



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**DEPARTAMENTO DE POSGRADO**

**MAESTRIA EN GERENCIA DE EMPRESAS AGROPECUARIAS**

## **TESIS DE GRADO**

Tesis de Grado, previo a la obtención del Título de Magister en Gerencia de Empresas Agropecuarias.

### **TEMA**

**GERENCIA DEL CENTRO ESPECIALIZADO DE COMERCIALIZACION  
DE CARNE BOVINA EN EL CANTON GUARANDA, PROVINCIA BOLIVAR  
DEL AÑO 2011.**

### **AUTOR**

**WILLIAM SEGURA GUERRERO**

**GUARANDA - ECUADOR 2012**





# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**DEPARTAMENTO DE POSGRADO**

**MAESTRIA EN GERENCIA DE EMPRESAS AGROPECUARIAS**

## **TESIS DE GRADO**

**Tesis de Grado, previo a la obtención del Título de Magister en Gerencia de Empresas Agropecuarias.**

### **TEMA**

**GERENCIA DEL CENTRO ESPECIALIZADO DE COMERCIALIZACION  
DE CARNE BOVINA EN EL CANTON GUARANDA, PROVINCIA BOLIVAR  
DEL AÑO 2011.**

### **AUTOR**

**WILLIAM SEGURA GUERRERO**

### **DIRECTOR DE TESIS**

**DR. RODRIGO GUILLIN. M.Sc.**

**GUARANDA - ECUADOR 2012**

## **I. DEDICATORIA**

A Dios que me ha dado la vida y por guiar mi camino durante todos estos años y permitirme hoy culminar otra etapa profesional.

A mi padre (+), quien fue parte fundamental de mi formación, y a pesar de no encontrarse hoy conmigo, me apoyo a través de las enseñanzas que desde pequeño me inculco.

A mi madre, hermanos por su confianza y amor y por estar siempre dispuestos a brindarme una mano y una palabra de aliento para continuar.

## II. AGRADECIMIENTO

A Dios, a la Universidad Estatal de Bolívar, a los docentes de la maestría quienes aportaron con sus conocimientos y experiencia para lograr mi meta.

Mis sinceros agradecimientos al Tribunal de calificación del presente trabajo, en las personas del Ing. Esp. Jaime Aldaz Msc., Ing. Rodrigo Yáñez Msc., Dr. Danilo Yáñez Msc., quienes supieron aportar con su sabiduría para la culminación de este trabajo de investigación.

Mi agradecimiento especial al Dr. Rodrigo Güillín Msc. Director de tesis por su valioso y desinteresado aporte.

### III. CERTIFICACION DEL DIRECTOR DE TESIS

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

Dr.: RODRIGO GUILLIN, MSC.,

DIRECTOR DE TESIS

#### **CERTIFICA:**

Luego de haber cumplido con el proceso de investigación y todas las asesorías de acuerdo al programa previsto para el efecto, el trabajo de investigación titulado:

**“GERENCIA DE EL CENTRO ESPECIALIZADO DE COMERCIALIZACIÓN DE CARNE BOVINA EN EL CANTÓN GUARANDA DE LA PROVINCIA BOLÍVAR EN EL AÑO 2011”**. Realizado por el Ing. Willian Segura.

Una vez que este trabajo reúne todos los requisitos de calidad, autorizo con mi firma para que pueda ser presentado, defendido y sustentado. Observando las normas legales que para el efecto existente.

**DR. RODRIGO GUILLIN. Msc.**

**DIRECTOR**

#### **IV. AUTORIA NOTARIADA.**

Certifico presente trabajo de investigación titulado “.GERENCIA DEL CENTRO ESPECIALIZADO DE COMERCIALIZACION DE CARNE BOVINA EN EL CANTON GUARANDA, PROVINCIA BOLIVAR EN EL AÑO 2011.”

Elaborado por el maestrante Willian Agurio Segura Guerrero, previo a la obtención del título de Magister en Gerencia de Empresas Agropecuarias otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar de la ciudad de Guaranda es inédito, garantizado su autenticidad responsabilizándose por los contenidos en este trabajo de investigación.

Guaranda septiembre, 2011

Ing. Willian Segura

<b>V.TABLA DE CONTENIDOS</b>	<b>PAG.</b>
PORTADA	
HOJAS DE GUARDA	
PORTADILLA	
DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.....	III
AUTORÍA NOTARIADA.....	IV
TABLAS DE CONTENIDOS.....	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	VI
SUMARY.....	VII
INTRODUCCION.....	VIII
TEMA.....	1
ANTECEDENTES.....	2
PROBLEMA.....	8
JUSTIFICACION.....	11
OBJETIVOS.....	12
HIPOTESIS.....	13
VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN.....	14
<b>CAPITULO I: MARCOTEORICO</b>	
1. La necesidad de la gerencia.....	16
1.1. Funciones de la gerencia	
1.2. Objetivos de la gerencia.....	18



<b>2. Estructura de mercado</b> .....	19
2.1. Análisis de la situación actual del mercado.....	20
<b>3. Sector agrícola animal</b> .....	21
3.1. La carne.....	22
3.2. Contenidos de la carne bovina.....	23
<b>4. Panorama de la cadena agroindustrial de la carne y sub productos</b> .....	24
4.1. Producción de carne.....	26
4.2. Exportaciones e importaciones de carne.....	27
<b>5. Características organolépticas de la carne</b> .....	32
5.1 Color.	
5.2. Marmóreo.	
5.3. Presencia de sangre.	
5.4. Presencia de Hueso.	
5.5. PH de la carne	
5.6. Textura	
5.7. Jugosidad	
5.8. Olor	
5.9. Sabor	
<b>6. Constantes físicas</b> .....	35
6.1 Peso específico.	
6.2 Conductividad térmica.	
6.3 Calor específico.	
6.4 Consistencia.	
<b>7. Características químicas de la carne</b> .....	36

7.1 Agua.	
7.2 Proteínas.	
7.3 Grasas.	
7.4 Cenizas.	
7.5 PH	
<b>8. Procesos bioquímicos de la carne.....</b>	<b>37</b>
8.1 Fase de Contracción	
8.2 Fase del Rigor – Mortis	
8.3 Maduración	
<b>9. Factores biológicos que controlan la calidad de carne.....</b>	<b>38</b>
9.1. Grasa Veteada	
9.2. Colágeno	
9.3. Fibras Musculares	
9.4. Andostenona y Escatol	
9.5. Caída del Ph	
<b>10. Características del producto.....</b>	<b>39</b>
<b>11. Cortes de carne vacuna.....</b>	<b>40</b>
<b>12. Clasificación de la carne por su calidad y sus cortes.....</b>	<b>41</b>
12.1 Clasificación de carne vacuna o res (uso industrial)	
12.2 Los subproductos	
12.2.1 Clasificación	
12.3 Principales usos de los subproductos comestibles.	

12.3.1 Subproductos comestibles	
12.3.2 Subproductos no Comestibles	
12.3.3 Principales usos de los subproductos no comestibles	
12.3.4 Subproductos Opoterápicos.	
12.3.4.1 Principales usos de los subproductos opoterápicos.	
12.3.2 Subproductos no Comestibles	
12.3.3 Principales usos de los subproductos no comestibles	
12.3.4 Subproductos Opoterápicos	
12.3.4.1 Principales usos de los subproductos opoterápicos.	
<b>13. Bienes Sustitutos.....</b>	<b>45</b>
<b>14. Buenas prácticas de manufactura.....</b>	<b>46</b>
<b>15. Normativa técnica, sanitaria y comercial.....</b>	<b>49</b>
<b>16. Requisitos para el funcionamiento.....</b>	<b>51</b>
16.1. Para obtener el RUC	
16.2. Para obtener el Registro de patentes municipales.	
16.3. Requisitos.	
<b>CAPITULO II: METODOLOGIA</b>	
<b>2. Tipo de Investigación.....</b>	<b>52</b>
2.1. Localización de la investigación	

2.2. Universo y Muestra	
2.3. Técnicas de recolección de datos	
2.3.1. Encuesta	
2.4. Tamaño del Universo	
2.5. Determinación de la muestra	
2.6. Cálculo del tamaño de la muestra	
2.6.1. Población o universo (m)	

### **CAPITULO III: ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS**

CUADRO N° 1: GENERO.....	57
CUADRO N° 2: EDAD.....	58
CUADRO N°3: NIVEL DE EDUCACION.....	59
CUADRO N°4: SECTOR DE RESIDENCIA EN LAS PARROQUIAS.....	60
CUADRO N°5: TENENCIA DE VIVIENDA.....	61
CUADRO N°6: NUMERO DE MIEMBROS DE LA FAMILIA.....	62
CUADRO N° 7: OCUPACION ACTUAL.....	63
CUADRO N° 8: CONSUMO DE CARNE DE RES.....	64
CUADRO N° 9: CONSUMO DE CARNE DE RES EN CORTES.....	65
CUADRO N° 10: PEDIDOS A DOMICILIO.....	66
CUADRO N° 11: FRECUENCIA COMPRA CARNE DE RES.....	67
CUADRO N° 12: CARNE CONGELADA O REFRIGERADA.....	68
CUADRO N° 13: COMPRA DE CARNE PURA O PURA HUESOS.....	69
CUADRO N° 14: CANTIDAD DE COMPRA.....	70

## **CAPITULO V**

PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE BOVINA..	71
JUSTIFICACIÓN.....	72
OBJETIVOS.....	73
PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA.....	74
SOCIEDAD MERCANTILES.....	77
BASE FILOSOFICA.....	79
ESTRATEGIA EMPRESARIAL.....	80
PRINCIPIOS Y VALORES.....	81
LA ORGANIZACIÓN.....	82
ORGANIGRAMA.....	84
ESTUDIO DE MERCADO.....	85
MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	87
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL PROYECTO.....	88
TAMAÑO DEL UNIVERSO.....	89
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	91
CÁLCULOS DE LA DEMANDA.....	94
COMPORTAMIENTO HISTORICO DE LA DEMANDA.....	95
DEMANDA ACTUAL DEL PRODUCTO.....	96
ANALISIS DE LA OFERTA.....	97
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	99
FIJACION DE PRECIOS.....	101
MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN.....	102
ESTUDIO TECNICO.....	105
DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS.....	107
DIAGRAMA DE FLUJO.....	109

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA.....	115
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS.....	116
REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.....	118
COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO.....	120
COSTO ANUAL DE PRODUCCION.....	121
PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION PROYECTADO.....	122
INGRESOS DEL PROYECTO.....	123
ESTUDIO FINANCIERO.....	124
FLUJO DE CAJA.....	125
AMORTIZACION DE LA DEUDA.....	126
EVALUCION.....	127
FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO.....	129
METODOS PARA LA EVALUACION FINANCIERA DE UN PROYECTO.....	130
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	131
RESUMEN DE LA EVALUACION.....	132
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>133</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>134</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>136</b>
<b>ANEXOS</b>	

## **VI. RESUMEN EJECUTIVO**

El eje central del presente proyecto es gerenciar el centro de venta de carne de ganado bovino mediante el mejoramiento de la comercialización de carne en la ciudad Guaranda.

Se determina la existencia de un número suficiente de consumidores y las condiciones bajo las cuales estarían dispuestos a demandar una cantidad de producto específica, todo ello a través del diseño y puesta en marcha de una correcta investigación de mercados, así como también un completo análisis de resultados que conlleve a la toma de decisiones sobre el desarrollo del proyecto.

El estudio técnico, trata sobre la definición de la función de producción óptima que permita utilizar los recursos de manera eficaz y eficiente, y definir cantidades de materia prima, mano de obra e inversión en general.

Se analizaron los factores necesarios para organizarla empresa, es decir, se determina la estructura bajo la cual la misma actuará, su nombre o razón social y todos los requerimientos legal es necesarios para su puesta en marcha del proyecto.

El Estudio financiero constituye el Capítulo en el mismo que se ordena y sistematiza toda la información financiera recolectada en los capítulos anteriores, se definen los ingresos, egresos e inversiones necesarias, para posterior a ello analizar y evaluar los resultados, determinando la viabilidad financiera del proyecto y la asignación de recursos para la puesta en marcha del plan de negocios.

## **VII .SUMMARY**

The focus of this project is to manage the sale of meat center of cattle by improving the marketing of meat in the city Guaranda.

Determine the existence of a sufficient number of consumers and the conditions under which they would be willing to demand a specific amount of product, all through the design and implementation of proper market research, as well as a complete analysis of results that lead has been making decisions about the project.

The technical study is about the definition of optimal production function that allows to use resources effectively and efficiently, and to define quantities of raw materials, labor and investment in general.

We analyzed the factors necessary to organize the company, ie, it determines the structure under which the same act, your name or business name and all legal requirements necessary to launch the project called.

Financial analysis is the chapter on the same ordering and systematizing all financial information collected in previous chapters, defines the revenues, expenditures and investments needed to post it to analyze and evaluate the results, determining the financial viability and the allocation of resources for implementation.



## VIII. INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente proyecto es demostrar la gerenciación de una empresa de responsabilidad limitada y de pequeño tamaño dedicada al expendio carne de ganado bovino caracterizada por el alto valor percibido de sus productos y dirigida a los estratos altos, medios y bajos específicamente a la localidad de Guaranda.

Este proyecto nace a partir de la visión de desarrollo del sector cárnico y de la necesidad de los consumidores de nivel adquisitivo en la ciudad para encontrar un producto que garantice la inocuidad, y calidad de la materia prima y el proceso del producto, teniendo en cuenta el alto nivel de informalidad de estas empresas en el sector. En pocas palabras se busca un producto que brinde CONFIANZA al consumidor.

Para lograr dicho objetivo se han establecido tres características que serán el pilar fundamental de “, Carnes.”, precio, calidad e imagen, y se desarrollarán a través de la eficiencia en costos de producción, inversión en publicidad y mercadeo que es escasa en el sector.

Actualmente, en Ecuador existen algunas empresas productoras quienes han adoptado dichos métodos; pero en algunas ciudades del país aún se siguen utilizando métodos tradicionales para el expendio de carne.

Se desarrollarán los siguientes aspectos en este proyecto:

Realizar un análisis completo acerca de la situación actual de la venta de carne de ganado bovino en la ciudad de Guaranda.

Realizar un estudio de mercado que permita establecer el potencial de venta y características deseadas de los consumidores de este producto.

Formular un Plan de Marketing para la introducción de esta marca en el mercado Guarandeano.

Determinar la inversión necesaria y los costos para el desarrollo del proceso de producción requerido por el producto.

Analizar la viabilidad financiera y rentabilidad del proyecto a través del cálculo del VAN y la TIR.

Luego de esto, se presenta las conclusiones y recomendaciones para el proyecto de gerencia del centro de comercialización de carne bovina en la ciudad de Guaranda.

***TEMA:***

GERENCIA DEL CENTRO ESPECIALIZADO DE COMERCIALIZACIÓN DE CARNE BOVINA, EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA BOLÍVAR DURANTE EL PERIODO 2011.

## ANTECEDENTES

Este trabajo tiene como propósito investigar el consumo de carne bovina que sean manejados con niveles de calidad que preserven la salud de la población.

El expendio de carne en la provincia tiene un sistema deficiente que pone en riesgo la salud de los pobladores con la implementación de BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) y BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) se previene los riesgos y permite realizar acciones correctivas oportunamente, aplicando medidas preventivas para controlar el proceso de producción, involucrando materias primas, ambiente y etapas del proceso, transporte almacenamiento, distribución y comercialización con el objetivo de obtener productos seguros.

Esta microempresa es una nueva alternativa para tratar de mitigar la contaminación de las carnes en la comercialización dando origen a una actividad agroindustrial productiva, creando entornos socioeconómicos favorables al desarrollo de la región.

Es común observar en los mercados de los diferentes cantones de la provincia, gran cantidad de puestos de expendio de carnes frescas con una falta de conciencia por parte de los expendedores en la higiene y manipulación de un producto alimenticio que contribuye a que deteriore la salud de los pobladores de nuestra provincia.

Un alto grado de contaminación se da al momento de realizada la separación de la cabeza del ganado se riega liquido ruminal y hay contaminación de este por algunas partes del cuerpo del animal. La cantidad de bacterias por gramo de carne sobrepasa lo recomendado por INEN, por lo cual es una carne no apta para el consumo humano ya que en algunos casos su contenido bacteriano triplica los niveles aceptables. (Camal Municipal 2006)

Las enfermedades transmitidas por alimentos pueden manifestarse a través de: infecciones. Son enfermedades que resultan de la ingestión de alimentos que contienen microorganismos vivos perjudiciales, por ejemplo: salmonelosis, hepatitis viral tipo A y toxoplasmosis.

Las enfermedades transmitidas por alimentos (ETAs) son producidas por la ingestión de toxinas formadas en tejidos de plantas o animales, o de productos metabólicos de microorganismos en los alimentos, o por sustancias químicas que se incorporan a ellos de modo accidental, incidental o intencional desde su producción hasta su consumo. Ocurren cuando las toxinas o venenos de bacterias o mohos están presentes en el alimento ingerido. Estas toxinas generalmente no poseen olor o sabor y son capaces de causar enfermedades después que el microorganismo es eliminado

Se admite que la masa interna de la carne no contienen microorganismos o estos son escasos, habiéndose, no obstante, encontrado gérmenes en los ganglios linfáticos, médula ósea e incluso en el mismo músculo. En los ganglios linfáticos de los animales de carnes rojas se han aislado estafilococos, estreptococos, Clostridium y Salmonella. Las prácticas comunes en los mataderos eliminan los ganglios linfáticos de las partes comestibles. Sin embargo, la contaminación más importante es de origen externo y se produce durante la sangría, desuello y cuarteado, los microorganismos proceden principalmente de las partes externas del animal (piel, pezuña y pelo) y del tracto intestinal. El cuchillo es un agente contaminante las bacterias que contaminan, pronto se pueden encontrar en las carnes de las diversas partes de la canal, vehiculadas por la sangre y linfa.. Los cuchillos, paños, aire, manos y ropa del personal pueden actuar como intermediarios de contaminación. Durante la manipulación posterior de la carne puede haber nuevas contaminaciones, a partir de las carretillas de transporte, cajas u otros recipientes, así de otras carnes contaminadas, de aire y del personal. Es especialmente peligrosa la contaminación por bacteria psicrófila de cualquier procedencia, por ejemplo de otras carnes refrigeradas. Ciertas máquinas como picadoras, embutidoras y otras, pueden aportar microorganismos perjudiciales en cantidades importantes y lo mismo pueden hacer algunos ingredientes de productos especiales, como son los rellenos y especias. El crecimiento de microorganismos en las superficies que entran en contacto con la carne y en las mismas carnes puede hacer que aumenten mucho su número.

