

---

**Emilio Raidán**

**La chipa de los milagros de Caacupé:**

**un enfoque hacia los productores**

**de chipa de Caacupé**

---

# La chipa de los milagros de Caacupé: un enfoque hacia los productores de chipa de Caacupé

Emilio Raidán\*

Es un “milagro” que la industria de la “chipa casera” continúe siendo el sustento de tantas familias, a pesar del abandono, la discriminación, la pobreza, la rudimentaria empírica, la informalidad y las amenazas que enfrenta el



sector. En este sentido, se debe resaltar el “éxito” de la chipa, comparado con varias comidas típicas del Paraguay (mbeyu, payagua mascada, boquerón, etc.), que no han alcanzado la popularidad ni el nivel de consumo de la chipa.

## Introducción

El presente trabajo, basado en la *Encuesta a Productores de Chipa de Caacupé 2004* realizada por la Secretaría de Planificación y Desarrollo Tecnológico de la Gobernación de Cordillera y en la reciente *Investigación de Mercado para Chipas y Dulces Artesanales en Caacupé*, encargada también por la Gobernación de Cordillera a la consultora Mónica Encina, es un enfoque hacia un sector informal de la producción, que representa el sustento de numerosas familias.

El análisis está dirigido hacia los productores de los barrios San Isidro, Yhacaroya y San Francisco de Caacupé, “universo” de los trabajos citados más arriba. Los resultados obtenidos dan cuenta de que es posible revitalizar este producto e insertarlo en un mercado más dinámico, que signifique un mejoramiento del ingreso familiar. El proceso de estos trabajos se inició con gran expectativa; los chiperos se constituyeron en 20 subcomités integrados, en promedio, por 10 productores cada uno, bajo la consigna de proveer de toda la información que surgiera a los integrantes de cada subgrupo. No ha sido difícil convencer a los grupos sobre la necesidad de respetar las reglas de convivencia armónica y de responsabilidad.

El enfoque no trata de ocultar la pobreza en la cual se desenvuelve este sector, ni las limitaciones de su rudimentaria fabricación, heredada de generaciones pasadas. Se trata, sobre todo, de hacer una “alerta crítica” sobre las amenazas que enfrenta esta “industria de pueblo” ante los cambios emergentes en la sociedad de consumo.

Consideramos que el rol de los gobiernos subnacionales es muy importante para el sostenimiento de este tipo de actividades, pero cree-

\* Ingeniero.

mos que para su fortalecimiento es fundamental el cambio de actitud del sector privado, responsable hasta ahora de su “éxito comercial”.

El ponderable movimiento económico generado por este “modesto rubro” es digno de mayor atención de quienes creemos que la productividad es un componente fundamental en el desarrollo humano para el mejoramiento de la calidad de vida.

### Estudio exploratorio acerca de la producción de chipas

#### 1) Costumbres - sustento económico

En el contexto de una pobreza creciente y de cada vez menos oportunidades laborales de “pleno empleo”, las actividades “artesanales” e “informales” se han convertido en una “estrategia de supervivencia”. El caso de Paraguay no escapa a otros de América Latina, ya que un valioso bagaje cultural es aprovechado para generar ingresos y mostrar la perdurabilidad de las costumbres que caracterizan al país. En efecto, productos como “la chipa casera” han sobrepasado el límite de lo meramente “casero” para buscar su propio mercado y, por ende, las posibilidades de constituirse en una actividad económica de sustento.

En el siguiente gráfico de la Encuesta a Productores de Chipa de Caacupé 2004, realizada por la Gobernación de Cordillera, se observa que la mayor cantidad de productores de chipa de Caacupé tienen de 11 a 15 años de antigüedad en el rubro. Es decir que se insertaron durante los años 1989 y 1994. También se deduce que la inserción laboral en el sector está disminuyendo desde dicho período.

