestras

### **Nivel Nacional**

#### **Objetivo.-**

Medir la aceptabilidad de los productos derivados del paiche en el mercado nacional, diferenciando por regiones y por niveles socio económicos, ya sea como sustituto de algunas especies tradicionales o introduciéndolo como productos nuevos con características particulares.

- \* Determinar los principales mercados a nivel nacional para los productos a base de paiche.
- \* Definir las características ideales de los productos seleccionados para satisfacer los mercados identificados.
- \* Plantear una estrategia para la mejor promoción del producto.

#### **Metodología.-**

Estudio base de mercado, Pruebas de producto, Pruebas de venta, Promociones,

Del ámbito geográfico del estudio

- \* Por las características particulares de la especie, tiene un costo un tanto elevado y sabor exótico, se propone la ejecución de un estudio base con prueba de producto en la región Oriental y en Lima Metropolitana, considerando las presentaciones tradicionales y las propias de la zona de origen.

Del tipo de prueba

- \* Se sugiere la ejecución de una prueba de producto, con degustación entre consumidores finales.

## **II. Actividades de Promoción**

Especie proveniente de la acuicultura, lo que implica:

- \* Mantenimiento de los recursos naturales y certificación del origen de las especies.
- \* Certificación de calidad, en la crianza y transformación de los productos derivados.

Educación al consumidor, a través de información sobre las ventajas nutricionales de los productos y la preparación de los productos tanto al estilo propio de la zona de origen como otras alternativas para los mercados tradicionales.