

# Tendencias sobre las preferencias en el consumo de la carne de pescado en la comunidad académica del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Medellín

Hermes Pineda Santis Mg.,  
Lucy Arboleda Chacón Mg.  
Grupo de Investigación Acuícola,  
Facultad de Ciencias Agrarias, Politécnico  
Colombiano Jaime Isaza Cadavid.  
hrpineda@elpoli.edu.co



## Autores

### HERMES RAFAEL PINEDA SANTIS

Biólogo, Maestría en Biología, Docente Ocasional de Tiempo Completo, Miembro del Grupo de Investigación Acuícola, Facultad de Ciencias Agrarias, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Correo electrónico: hrpineda@elpoli.edu.co

### LUCY ARBOLEDA CHACÓN

Bióloga, Maestría en Pedagogía, Docente Asociada, Coordinadora del Grupo de Investigación Acuícola, Facultad de Ciencias Agrarias, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Correo electrónico: larboleda@elpoli.edu.co.

## Resumen

La Cadena Productiva Piscícola, en Colombia, ha manifestado la importancia de incentivar el consumo de la carne de pescado bajo el marco de la competitividad comercial; esto es variación en especies, presentaciones y precios, como respuesta a los bajos índices de consumo de este producto. Por lo anterior, se desea contribuir al conocimiento de este tema en la comunidad académica del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, considerándolo como referente local de algunas tendencias en la ciudad de Medellín, y abrir la posibilidad de esta opción fuera de las épocas de cuaresma y Semana Santa. Para conocer de ello, fueron hechas 9 preguntas, entre específicas y generales, a 30 estudiantes de la institución, escogidos al azar. Los productos fueron realizados por alumnos de la asignatura de Acuicultura del Programa de Ingeniería Agropecuaria, Facultad de Ciencias Agrarias, sobre 9 diferentes productos con base en pescado, como materia prima.

Se presentó una aceptación por parte de los encuestados, del 93% de los productos ofrecidos y, además, un 96% de ellos mostró su interés en adquirirlos en el mercado. La mayoría de los encuestados consumen carne de pescado una vez a la semana, preferiblemente en fritura, acompañada de salsa tártara. También optan por la ensalada con atún enlatado, y manifestaron conocer los beneficios nutricionales de este tipo de carnes. Las características observadas sugirieron un patrón general y recurrente de consumo, por lo que se debe desarrollar otras posibilidades como estrategia de cambio comercial.

## Palabras clave

Acuicultura, Carne de Pescado, Consumo, Transformación, Valor Agregado

## Abstract

The Cadena Productiva Piscícola, in Colombia, has manifested the importance of motivating the consumption of the fish meat under the mark of the commercial competitiveness; this is variation in species, presentations and prices, as answer to the low indexes of consumption of this product. For the above-mentioned, it is wanted to contribute to the knowledge of this topic in the Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid's academic community, considering it as relating local of some tendencies in the city of Medellín, and to open the possibility of this option outside of the lent and holy week times. To know of it, 9 questions were asked, between specific and general, to 30 students of the institution at random. Products were alumni's elaborated of the Acuicultura subject of the Agricultural Engineering Program, Ciencias Agrarias Faculty, on 9 different products with base in fish, as raw material.

A 93% of the interviewed showed an acceptance of the products offered and, also, a 96% of them showed its interest in acquiring them in the market. Most of those consume fish meat once a week, preferably in fritter accompanied by sauce Tartar. Also choose salad with canned tuna, and declared to know the nutritional benefits of this type of meats. The observed characteristics suggested a general and recurrent pattern of consumption for what should be developed other possibilities as strategy of commercial change.

## Key words

Added Value, Aquaculture, Consumption, Fish meat, Transformation.

# Tendencias sobre las preferencias en el consumo de la carne de pescado en la comunidad académica del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Medellín

Hermes Pineda Santis  
Lucy Arboleda Chacón

POLITÉCNICA No. 5 | agosto - diciembre de 2007, pp. 49 - 31 |

## Introducción

Los primeros registros del cultivo de pescado (acuicultura) datan de aproximadamente, 4.500 años en China, cuando se mantenían especies conocidas como carpas, en pequeños estanques, tanto para fines ornamentales como alimenticios (pescado fresco) a gusto de los emperadores (Pillay, 1997; Salazar, 2001). Actualmente, los países asiáticos, entre los que se incluye a China, ocupan los primeros lugares en la producción de pescado fresco congelado, permitiendo las mejores condiciones nutritivas propias de este tipo de carnes para la exportación. La acuicultura, aparte de mantenerse como una alternativa de producción controlada de animales en altas densidades, permite a los ciudadanos la obtención de carne fresca en los sitios distantes de las zonas de pesca naturales, esto es, ríos y quebradas, donde el pescador ribereño lo consume según su cultura; bien sea frito, guisado o en forma típica.