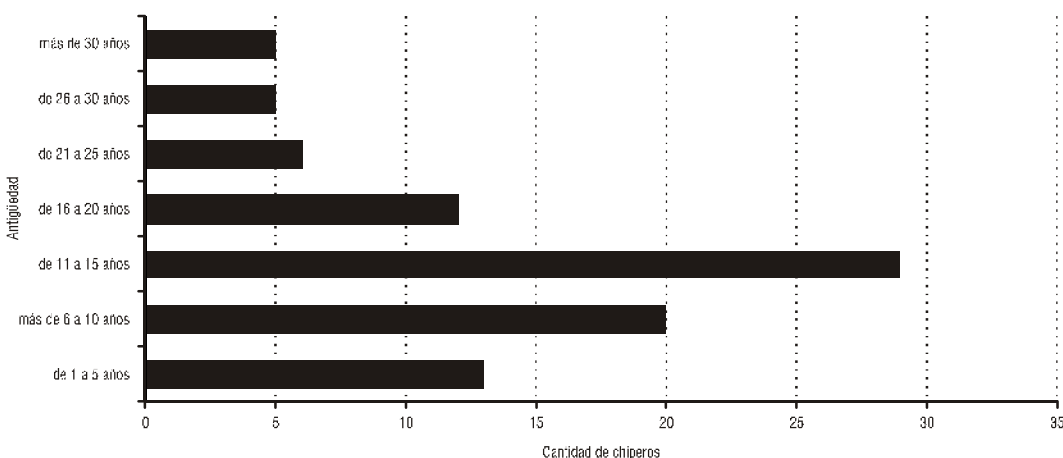
#### ¿En qué lugares de Caacupé se produce chipa?

Se observa que la mayor parte de los productores de chipa de Caacupé están concentrados en dos barrios adyacentes: San Francisco y San Isidro (74%). Otro lugar considerable donde se trabaja este rubro es la compañía de Yhacaroya, que representa el 22% de los productores. Ver gráfico 2.

#### 2) Características de la comercialización

En esta región del país, esta “industria casera” presenta las siguientes características comerciales: el canal de comercialización predominante es la venta callejera; la productividad es diaria y la demanda, alta. Estos elementos las convierten en actividades económicas “constantes”, que

Gráfico 1  
CAACUPÉ. Cantidad de chiperos según grupo de antigüedad. 2004

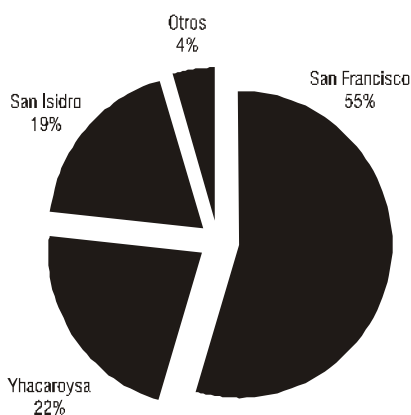


FUENTE: Gobernación de Cordillera. Encuesta a Productores de Chipa, 2004

deberían mostrar mayor margen de utilidad, de no ser por el uso “deficiente” de la ecuación costo/beneficio.

La alta “exigencia física” de cada jornada laboral, además de la limitada capacidad de innovación, mantiene “cautivos” a los chiperos, quienes han hecho de la “calle” su mercado perma-

**Gráfico 2**  
**CAACUPÉ. Producción de chipas por lugar de origen**



FUENTE: Gobernación de Cordillera, Encuesta a Productores de Chipa, 2004

nente. Esta situación no les permite explorar nuevas oportunidades de negocios, como los grandes centros comerciales: shoppings, hipermercados, supermercados, centros turísticos, entre otros, cuyas exigencias superan los estándares de calidad “acostumbrados”.

Además, el manejo “empírico” del día a día conspira contra la articulación de una “planificación” eficaz de los recursos utilizados. Sin embargo, se constata que estos productores tienen una base de trabajo organizada en función de las exigencias diarias, el área de acción de su actividad y la necesidad de la compra diaria de los insumos y materia prima.