Debido a la gran variedad de fuentes de contaminación, los tipos de microorganismos que suelen encontrarse en la carne son muchos. Mohos de diferentes géneros, llegan a la superficie de la carne y se desarrollan sobre ella. Son especialmente interesantes las especies de los géneros Cladosporium, Sporotrichum, Geotrichum, Thamnidium, Mucor, Penicillium, Alternaria y Monilia. A menudo se encuentran levaduras, especialmente no esporuladas. Entre las muchas bacterias que pueden hallarse, las más importantes son las de género Pseudomonas, Alcaligenes, Micrococcus, Streptococcus, Sarcina, Leuconostoc, Lactobacillus, Proteus, Flavobacterium, Bacillus, Clostridium, Escherichia, Salmonellas y Streptomyces. Muchas de estas bacterias crecen a temperatura de refrigeración también es posible la contaminación de la carne y de sus productos por gérmenes patógenos del hombre, especialmente de origen entérico.

La higiene tiene como objetivo prevenir la contaminación de los alimentos. Es el conjunto de medidas necesarias para garantizar la inocuidad y salubridad de los productos alimenticios que consumimos, el termino higiene de los alimentos hace referencia a todas

las condiciones y medidas necesarias para garantizar la inocuidad y la aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria, los consumidores somos responsables de aplicar prácticas correctas de manipulación de alimentos desde que los adquirimos en el punto de venta hasta que los preparamos y/o consumimos, una de las formas de prevenir las ETAs. Es aplicando prácticas correctas en la manipulación de alimentos. Solo basta con informarse de cuáles son las reglas básicas de higiene alimentaria y para ponerlas en práctica.

En general los alimentos son perecederos, por lo que necesitan ciertas condiciones de tratamiento, conservación y manipulación. Su principal causa de deterioro es el ataque por diferentes tipos de microorganismos (bacterias, levaduras y mohos).

Esto tiene implicaciones económicas evidentes, tanto para los microempresarios como para distribuidores y consumidores (deterioro de productos después de su adquisición y antes de su consumo). Se calcula que más del 20% de todos los alimentos producidos en el mundo se pierden por acción de los microorganismos.

Por otra parte, los alimentos alterados pueden resultar muy perjudiciales para la salud del consumidor. Durante el año 2002 los diferentes mataderos del país registran 522,638 bovinos faenados, calculándose una producción aproximada de 105,430 toneladas métricas de carne a la canal, lo que significa un incremento del 9% respecto al año anterior. En todo caso la disponibilidad aparente per-cápita no supera los 9 Kg./ha/año.

Para el año en referencia el rendimiento promedio fue de 201 Kg. a la canal; sin embargo es necesario resaltar que por las diferentes características de las zonas de producción y los diferentes tipos de ganado, no hay homogeneidad en la calidad y peso de las canales a nivel nacional; de tal manera que para la comercialización de ganado y carne no se toma en cuenta los factores de calidad, pues el país no dispone de un sistema de clasificación de ganado en pie y carne faenada

En todo se puede observar que la producción del país es deficitaria frente a la demanda interna; estableciéndose una disponibilidad aparente per-cápita que no llega a los 3 Kg./hab./año. Esta situación revela la necesidad de incrementar la producción a fin de atender la gran demanda de este producto en el mercado nacional; por lo tanto, existe una buena perspectiva para invertir en esta actividad económica.

En lo que respecta a la producción de carne porcina, se observa una tendencia creciente; es así como para el año 2002 los diferentes mataderos registran aproximadamente 426,819 porcinos faenados con una producción de 27,664 toneladas métricas de carne a la canal, lo que significó un incremento del 10% respecto al año anterior. Más de 50% del

faenamiento total se concentra en tres provincias: 30% corresponde a los mataderos de Pichincha, 16% en Guaya y 9% en Chimborazo

En la Provincia de Bolívar existen 196,523 cabezas de ganado lo que nos representa el 49,71%, 84,094 porcinos que es el 21,26%, ovinos 78,126 que da un 19,76% la explotación bovina constituye la más importante, lo que nos permite cuantificar la cantidad de materia prima que se puede obtener para este centro de expendio.

En la Provincia Bolívar, cantón Guaranda, el consumo de carne no recoge parámetro de calidad, que se enfoca, a características fenotípicas, manipuleo de la canal, grado de desangrado y otras variantes que permita sustentarla calidad de la carne, a más del campo de la salud pública animal. Los bovinos faenados en general en nuestra provincia y en especial en el camal Municipal de Guaranda son animales de raza criolla con un 66,67%, Holsteinfrisian con 23,33%, Cebú 1,67% y Bronwsuis el 8,33%. Los animales faenados son de más de dos años de edad considerándose en su gran mayoría animales de descarte pudiendo observar animales de 77 a 89 meses en un 10% la mayor cantidad de animales de 25 a 37 meses estos animales que sobrepasan la edad ideal para su faenamiento, las personas que consumen esta carne no consumen una carne de buena calidad. (Camal Municipal 2006)

Al estudiar la factibilidad de la gerenciamiento de este centro especializado de expendio de carnes beneficiando a los productores ganaderos del lugar que obtendrían precios justos por su producto, precautelando la salud de los pobladores constituyéndose en beneficiarios directos. Con la creación del centro especializado de expendio de carnes a más de constituirse en una fuente de trabajo para los habitantes de la zona es un sitio de expendio de ventas de carne magra.

Durante muchos años pese a la gran cantidad y variedad de materia prima agropecuaria que se genera en la provincia, el sector agroindustrial no representa la importancia que debiera para generar valor agregado a la producción primaria. La sociedad bolivarenses ve al sector agroindustrial como una de las grandes oportunidades para el crecimiento económico de la provincia según Gobierno Provincial de Bolívar (2004).

Manual Agropecuario (2001) Desde el punto de vista higiénico sanitario, las materias primas deben provenir de animales sanos, beneficiados bajo estrictas condiciones higiénicas dentro de los mataderos tecnificados

Gobierno Provincial de Bolívar (1999), Es preocupante las condiciones higiénicas de expendio de productos cárnicos en los mercados y tercenos llegando hasta el consumidor

final contaminados, por falta de conocimientos de manejo de este producto, afectando a la salud de la población.

Manual Agropecuario (2001) El suministro de carne fresca a los consumidores comprende varios factores, como producción, transporte, comercialización y beneficio de los animales explotados zootécnicamente para obtener carne, así como todo lo relacionado con la caracterización, almacenamiento y conservación de la carne en canal y deshuesada. El objetivo fundamental es entregar al consumidor un producto de excelente calidad nutricional e higiénico sanitario con un precio acorde con su mérito comercial.

El sacrificio es uno de los procesos en la cadena de cárnicos que debe cumplirse bajo ciertas normas de sanidad, de igual manera la calidad de la carne no solo depende únicamente de la alimentación del animal, y se debe minimizar al máximo el riesgo de contaminación de las carnes en esta etapa del proceso. Para esto se hace necesario seguir una serie de procesos, son los siguientes:

El sacrificio debe cumplir dos condiciones indispensables; conservar la canal y vísceras y ser agradable a la vista del consumidor, para esto es necesario una completa sangría no menor de cinco minutos y el buen manejo que se les puedan brindar a los animales sacrificados. De la misma forma, se deben lavar bien las canales y vísceras, pues al momento de la sangría las contracciones que realiza el animal producen una expulsión de los alimentos, mezclándose con la sangre. La carne de res normalmente tiene un color rojo-morado pero se ve de color rojo cereza cuando se expone al oxígeno. Por ello, la parte exterior del paquete de carne que se vende en carnicerías y empacadas en las estanterías de los supermercados suele verse roja y la interior más oscura. Si la carne ha sido empacada al vacío, debe ser de color rojo-morado y estar envuelta en un paquete sellado y frío.

Cápelo Delfa (2006) El derecho legal de los consumidores a consumir carne sana obliga al productor ganadero a formar parte de una cadena de carne bovina y porcina en que se garantice el suministro de alimentos sanos y seguros, la carne es un producto básico, de consumo diario en la dieta alimenticia. Es un tejido muscular compuesto por agua, proteínas, grasas, sales e hidratos de carbono. Se consume en forma directa o procesada

## **Cuadro N° 1**

### **Composición bromatológica de la carne bovina**

<b>VARIABLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>
Humedad en carne	%	73,55
Proteínas en carne	%	21.77
Lípidos intramuscular	%	3,75
Cenizas en carne	%	1,01
Colesterol/100 gr. Carne	mg.	54,92
Colesterol/100 gr grasa	mg.	100.70

Fuente: Capelo Delfa 2002



## **PROBLEMA**

La creación de una microempresa que cree fuentes de trabajo, y con normas de inocuidad de alimentos preservando la salud de los pobladores, ya que en la zona solo encontramos productos de mala calidad debido a la forma de proceso y comercialización.

El desarrollo de la empresa de venta de carne en el medio, constituye una alternativa viable para generar ingresos, crear fuentes de empleo y mejorar las condiciones de vida de la población. Por lo tanto este proyecto está encaminado, a la implementación de un centro de comercialización en carne de bovino, ya que la composición en proteínas constituyen en una fuente vital para la dieta humana, además del aporte de grasa y agua todos estos son elementos de gran importancia para la nutrición de los niños en crecimiento, de mujeres en embarazo y de personas que realizan gran actividad física.

Todas las carnes rojas y blancas destinadas al consumo humano deben tener ciertas características de color, olor, grosor de las fibras musculares, cantidad y calidad de grasa, textura, marmóreo, presencia de tejido conectivo, presencia de sangre, presencia de hueso, aroma, jugosidad, grado de acides y carga de microbios.

El procesamiento de alimentos, a pequeña escala debe ser capaz de originar productos de la misma o mejor calidad que aquellos producidos en la industria mediana o a gran escala. No se trata de promover la acción de producir unitariamente, sino de formar una línea de proceso lo más continua posible, pero el control se realiza sobre prácticamente cada unidad en proceso, y es lo que determina que la calidad pueda ser asegurada con mayor precisión, como resultado de los volúmenes más pequeños que se procesan.

Por lo que la investigación se plantea el siguiente problema:

¿La falta de aplicación de una gerencia en el centro especializado limita el expendio de carne bovina en la ciudad de Guaranda en el periodo 2011?

## Preguntas directrices

¿Cuántas reses se faenan mensualmente en el cantón?

¿Produce o no degradación de la salud la forma de expendio de la carne en el cantón?

¿Qué tipo de carne es comercializada en Guaranda?

¿Cómo esta la salud de los pobladores?

¿Está bien ubicado centro especializado de comercialización de carnes?

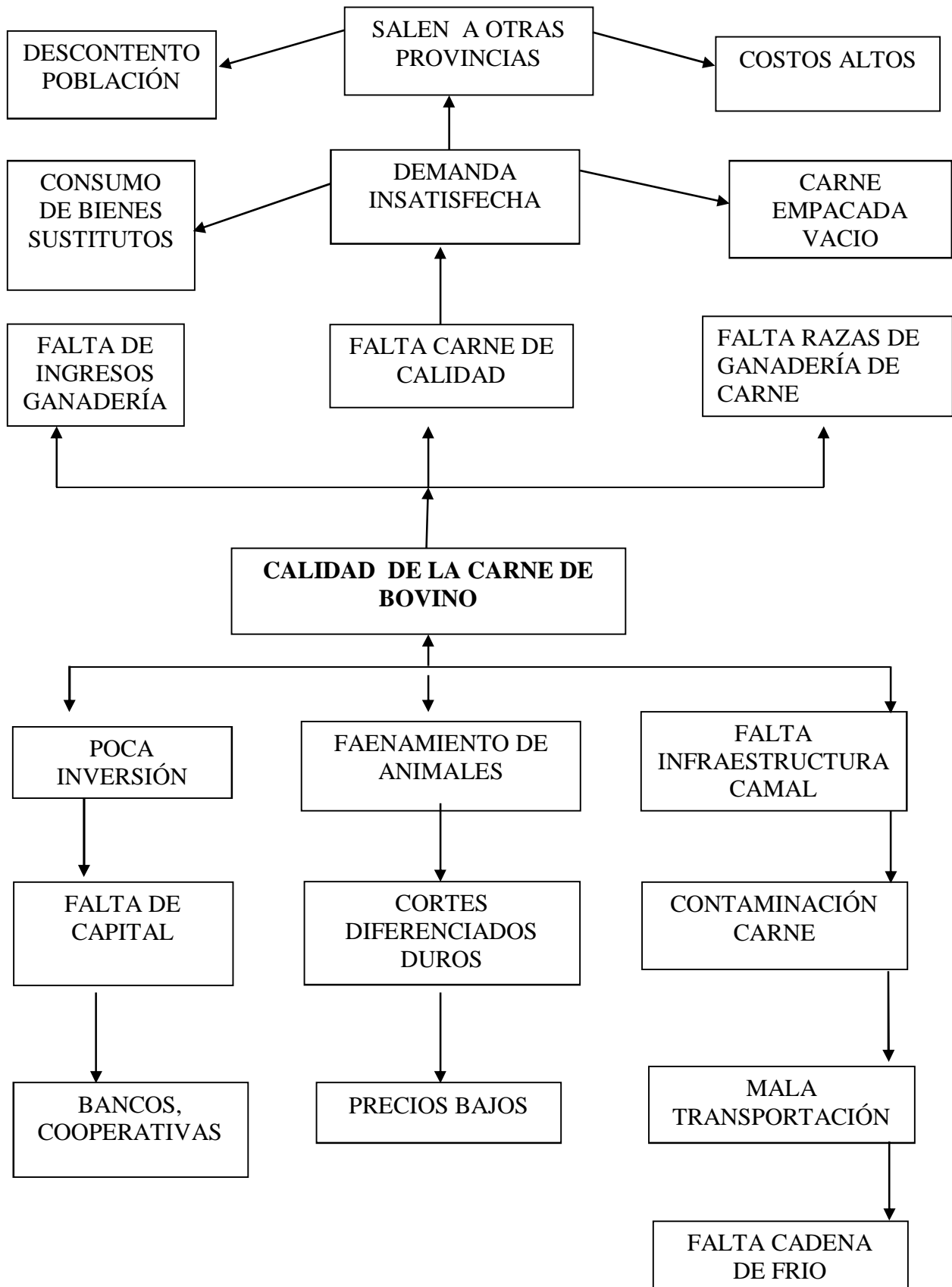
¿Cuánto me cuesta?

¿En qué tiempo amortizare la inversión?

¿Qué rentabilidad voy a tener?

La investigación fue perfectamente viable la realización fue totalmente factible porque facilito la obtención de los datos y del muestreo recomendado según el diseño a igual que el estudio del proyecto de factibilidad del centro especializado de comercialización de carnes.

## ÁRBOL DE PROBLEMAS



## JUSTIFICACIÓN

Los pequeños y medianos productores limitan su actividad productiva, por la falta de capital de inversión, asistencia técnica, perfectibilidad del producto obtenido, inestabilidad del mercado, sobreproducción, riesgos climáticos, entre otros, lo cual en muchos casos obliga al productor a ofertar sus productos como materia prima a precios por debajo de sus costos de producción. Es por ello que en los últimos años se viene promocionando el desarrollo de la actividad agroindustrial para brindarle al productor una mayor rentabilidad para su producción.

Sin embargo, al impulsar el desarrollo de este proyecto, como una actividad generadora de empleo e ingresos, es necesario tener presente la amplia diversidad de especies animales que pueden ser utilizadas, que no necesariamente pueden tener la aprobación del consumidor, por lo cual se realizó el estudio de mercado, para decidir la producción y aplicación de un plan de negocios en el centro de comercialización de carne, y así cumplir con las normas de calidad y cantidad que exige el mercado.

La Provincia Bolívar cuenta con recursos para la producción de carne, aspecto que se va a aprovechar para que junto con el conocimiento adquirido en cuanto a este tema, se alcancen grandes avances en cuanto a la producción y comercialización de la carne de ganado bovino.

Por otra parte, se está aportando para mejorar la imagen de los centros de comercialización de carnes presentar otra forma de industria para mejorar las condiciones socio culturales del cantón, lo cual se traduce, en un mejoramiento de la calidad de vida.

Con la venta de productos de calidad y seguros, en el centro se pretende mejorar la nutrición, actuando con ética profesional en su manipulación y expendio.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL.**

Implementar el proceso gerencial centro especializado en expendio de carne bovina en la Ciudad de Guaranda Provincia Bolívar.

### **OBJETIVO ESPECIFICOS**

- 1.- Fundamentar metodológicamente el proceso gerencial y las estrategias de expendio de carne bovina.
- 2.- Identificar la demanda, y exigencias de la calidad de las carnes frescas para implementar, desarrollar y potenciar el establecimiento de esta microempresa.
- 3.- Determinar parámetros de calidad y aplicar Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en la comercialización.

## **HIPOTESIS**

Con la implementación del proceso gerencial del centro especializado se mejorara la comercialización de carne bovina.

## VARIABLES

INDEPENDIENTE —————> Proceso gerencial del centro especializado.

DEPENDIENTE —————> Comercialización de carne bovina.

**OPERACIONALIZACION DE VARIABLES**

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>
Gerencia	La gerencia es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.	Planificación Organización Ejecución Control Evaluación Física Económica	Consume usted carne de res?	Encuestas  Entrevistas  Observación
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>
Comercialización de carne bovina	Establecimiento donde se efectúan actividades relacionadas con la comercialización de carne , productos cárnicos comestibles y los derivados cárnicos destinados para el consumo humano que ha sido registrado y autorizado por las entidades sanitarias competentes para tal fin.	Mercado  BPA  Cadena de comercialización  Cadena de frio	Con que frecuencia consume usted carne de res?	Encuestas  Entrevistas  Observación



## **CAPITULO I**

### **MARCO TEORICO**

#### **1. La necesidad de la gerencia**

Según ( NassirSapagChain 2004), en una empresa siempre se da la necesidad de una buena gerencia y para ello se nos hace necesario la formulación de dos tipos de preguntas claves tales como ¿por qué y cuándo la gerencia es necesaria?

La respuesta a esta pregunta define, en parte, un aspecto de la naturaleza de la gerencia: La gerencia es responsable del éxito o el fracaso de un negocio. La afirmación de que la gerencia es responsable del éxito o el fracaso de un negocio nos dice por qué necesitamos una gerencia, pero no nos indica cuándo ella es requerida.

Siempre que algunos individuos formen un grupo, el cual, por definición, consiste de más de una persona, y tal grupo tiene un objetivo, se hace necesario, para el grupo, trabajar unidos a fin de lograr dicho objetivo.

Los integrantes del grupo deben subordinar, hasta cierto punto, sus deseos individuales para alcanzar las metas del grupo, y la gerencia debe proveer liderato, dirección y coordinación de esfuerzos para la acción del grupo.

De esta manera, la cuestión cuándo se contesta al establecer que la gerencia es requerida siempre que haya un grupo de individuos con objetivos determinados.

#### **1.1 Funciones de la gerencia**

Cuando estudiamos la Gerencia como una disciplina académica, es necesaria considerarla como un proceso. Cuando la gerencia es vista como un proceso, puede ser analizada y descrita en términos de varias funciones fundamentales. Sin embargo, es necesaria cierta precaución. Al discutir el proceso gerencial es conveniente, y aun necesario, describir y estudiar cada función del proceso separadamente. Como resultado, podría parecer que el proceso gerencial es una serie de funciones separadas, cada una de ellas encajadas ajustadamente en un compartimento aparte. Esto no es así aunque el proceso, para que pueda ser bien entendido, deberá ser subdividido, y cada parte

componente discutida separadamente. En la práctica, un gerente puede (y de hecho lo hace con frecuencia) ejecutar simultáneamente, o al menos en forma continuada, todas o algunas de las siguientes cuatro funciones: Planeamiento, organización, dirección y control.