■ El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid ha promovido el cultivo de especies foráneas y algunas especies nativas en la zona de San Jerónimo (Antioquia), con la producción de cerca de dos toneladas mensuales de tilapia roja *Oreochromis spp.* en la Granja Experimental y de Producción Piscícola Jhon Jairo González Torres.

En Colombia el consumo per cápita de pescado está en constante crecimiento, y pasó de 3,8 Kg/año en 1993 a 6,5 Kg/año en el año 2004, acercándolo al promedio latinoamericano de 9,0 Kg/año (FAO, 2006), promovido, posiblemente, por los beneficios nutricionales, variedad en especies y alternativas de presentación comercial

para el consumidor final como propuesta de comidas de fácil elaboración. Aún así, sigue siendo un índice bajo si se le compara con los grandes países consumidores de carne de pescado en el mundo como son Japón (63,8 Kg/año), China (24,8 Kg/año) y Estados Unidos (21,2 Kg/año) (Ávila, 2003), por lo que se hace necesario potenciar su consumo en el ámbito nacional. El pescado entero es conservado inmediatamente después de la captura en hielo con el fin de evitar su rápida descomposición que deteriora el sabor, el color y los nutrientes. No sucede lo mismo con la conservación a largo plazo para las zonas de acopio en el interior del país, para lo cual se utiliza el sistema de salar al secar el pescado.

Como apoyo al fomento del consumo de este tipo de carnes, y desde hace varios años, el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid ha promovido el cultivo de especies foráneas y algunas especies nativas en la zona de San Jerónimo (Antioquia), con la producción de cerca de dos toneladas mensuales de tilapia roja *Oreochromis spp.* en la Granja Experimental y de Producción Piscícola Jhon Jairo González Torres, sirviendo como fortaleza de la asignatura de Acuicultura en el Programa de Ingeniería Agropecuaria de la Facultad de Ciencias Agraria. El objetivo de esta publicación es contribuir al conocimiento sobre las tendencias del consumo de pescado en la comunidad académica del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, como referente en la ciudad de Medellín.

## Metodología

Los estudiantes de la asignatura de Acuicultura del Programa de Ingeniería Agropecuaria de la Facultad de Ciencias Agrarias, semestre 2006-I, elaboraron 9 diferentes presentaciones gastronómicas tomando como base la carne de

■ Si bien el mercado nacional tiene muchas posibilidades debido a la gran cantidad de especies nativas existentes en las aguas colombianas, sólo desde 1990 se ha iniciado la transformación de la carne de pescado con la elaboración y comercialización para el mercado interno y externo de los enlatados de atún y sardinas, posteriormente, se ha pasado a las presentaciones de empacado al vacío, apanados y filetes ultra congelados (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial - ONUDI, 2005).

pescado. Los productos ofrecidos fueron bocaditos de pescado a la marinara (pizza), hamburguesa de pescado, pescado gratinado, croquetas de pescado, albóndigas de carne, torta de trucha, antipasto, pescado ahumado y croustons de pescado, para lo cual se utilizaron filetes de merluza, bagre, trucha arcoíris, tilapias y subproductos de pescado, para ser sometidos al gusto de los estudiantes asistentes a las II Jornadas de Investigación del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, celebradas en el mes de abril. Cada grupo estuvo formado por seis estudiantes, los cuales participaron con el propósito de mostrar variedad en especies y alternativas de presentación de pescado a la comunidad académica. Se realizó un total de 30 encuestas a igual número de estudiantes escogidos al azar, para conocer sobre esta experiencia y su relación con el consumo de pescado.

Las preguntas fueron:

Específicas: realizadas sobre el producto que vieron y degustaron:

1. ¿Le gustó el producto?
2. ¿Usted compraría el producto si estuviera en el mercado?

Generales: planteadas sobre su experiencia en el consumo de pescado.

1. ¿Es usted un gran consumidor de pescado?
2. ¿Cuántas veces consume pescado a la semana?
3. ¿Qué tipo de pescado consume?
4. ¿Cómo consume el pescado en su hogar?
5. ¿Con qué le gusta acompañar el pescado?
6. ¿Qué tiene en cuenta al momento de consumir pescado?
7. ¿Conoce los beneficios nutricionales del pescado?

Las respuestas fueron tabuladas en una hoja de cálculo (Microsoft™) y se realizó un análisis descriptivo (valor porcentual) de ellas, según el número de respuestas obtenidas en cada pregunta.