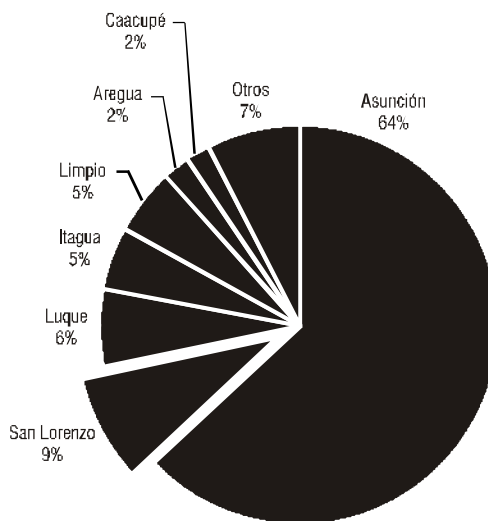
La materia prima utilizada representa una de las de mayor impacto en los costes del producto (almidón, queso, grasa, huevo y otros). Estos insumos han experimentado ostensibles subas, con temporales variaciones importantes en los pre-

cios, mientras que el precio de venta de la chipa se mantiene estacionado desde hace varios años, lo cual pone en evidencia el escaso “margen de utilidad” que genera actualmente este negocio.

Se puede apreciar en la encuesta que la venta de chipas producidas en Caacupé está orientada principalmente hacia la zona de la capital del país y el departamento Central. La venta en Asunción representa el 64%, sin dudas el mayor mercado alcanzado por este producto. Entretanto, en San Lorenzo representa el 9%; Luque, 6%; Itauguá y Limpio, 5%. En suma, la venta en el departamento Central representa el 27%.

Se resalta que la venta local, es decir en Caacupé, apenas representa un 2% de las ventas totales del producto. Ver gráfico 3.

**Gráfico 3**  
**CAACUPÉ. Lugares de venta de las chipas**



FUENTE: Gobernación de Cordillera, Encuesta a Productores de Chipa, 2004

Se deduce en los cuadros de abajo que el ingreso mensual que este rubro genera para Caacupé orilla los mil millones de guaraníes. También se aprecian los volúmenes de insumos utilizados en la producción. Ver cuadros 1 y 2.

Cuadro 1  
Caacupé. Ingreso por producción de chipas. 2004

		Por persona diario	Por persona mensual	Por agrupación mensual
Cantidad de chipas producidas	(unidades)	183	4.758	951.600
Cantidad de chipas vendidas	(unidades)	161	4.187	837.408
Ingreso bruto por ventas	(guaraníes)	161.040	4.187.040	<b>837.408.000</b>

Cuadro 2  
Caacupé. Insumos utilizados en la producción de chipas. 2004

	Unidad de medida	Por persona diario	Por persona mensual	Por agrupación mensual
Almidón nacional	kilos	7	190	38.064
Queso Paraguay	kilos	3	76	15.226
Leche	kilos	0,4	10	1.903
Huevo	docenas	2,4	63	12.688
Grasa	kilos	2	57	11.419
Sal	kilos	0,100	3	520
Anís	kilos	0,020	1	104

### 3) La informalidad

La producción y comercialización de la chipa en Caacupé se desarrolla en una absoluta informalidad. Por esa razón, son las más condenadas en el contexto inmediato de una creciente exigencia de “formalización” y “legalidad”. En efecto, la imposición de un mayor control en el comercio “informal” puede encontrar a estos “chiperos” en una indefensión absoluta, si no se procede a apoyarlos en su organización y legalización.

### 4) La amenaza: el mercado hacia una demanda que exige seguridad

El “chipero de Caacupé” transmite una “inseguridad al consumidor”, debido a una multiplicidad de factores propios de la venta callejera de comidas. Así, su ubicación en la vía pública, sin uniforme apropiado, con los productos expuestos a la eventual polución ambiental, con rudimentarios empaques, proyectan una imagen que retrata la “estética de la pobreza”, legitimando el temor del cliente para comprar sus productos.

Visto de otra forma, la creciente difusión de los “derechos del consumidor”, en el marco de una “mayor seguridad en el consumo”, se ha convertido en dos elementos de conciencia ciudadana, que influyen en el mercado y representan una amenaza de reducir el “público consumidor” de la chipa, en su actual forma tradicional.