**Planeamiento:** Cuando la gerencia es vista como un proceso, planeamiento es la primera función que se ejecuta. Una vez que los objetivos han sido determinados, los medios necesarios para lograr estos objetivos son presentados como planes. Los planes de una organización determinan su curso y proveen una base para estimar el grado de éxito probable en el cumplimiento de sus objetivos. Los planes se preparan para actividades que requieren poco tiempo, años a veces, para completarse, así como también son necesarios para proyectos a corto plazo. Ejemplo de planes de largo alcance podemos encontrarlos en programas de desarrollo de productos y en las proyecciones financieras de una compañía. En la otra punta de la escala del tiempo, un supervisor de producción planea el rendimiento de su unidad de trabajo para un día o una semana de labor. Estos ejemplos representan extremos en la extensión de tiempo cubierta por el proceso de planeamiento, y cada uno de ellos es necesario para lograr los objetivos prefijados por la compañía.

**Organización:** Para poder llevar a la práctica y ejecutar los planes, una vez que estos han sido preparados, es necesario crear una organización. Es función de la gerencia determinar el tipo de organización requerido para llevar adelante la realización de los planes que se hayan elaborado. La clase de organización que se haya establecido, determina, en buena medida, el que los planes sean apropiada e integralmente apropiados. A su vez los objetivos de una empresa y los planes respectivos que permiten su realización, ejercen una influencia directa sobre las características y la estructura de la organización. Una empresa cuyos objetivos es proveer techo y alimento al público viajero, necesita una organización completamente diferente de la de una firma cuyo objetivo es transportar gas natural por medio de un gasoducto.

**Dirección:** Esta tercera función gerencial envuelve los conceptos de motivación, liderato, guía, estímulo y actuación. A pesar de que cada uno de estos términos tiene una connotación diferente, todos ellos indican claramente que esta función gerencial tiene que ver con los factores humanos de una organización. Es como resultado de los esfuerzos de cada miembro de una organización que ésta logra cumplir sus propósitos de

ahí que dirigir la organización de manera que se alcancen sus objetivos en la forma más óptima posible, es una función fundamental del proceso gerencial.

**Control:** La última fase del proceso gerencial es la función de control. Su propósito, inmediato es medir, cualitativamente y cuantitativamente, la ejecución en relación con los patrones de actuación y, como resultado de esta comparación, determinar si es necesario tomar acción correctiva o remediar que encauce la ejecución en línea con las normas establecidas. La función de control es ejercida continuamente, y aunque relacionada con las funciones de organización y dirección, está más íntimamente asociada con la función de planeamiento.

La acción correctiva del control da lugar, casi invariablemente, a un replanteamiento de los planes; es por ello que muchos estudiosos del proceso gerencial consideran ambas funciones como parte de un ciclo continuo de planeamiento-control-planeamiento.

## 1.2 Objetivos de la gerencia

Nombrando algunos de los objetivos de la gerencia tenemos los siguientes:

- ✚ Posición en el mercado
- ✚ Innovación
- ✚ Productividad
- ✚ Recursos físicos y financieros
- ✚ Rentabilidad (rendimientos de beneficios)
- ✚ Actuación y desarrollo gerencial
- ✚ Actuación y actitud del trabajador
- ✚ Responsabilidad social

## 2.- Estructura de mercado

Según ( NassirSapag Chain2004), el comportamiento futuro de los factores es afectado por la estructura actual y esperada del mercado. El mercado está conformado por compradores y vendedores del producto o servicio que se va producir, es el mercado donde las personas reflejan su interés, deseos y necesidades.

De acuerdo al mismo autor, la demanda está definida como el conjunto de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios, manteniéndose constantes el resto de las variables, también se define como petición de compra de un título, divisa o servicio. Establece las siguientes categorías de mercado:

**Competencia Perfecta:** Se caracteriza por que existen muchos compradores y vendedores de un producto que, por su tamaño, no pueden influir en el precio; el producto es idéntico y homogéneo, existe movilidad perfecta de los recursos y los agentes económicos están perfectamente informados de las condiciones del mercado.

**Mercado Monopolio:** Es cuando un solo proveedor vende un producto para el que no hay sustitutos perfectos y las dificultades para ingresar a esa industria son grandes.

**Competencia Monopolística:** Se caracteriza por que existen numerosos vendedores de un producto diferenciado y porque en el largo plazo no hay dificultades para entrar o salir de la industria.

**Mercado Oligopolio:** Es cuando hay pocos vendedores de un producto homogéneo o diferenciado y el ingreso o salida de la industria es posible, aunque con dificultades.

La nueva empresa, por la naturaleza de las actividades a desarrollar, se ubica dentro de la categoría de mercado de competencia perfecta; la carne de ganado bovino es objeto de comercialización por un número muy representativo de oferentes que encuentran en el mercado una gran cantidad de demandantes del producto, de modo que los precios se fijan por la interacción de la oferta y la demanda.

Esta particularidad conlleva a establecer características diferenciales en la oferta, para mantener el producto en el mercado, dedicando tiempo a la estrategia de marketing, investigación del mercado, desarrollo de producto, fijación de precios, publicidad y promoción de venta.

## 2.1 Análisis de la situación actual del mercado

La Cadena de la Carne y Subproductos, está sustentada en la explotación de ganado vacuno, porcino y en menor grado el ovino; constituyendo la producción de cada una de estas especies la oferta nacional de carnes rojas para el consumo directo e industrial;

Producción que presenta un crecimiento poco significativo, en relación a la demanda de productos ganaderos, para el mercado nacional y comercio fronterizo.

Según el III Censo Agropecuario Nacional efectuado en el año 2002(últimos datos registrados en el MAG y Banco Central), el Ecuador cuenta con una población aproximada de 4.5 millones de bovinos distribuidos en todo en territorio nacional, de la siguiente forma: 51% en la Región Interandina, 37% en el Litoral o Costa y el 12% en la Amazonía, para la producción de leche y carne. Esta población ganadera se encuentra asentada en una superficie de 3.35 millones de hectáreas de pastos cultivados y 1.12 millones de hectáreas de pastos naturales del stock total el 55% son de raza criolla, 43% mestizos Holstein F, Brahmán, Cebuina. Para el año 2007 se estima que se faenaron alrededor de los 771 mil cabezas de ganado vacuno, número que generó una producción de 144,000 toneladas métricas de carne a la canal, volumen que si relacionamos con la población ecuatoriana determina una disponibilidad aparente per-cápita de 11 Kg/hab/año. El Ecuador cuenta con más de 200 mataderos localizados, 45% en la Sierra, 38% en la costa y 17% en la Región Amazonía y Galápagos. La mayoría son de propiedad y están administrados por los municipios; el 81% de los mataderos están ubicados en áreas urbanas, 7% en semiurbanas y 12% son rurales. En la República del Ecuador, La Ley de Mataderos en su Artículo 34, determina los tipos de empresa que pudieren establecerse en base a los camales:

- ✚ **Los camales públicos**, a aquellos centros de sacrificio que son operados por entes jurídicos de derecho público o privado con finalidad social o pública.
- ✚ **Los camales privados**, son definidos como entidades de carácter privado donde participan personas naturales o jurídicas.
- ✚ **Los camales mixtos** (Economía Mixta), que son aquellos en los cuales participan en su operación entidades de derecho público y entidades de derecho privado.

### **3. Sector agrícola animal**

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) 2006. Si se toma como base el año 1990, la producción pecuaria nacional (incluyendo ganado porcino, caprino y aves de corral) contribuyó al producto interno bruto (PIB) del sector con un 30%, porcentaje equivalente a un 5,3% del producto total. El ritmo de crecimiento de esta producción es del 3% anual, tasa similar al crecimiento del PIB sector agropecuario en conjunto. El uso de la tierra dedicada a pastos para ganadería bovina creció a un ritmo del 1% anual en los años 1997 y 1998. En la actualidad, casi la tercera parte del territorio nacional (31%) se destina a actividades relacionadas con el campo; de ese porcentaje, más de la mitad (63%) corresponde a explotaciones ganaderas: es decir, que el 20% de la superficie total del país tiene un uso pecuario, principalmente para ganadería bovina. Dentro de la producción pecuaria nacional, la mayor proporción corresponde a la ganadería bovina de doble propósito, es decir, para la producción de carne y leche. La cabaña bovina ha mejorado su calidad mediante la importación de razas puras de Estados Unidos y Canadá para las explotaciones situadas en la zona de la Sierra; en la Costa, por el contrario, se ha cruzado el ganado criollo con el cebú y con vacunos *brownswis*. En conjunto, el ganado vacuno compone la especie más importante de la cabaña, seguido en orden de importancia por la especie porcina. Frente a esta buena situación del ganado vacuno, el ovino o lanar subsiste en situación muy precaria en la región de la Sierra. Entre el ganado de tiro, bastante numeroso, hay que destacar la presencia de la llama (15.000 cabezas), especie autóctona de las zonas andinas. La población vacuna se incrementó en casi un 25% desde el año 1990, mientras que la porcina lo hizo en más del 50%; en 1997 se censaron casi 5,5 millones de cabezas de ganado vacuno y 3 millones de porcino. Otras especies destacables por su volumen son el caballo (300.000 cabezas), el asno (200.000) y la mula (90.000 cabezas). La producción de carne de bovino se concentra en la Costa y en las estribaciones de la sierra, aportando casi un 65% a la oferta nacional; por su parte, en la Sierra se genera un 15%, del cual gran parte corresponde a ganado lechero de descarte, mientras que entre las regiones Oriental e Insular se produce el 20% restante. Durante el último decenio se ha faenado el 15,6% de la cabaña bovina destinada a la producción de carne, dato que muestra una tasa de crecimiento promedio del 4% anual.

## Cuadro N°2

### EXISTENCIAS, SACRIFICIOS Y PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA

Año.	Cabezas en miles	Reses faenadas.	Producción de carne toneladas
1990	4.359	677.800	103.100
1994	4.937	770.172	127.498
1995	4.996	779.376	147.600
1996	5.189	809.484	137.612
1997	5.437	848.172	152.671

Fuente: MAG.

### 3.1 La carne

Cornejo (2006) define a la carne como la parte muscular de animales faenados, constituida por todos los tejidos blandos que rodean el esqueleto, incluyendo su cobertura, grasa, tendones, vasos, nervios, aponeurosis y tejidos no separados durante la faena.

La Enciclopedia temática (2006), Manifiesta que la carne es la parte comestibles de mamíferos domésticos como el ganado vacuno, los corderos, las ovejas, las cabras y los cerdos. La carne es un alimento nutritivo que contiene gran cantidad de aminoácidos esenciales en forma de proteínas. La carne contiene también vitaminas del grupo B (en especial niacina y riboflavina), hierro, fósforo y calcio. Ciertas carnes, especialmente el hígado contienen vitamina A y D

Encarta (2010) Indica que la carne está formada por músculo esquelético, con cantidades variables de grasa y tejido conectivo, pero también se consumen órganos internos llamados casquería, vísceras o menudencias como el hígado, los riñones, los testículos, el timo (lechecillas o mollejas), el cerebro o sesos, el corazón y el estómago.

Los métodos empleados para destazar los diferentes animales de carne, así como los nombres que se da a los diversos cortes varían de un país a otro. La terminología empleada para los cortes de ternera, carnero y cordero es a grandes rasgos similar a la usada para la carne de vaca. Los cortes de cerdo curado tienen una terminología

especial: el jamón es la carne del muslo y la cadera, y el tocino es la carne de los costados o la espalda. La cantidad de tejido conjuntivo de la carne determina la duración o el tipo de tratamiento culinario que requiere. Los cortes con poco tejido conjuntivo son los más tiernos, y pueden cocinarse con rapidez al horno o a la parrilla. Los animales de mayor edad tienen un tejido conjuntivo más grueso, lo que hace que su carne sea más correosa y, en consecuencia, más apropiada para estofarla o cocerla.

Según Tecno alimentos (2001). La carne fresca es aquella que ha sido sometida a un proceso de enfriamiento en un rango de temperatura de + 1 a 7°C por 24 horas a 48 horas.

### **3.2 Contenidos de la carne bovina**

La carne bovina aporta proteína de calidad a la dieta, por su alto valor biológico, al poseer todos los aminoácidos que el individuo necesita y que es a su vez de alta digestibilidad, es decir, que se absorben en un 95 %. Frecuentemente se dice: "La Carne es difícil de digerir; se confunde digestibilidad con el tiempo que el alimento permanece en el estómago; la Carne Bovina permanece más tiempo, dando sensación de saciedad, pero sus proteínas son de alta digestibilidad. La carne Bovina es la mejor fuente de Hierro natural la deficiencia de Hierro es la causa más común de anemia nutricional en el hombre. Más del 80% del hierro presente en el cuerpo humano se encuentra relacionado con el soporte de la producción de glóbulos rojos.

Es sumamente importante para los niños durante el crecimiento, su deficiencia trae aparejada problemas de metabolismo y aprendizaje. También es importante para los adolescentes y para los hombres entre 11 y 51 años; mayor aún la necesidad de hierro en una mujer embarazada o lactando.

La carne aporta proteínas de alto valor biológico, vitaminas como las del complejo B: Tiamina o B1, Riboflavina o B2, Pirizodina o B6, Cobalmina o B12, Niacina, Biotina, Ácido Fólico, ácido Pantoténico, todas ellas escasas en otros alimentos y pequeñas cantidades de vitamina A.



Aporta también potasio y el resto de los minerales se halla en forma equilibrada: magnesio, fósforo, sodio, zinc y cobre. (**Fuente:** Asociación de Productores de Carne Bovina Argentina APROCABOA)

#### **4. Panorama de la cadena agroindustrial de la carne y subproductos**

Cápele 2004, afirma que la cadena de la carne y subproductos, está sustentada en la explotación de ganado vacuno, porcino y en menor grado la ovina; constituyendo la producción de cada una de estas especies la oferta nacional de carnes rojas para el consumo directo e industrial; producción que presenta un crecimiento poco significativo, en relación a la demanda de productos ganaderos, para el mercado nacional y comercio fronterizo.

Según el III Censo Agropecuario Nacional publicado en el año 2002, el Ecuador cuenta con una población aproximada de 4.5 millones de bovinos distribuidos en todo en territorio nacional, de la siguiente forma: 51% en la Región Interandina, 37% en el Litoral o costa y el 12% en la Amazonía; para la producción de leche, carne. Esta población ganadera se encuentra asentada en una superficie de 3.35 millones de hectáreas de pastos cultivados y 1.12 millones de hectáreas de pastos naturales.

Del stock total el 55% son de raza criolla, 43% mestizos Holstein F, Brahmán, Cebuina y otros; una mínima proporción corresponde a razas puras para la línea carne, leche y doble propósito; siendo el número de unidades de producción (UPAS) alrededor de 427 mil, que de una u otra manera se dedican a esta actividad. Fuente: Proyecto, SICA. Del stock total el 55% son de raza criolla, 43% mestizos Holstein F, Brahmán, Cebuina y otros; una mínima proporción corresponde a razas puras para la línea carne, leche y doble propósito; siendo el número de unidades de producción (UPAS) alrededor de 427 mil, que de una u otra manera se dedican a esta actividad. Fuente: Proyecto, SICA. Del stock total el 55% son de raza criolla, 43% mestizos Holstein F, Brahmán, Cebuina y otros; una mínima proporción corresponde a razas puras para la línea carne, leche y doble propósito; siendo el número de unidades de producción (UPAS) alrededor de 427 mil, que de una u otra manera se dedican a esta actividad. (Fuente: Proyecto, SICA.) El sistema de explotación de las ganaderías especializadas en la producción de leche es intensivo y/o sem.-intensivo y se desarrollan a lo largo del Callejón Interandino; mientras

que en las explotaciones ganaderas de carne predomina el sistema es extensivo, preferentemente en zonas tropicales y subtropicales.

La industria porcina se encuentra en todo el país, sin embargo es una actividad poco desarrollada, debiéndose esta situación entre otros a los siguientes factores: altos costos de producción, competencia por las materias primas con la industria avícola, falta de centros de cría de reproductores de razas puras para la venta a nuevos productores, escasa innovación tecnológica y capacitación a pequeños productores; además esta industria está afectada por la introducción de productos similares de los países vecinos, especialmente del Perú, donde existe preferencias arancelarias a la importación de materias primas, para la elaboración de alimentos balanceados, situación que le resta competitividad a los productos ecuatorianos. (Fuente: Proyecto, SICA)

La población porcina del país alcanza algo más de las 1, 527,000, que viene a constituir la base para la a producción de carne y reposición de crías para renovar la piara nacional; el stock actual se encuentra en poder de aproximadamente 440,500 unidades de producción (UPAs), que de una u otra manera se dedican a esta actividad.

El 79% de la población porcina es de raza criolla, 19% mestizo y apenas el 2% de razas puras; esta situación nos revela que la explotación es de tipo tradicional, encontrándose en manos de pequeños productores, siendo el objetivo principal satisfacer el mercado nacional y parcialmente el mercado fronterizo de Colombia; por lo tanto se considera más bien una actividad complementaria a las labores económicas de los campesinos. La explotación tecnificada o semi-tecnificada pertenece a pocas empresas; se estima que aporta aproximadamente con el 22% de la oferta total; está orientada a satisfacer la demanda de carne magra de la cadena de supermercado e industrias de elaborados cárnicos.

La crianza de ovinos se limita a los páramos andinos, su producción es marginal, con tendencia a la disminución de los rebaños. De acuerdo al III Censo Nacional Agropecuario se calcula una población de 1.12 millones de unidades, con más del 93% de raza criolla, 6% mestiza y apenas el 1% razas puras. El 96% se localiza en las provincias del Callejón Interandino, siendo sus sistemas de explotación tradicionales, con bajos niveles tecnológicos, ningún mejoramiento genético, lo que redundo en bajos rendimientos y déficit en la oferta. Se calcula es aproximadamente que 179 mil familias

son criadores de ovinos. Sin embargo, la explotación de esta especie tiene gran importancia en las comunidades indígenas, en razón de que a través de las generaciones ha constituido un valioso elemento de identidad cultural, así mismo es una fuente para alimentación y las artesanías del vestido al utilizar la carne y lana, o fuente de ingreso económico, por la venta directa de los animales y subproductos. (Fuente: III Censo Nacional Agropecuario)

#### **4.1. Producción de carne**

Durante el año 2002 los diferentes mataderos del país registran 522,638 bovinos faenados, calculándose una producción aproximada de 105,430 toneladas métricas de carne a la canal, lo que significa un incremento del 9% respecto al año anterior. En todo caso la disponibilidad aparente per-cápita no supera los 9 Kg./ha/año.