## Resultados y discusión

La comunidad académica presentó una alta preferencia por los diferentes productos ofrecidos y, entre ellos, los bocaditos de pescado a la marinara, el pescado gratinado, las albóndigas de bagre y la torta de trucha, su novedosa presentación, variedad y sabor fueron buenas alternativas para el consumidor (Tabla 1). Los encuestados se mostraron remisos para el consumo del pescado ahumado, situación que pudo haber sido ocasionada por exceso de humo empleado en su elaboración, el cual ocasionó en el producto un sabor poco agradable, y los croutons, producto poco conocido con elaboración de subproductos del pescado, lo hizo granuloso, con poca palatabilidad. Por otro lado, en caso de ser comercia-

lizados, su aceptación sería inmediata ya que la variedad de presentaciones y sabores fueron sus mayores exigencias (Tabla 1).

Si bien el mercado nacional tiene muchas posibilidades, debido a la gran cantidad de especies nativas existentes en las aguas colombianas, sólo desde 1990 se ha iniciado la transformación de la carne de pescado con la elaboración y comercialización, tanto para el mercado interno y externo, de los enlatados de atún y sardinas. Posteriormente, se ha pasado a las presentaciones de empaquetado al vacío, apanados y filetes ultra congelados (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial - ONUDI, 2005). De otra parte, la producción proveniente de la acuicultura con especies como tilapia roja *Oreochromis spp.* trucha arcoíris *Oncorhynchus mykiss* y cachama blanca *Piaractus brachypomus*, está siendo procesada en cinco plantas localizadas en los departamentos de Cauca, Quindío, Huila, Valle y Tolima para la obtención de filetes bajo condiciones de calidad certificada (ONUDI, 2005).

El gran consumo de pescado en Colombia es estacional, motivado por la profunda fe religiosa durante la época de cuaresma y Semana Santa, entre el 20 – 30% de la producción anual se vende en esta época a unos excelentes precios (ONUDI, 2005), siendo necesario promover y fortalecer campañas hacia un consumo constante durante todo el año, mediante una oferta variada en el mercado. De lo observado en este trabajo se podría tomar como apoyo el hecho de que existe un alto porcentaje (68%) de consumidores de pescado, que lo hacen una vez a la semana (45%), con posibilidad de aumentar su consumo a dos veces (28%) (Tabla 2). Respecto al tipo de pescado consumido indudablemente la tilapia roja *Oreochromis spp.* tiene el mayor



porcentaje de preferencia (30%), debido a sus ventajas como carne blanca sin espinas, gran difusión y producción constante durante todo el año que lo hace accesible para todo público, si bien, es la especie de cultivo más productiva, (250 Ton/año), en Colombia (Castillo, 2006). Existe mucha predilección por el Bagre (18%) y el bocachico (15%), especies de captura en fuentes naturales de las cuencas de los ríos Cauca y Magdalena, que por su sabor y tradición, tienen mucha recordación por los encuestados. Caso aparte es la cachama blanca (13%), que si bien ocupa el segundo lugar en producción de las especies cultivadas, su gran cantidad de pequeñas espinas y sabor graso le otorgan poca aceptación en esta comunidad (Tabla 2). El pescado se consume Frito (40%), en la mayoría de los casos, entero, en contraste con otras presentaciones que requieren, en algunos casos, una preparación previa, no muy agradable para muchos consumidores, por su fuerte olor permanente en las manos. Se acompaña, casi siempre, con salsas tártara (24%), rosada (11%) o mostaneza

(9%), y como aderezo se consume con ensalada (9%), principalmente atún enlatado, aunque muchos encuestados lo prefieren solo (11%) (Tabla 2). Los participantes eligieron la variedad (27%) y buena calidad (20%), insinuando un hábito diferente del pescado enlatado. Aunque existió un alto porcentaje de encuestados (80%) que manifestó conocer las ventajas nutricionales del pescado, se recomienda una mayor promoción de los valores nutricionales en proteínas para todas las edades y grupos sociales (Tabla 2). Las tendencias observadas en este trabajo ratificaron un patrón de consumo de carne de pescado muy generalizado, fenómeno que posiblemente se dé tanto en la ciudad de Medellín como en otras ciudades de Colombia. Es de tener en cuenta que las poblaciones costeras prefieren los frutos del mar, y aquellas comunidades riberñas prefieren los peces de sus zonas como es el caso de las cachamas blanca y negra en los Llanos Orientales, Amazonia y Orinoquia, y así mismo, bocachico y bagres en las cuencas de los ríos Magdalena y Cauca.