### 5) Producción y depredación

Los chiperos de Caacupé se caracterizan también por el uso indiscriminado de leña vegetal. Esta leña parecería no encontrar “sustitutos”, en cuanto a las posibilidades de generación de energía. Los productores que no pueden sostener el gasto diario de compra de leña, simplemente recurren a los árboles de los cerros de su cercanía. A esta cultura depredadora se suma el desperdicio de energía, consecuencia de la falta de “tatacuás” con materiales refractarios apropiados.

### 6) Hoy se fía, mañana también

La falta de microcréditos ha sumido a los cuentapropistas en una situación crítica de pobreza. Los chiperos son parte de este escenario despiadado en el país. Es así que son víctimas de la “compra diaria fiada”, lo cual les ha generado una notable “dependencia del proveedor”, que no es más que el almacenero de su cuadra y que, a cambio del pago diferido, cobra “intereses” un tanto desproporcionados. En estas condiciones, los chiperos no han podido crear un “sistema de ahorro”, que les permita armar su propio “fondo de inversión”.

### 7) Servicios urbanos

Otro elemento de incidencia en el retrato de la pobreza de este sector es, sin lugar a dudas, el hábitat periurbano marginal de los barrios. La

falta de líneas de transporte obliga a los chiperos a gastar en “taxi” para acceder a la “ruta”. O, aún peor, emprender largas caminatas. Esta caminata, en su retorno al hogar (portando el dinero recaudado), representa un peligro latente pues la precariedad del entorno conforma el clima ideal para los robos y asaltos.

La inseguridad ciudadana reinante en esta zona, el mal estado de las calles, la carencia de servicios de recolección de basura y desagüe cloacal, las viviendas apiñadas comunicadas con pasadizos improvisados, entre otros, constituye el ambiente marginal propicio para la “cultura de la mediocridad” y el estancamiento. A todo esto se debe agregar que gran parte de los terrenos ocupados por los chiperos son municipales y están arrendados u ocupados en forma irregular.

Pero la escena de pobreza alcanza probablemente su máxima expresión, en el lugar mismo de elaboración de la chipa. En el patio de la casa, con piso de tierra, entre animales domésticos sueltos y en deterioradas bateas de madera, se inicia la preparación de la masa, luego moldeada en unas precarias bandejas de metal, en las que se cocina al calor del tatauá. Todo esto se realiza con los hábitos más básicos de higiene; no existe tecnología, ni normas de calidad, solamente una “tradicción de más de medio siglo”, cuyo proceso se ha estancado en el tiempo.

## 8) Prototipo del chipero caacupeño

Según se desprende de la Encuesta, considerando los promedios resultantes, un chipero de Caacupé presenta las siguientes características:

- produce en promedio 183 chipas por día;
- viaja hasta Asunción o su entorno para vender (las chipas no vendidas se consumen en el hogar);
- trabaja con 3 familiares en la elaboración del producto;
- su familia está compuesta de 6 personas;
- inicia su jornada laboral a las 7:11 horas
- para llegar a los lugares de venta viaja diariamente 2 horas (en total, de ida y vuelta, viaja 4 horas por día);
- finaliza su jornada laboral a las 20:26 horas;
- en promedio, trabaja 9,15 horas por día;
- el 72% de los chiperos posee su propio tatauá.

A todo esto podríamos agregar que el chipero de Caacupé no viste uniforme, su producto no posee marca, utiliza canastas de mimbre planas, cubiertas con mantel blanco sobre la cabeza para transportar el producto. Una estampa transmitida de generación en generación.

## Conclusión

Es un “milagro” que la industria de la “chipa casera” continúe siendo el sustento de tantas familias, a pesar del abandono, la discriminación, la pobreza, la rudimentaria empírica, la informalidad y las amenazas que enfrenta el sector. En este sentido, se debe resaltar el “éxito” de la chipa, comparado con varias comidas típicas del Paraguay (mbeyu, payagua mascada, boquerón, etc.), que no han alcanzado la popularidad ni el nivel de consumo de la chipa.