Para el año en referencia el rendimiento promedio fue de 201 Kg. a la canal; sin embargo es necesario resaltar que por las diferentes características de las zonas de producción y los diferentes tipos de ganado, no hay homogeneidad en la calidad y peso de las canales a nivel nacional; de tal manera que para la comercialización de ganado y carne no se toma en cuenta los factores de calidad, pues el país no dispone de un sistema de clasificación de ganado en pie y carne faenada.

En lo que respecta a la producción de carne porcina, se observa una tendencia creciente; es así como para el año 2002 los diferentes mataderos registran aproximadamente 426,819 porcinos faenados con una producción de 27,664 toneladas métricas de carne a la canal, lo que significó un incremento del 10% respecto al año anterior. Más de 50% del faena miento total se concentra en tres provincias: 30% corresponde a los mataderos de Pichincha, 16% en Guaya y 9% en Chimborazo.

Cabe aclarar que por la naturaleza de la comercialización y destino de la carne de cerdo, aún existe el sacrificio clandestino, que se estima alrededor del 10% del total registrado en los mataderos, que debería incluirse al valor antes indicado.

En todo se puede observar que la producción del país es deficitaria frente a la demanda interna; estableciéndose una disponibilidad aparente per-cápita que no llega a los 3 Kg./ha./año. Esta situación revela la necesidad de incrementar la producción a fin de

atender la gran demanda de este producto en el mercado nacional; por lo tanto, existe una buena perspectiva para invertir en esta actividad económica.

El faena miento de ovinos y caprinos se lo realiza especialmente en las provincias de la sierra y en otras ciudades donde hay demanda de este producto. A nivel nacional durante el año 2002 se reporta un faena miento alrededor de 140,300 animales entre ovinos y caprinos, con una producción cerca a las 2,000 toneladas métricas, es decir no se presenta mayor variación con respecto a los parámetros de producción observados en años anteriores; esta situación determina que el consumo per-cápita de este productos sea insignificante.

#### 4.2 Exportaciones e importaciones de carne

A continuación se muestra un resumen de las comercializaciones mundiales de carne y sus variaciones en relación al paso de los años

**Cuadro N° 3**

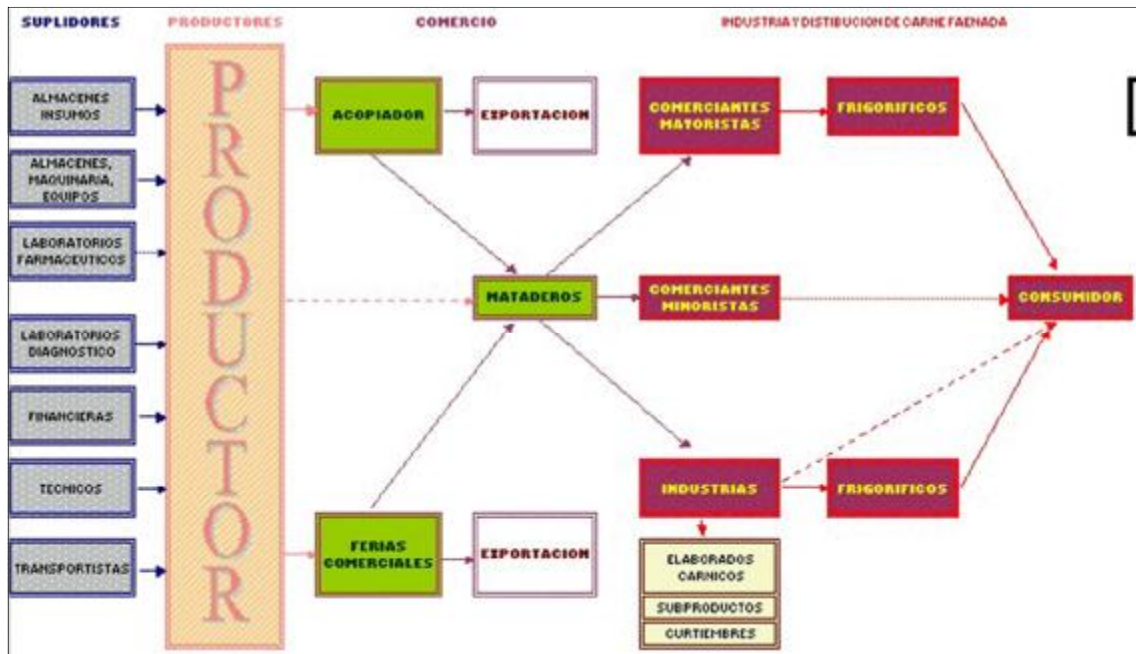
#### **Exportaciones e importaciones de carne**

	2000	2001	2002 (no finales)
<b>Total mundial</b>	17221	17267	17870
Carne de ave	7287	7565	7795
Carne de cerdo	3236	3269	3425
Carne bovina	5616	5325	5578
Carne ovina y caprina	834	860	824
Otras carnes	248	248	246

Fuente: SICA.

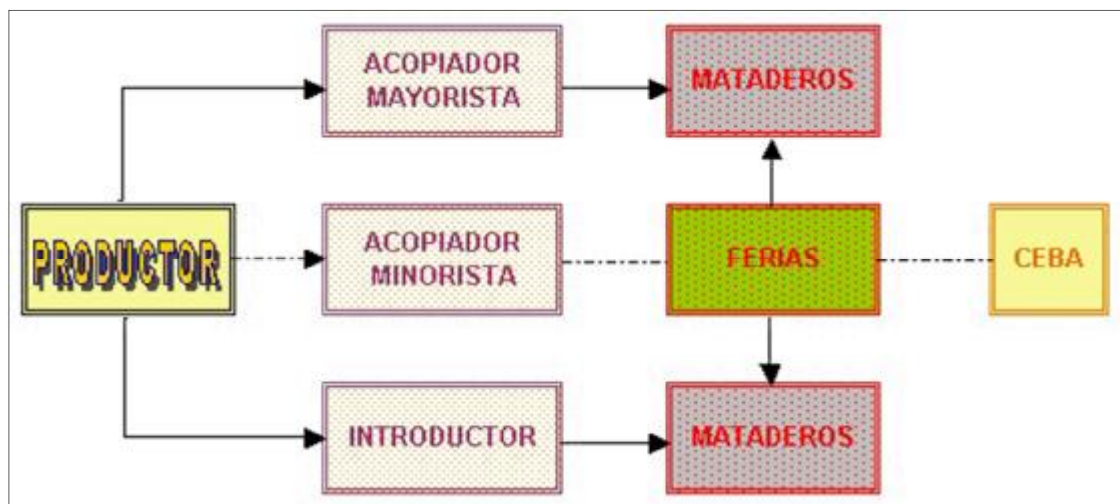
Cuadro N° 4

Estructura del mapa de la cadena agroindustrial de la carne



Fuente: Banco Central del Ecuador

Canales de comercialización de ganado de abasto



Fuente: Banco Central

**Cuadro N. 5**

**Faenamiento y producción de carne bovina 1999-2000**

<b>1999</b>		<b>2000</b>		<b>Var %</b>	<b>PRODUCCION DE CARNE CANAL TM</b>
<b>PROVINCIAS</b>	<b>FAENADOS # CABEZAS</b>	<b>PRODUCCION DE CARNE CANAL TM</b>	<b>FAENADOS # CABEZAS</b>		
CARCHI	10.643	1.948	13.852	2.535	30,2
IMBABURA	11.105	2.032	7.916	1.425	- 29,9
PICHINCHA	107.481	19.669	101.357	18.548	- 5,7
COTOPAXI	21.485	3.932	15.098	2.763	- 29,7
TUNGURAHUA	54.529	9.979	37.526	7.280	- 27,0
BOLIVAR	2.602	468	1.656	298	- 36,3
CHIMBORAZO	26.152	4.969	19.074	3.624	- 27,1
CAÑAR	7.145	1.286	3.835	702	- 45,4
AZUAY	31.699	5.706	23.874	4.417	- 22,6
LOJA	15.935	2.661	13.665	2.391	- 10,1
ESMERALDAS	9.938	1.839	9.420	1.696	- 7,8
MANABI	35.200	6.442	32.000	5.824	- 9,6
LOS RIOS	32.401	5.832	14.145	2.490	- 57,3
GUAYAS	106.435	19.158	92.199	16.596	- 13,4
EL ORO	14.430	2.597	13.730	2.471	- 4,9
NAPO	4.906	908	4.974	925	1,9
PASTAZA	3.673	679	3.436	636	- 6,4
M. SANTIAGO	3.955	724	2.670	494	- 31,8
Z. CHINCHIPE	2.964	534	1.732	320	- 39,9
SUCUMBIOS	7.200	1.318	5.800	1.073	- 18,6
ORELLANA	-	-	-	-	-
GALAPAGOS	1.935	366	2.436	426	16,5
<b>TOTAL</b>	<b>511.812</b>	<b>93.046</b>	<b>420.395</b>	<b>76.934</b>	<b>- 17,3</b>

FUENTE: Mataderos provinciales y cantonales

ELABORACION: P-SICA/MAG ([www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec))

**Cuadro N° 6**

**Faenamiento y Producción de Carne Bovina 2001-2002**

PROVINCIAS	AÑO		AÑO		2002
	N. BOVINOS FAENADOS	PRO.C CANAL TM	N. BOVINOS FAENADOS	PRO.C CANAL TM	
CACHI	2.283	420	2511	462	
INBABURA	13594	2501	14953	2751	
PICHINCHA	86054	15920	94659	17512	
COTOPAXI	3467	645	3814	709	
TUNGURAHUA	28326	5212	31159	5733	
CHIMBORAZO	19091	3513	21000	3864	
BOLIVAR	2048	376	2251	414	
CAÑAR	5895	1085	6485	1193	
AZUAY	24267	4489	26694	4938	
LOJA	15450	2843	16995	3127	
SUBTOTAL SIERRA	200473	37004	220520	40705	
ESMERALDAS	7480	1376	8228	1514	
MANABI	41991	7768	43300	8010	
GUAYAS	133917	29462	147309	32408	
EL ORO	19763	4348	21739	4783	
LOS RIOS	61255	13476	67381	14824	
SUBTOTAL COSTA	264406	56430	287957	61538	
NAPO	1048	2326	1153	259	
PASTAZA	3306	744	3637	818	
MORONA. S	3707	834	4078	917	
ZAMORA CH.	389	88	428	96	
SUCUMBIOS	2339	526	2573	579	
ORELLANA	2085	469	2294	516	
SUBTOTAL AMAZONIA	12874	2897	14161	3186	
TOTAL	477753	96331	522638	105429	

Fuente: SICA 2002

## Cuadro N° 7

## Faenamiento y Producción de Carne a la Canal

BOVINOS				
PROVINCIA	AÑO 2004		AÑO 2005	
	# CABEZAS FAENADAS	PROD. CARNE CANAL TM	# CABEZAS FAENADAS	PROD. CARNE CANAL TM
CARCHI	5,436	1,006	5,327.28	985.55
IMBABURA	22,974	4,273	22,514.52	4,187.70
PICHINCHA	205,450	39,158	201,341.00	38,374.70
COTOPAXI	22,237	4,136	21,792.26	4,053.36
TUNGURAHUA 1	38,895	7,196	38,117.10	7,051.66
BOLIVAR	1,592	298	1,560.16	292.21
CHIMBORAZO	31,272	5,754	30,646.56	5,638.97
CAÑAR	8,345	1,535	8,178.10	1,504.77
AZUAY	44,546	8,286	43,655.08	8,119.84
LOJA	24,741	4,552	24,246.18	4,461.30
ESMERALDAS	21,209	3,945	20,784.82	3,865.98
MANABI	40,029	7,445	39,228.42	7,296.49
LOS RIOS	94,923	17,466	93,024.54	17,116.52
GUAYAS	159,418	29,492	156,229.64	28,902.48
EL ORO	41,086	7,560	40,264.28	7,408.63
NAPO	2,063	392	2,021.74	384.13
PASTAZA	4,275	812	4,189.50	796.01
M. SANTIAGO	7,002	1,330	6,861.96	1,303.77
ZAMORA CH	3,742	711	3,667.16	696.76
SUCUMBIOS	2,541	483	2,490.18	473.13
ORELLANA	2,187	416	2,143.26	407.22
GALAPAGOS	2,669	491	2,615.62	481.27
<b>TOTAL</b>	<b>786,632</b>	<b>146,737</b>	<b>770,899.36</b>	<b>143,802.45</b>
Fuente: Investigación Directa, 2005				
Elaboración: MAG/DPDA				



## **5. Características organolépticas de la carne**

**5.1 Color.-** Según Mira (2006) El color es el factor que más afecta el aspecto de la carne y los productos cárnicos durante su almacenamiento y el que más influye en la preferencia del cliente. En cada especie, y dentro de la especie, la edad modifica el color; ya que en animales más jóvenes la carne es más pálida, el trabajo también modifica el color de la carne. El grosor de las fibras musculares, a mayor edad y trabajo de los animales, mayor es el tamaño de la fibra muscular, la exposición al aire contribuye a oscurecer la carne, alterando su color.

El color natural de la carne se pierde por causa del calor en cualquiera de sus formas: Desecación (Cecina, tasajo), cocción (Jamón York), esterilización (Conservas y enlatados), maduración (Embutidos), adquiriendo tonalidades diversas, pero siempre más claras. La carne posee un color rojo que varía de tonalidades de acuerdo a diversos factores que se explicarán más adelante y cuya coloración se debe a dos pigmentos, el miógeno en forma de mioglobina y el homogéneo en forma de hemoglobina muscular, así como pequeñas cantidades de citocromos y enzimas, principalmente en forma de catalasa y oxidasas. Entre los principales factores que alteran el color de la carne se encuentran: En las primeras edades, el color de la carne es blanco y al irse desarrollando el animal, la carne se oscurece.

Si la res consume alimentos verdes fuertemente clorofílicos, producen carne de tono rojo oscuro, los almidones y alimentos concentrados dan carne de un tono rojo más claro; durante la lactancia el ganado es criado a base de leche dada directamente por la madre o alimentado con leches artificiales y harinas, que dan como resultado carnes blancas, propias de animales jóvenes, llamadas lechales (ternera, cordero, cabrito).

La raza del animal se observa en la peculiaridad del color externo y está directamente relacionada con el color de la carne, por ejemplo las reses de pelaje negro producen canales oscuras, en cambio las reses trigueñas o albinas producen carnes blancas.

La actividad muscular depende principalmente de la edad del animal, porque la carne de reses jóvenes es blanca, mientras que en los animales adultos la canal es más oscura; esto debido a que ha tenido mayor actividad muscular.

**5.2. Marmóreo.-** Es la distribución de la grasa dentro de los músculos y determina el grado de jugosidad, terneza, aroma y sabor de la carne procesada. La cantidad de grasa depende de factores genéticos y en menor proporción de la alimentación, el tipo de grasa depende la velocidad con que un producto cárnico se enrancie; son más susceptibles a este fenómeno las grasas insaturadas, como las de pollo y pescado. La presencia de tejido conectivo si este es excesivo, las carnes pierden calidad y no son fácilmente masticables.

**5.3. Presencia de sangre.-** La presencia de sangre en las carnes facilita el crecimiento de bacterias y, con ello la contaminación de la carne.

**5.4. Presencia de Hueso.-** La carne para procesos industriales no debe llevar hueso.

**5.5. PH de la carne.-** El pH disminuye como resultado de la acumulación de ácido, láctico en el músculo post mortem y se incrementa posteriormente debido a procesos proteolíticos derivados de actividades enzimáticas y/o contaminación microbiana.

**Fuente:** Manual Agropecuario 2004

## **5.6 Textura**

Wirt (2005) Manifiesta que actualmente el consumidor considera que la textura y dureza de la carne son las propiedades más importantes de la calidad organoléptica, anteponiéndolas incluso al sabor y al color, a pesar de lo difícil que resulta definir cada término. A la dureza de la carne contribuyen tres tipos de proteínas del músculo: las del tejido conectivo, (colágeno, elastina, reticulita, muco polisacárido de relleno); las de las miofibrillas (actina, miosina, tropomiosina); y las del sarcoplasma (proteínas sarcoplasmicas y retículo sarcoplasmico).

## **5.7 Jugosidad**

Price (2007) Manifiesta que la jugosidad está íntimamente relacionada con el contenido de grasa, al parecer por la liberación de suero el efecto de la capacidad de retención de agua que se absorbe con la presión de la masticación.

## **5.8 Olor.**

El olor de la carne de los animales de abasto varía según los siguientes factores:

La variedad de alimentos consumidos por las diferentes especies y la flora intestinal de las numerosas razas de los animales de abasto se refleja en el olor propio de la carne de cada especie.

Los machos destinados para la reproducción (toro, marrueco, verraco), sacrificados en reciente actividad sexual, originan carnes fuertemente impregnadas de un olor iricnido que las hace repugnantes y despreciadas por el consumidor.

El olor depende principalmente de la alimentación que recibió la res en vida, que está sujeta a los ácidos grasos volátiles que son diferentes en cada especie.

## **5.9 Sabor**

El sabor de la carne varía según la cocción y condimentación, sólo se puede apreciar esta característica al consumirla y de acuerdo al gusto de cada persona.

## **6. Constantes físicas**

La carne es un producto perecedero por lo cual las características físicas son muy importantes.

### **6.1 Peso específico**

La carne al ser tratada (sudada, tostada, refrigerada, etc.) modifica varias propiedades como la jugosidad, composición, consistencia, etc., alterando considerablemente su peso específico.

### **6.2 Conductividad térmica**

La conductividad térmica se establece de acuerdo a la clase de tejido, si es muy graso entorpece el proceso de refrigeración de la carne.

### **6.3 Calor específico**

El calor específico de la carne se debe conocer para calcular en qué momento se deposita en las cámaras de refrigeración, donde se permite la conservación de la canal. Esta refrigeración tiene la finalidad de eliminar el calor natural de la carne y frenar de esta manera los procesos de descomposición.

### **6.4 Consistencia**

La textura de la carne depende principalmente de la especie del animal y de su edad, por ejemplo la carne de aves es más tierna y jugosa que de cerdo; de la misma manera, la carne de animales jóvenes es más tierna y jugosa que la de las reses adultas, puesto que han tenido menor actividad muscular. De igual forma se deben tener en cuenta:

- ✚ La alimentación que ha recibido la res de acuerdo a su especie.
- ✚ Las consecuencias que trae el dejar la carne expuesta al aire (se deseca y endurece).

## **7. Características químicas de la carne**

La composición química de los diversos tejidos que conforman la carne y subproductos (conjuntivo, graso, muscular, óseo, etc.), se diferencian en la cantidad y calidad de la carne, tanto en la vida del animal como en los cambios post – mortem del músculo. Estos cambios son la causa de una modificación bioquímica que transforma el músculo en carne comestible.

### **7.1 Agua**

El agua es un componente del tejido muscular de una res en proporciones del 70%-80%, esta varía de acuerdo a diferentes factores:

Especie del animal.

Edad del animal (las reses jóvenes poseen mayor cantidad de agua).

Estado de nutrición.

Actividad muscular (la edad y movimiento de una res disminuye la cantidad de agua que ésta posee).