Por largo tiempo, ha sido manifestada la apertura de la comercialización del pescado a todos los sectores de la población: Salazar (2002) propone como perspectiva para el desarrollo de la acuicultura "estimular el montaje de pequeñas empresas acuícolas y realizar campañas para incrementar el consumo de los productos pesqueros", situación que es avalada por la Cadena Productiva Piscícola (2005), quien lo define como un eslabón crítico debido a la baja participación del procesamiento dentro del valor de la producción (2%), respaldado por las pocas o nulas transformaciones que tiene el animal y que consisten, solamente, en el eviscerado, escamado y congelado. Así mismo para la ONUDI (2005), "la insuficiente oferta nacional y el poco conocimiento del consumidor sobre la variedad

de productos disponibles en el mercado y las variadas formas de preparación diferentes del frito o asado son sus limitantes para una mayor crecimiento comercial". Este trabajo propone una mayor promoción y esfuerzo de los productos pesqueros, así como la inclusión de nuevas especies que compitan, bajo el esquema de la innovación, en el mercado nacional. Se sugiere realizar una fuerte campaña de promoción que logre aumentar los hábitos de consumo de carne de pescado actuales hacia dos veces a la semana, manteniendo el concepto de variedad en especies y presentaciones con rapidez en la preparación como valores agregados, por lo anterior, se recomienda tener en cuenta las otras opciones planteadas como alternativa de desarrollo comercial.

Tabla 1. Porcentaje sobre las preferencias de pescado en diferentes presentaciones.

Producto ofrecido como degustación	¿Le gusto el producto?		¿Compraría el producto si estuviera en el mercado?	
	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)
1. Bocado de pescado a la marinara (pizza)	100	0	100	0
2. Hamburguesa de pescado	97	3	100	0
3. Pescado gratinado	100	0	97	3
4. Croquetas de pescado	97	3	97	3
5. Albóndigas de bagre	100	0	100	0
6. Torta de trucha	100	0	100	0
7. Antipasto	97	3	100	0
8. Pescado ahumado	67	33	93	7
9. Croutons de pescado	80	20	80	20

Tabla 2. Resumen de las preguntas generales sobre las experiencias en el consumo de carne de pescado en la comunidad académica del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

<b>¿Es usted un gran consumidor de pescado? (%)</b>				
Sí = 68		No = 32		
<b>¿Cuántas veces consume pescado a la semana? (%)</b>				
0 = 14	1 = 45	2 = 28	3 = 12	4 = 1
<b>¿Qué tipo de pescado consume? (%)</b>				
Tilapia = 30	Bagre = 18	Bocachico = 15	Cachama = 13	Robalo = 6
Salmón = 6	Trucha = 4	Pargo = 2	Carpa = 2	Ninguno = 4
<b>¿Cómo consume el pescado en su hogar? (%)</b>				
Frito = 40	Plancha = 12	Torta = 10	Enlatado = 9	
Sancocho = 7	Apanado = 6	Consomé = 5	Ajillo = 2	
Croquetas = 1	Gratinado = 1	Al vapor = 1	Ninguno = 6	
<b>¿Con qué le gusta acompañar el pescado? (%)</b>				
Salsas (%)				
Tártara = 24	Rosada = 11	Mostaneza = 9	Cilantro = 4	Tomate = 4
Queso = 2	BBQ = 2	Agridulce = 2	Ajo = 2	Limón = 2
Otros aderezos (%)				
Ensalada = 9	Arroz = 4	Champiñones = 2	Patacones = 2	
Camarones = 2	Galletas = 2	Frijoles = 2	Ninguno = 11	
<b>¿Qué tiene en cuenta al momento de consumir pescado? (%)</b>				
Variedad = 27	Buena calidad = 20	Promoción = 10	Sin espinas = 3	No sabe = 40
<b>¿Conoce los beneficios nutricionales del pescado? (%)</b>				
Si = 80		No = 20		



## Referencias

1. ÁVILA, A. *El consumo de pescado a nivel mundial y en México: estrategia alimentaria*. 2003. Redes de valor tilapia. México.
2. CADENA PRODUCTIVA PISCÍCOLA EN COLOMBIA. *Una mirada global de su estructura y dinámica: 1991 – 2005*. González – Rodríguez, F. Invest. Principal. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Doc. 106. En: <http://www.agrocadenas.gov.co>.
3. CASTILLO, L. *Tilapia 2006: estado actual*. 2006. Aquatic Depot. México.
4. FAO - Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Resumen informativo sobre la pesca por países: Colombia. 2006. <http://www.fao.org/fi/fcp/es/col/profile.htm>.
5. ONUDI - Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. *Estudio de prospectivas para la cadena productiva de la industria pesquera en la región de la costa del Pacífico en América del Sur: Diagnóstico Nacional Colombia*. USTE – DUARTE, E. Coord. General. 2005. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá.
6. PILLAY, T.V.R. *Historia y estado actual de la acuicultura*. En: *Acuicultura: principios y prácticas*. México, Limusa, 1997.
7. SALAZAR, G. *Consideraciones generales sobre la acuicultura*. In: *Fundamentos de acuicultura continental*. Rodríguez – Gómez, H.; Daza, P.; Carrillo – Avila, M. (eds). 2001. Instituto Nacional de Pesca y Acuicultura. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. República de Colombia. Grafimpresos Quintero. Bogotá.