Entonces, ¿en qué consiste el secreto del “éxito” de los chiperos de Caacupé? Esta industria de pueblo, sin gerencias comerciales, de logística, ni de marketing, ha desarrollado un sistema de comercialización sustentable, cuyo canal es la “vía pública del país”, abriendo mercado y conquistando clientes más allá de sus “fronteras municipales”. Así, con persistencia y disciplina, en algún rincón del país, cada chipero crea su “ruta diaria de venta”, que luego es respetada por los demás. Posiblemente, ésta sea la “clave del éxito”, en la cual se sustenta esta “empresa de pueblo”.

Este sistema de comercialización, principal responsable de la subsistencia de esta ocupación, no es un mérito de los chiperos de Caacupé, ya que también los dulceros y, más recientemente los viveristas, han adoptado este modelo como estrategia de sustentabilidad.

Pero, ¿hasta cuándo se verá a estos sacrificados trabajadores peregrinar con su canasta de chipa hacia sus puestos de venta? ¿hasta cuándo mantendremos los paraguayos esta tradición de consumir la sabrosa chipa? O acaso, en esta era de

la globalización, solo les restará a nuestros nietos ir al supermercado a comprar un “pan de queso”, o quizás a alguna fiesta de San Juan, para probar aquella sabrosa chipa de la que hablaba el abuelo.

Salvemos este “tesoro” antes de que el sistema actual “colapse”. Tal vez deberíamos empezar con un autoanálisis institucional, y revisar nuestro rol generador de las condiciones apropiadas para el desarrollo de nuestro pueblo y luego, por la propia mentalidad del chipero, elevar su autoestima, mejorar su entorno de trabajo, asegurar la provisión y calidad de los insumos, incorporar tecnologías para optimizar la producción y mejorar el formato de presentación del producto y del vendedor. En síntesis, empecemos a rediseñar la cadena productiva de la chipa, **porque no sabemos hasta cuándo nos durará el milagro.**

## Recomendaciones

Estos son los grandes puntos a ser desarrollados por los chiperos de Caacupé, en los próximos años, para asegurar la sustentabilidad de este sector en el mercado:

1. diseñar una planta familiar modelo para la fabricación de chipa, con incorporación de tecnologías en el proceso, como batidores, carritos con bandejas (tipo panaderías), moldeadoras, hornos, etc., que les permita mayor agilidad o capacidad de respuesta a la demanda;
2. estandarizar la receta, uniformar la calidad;
3. ensayar variedades de presentación, chipa palito, chipa coquito, chipa rosquita, chipa bolita, chipa asador, chipa ecológica, chipa light, integral, etc.;
4. ensayar innovaciones, como chipa con dulce, chipa con chocolate, chipa con jamón y queso, etc.;
5. explorar variedades de empaque, envases de papel; incorporar código de barras, contenido, vencimiento, recetas que inviten a saborear la chipa con otros alimentos como café, leche, cocido, dulces, queso, jamón, etc.;
6. desarrollar un transporte térmico sustituto o complemento de la canasta, materiales de

isopor, termos PVC, bolsos térmicos, etc. La meta debería ser: “chipa siempre caliente para el cliente”;

7. promocionar la “marca procedencia”. Ejemplo: Chipa Caacupé Caliente Certificada;
8. mejorar la presentación, “romper el esquema tradicional”, con uniformes estéticos de color, mensajes promocionales, u otra alternativa que marque, visualmente, la primera diferencia;
9. desarrollar nuevos canales de comercialización alternativos a los de la vía pública: centros comerciales, cines, lugares turísticos, aeropuerto, terminales, entre otros. Esto debería encararse con expositores de productos apropiados, y sistema de multi-reposición;
10. crear una asociación para la adquisición de materia prima, asesoramiento, capacitación y potenciación del sector;
11. consensuar horarios, circuitos y puntos de salida para la línea de “transporte de pasajeros” de la zona;
12. hacer periódicamente un seguimiento y evaluación del comportamiento del negocio.