### **7.2 Proteínas**

Las proteínas son sustancias nitrogenadas formadas por una reunión de aminoácidos, que constituyen un factor importante en la alimentación humana, puesto que suministra elementos básicos indispensables para la producción de tejidos vivientes.

En la carne, las proteínas están en un porcentaje del 15%-23%, donde las más valiosas son el miógeno (pigmento muscular) y la asociación de miosina – actina que provoca la rigidez muscular y tiene una gran importancia en la aparición del rigor – mortis de la canal.

### **7.3 Grasas**

En la grasa se diferencian dos grupos principales; la orgánica que es una grasa blanda que se funde para la obtención de manteca, y la grasa los tejidos como la de la papada la cual es muy resistente al corte.

#### **7.4 Cenizas**

Las cenizas son los minerales presentes en la carne y se encuentran generalmente en forma de sales; las principales son: el Sodio (Na), Potasio (K), Calcio (Ca), Magnesio (Mg), Hierro (Fe) y el Fósforo (PO<sub>4</sub>).

#### **7.5 PH**

Cuando el animal está vivo su carne tiene un pH entre 7,3 y 7,5, poco después del sacrificio baja a 7, y luego se presenta la rigidez cadavérica, donde el pH llega a un mínimo de 5,3 y 5,5. Posteriormente, el pH asciende lentamente hasta 6,3, entrando a la fase de maduración.

### **8. Procesos bioquímicos de la carne**

La carne, después de sacrificada la res, sufre varios procesos bioquímicos, los cuales pueden afectar otras características en la carne.

#### **8.1 Fase de Contracción**

Consiste en la contracción de los músculos de los animales recién sacrificados, produce la salida parcial del agua, que se presenta con el cambio de color y un aspecto seco que modifica la estructura de la carne. Este proceso se conoce con el nombre de rigidez muscular

#### **8.2 Fase del Rigor – Mortis.**

Se produce en el periodo de oreo, cuando el músculo se vuelve rígido. Esta etapa se caracteriza por: la pérdida de agua, oscurecimiento y mayor acidez de la carne lo que la hace poco digerible, de baja calidad y valor nutritivo.

#### **8.3 Maduración**

Es la combinación de transformaciones que se originan en el músculo de un animal de abasto, posterior al sacrificio y faenado, proporcionándole a la carne propiedades de color, terneza, desarrollo del aroma y cambios de textura. El tiempo necesario para la maduración de la carne es variable y depende de la temperatura del local, la edad y sexo

del animal, cuanto más elevada sea la temperatura del establecimiento más rápido de desarrolla la maduración. El tiempo mínimo de maduración de la canal es de 12 horas.

## **9. Factores biológicos que controlan la calidad de carne**

### **9.1. Grasa Veteada**

Es la grasa depositada en el perimio entre los haces de fibras musculares. Reduce la fuerza a realizar durante el corte o masticación e incrementa la jugosidad.

### **9.2. Colágeno**

La fuerza del músculo es debida al armazón de tejido conectivo. A mayor edad se desarrolla un más fuerte vínculo intra molecular que lo hace más difícil de degradar en la cocción.

### **9.3. Fibras Musculares**

Lo más importante respecto a la dureza es el agrupamiento de las fibras musculares que ocurre durante el enfriamiento. Los músculos con altas proporciones de fibra rojas tienden a ser más tierno que aquellos que contienen fibra blanca.

### **9.4. Andostenona y Escatol**

Alcanzan altas concentraciones en machos enteros y el escatol está también influenciado por la dieta y factores de manejo.

### **9.5. Caída del pH**

Una caída rápida del pH post-mortem produce carne pálida, blanda y exudativa (PSE); y una caída retardada causa carne oscura, seca y firme (DFD). Está influenciado por la raza y manejo pre sacrificio.

## **10. Características del producto.**

El producto a comercializarse es la carne de ganado bovino, obtenido a través de un proceso de faena miento que cumpla con las exigencias sanitarias y de calidad, de modo que el cliente se sienta satisfecho con su compra.

Dependiendo del cliente y su giro de negocio se comercializara la carne desde las plantas de proceso en dos formas: cortes diferenciados.

Las canales provienen de un animal eviscerado (se le han separado todos los órganos internos), con la cabeza y cuero también separados, y están constituidas por los huesos y las distintas masas musculares (carne, grasa y tejido conectivo); los cortes son producto del “deshuese” o separación de los huesos y las diferentes masas musculares.

## **11. Cortes de carne vacuna**

Las carnes ofrecen diversos aspectos dependiendo del corte; y, en algunas estos cortes no sólo dependen del tipo de animal sino de la cultura culinaria de un país. Generalmente, en la industria cárnica se tienen establecidos tres tipos de corte: corte americano, corte europeo y cortes regionales.

### **Corte europeo**

#### **Características Principales**

- ✚ Separa completamente la carne, el hueso y la grasa
- ✚ Diferencia entre carnes de primera, segunda y tercera
- ✚ El consumidor tiene la certeza de adquirir el corte que necesita

### **Corte americano**

#### **Características Principales**

- ✚ Utiliza el corte de la carne con el hueso y la grasa
- ✚ Presenta mayor variedad de cortes
- ✚ Realiza cortes de primera, segunda y tercera calidad
- ✚ Se busca complacer en mejor forma al consumidor.

### **Cortes regionales**

#### **Características Principales**

- ✚ Mezcla entre corte Americano y Corte Europeo
- ✚ Presenta diferencias regionales en el nombre y en la forma del corte
- ✚ No existe una uniformidad en el corte



- ✚ Al consumidor con frecuencia se le vende carnes de buena y mala calidad en un mismo corte.

Sin lugar a dudas el óptimo rendimiento de la canal de ganado vacuno está estrechamente ligado a la manera adecuada de sus cortes siendo cada uno de ellos un arte específico, único en sus proporciones y sobre todo beneficioso tanto para el consumidor en términos de calidad como para el vendedor en términos de réditos económicos.

A continuación se presenta un esquema detallado de los cortes y la calidad de carne más común y sobre los cuales la empresa enfocará sus procesos.

## 12. Clasificación de la carne por su calidad y sus cortes.

- ✚ **De primera calidad:** solomillo, lomo alto o chuletas, lomo bajo, cadera, babilla, tapa y contratapa
- ✚ **De segunda calidad:** espaldilla, aguja, morcillo y la tapa de chuletas
- ✚ **De tercera calidad:** la falda, el pecho, el pescuezo y el rabo.

### 12.1 Clasificación de carne vacuna o res (uso industrial)

- ✚ **Carne de primera:** limpia, sin grasa visible, nervios, venas ni cartílagos
- ✚ **Carne de segunda:** con hasta 20% de grasa visible, sin nervios, venas ni cartílagos.
- ✚ **Carne de tercera:** contiene entre 30 y 40 % de grasa visible, con nervios y cartílagos pequeños visibles.

Todos los tipos de carne de esta clasificación deben estar libres de hematomas o sangre acumulada.

En la clasificación y almacenamiento de estas carnes no deben mezclarse carne de cerdo y carne de res. Solamente cuando se formulan y se pesan los diferentes tipos de carne podrá realizarse la mezcla. A título de referencia damos una clasificación de carne de res de los Estados Unidos de Norteamérica.

**Carne de primera (L):** magra, 100 % limpia.

**Carne de segunda (CH):** contiene hasta 10 % de grasa, con nervios visibles muy pequeños.

**Carne de tercera (TR):** contiene hasta 30 % de grasa con nervios, venas y telas pequeñas

Para estimar el rendimiento comercial y no el de toda la canal.

## 12.2 Los subproductos

Se denominan subproductos de matadero, a todas aquellas partes del animal, diferentes de la carne, que resultan del sacrificio y faenado de los animales, y del deshuese de la canal.

### 12.2.1 Clasificación

Los subproductos se clasifican en: comestibles, no comestibles y opoterápicos.

#### **Subproductos Comestibles:**

- ✚ Vísceras blancas y rojas, cabeza
- ✚ Huesos
- ✚ Grasas
- ✚ Sangre
- ✚ Residuos de la matanza

#### **Subproductos no Comestibles:**

- ✚ Piel
- ✚ Cuernos
- ✚ Pezuñas
- ✚ Contenido ruminal

#### **Subproductos Opoterápicos:**

- ✚ Páncreas (insulina)
- ✚ Timo (tiroxina)
- ✚ Hipófisis (ATH)
- ✚ Adrenales (adrenalina)

## 12.3 PRINCIPALES USOS DE LOS SUBPRODUCTOS COMESTIBLES.

### 12.3.1 Subproductos comestibles

- ✚ **Vísceras blancas y rojas** Vísceras para consumo humano ,alimentación humana
- ✚ **Hueso** Huesos para consumo Humano, Hueso calcinado, Hueso al vapor, Alimentación humana y animal
- ✚ **Grasas** Aceites para consumo humano, Aceites industriales, Alimentación humana y animal
- ✚ **Vísceras y residuos de matanza.** Harinas de carne Alimentación animal,
- ✚ **Sangre** Harinas de sangre, Abonos, Alimentación animal.

### 12.3.2 Subproductos no Comestibles

Los subproductos no comestibles se utilizan en la fabricación de diferentes artículos útiles para la industria. Los principales usos de los subproductos no comestibles.

### 12.3.3 Principales usos de los subproductos no comestibles

- ✚ **Pieles** curtidas, marroquería.
- ✚ **Cuernos** Cuerno para artesanía, Harina de cuernos, Artesanías, Agricultura
- ✚ **Pezuñas** Harina de pezuña, Agricultura
- ✚ **Contenido ruminal** Contenido ruminal seco, Harina forrajera, Alimentación animal, Agricultura.

Los cuernos y las pezuñas sometidos a un proceso de hidrólisis, pueden ser aptos para consumo animal.

### 12.3.4 Subproductos Opoterápicos

Los subproductos opoterápicos hacen referencia a aquellas glándulas de secreción interna que pueden ser utilizadas para la fabricación de fármacos en base a las hormonas que ellas secretan. Los principales usos de los subproductos opoterápicos.

#### 12.3.4.1 Principales usos de los subproductos opoterápicos.

- ✚ **Páncreas** Insulina Tratamiento de diabetes
- ✚ **Timo** Tiroxina Hipotiroidismo
- ✚ **Hipófisis** ATH Crecimiento del organismo
- ✚ **Adrenales** Adrenalina Anticoagulante

## **12.3 Clasificación por su uso y por su efecto**

### **Por su uso**

Según la Clasificación Industrial Internacional Unificada (CIIU), la actividad de la nueva empresa pertenece al sector:

**D** Industrias manufactureras,

**División: 15** - Elaboración de productos alimenticios y bebidas

**Grupo: 151** - Producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas.

**Clase: 1511** - producción de carne y de productos cárnicos.

**1511.0** - producción de carnes frescas, refrigeradas o congeladas.

**1511.00**- Producción de carne de ganado bovino, ovino y porcino.

### **12.3.1 Clasificación Industrial Internacional Unificada CIIU**

En esta clase se incluyen la explotación de mataderos; las actividades de matanza, la preparación y conservación de carne de vaca, cerdo, oveja, cabra, caballo, aves de corral, conejo, cuyes, especies de caza y otros animales, incluso ballenas faenadas en tierra y a bordo de barcos especialmente equipados para dicha labor.

Las actividades de matanza incluyen la producción de cueros y pieles sin curtir y otros subproductos conexos, tales como lana de matadero, plumas y plumones, dientes y huesos.

La importancia del sector ganadero en el Ecuador, se refleja en el peso del sector en el Producto Interno Bruto (PIB) y en la Población Económicamente Activa (PEA) total, que según el Servicio de Información y Censo Agropecuario (SICA) en 2007 representó el 2% y el 3% respectivamente aproximadamente unas 140.000 personas dependen directamente de esta actividad.

Existen diversas formas de preparar la carne de res, depende de los gustos y preferencias de los consumidores.

Se aconseja comer la carne mediante diversas preparaciones de calor:

Asado, a la parrilla, barbacoa, estofado, etc. Para el cocinado de la carne es aconsejable alcanzar la temperatura de 70 °C en el punto más interior de la masa como mínimo durante un periodo de 2 minutos antes de ser servido.

Con la creación de la nueva empresa se busca, satisfacer plenamente al cliente, ofreciendo un producto de calidad, que cubra las expectativas a través de una mejora continua y mantener un nicho de mercado.

- ✚ **Por su efecto.** Se considera que la carne es el alimento más completo dentro de la dieta humana. La carne está compuesta por una serie de elementos químicos necesarios para el crecimiento de los organismos vivos.
- ✚ **Proteínas:** La carne contiene todos los aminoácidos requeridos por el cuerpo humano para su desarrollo
- ✚ **Grasas:** La grasa bien distribuida en el músculo, le da sabor y ternura a la carne. Suministra carbohidratos al organismo.
- ✚ **Minerales y Vitaminas:** La carne proporciona al organismo vitaminas del complejo B y minerales como el Potasio, Fósforo, Calcio, Hierro y otros.

A más de los beneficios que ofrece este alimento de origen animal, la nueva empresa brindará un producto de calidad, garantizando a los usuarios el consumo de una carne de res con efecto positivo para la salud de las personas.

### **Estado Higiénico Sanitario**

Las buenas prácticas de higiene y sanidad, durante la vida del animal y en los procesos de transformación, garantizan la obtención de carnes saludables y libres de enfermedades. Para poder clasificar si el producto de carne de ganado bovino tiene productos sustitutos o complementarios, primero se debe conocer que significa cada uno de ellos:

### **13. Bienes Sustitutos**

Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar y por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del bien del proyecto, si éste subiera el precio.

Según Porter son productos que satisfacen las mismas necesidades básicas que los clientes requieren. De acuerdo a la definición anterior, se puede decir que los productos sustitutos que ofrecerá la empresa, son:

### **Carne blanca**

 Pollo

 Pavo

## **Carnes rojas**

 Cerdo

 Cordero

 Conejo

 Cuy

 Embutidos

## **14. Buenas prácticas de manufactura**

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) o Good Manufacturing Practices (GMP) se constituyen como regulaciones de carácter obligatorio en una gran cantidad de países; buscan evitar la presentación de riesgos de índole física, química y biológica durante el proceso de manufactura de alimentos, que pudieran repercutir en afectaciones a la salud del consumidor.

Forman parte de un Sistema de Aseguramiento de la Calidad destinado a la producción homogénea de alimentos, las BPM son especialmente monitoreadas para que su aplicación permita el alcance de los resultados esperados por el procesador, comercializador y consumidor, con base a las especificaciones plasmadas en las normas que les apliquen.

Su utilización genera ventajas no solo en materia de salud; los empresarios se ven beneficiados en términos de reducción de las pérdidas de producto por descomposición o alteración producida por contaminantes diversos y, por otra parte, mejora el posicionamiento de sus productos, mediante el reconocimiento de sus atributos positivos para su salud.

Las BPM comprenden actividades a instrumentar y vigilar sobre las instalaciones, equipo, utensilios, servicios, el proceso en todas y cada una de sus fases, control de fauna nociva, manejo de productos, manipulación de desechos, higiene personal, etcétera.

Las BPM son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación. Es indispensable que estén implementadas previamente, para aplicar posteriormente el Sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), un programa de Gestión de Calidad Total (TQM) o un Sistema de Calidad como ISO 9000.

La aplicación de estas prácticas recorre una serie de incumbencias técnicas. Nombrar todas ellas excede la capacidad de este artículo, por eso detallaremos los criterios más importantes que incluye su aplicación.

Para asegurarnos que nuestro producto sea seguro, debemos comenzar por verificar que las materias primas usadas estén en condiciones que aseguren la protección contra contaminantes (físicos, químicos y biológicos). Por otro lado, es importante que sean almacenadas según su origen, y separadas de los productos terminados, como también de sustancias tóxicas (plaguicidas, solventes u otras sustancias), de manera de impedir la contaminación cruzada. Además, deben tenerse en cuentas las condiciones óptimas de almacenamiento como temperatura, humedad, ventilación e iluminación.

En cuanto a la estructura del establecimiento, los equipos y los utensilios para la manipulación de alimentos, deben ser de un material que no transmita sustancias tóxicas, olores, ni sabores. Las superficies de trabajo no deben tener hoyos, ni grietas. Se recomienda evitar el uso de maderas y de productos que puedan corroerse, y se aconseja como material adecuado acero inoxidable.

Es importante aclarar que no sólo se debe considerar la forma de elaboración del producto para que sea de “calidad”, sino también la higiene durante el proceso. Entonces, para la limpieza y la desinfección es necesario utilizar productos que no tengan olor ya que pueden producir contaminaciones además de enmascarar otros olores. Por otro lado, el agua utilizada debe ser potable, provista a presión adecuada y a la temperatura necesaria. Específicamente, para organizar estas tareas, es recomendable aplicar los POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento) que describen qué, cómo, cuándo y dónde limpiar y desinfectar, así como los registros y advertencias que deben respetarse.

Se aconseja que todas las personas que manipulen alimentos reciban capacitación sobre "*Hábitos y manipulación higiénica*". Este entrenamiento es responsabilidad de la empresa y debe ser adecuado y continuo. Además, debe controlarse el estado de salud y la aparición de posibles enfermedades contagiosas entre los manipuladores.

Es indispensable el lavado de manos de manera frecuente y minuciosa con un agente de limpieza autorizado, con agua potable y con cepillo. Debe realizarse antes de iniciar el trabajo, inmediatamente después de haber hecho uso de los retretes, de haber manipulado material contaminado y todas las veces que las manos se vuelvan un factor contaminante. Debe haber indicadores que recuerden lavarse las manos y un control que garantice el cumplimiento.

El material destinado para el envasado y el empaque deben inspeccionarse siempre con el objetivo de tener la seguridad de que se encuentran en buen estado.

Los vehículos de transporte deben estar autorizados por un organismo competente y recibir un tratamiento higiénico similar al que se dé al establecimiento. Los alimentos refrigerados o congelados deben tener un transporte equipado especialmente, que cuente con medios para verificar la humedad y la temperatura adecuada.

En cuanto al cumplimiento de todas estas pautas, se cuenta con los controles que sirven para detectar la presencia de contaminantes físicos, químicos y/o microbiológicos. Asimismo, hay que verificar que éstos se lleven a cabo correctamente, por lo que deben realizarse análisis que monitoreen si los parámetros indicadores de los procesos y productos reflejan su real estado. Se pueden hacer controles de residuos de pesticidas, detector de metales y controlar tiempos y temperaturas, por ejemplo.

Es indispensable acompañar estas prácticas con documentación. De esta manera, se permite un fácil y rápido rastreo de productos ante la investigación de productos defectuosos.

En resumen, estas prácticas garantizan que las operaciones se realicen higiénicamente desde la llegada de la materia prima hasta obtener el producto terminado. Por tanto, todas aquellas empresas y personas que están involucradas en una cadena agroalimentaria, no pueden, ni deben ser ajenas a la implementación de las BPM.



Estas prácticas son exigidas por los clientes. Su ejercicio le permitirá mantener vigente su negocio

## **15. Normativa técnica, sanitaria y comercial**

Estas normativas, tienen como objetivo, velar que el consumidor pueda disfrutar de un producto sano, nutritivo y en óptimas condiciones de calidad, el cumplimiento de las normas y leyes señaladas por las autoridades sanitarias de estricto cumplimiento para garantizar al consumidor un producto de primera calidad. Con frecuencia se aprecia en los camales que existe una buena actividad gerencial en la parte de la administración del capital, pero, desafortunadamente, se notan deficiencias serias en el manejo sanitario de las operaciones. Es común observar que en ocasiones se sacrifica el valor de la calidad sanitaria en busca de una mejor rentabilidad para la empresa, sin considerar que al dañarse la calidad sanitaria de los productos, la imagen de la empresa se ve perjudicada, con pérdidas económicas no tangibles. La supervisión especializada de la calidad sanitaria de todos los productos y subproductos de origen animal, estará bajo la responsabilidad de personal especializado en técnicas de inspección sanitaria, ya sean médicos veterinarios, inspectores de salud, o cualquier otro personal debidamente capacitado, para cumplir las labores relacionadas con la industria cárnica, el cuidado de los animales, las carnes, las instalaciones, la maquinaria y equipos y los utensilios de trabajo.

El presente estudio se enfoca a la entrega de un producto cárnico, a través de un proceso de faenamiento y distribución de carne de ganado bovino, en virtud de lo cual las normas que debe observar son:

- ✚ Ley Orgánica de la Salud
- ✚ Ley Orgánica de Defensa del Consumidor
- ✚ Codificación de Ley Orgánica de Régimen Municipal
- ✚ Ley de Seguridad Alimentaria y Nutricional
- ✚ Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad
- ✚ Ley de Mataderos
- ✚ Decisión 197 CAN (Norma y Programa Subregional sobre Tecnología, Higiene e Inspección Sanitaria del Comercio de Ganado Bovino para Beneficio de: Mataderos y Comercio de Carne Bovina en la Comunidad Andina de Naciones)
- ✚ Reglamento de Alimentos
- ✚ Reglamento a la Ley de Defensa al Consumidor

- ✚ Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos
- ✚ Reglamento para el Control Sanitario de Alimentos que se expenden en la vía pública.
- ✚ Reglamento para Bares Escolares
- ✚ Reglamento del Sistema Integrado de Alimentación y Nutrición –SIAN
- ✚ Reglamento Técnico Operativo del Sistema Integrado de Alimentación y Nutrición-SIAN

#### Dirección Provincial de Salud Pública de Bolívar

- ✚ Control Sanitario de Alimentos
- ✚ Tasas por Control Sanitario del Ministerio de Salud
- ✚ Tasas por Control Sanitario y Permisos de Funcionamiento. Reforma
- ✚ Reglamento de cobro de importes por procedimientos en el Instituto Nacional de higiene
- ✚ Plan de emergencia en los establecimientos sujetos a control sanitario.
- ✚ Registro de los Establecimientos de Alimentos, Certificados Oficiales
- ✚ Registro de Medios de Transporte para Alimentos, Certificado Oficial
- ✚ Registro de Alimentos Procesados
- ✚ Sistema de Inspección y Auditorias de Control Periódico
- ✚ Registro Sanitario para Comercialización

Para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario, el Ministerio de Salud Pública ha determinado varios requisitos.

Para el caso de la nueva empresa, planta de faena miento y distribución de carne de ganado bovino, los requisitos son los siguientes:

- ✚ Planilla de inspección
- ✚ Solicitud valorada de permiso de funcionamiento
- ✚ Planos de distribución de áreas
- ✚ Planos de ubicación de equipos y flujo de proceso productivo
- ✚ Métodos y procedimientos tecnológicos para cada producto
- ✚ Lista de productos que comercializan (Distribuidora de alimentos)
- ✚ Carnets de Salud ocupacionales (Original y copia)
- ✚ Copia de la cédula del propietario
- ✚ Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC) del establecimiento
- ✚ Copia de certificado del Cuerpo de Bomberos
- ✚ Factura pago derechos correspondientes

El trámite para la aprobación demora aproximadamente quince días laborables.

## **16. Requisitos para el funcionamiento**

### **16.1. Para obtener el RUC.**

1. Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del Titular.
2. Planilla actual de pago de servicios

El trámite es inmediato; en caso que el Servicio de Rentas Internas SRI necesite realizar la verificación de la dirección, el RUC es enviado por Courier en 48 horas.

### **16.2 Para obtener el Registro de patentes municipales**

Su registro e impuesto se grava a toda persona natural o jurídica que ejerce actividades comerciales dentro de la ciudad de Guaranda

### **16.3. Requisitos:**

Patentes para personas naturales:

Para inscribir y obtener por primera vez:

1. Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas y formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
2. Presentar la planilla de mejoras emitidas por el Departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales
3. Que requieran el permiso de funcionamiento.
4. Original y copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
5. Original y copia de carta de pago de impuesto predial.

## **CAPITULO II**

### **2. METODOLOGIA**

#### **Tipo de Investigación**

Sabino, C. (2005) define al diseño de campo como aquellos que se basan en información de datos primarios obtenidos directamente de la realidad. Escogiéndose entonces por permitir conocer las verdaderas condiciones donde se han conseguido los datos, haciendo a la vez posible su revisión y modificación en el caso en que surjan dudas respecto de la calidad de la medición.

El mismo autor 2005, define también a los estudios descriptivos expresando “La investigación descriptiva consiste en describir algunas características fundamentales en conjunto homogéneo de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto su estructura y comportamiento”

Basado en lo anterior, se delimitaran los hechos que conforman el problema, se estructuraran los diferentes elementos que componen el tema para luego recolectar y analizar las pautas y actividades a realizarse en la gerencia del centro de expendio de carne bovina.

#### **2.1 Localización de la investigación**

La presente investigación tiene la finalidad de conocer la gerenciación del centro de expendio de carne que está ubicado en el Cantón Guaranda, Provincia Bolívar.

#### **2.2 Universo y muestra**

##### **Población**

Hernández y otros (2005) definen a la población como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Debiendo situarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y en el tiempo.

Por consiguiente el conjunto poblacional del presente estudio está conformado por la población urbana de la ciudad de Guaranda, divididas en tres parroquias urbanas con un total de 5213 familias encuestadas.

### **2.3 Técnicas de recolección de datos**

Para el logro de los objetivos propuestos es fundamental la recolección de datos, lo que hace importante utilizar técnicas e instrumentos apropiados el máximo de información y así obtener datos de manera exacta y lo más cercano a la realidad.

En esta investigación se aplicó un instrumento que sirvió para recoger los datos provenientes de la encuesta estructurada realizada por el investigador en la cual trata acerca de gustos y preferencias de los consumidores potenciales de carne de res.

#### **2.3.1. Encuesta**

Utilizada para obtener información deseada en forma homogénea, está constituido por series de preguntas escritas, pre definido y secuencial.

Estas encuestas fueron dirigidas a los clientes para determinar, los gustos, necesidades y sus requerimientos, en conclusión para saber cómo satisfacer sus necesidades, de la manera más óptima posible.

Con la finalidad de desarrollar una investigación que responda a los objetivos de estudio, la encuesta definitiva, está alineada de manera que se pueda obtener toda la información posible para determinar correctamente las estrategias futuras de comercialización y de fijación de precios. Estrategias de cambio

### **2.4. Tamaño del Universo**

En base a la matriz de segmentación, se determina el tamaño del universo, según el Municipio de Guaranda, existen 5213 viviendas ocupadas por personas de las cuales 1389 pertenecen a la parroquia Chávez, 2057 a la Parroquia Veintimilla, 1767 a la parroquia Guanujo.

Para determinar el universo se sumará el número de viviendas de las tres parroquias urbanas de la ciudad de Guaranda que nos da un total de 5213.

## 2.5. Determinación de la muestra

Sirve para medir el grado de entendimiento y la comprensión de las preguntas a plantearse en la encuesta.

## 2.6. Cálculo del tamaño de la muestra

Se aplicó la técnica de Muestreo Probabilístico, el tipo de muestreo será aleatorio simple, utilizado en un universo homogéneo, de acuerdo a los criterios de segmentación antes mencionado

### 2.6.1. Población o universo (m)

La población del proyecto de gerencia del centro de comercialización de carne de ganado Bovino “es de 5213 viviendas.

## GRADO DE ERROR

Porcentaje que define la variación máxima que se toleraría entre la muestra y la población, ese error en que podría incurrirla investigación, para este caso se aplicará un error del 8% que es aceptable para este tipo de investigaciones.

**Definidos los parámetros de medición se trabajará con los siguientes datos:**

Población(m)=	5213 viviendas
Muestra (n) =	?
Grado de error(e)=	8%
Fracción (F) = 34.35	
Fracción muestral (Fm)	0.0291

Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{m}{e^2 (m-1)+1}$$

$$F_m = \frac{n}{m}$$

**Dónde:**

M= Población.

N= muestra.

E= Grado de error.

F= Fracción.

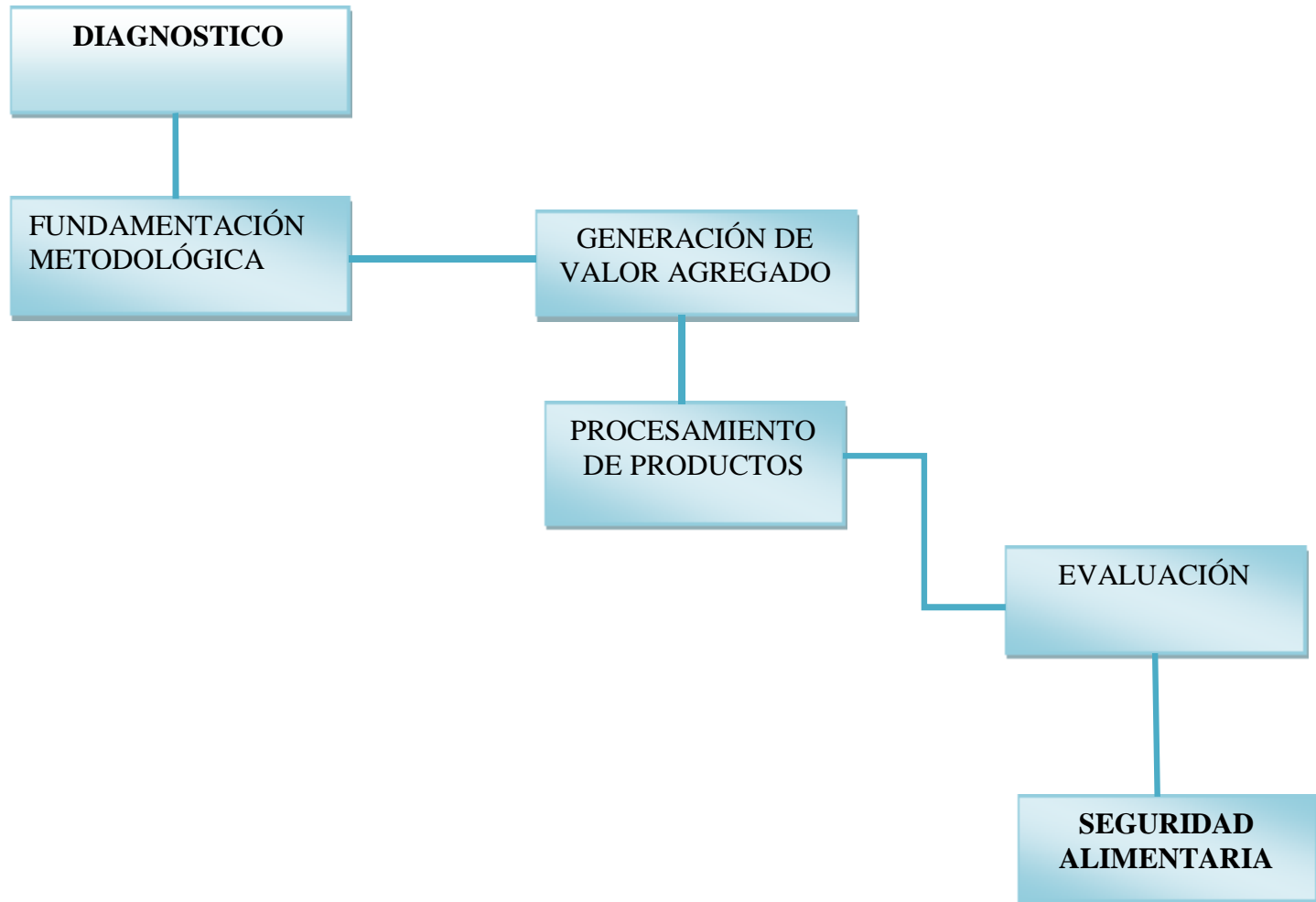
F<sub>m</sub>= Fracción muestral.

**Desarrollando la fórmula:**

$$n = \frac{5213}{0,08^2 (5213-1)+1}$$

$$n = \frac{5213}{34.35} = 151.75$$

n= 151.75=152encuestas





### CAPITULO III

#### 1. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.

#### GENERO

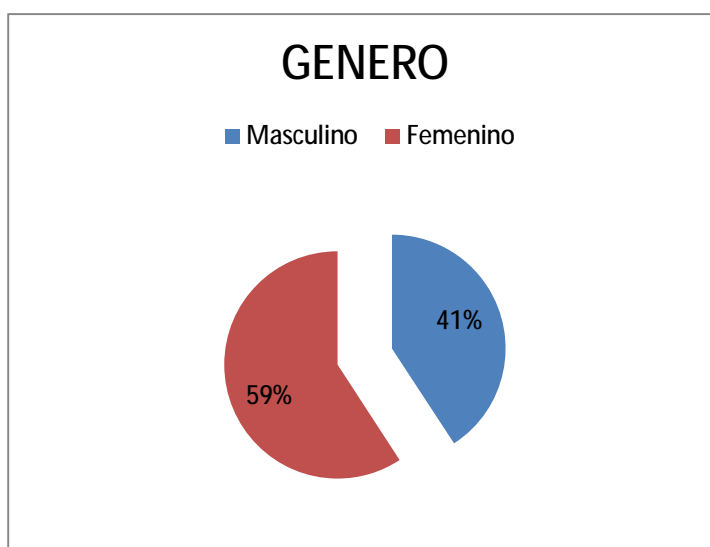
CUADRO N° 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	62	41%
Femenino	90	59%
<b>TOTAL</b>	152	100%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 1



**Análisis:** El 59 % son mujeres y el 41 % son de lo cual podemos observar que los potenciales consumidores de carne bovina en la mayor parte son mujeres pero con un alto porcentaje del sexo masculino.

## EDAD

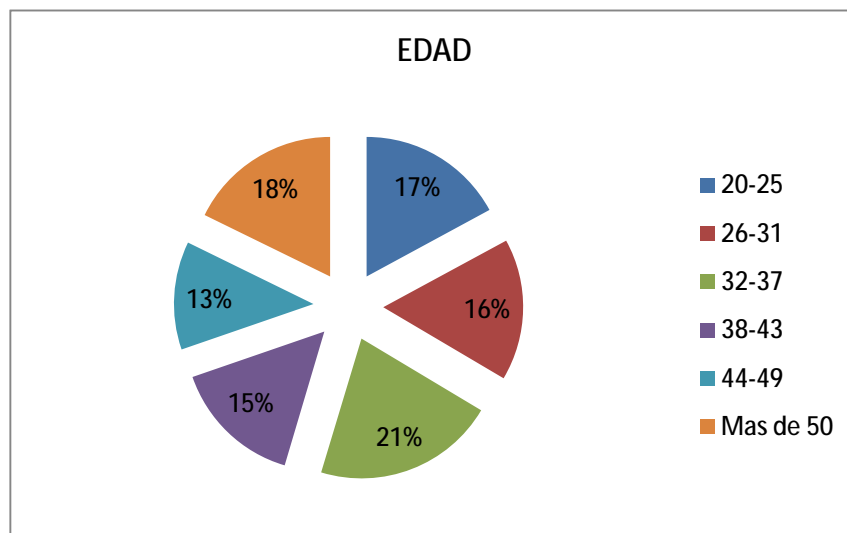
CUADRO N° 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-25	26	17%
26-31	25	16%
32-37	32	21%
38-43	23	15%
44-49	19	13%
Más de 50	27	18%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 2



**Análisis:** La edad oscila entre 20 y 70 años de edad, por lo que podemos decir que los consumidores de carne no tienen un límite de edad para su consumo

## NIVEL DE EDUCACION

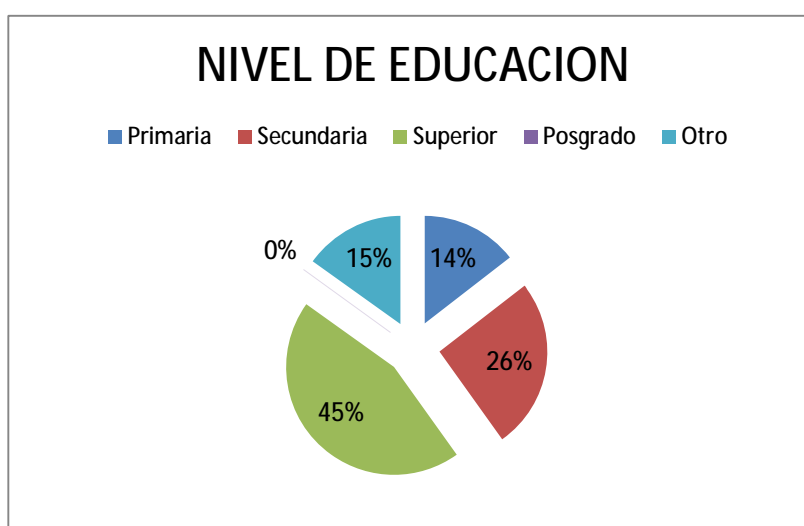
CUADRO N°3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	22	14%
Secundaria	39	26%
Superior	68	45%
Posgrado	0	0%
Otro	23	15%
<b>TOTAL</b>	152	100%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N°3



**Análisis:** El 45% tienen un nivel de educación superior, el 26 % tiene estudios secundarios, el 15% primaria, y 14% otro nivel lo que se refiere a que no pudieron culminar la primaria, se puede observar que la mayoría de personas encuestadas contestaron que tienen un nivel superior, con la observación que no necesariamente tenían un título superior sino que habían cursado la universidad. Mientras que una cantidad considerable de la muestra dice que los compradores potenciales tienen un nivel de instrucción de secundaria.

## SECTOR DE RESIDENCIA EN LAS PARROQUIAS

CUADRO N°4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Veintimilla	60	39%
Chávez	51	34%
Guanujo	41	27%
<b>TOTAL</b>	152	100%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 4



**Análisis:** La mayor parte de las encuestas fueron realizadas en la parroquia Veintimilla, por existir el mayor número de población, seguido por la parroquia Chávez y por último, por la parroquia Guanujo. La pregunta se realizó básicamente para dividir las encuestas en las diferentes parroquias, tomados como referencia de investigación.