## Sugerencias para los gobiernos subnacionales

1. Propiciar el “carnet de habilitación” municipal anual para chiperos. Formalizar el oficio.
2. Mejorar considerablemente los servicios urbanos hacia los barrios afectados, con planes dirigidos hacia el sector: circuito pavimentado para el transporte urbano, paradas de ómnibus, iluminación de lugares estratégicos, implementación del sistema de recolección de basura, titulación o regularización de ocupación de terrenos municipales. Propiciar lugares preferenciales para los chiperos de Caacupé, en las fiestas patronales y en otras de gran convocatoria.
3. Diseñar proyectos de corto y mediano plazo dirigidos a potenciar al sector productor de chipas de Caacupé.
4. Propiciar sellos o certificados de calidad municipales.

5. Promover estudios de impacto ambiental, reforestación, uso racional de la leña y energías alternativas.
6. Crear las condiciones necesarias para que el producto pueda ser considerado como un complemento nutricional escolar (merienda escolar), en todo el país.
8. generar un trabajo con apoyo del Ministerio de Industria y Comercio tendiente a formalizar a los grupos productores para convertirlos en comités de producción; lograr un registro de marca e invertir en la conversión de pequeñas industrias con miras al mercado local.

En otros puntos de su análisis, también señala las siguientes recomendaciones:

### Propuestas de corto plazo

En la *Investigación de Mercado de Chipas y Dulces Artesanales*, la consultora Mónica Encina, a modo conclusión, presenta las siguientes propuestas:

1. asignación de un “fondo rotatorio”, con apoyo técnico y seguimiento;
2. construcción de “casillas desmontables” para la venta en la ruta;
3. extensión de la cobertura de los servicios públicos del lugar para facilitar el traslado en la etapa de comercialización;
4. aprovechamiento del “capital social” acumulado, en los trabajos que se realicen en sus respectivos barrios;
5. conformación de un sistema de apoyo de “compras” a proveedores-cooperativas con sede en otros departamentos del país, que permitirá el abaratamiento de la materia prima utilizada;
6. adopción de medidas de mitigación ambiental y apoyo para el uso de energías alternativas limpias, para evitar el empleo desmedido de leña en sus trabajos;
7. capacitación permanente en producción, administración y manipulación de alimentos;

Es necesario empezar a transferir en estos grupos la “idea del microemprendimiento” y la “organización” en pequeñas unidades económicas, atendiendo a la diversificación de funciones, mayores destrezas en sus actividades, utilización de ingredientes “seguros” de menor consumo de energía, de manera a ir configurando una “actividad económica más próspera”.

.....se plantea la necesidad de brindar un “certificado de calidad” a los productos típicos de venta callejera. En este sentido, en primer lugar, lograr “estandarizar” la fórmula de composición.

Si la idea es contribuir a conformar una actividad económica redituable es necesario apostar a otros mercados. En este sentido, la formalidad es exigencia principal, sin descartar la necesidad de contar con una marca registrada, la presentación atractiva del producto y un equipamiento que permita su envasado y conservación. En este sentido se sugiere pedir asistencia técnica al Ministerio de Industria y Comercio para buscar el apoyo que la institución otorga a los pequeños emprendimientos de tipo semi industrial.

### BIBLIOGRAFÍA

- Censo Nacional de Población y Viviendas 2002, Resultados finales. Dirección General de Estadísticas Encuestas y Censos (DGEEC), Presidencia de la República.
- Encuesta a Productores de Chipa de Caacupé. 2004. Oficina de Planificación y Desarrollo Tecnológico - Gobernación de Cordillera.
- Investigación de Mercado para Chipas y Dulces Artesanales en Caacupé. 2005. Consultora Mónica Encina - Gobernación de Cordillera.
- Revisión: Consultor Marcos Rolón. Oficina de Planificación y Desarrollo Tecnológico - Gobernación de Cordillera.