## TENENCIA DE VIVIENDA

CUADRO N°5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propia	100	66%
Arrendada	45	30%
Heredada	7	5%
<b>TOTAL</b>	152	100%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 5



**Análisis:** En cuanto al dato de vivienda la mayoría de personas de la muestra que es el 66% tiene vivienda propia, es un alto porcentaje de potenciales compradores de carne que tienen vivienda propia, dato que nos permite de alguna manera relacionar y definir el perfil del consumidor.

## NUMEROS DE MIEMBROS DE LA FAMILIA

CUADRO N°6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3	56	37%
De 3 a 5	60	39%
De 5 o mas	36	24%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 6



**Análisis:** La muestra dio como resultado que las familias con un 39% están conformadas en su mayoría de 3 a 5 personas, situación de estudio que se debe tomar en cuenta para la elaboración del contenido de los filetes de carne.

## OCUPACION ACTUAL

CUADRO N°7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ama de casa	30	20%
Negocio	43	28%
Profesional	2	1%
Empleado	77	51%
Ninguno	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 7



**Análisis:** La mayor parte son empleados públicos lo que nos hace notar que en nuestro cantón hace mucha falta el desarrollo de la empresa privada, la ocupación que predomina notablemente en la investigación es el empleado público que tiene los medios y genera recursos para realizar permanentemente las compras, seguido del empleado privado con un 28%. Llama notablemente la atención el porcentaje de amas de casa con el 20% y se puede concluir que hoy en día cada vez más la mujer pasa a formar parte de la población que labora fuera de su hogar para aportar en los gastos de la economía familiar.

## CONSUMO DE CARNE DE RES

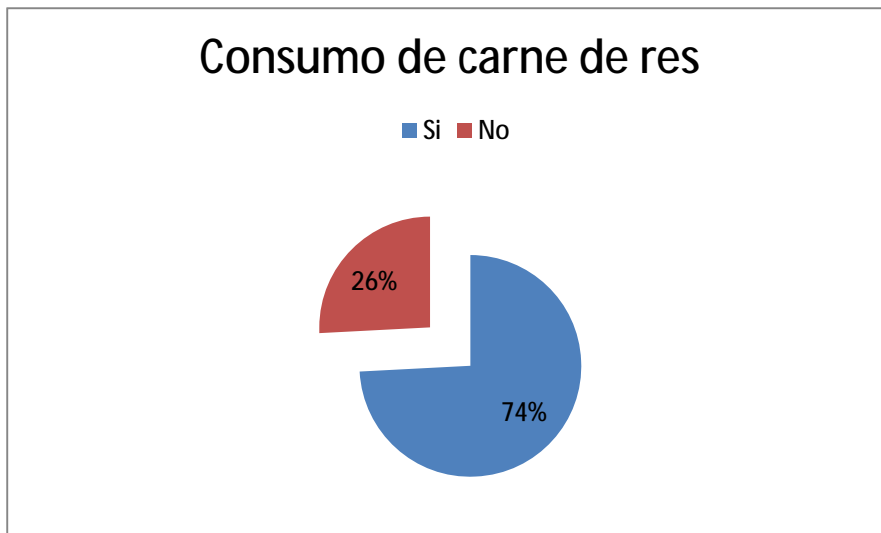
CUADRO N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	118	77.76%
No	34	22.24%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 8



**Análisis:** De la muestra total el 74 % de los encuestados consume carne de res, siendo un factor importante a analizar dentro de la demanda se refiere a los hábitos de consumo, pues los mismos a pesar del crecimiento de la población determinan la magnitud de la demanda que existe en el mercado. A través de la determinación de los hábitos de consumo se podrán también definir las características de los consumidores principalmente en lo referente al nivel de ingresos que posee. Mientras mayor sea el nivel de ingresos del consumidor mayor será su hábito de consumo o poder adquisitivo para consumir y viceversa. Sin embargo, ésta teoría no siempre se cumple, pues existen consumidores con un elevado nivel de ingresos que no destinan todo al consumo de bienes y servicios, es decir no poseen un hábito de consumo en el mercado.



## **CONSUMO DE CARNE DE RES EN CORTES DIFERENCIADOS**

El 100% de los encuestados respondieron afirmativamente; considerando que el mercado meta son los potenciales consumidores de carne de ganado bovino cuya finalidad es satisfacer la demanda de alimentación de la ciudad del sector urbano de Guaranda, es importante para el proyecto; debido que, de la demanda insatisfecha, depende el incremento del mismo.

## LE GUSTARÍA HACER SUS PEDIDOS A DOMICILIO MEDIANTE UNA LLAMADA TELEFÓNICA

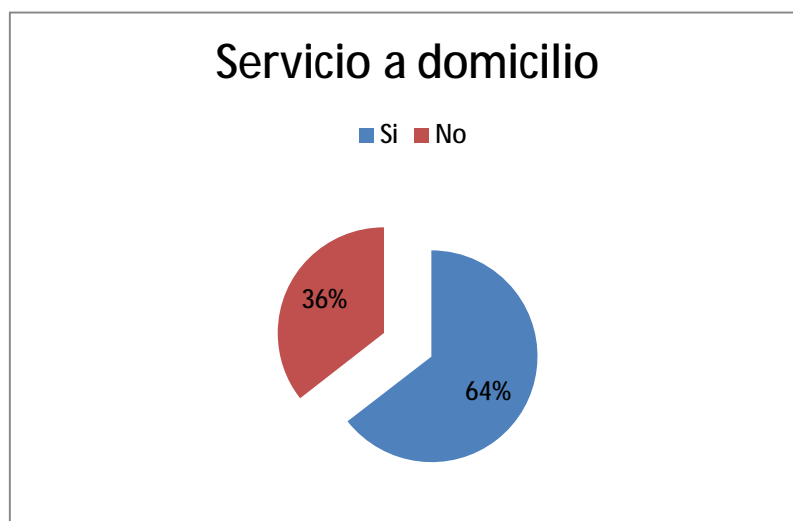
CUADRO N° 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	98	64.47%
No	54	35.92%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N°10



**Análisis:** El 64% están dispuestos a analizar esta nueva propuesta de negocio, que a la mayoría les pareció un proyecto muy atractivo para mejorar el negocio, optimizando tiempo y dinero, pero también existe un 36% que no preferiría cambiar la forma de compra, pero no se cierran a la oferta de esta nueva idea de negocio.

## CON QUE FRECUENCIA COMPRA CARNE DE RES

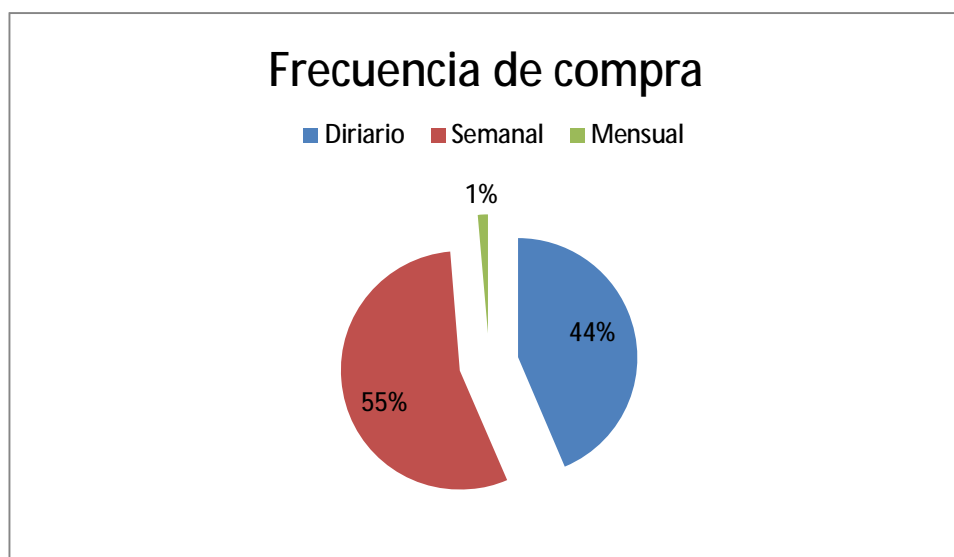
CUADRO N° 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	67	44%
Semanal	84	55%
Mensual	1	1%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 11



**Análisis:** La frecuencia de los pedidos con mayor porcentaje es semanalmente ya que obtuvo un 55%, porque en esta frecuencias realizan las compras en los distintos mercados de la ciudad, 44% cada día y con apenas 1% realizan la compra de carne mensualmente.

## COMO PREFIERE QUE LE VENDAN LA CARNE REFRIGERADA O CONGELADA

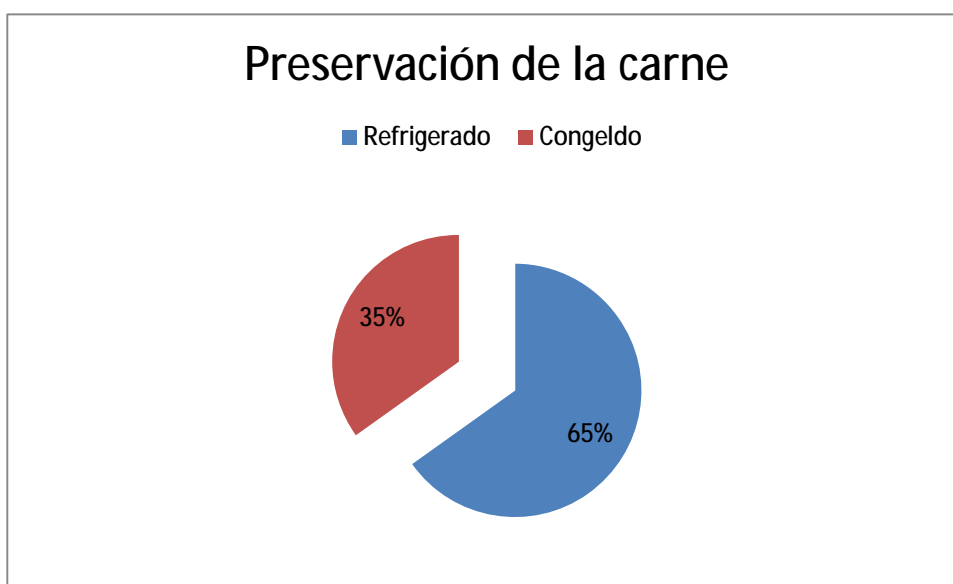
CUADRO N° 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Refrigerado	99	65%
Congelado	53	35%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 12



**Análisis:** Después de consultarles si preferirían esta empresa, se les pregunto bajo que modalidad preferirían que le entregue la carne de ganado bovino ,el resultado fue de, un 65% refrigerada ósea que después de realizar el deshuesado, los cortes libres de piltrafa sean sometidos a enfriamiento, el 35% la prefiere sometida a congelación pero siempre que la carne este fileteada, lo que quiere decir que la empresa debe producir las dos modalidades para satisfacer los requerimientos de los clientes.

## USTED COMPRA CARNE PURA O PURA HUESOS

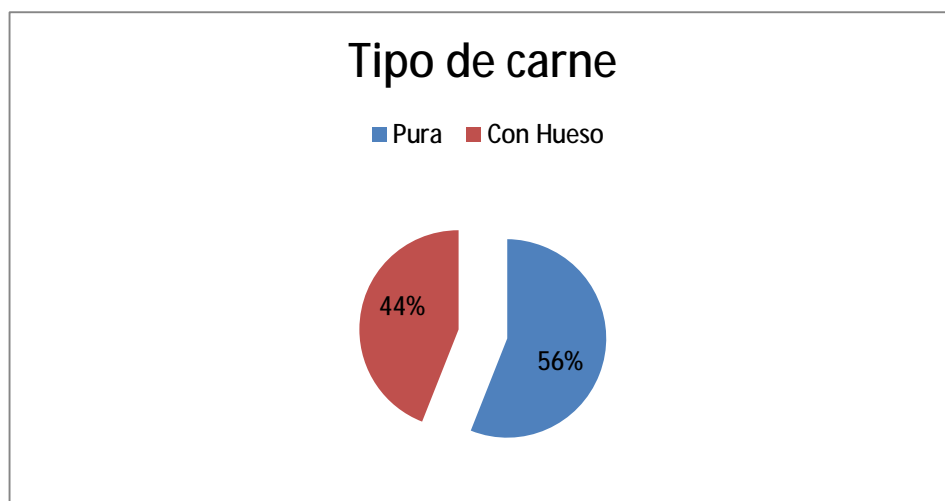
CUADRO N° 13

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pura	85	56%
Con Hueso	67	44%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 13



**Análisis:** El corte con mayor porcentaje en cantidad, que adquieren los encuestados es la suave con un 56%, esto quiere decir, que es el corte con mayor demanda por la población; seguido del hueso con el 44%, hay que tomar en consideración que estos dos cortes van relacionados, ya que por ejemplo, en la mayoría de negocios si se vende una libra de suave, tiene que comprar  $\frac{1}{2}$  libra de hueso, ya que, por medio de esta condición les venden sus proveedores y no pueden perder en la venta del hueso, los consumidores se han acostumbrado a esta modalidad, o algunos prefieren ir a los supermercados donde compran los cortes a su elección.

## CUANTOS KILOS COMPRA

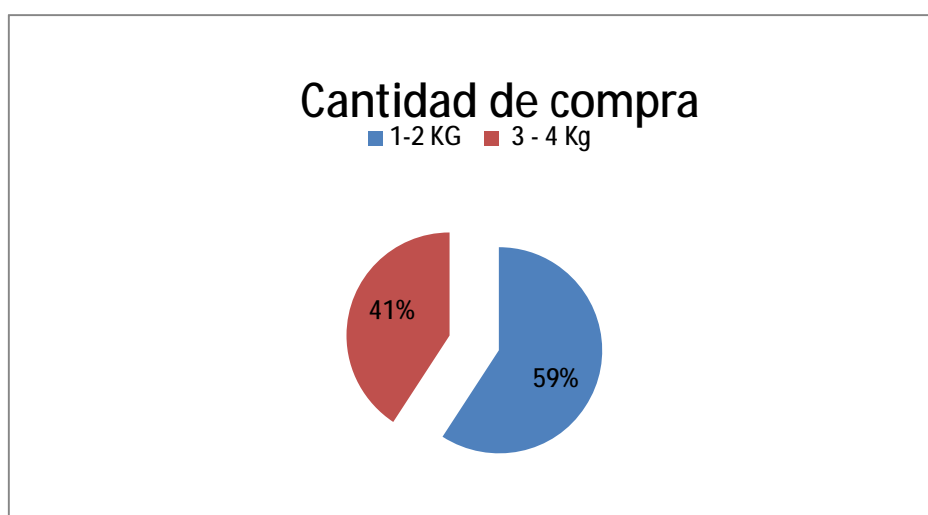
CUADRO N° 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2 KG	62	41%
3 - 4 Kg	90	59%

Fuente: Información recolectada a consumidores los días sábados 7, 14,21 de mayo del 2011.

Elaborado por: Willian Segura.

GRAFICO N° 14



**Análisis:** Las cantidades que adquiera semanalmente, va a depender de la forma que compren la carne, 59% adquiriría entre 3 y 4 kilos, un 41 % entre 1 y 2 kilos, la población que compra carne diariamente está entre 1 a 2 Kilos y la mayoría de quienes compran semanalmente esta sobre los 2 Kg, lo que da un promedio de compra por familia de 2,5 Kg/día.

## CAPITULO IV

### PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACION DE CARNE BOVINA

NOMBRE DEL REPRESENTANTE	<b>William Segura</b>
NOMBRE DE LA EMPRESA	Santa Gertrudys
LOCALIDAD	Guaranda
FECHA	

### RESUMEN EJECUTIVO

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b>	Frigorífico "Santa Gertrudys"
<b>TIPO DE EMPRESA:</b>	<b>Venta de carne de ganado bovino</b>
<b>LOCALIDAD DE LA EMPRESA:</b>	<b>Guaranda</b>
<b>AÑOS DE OPERACIÓN:</b>	6 años
<b>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA:</b>	<b>Es una empresa dedicada a la venta de carne bovina.</b>
<b>NÚMERO DE SOCIOS:</b>	Está compuesta por dos socios
<b>PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECER:</b>	Venta de carne de ganado bovino en cortes diferenciados , entrega a domicilio,
<b>ESTRUCTURA JURÍDICA:</b>	Registrar en la superintendencia de compañías

## **JUSTIFICACION**

A nivel de la historia el consumo de carne como alimento a mantenido una posición prestigiosa, tanto social como económica. En la medida en que las naciones se industrializan, mejoran sus economías y el consumo de carnes aumenta. Además, mientras las personas prosperan social y económicamente, tienden a demandar una mejor calidad y cantidad de productos cárnicos (Hedrick et al., 2006).

En la actualidad, la globalización de la economía, caracterizada por la apertura comercial, la ampliación de las inversiones e innovaciones tecnológicas promueve la competitividad de todos los sectores económicos, generando la posibilidad de que los productos puedan acceder en mejores condiciones de precios y calidad en el mercado.

En el Ecuador, a pesar de los problemas ocasionados por la crisis económica y la presencia de fenómenos naturales adversos, el desarrollo de la actividad ganadera, durante los últimos años, ha sido lenta, pero de igual manera ha contribuyendo a la generación de empleo y de riqueza, constituyéndose en un rubro importante del PIB, que para el 2008, según el Gobierno estima que la economía ecuatoriana crecerá, en un promedio superior al 4.2%, aun monto de 47851.3 millones de dólares, lo que se estima que el sector agropecuario contribuirá a este rubro con 15639.7 millones de dólares.



## OBJETIVOS

- ✚ Ofrecer un producto de calidad a los consumidores del sector urbano del cantón Guaranda, de modo que, en el tiempo adquiriera una mejor reputación.
- ✚ Establecer un precio acorde al segmento al cual está dirigido este estudio, que permita ser más competitivo en el mercado.
- ✚ Alcanzar una rentabilidad del 25% a partir del primer año, a través de la utilización óptima de los recursos.
- ✚ Promover el mejoramiento continuo en todas las actividades a realizarse, con la finalidad de ofrecer un producto que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.
- ✚ Alcanzar una importante participación del mercado, mediante el establecimiento de estrategias competitivas que permitan realizar una administración eficaz y eficiente.
- ✚ Analizar la demanda histórica, actual y proyectada, con el fin de establecer la demanda insatisfecha existente, que será cubierta en un porcentaje razonable con la ampliación de la empresa.
- ✚ Identificar el comportamiento de los potenciales clientes frente a producto ofrecido.
- ✚ Establecer una estrategia de producto diferenciado a través de estándares de calidad de higiene altamente competitivos en el expendio de carne de ganado bovino
- ✚ Empaquetado al vacío de las carnes.
- ✚ Determinar estrategias de precio, promoción y plaza, para facilitar introducción del producto en el mercado en condiciones que satisfaga las expectativas de los consumidores.

## **PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA**

### **La empresa**

“Es la unidad económica encargada de la producción de bienes y servicios; desde otro punto de vista, se puede entender por empresa al conjunto orgánico de factores de producción, ordenados según ciertas normas sociales y tecnológicas que tienen como fin lograr objetivos de tipo económico.”

Todas las actividades que engloban la empresa y su administración, deben ser previstas adecuadamente desde la etapa inicial, ya que esa es la mejor manera de garantizar que los objetivos de la empresa se cumplan. De igual forma, todo proyecto, antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes.

### **Nombre o Razón Social**

Toda empresa debe tener un nombre que la identifique, lo cual es importante para toda gestión que debe cumplir durante su existencia.

La empresa se denomina:

“Frigorífico Santa Gertrudys”

(Comercialización y venta de Carne)

El nombre se identifica con la estrategia de la empresa, comercializar carne de ganado bovino, seleccionada de alta calidad.

Con este nombre se registrará la Empresa en la Superintendencia de Compañías, en el Registro Mercantil y demás esta mentosa los que por Ley deba pertenecer.

## Logo Tipo y Slogan

La empresa “Frigorífico Santa Gertrudys” para conseguir posicionarse en el mercado debe tener un logo que identifique el producto a comercializarse.

El logo de la empresa Santa Gertrudys, toda vez que se dedicará a la comercialización de carne de ganado bovino, el cual refleja una vaquita que viene a ser la materia prima, dentro de un sello que distingue a productos de excelente calidad

A demás tendrá un slogan que reafirme la idea principal que la empresa SANTAGERTRUDYS

***“NUESTRO ÉXITO SE LO DEBEMOS A SU PREFERENCIA Y CONFIANZA”***



## **Titularidad de propiedad de la empresa**

Según el Art. 2 de la Ley de Compañías vigente en el Ecuador, existen las siguientes categorías de empresas:

- ✚ La compañía en nombre colectivo.
- ✚ La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- ✚ La compañía de responsabilidad limitada.
- ✚ La compañía anónima.
- ✚ La compañía de economía mixta.

## SOCIEDADES MERCANTILES

### CUADRO N° 1.

<b>Sociedades</b>	<b>No. De Socios</b>	<b>Capital Mínimo</b>	<b>Capital pagado</b>	<b>Responsabilidad de los socios</b>
<b>Compañía de nombre colectivo</b>	2 o más	-	50%	Solidaria e ilimitadamente
<b>Compañía en comandita simple</b>	2 o más	-	50%	Solidaria e ilimitadamente Por el valor de su aporte
<b>Compañía de responsabilidad limitada</b>	De 2 a 15	\$400	50%	Solidaria e ilimitadamente Por el valor de su aporte
<b>Compañía Anónima</b>	2 o más	\$800	25%	Solidaria e ilimitadamente Por el valor de sus acciones
<b>Compañía de Economía Mixta</b>	2 o más	\$800	25%	-
<b>Compañía en comandita dividida por acciones</b>	2 o más	\$800	25%	Solidaria e ilimitadamente Por el valor de sus acciones

La empresa SANTA GERTRUDYSS en virtud de su actividad adoptara la modalidad compañía de responsabilidad limitada, puesto que inicialmente estará conformada por 2 socios, los cuales están dispuestos a contribuir ya sea con activos fijos y/o dinero en efectivo.

De acuerdo a la ley, el capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a US\$ 400 (cuatrocientos dólares) de capital suscrito, y como capital pagado el equivalente al 50% de dicho valor el cual se depositará en una cuenta de integración inmovilizada hasta la constitución.

El nombre de la empresa para este tipo de compañías debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objeto para el cual se forma incluyendo además el texto de responsabilidad limitada o su abreviatura Cia. Ltda.

Los socios solamente responden por un máximo equivalente al monto de su participación individual.

Santa Gertrudys Cia. Ltda. De acuerdo a la legislación nacional vigente, para el funcionamiento de la empresa se requiere realizar los siguientes trámites legales, cada uno de los cuales requiere del cumplimiento de determinados requisitos:

- ✚ Registrar el nombre y la actividad de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- ✚ Inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio
- ✚ Inscripción en el Registro Mercantil
- ✚ Registro de la marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad intelectual.

### **Tipo de empresa**

Según la Clasificación Industrial Internacional Unificada (CIIU), así como a la clasificación en función al tipo de actividad que establece la Superintendencia de Compañías la actividad de la empresa pertenece al sector:

**D** Industrias manufactureras,

**División: 15:** Elaboración de productos alimenticios y bebidas

**Grupo: 151:** Producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas.

**Clase: 1511:** producción de carne y de productos cárnicos.

**1511.0:** producción de carnes frescas, refrigeradas o congeladas.

**1511.00-** Producción de carne de ganado bovino, ovino y porcino.

La importancia del sector primario en el Ecuador, se refleja en el peso del sector en el Producto Interno Bruto (PIB) 26% y en la Población Económicamente Activa (PEA) total, que según el Servicio de Información y Censo Agropecuario (SICA) en 2007 aproximadamente unas 140.000 personas dependen directamente de esta actividad.

## BASE FILOSÓFICA

“La base filosófica, es la que guiará a la cultura corporativa, la misma que es la fuerza que posibilita la cohesión de una empresa”

## VISIÓN

“La visión institucional, nos permite visualizar como debería ser y actuar la empresa en el futuro, basada en los valores y convicciones de sus integrantes”

Establecerse, en el 2014, en una de las empresas líderes en el proceso de comercialización de carne de ganado bovino, para la ciudad Guaranda, con un producto de calidad a través del mejoramiento continuo, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

## MISIÓN

“La misión es la definición de la razón de existencia y la naturaleza de un negocio”

Santa Gertrudys Cía. Ltda. Es una empresa especializada en la comercialización de carne de ganado bovino, utilizando materia prima seleccionada, de modo que garantice la exigencia del cliente, cumpliendo con normas sanitarias y preservando el ambiente.

## **Estrategia empresarial**

“La estrategia de una empresa descansa en el hecho de llevar a cabo la planificación estratégica mediante un proceso para adaptar a largo plazo sus recursos y objetivos a las oportunidades que el mercado presenta”

Es por ello, que una estrategia exitosa es aquella que atrae clientes de posiciones establecidas o a nuevos clientes al mercado.

Para alcanzar su objetivo, la empresa Santa Gertrudyss Cía. Ltda. debe establecer estrategias que se definen como los resultados que se esperan alcanzar en un periodo de tiempo.

Las estrategias a aplicarse son:

### **Estrategia de competitividad**

Para poder implantar una clara ventaja competitiva frente a los canales o empresas de venta de cárnicos, Santa Gertrudyss Cía. Ltda. Aplicará la estrategia de *DIFERENCIACIÓN*, cuya finalidad es ofrecer una carne de excelente calidad que cumpla estrictamente con todas las normas sanitarias y además que la entrega será directamente a los clientes.

### **Estrategia de crecimiento**

Para ampliar el mercado se debe atraer nuevos clientes o aumentar la frecuencia de compra de los clientes actuales, gracias al mejoramiento continuo y la aplicación periódica de encuestas, para conocer cuáles son las sugerencias y requerimientos de los clientes.

### **Estrategia de competencia**

La empresa Santa Gertrudyss Cía. Ltda. Está interesada por un segmento rentable y duradero que son los consumidores de cárnicos.

### **Estrategia operativa**

Se busca minimizar los costos y elevar el nivel de productividad, sin descuidar la calidad de producto con una cultura basada en el ahorro.



## **PRINCIPIOS Y VALORES**

### **PRINCIPIOS**

“Elementos éticos aplicados que guían las decisiones de la empresa, y definen el liderazgo de la misma”

**Compromiso.-** Todas aquellas personas, que forman parte de la organización, deben estar comprometidas a dar lo mejor de sí mismos, cumpliendo con sus funciones y tomando las decisiones que les atribuyen las mismas; manteniendo así un ambiente de respeto y sana competencia

**Calidad.-** Todos los empleados, deben velar por la calidad del producto, en todos los procesos de la empresa, para satisfacer las necesidades establecidas por los clientes.

**Liderazgo.-** Se guiará a todos los miembros de la organización, hacia la excelencia y el trabajo en equipo, creando un ambiente de respeto, motivación y lealtad.

### **VALORES**

“Un valor es una creencia permanente sobre lo que es apropiado y lo que no lo es, que guía las acciones y el comportamiento.”

**Honestidad.-** elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa con transparencia y rectitud.

**Cooperación.-** transmitir ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permita la obtención de buenos resultados y la solución de problemas.

**Responsabilidad y dedicación.-** en el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.

**Puntualidad.-** Estar a tiempo en el momento de la entrega del producto a los clientes.

**Solidaridad;** al darse el nacimiento de una empresa todos trabajaremos hombro a hombro para sacarla adelante y lograr juntos todos los objetivos y las metas de la misma.

## **LA ORGANIZACION**

La organización es un agrupamiento de actividades necesarias para desarrollar planes a través de unidades administrativas, definiendo las relaciones jerárquicas entre los jefes y sus subalternos. La organización es una estructura dentro de la cual se realiza el trabajo específico de cada empresa.

### **Estructura Orgánica**

La estructura organizacional implica orden, articulación y comunicaciones jerárquicas, llevadas en forma dinámica. Dentro de una organización las funciones son el agrupamiento de las principales unidades de trabajo, mediante la reunión lógica y armoniosa de actividades afines.

### **Descripción de las Funciones**

Cuando se realiza la selección de personal para un determinado cargo, se establecen una serie de parámetros que determinen las características técnicas y personales de la persona que se quiere contratar, acorde con el cargo que va a desempeñar.

### **Junta General de Accionistas**

Está compuesta por tres accionistas los cuales no son miembros de un círculo familiar, esta junta es la encargada de tomar las decisiones de mayor importancia para la empresa, estas decisiones se realizan en consenso, dando paso a la opinión de todos los accionistas y llegando al acuerdo más conveniente de la empresa.

### **Gerente General**

El Gerente General de la Empresa es la máxima autoridad administrativa de la misma y

responde por el correcto desarrollo de todas y cada una de las actividades que se desarrollen en sus instalaciones.

- ✚ Profesional del Sector Financiero con conocimientos en el campo de la Industria Cárnica.
- ✚ Experiencia en cargos similares.
- ✚ Amplio conocimiento de los sistemas contables y financieros.
- ✚ Experiencia en el manejo del sistema bancario.
- ✚ Buenos conocimientos sobre la comercialización y mercadeo de los productos de la industria cárnica.
- ✚ Excelente presentación personal.
- ✚ Magníficas relaciones humanas.
- ✚ Excelentes referencias de su desempeño laboral y personal.

### **Secretaria- Contadora**

Es el funcionario directamente responsable del manejo de todas las actividades contables de la Empresa.

También es la persona que asiste al Gerente General en sus actividades administrativas.

- ✚ Contador Público Titulado.
- ✚ Amplio conocimiento de las disposiciones tributarias.
- ✚ Experiencia en cargos similares
- ✚ Buenos conocimientos sobre manejo de computadoras.
- ✚ Amplios conocimientos sobre la legislación laboral y liquidación de nóminas.
- ✚ Excelente presentación personal.
- ✚ Excelentes relaciones humanas.
- ✚ Excelentes referencias laborales y personales.

### **ORGANIGRAMA**

“El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea

uniforme acerca de una organización, este tiene doble finalidad; la primera que es desempeñar un papel informativo, al permitir que los integrantes de la organización y de las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales y una segunda que sirve como instrumentos para análisis estructural”

## Organigrama



# **ESTUDIO DE MERCADO**

## **INTRODUCCIÓN**

El estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio físico definido, durante un periodo de mediano plazo, determinado el precio de transacción.

Adicionalmente, permite identificar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las exigencias del cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en el producto, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

### **Objetivo:**

La investigación de mercado “es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos.”

Con los resultados de la investigación de mercado, la empresa, busca disponer de los insumos necesarios para generar una actividad orientada a satisfacer las necesidades del cliente, con un producto de calidad; es decir, que el producto cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

Además, se determinará el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener la empresa al momento de entrar en el mercado, y así, conocer con mayor certeza las acciones que se deben tomar para cubrir las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

### **Segmentación:**

La segmentación de mercado “es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

“La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores.”

El estudio de mercado de la empresa, se enfocará dentro del área de las Parroquias urbana de la ciudad de Guaranda.

La segmentación se basará de manera fundamental en aquellos habitantes que estén en condiciones y capacidad de adquirir el producto, es decir, aquellas personas que consumen productos cárnicos, ya sea de la forma de canal o cortes.

Las carnicerías tradicionales usan las canales como materia prima, siendo el deshuese su primer proceso.

Los detallistas más modernos (carnicerías de avanzada y algunos supermercados) se proveen mayoritariamente de cortes desde alguna industria procesadora.

La preparación de porciones más pequeñas (trozos empacados) realiza casi siempre en el sitio de venta al detalle.

La empresa, también contará con el proceso de empaquetado de trozos pequeños, tanto de suave como de hueso, con un moderno sistema al vacío.

Para la segmentación de mercado se ha tomado los criterios: geográfico, tipos de actividad económica.

## MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

### CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE LA POBLACIÓN

	Segmento
<b>Ubicación</b>	
Provincia	Bolívar
Cantón	Guaranda
Urbano (densidad de la población)	100%
<b>Factores demográficos</b>	
Edad	Más de 20 años
Sexo	Masculino y femenino
Ingresos	No consultado
Profesión	Varios
Nivel de ingreso	Medio
<b>Estilo de vida</b>	
Activos	General
<b>Comportamiento</b>	
Frecuencia con que utiliza el producto	diario, semanal mensual
Aplicación del producto	Menú alimenticio
<b>Hábitos de compra</b>	
Preferencia de carnes	Pura y con hueso
Conocimiento del precio	Si conoce

## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL PROYECTO

Para efecto de esta investigación se utilizaron las siguientes variables de segmentación:

**Cuadro N°2**

<b>CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO</b>		<b>POBLACIÓN</b>
Segmentación Geográfica	PARROQUIAS DEL SECTOR URBANO DE LA CIUDAD DE GUARANDA.	Chávez Veintimilla Guanujo	20851 habitantes
Segmentación Demográfica	Número de viviendas ocupadas por personas en dichas parroquias		5213 viviendas ocupadas por personas

Fuente: INEC, ENIGHU 2003-2004

Elaborado por: William Segura.

Como se puede observar, el producto estará orientado a clientes que habitan en la ciudad de Guaranda, dedicados a consumir productos alimenticios, dentro de los cuales se encuentran los productos cárnicos, que incluyen carne de ganado bovino; y que adquieren a través de supermercados, tiendas, tercenas, abarroterías o mercados.



## **TAMAÑO DEL UNIVERSO**

En base a la matriz de segmentación, se determina el tamaño del universo, según el Municipio de Guaranda , existen 5213 viviendas ocupadas por personas de las cuales 1389 pertenecen a la parroquia Chávez, 2057 a la Parroquia Veintimilla, 1767 a la parroquia Guanujo.

Para determinar el universo se sumará el número de viviendas de las tres parroquias urbanas de la ciudad de Guaranda que nos da un total de 5213.

Determinación de la muestra sirve para medir el grado de entendimiento y la comprensión de las preguntas a plantearse en la encuesta.

## **CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Probabilístico. El tipo de muestreo será aleatorio simple, utilizado en un universo homogéneo, de acuerdo a los criterios de segmentación antes mencionado

## **POBLACIÓN O UNIVERSO (m)**

La población del proyecto de “gerencia del centro de expendio de carne de ganado bovino” es de 5213 viviendas.

## **GRADO DE ERROR**

Porcentaje que define la variación máxima que se toleraría entre la muestra y la población, es el error en que podría incurrir la investigación, para este caso se aplicará un error del 8% que es aceptable para este tipo de investigaciones.

**Definidos los parámetros de medición se trabajará con los siguientes datos:**

Población (m)=	5213
Muestra (n)=	?
Grado de error (e) =	8%
Fracción (F)=	34.35
Fracción muestral (Fm)=	0.0291

**Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:**

$$n = \frac{m}{e^2 (m-1)+1}$$

$$Fm = \frac{n}{m}$$

Dónde:

M = Población

N = muestra

E = Grado de error

F = Fracción

Fm = Fracción maestra

**Desarrollando la fórmula:**

$$n = \frac{5213}{0,08^2 (5213-1)+1}$$
$$n = \frac{5213}{34.35} = 151.75$$

n = 151.75 = 152 encuestas.

## **Encuesta**

Utilizada para obtener información deseada en forma homogénea, está constituido por series de preguntas escritas, predefinidas y secuenciales; estas encuestas serán dirigidas a los clientes para determinar, los gustos, necesidades y sus requerimientos, en conclusión para saber cómo satisfacer sus necesidades, de la manera más óptima posible.

Con la finalidad de desarrollar una investigación que responda a los objetivos de estudio, la encuesta definitiva, está alineada de manera que se pueda obtener toda la información posible para determinar correctamente las estrategias futuras de comercialización y de fijación de precios.

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

El análisis de la demanda “constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados del con la aceptación del mercado. Los consumidores logran una gran utilidad o satisfacción a través del consumo de un bien o servicio.

El cambio en los gustos, preferencias en cada uno de los consumidores, ocasiona un cambio en la curva de la demanda. Todo ello a través de técnicas concretas de investigación de mercados, intentando recabar la máxima información posible, sobre la situación en la que se encuentra el mercado”

En términos generales la ley de la demanda establece que esta variable está en función de los precios.

Existe una relación inversamente proporcional entre precios y cantidades; esto es, si los precios se incrementan la demanda disminuye y viceversa, si los precios bajan se incrementa la demanda.

## **Factores que afectan la demanda**

En la práctica existen otros factores que influyen en el comportamiento de la demanda, siendo los principales:

- ✚ Nivel de ingresos
- ✚ Gustos y preferencias del consumidor
- ✚ Precio de los productos relacionados.
- ✚ Expectativas de los precios relativos futuros
- ✚ Tamaño y crecimiento de la población.

La demanda del producto que ofrecerá la empresa objeto de estudio, se verá influenciada por:

### **Nivel de ingreso**

Las pautas de consumo alimentario se derivan de las decisiones de compra según las restricciones de los recursos disponibles, debiendo garantizar la ingesta de nutrientes que permitan la sobrevivencia humana.

En la medida en que los ingresos de los consumidores aumentan, su capacidad de demanda de carne tendrá a incrementarse, inclusive las personas pueden cambiar su hábito de consumo. Pero si los ingresos sufren una disminución, la capacidad de compra de los usuarios se limita; y, en consecuencia se reducirá la demanda de este producto.

### **Gustos y preferencias**

El consumo de carnes no solo suministra gran cantidad de proteína imprescindible para el cuerpo, sino que ésta se acompaña de aminoácidos esenciales necesarios. El 20% de la carne es pura proteína. Estas sustancias son indispensables para el crecimiento, las defensas y la regeneración de los tejidos.

La carne de vacuno es, sin duda, la más apreciada. De tal manera que, cuando decimos carne y no especificamos de qué animal proviene, se entiende que nos estamos refiriendo a la de vaca, ternera o buey y no a otra.

Estas reflexiones permiten conducir que, si las personas prefieren consumir productos que cumplan con las características antes señaladas, la demanda del producto de la nueva empresa se verá incrementada, pero si no tienen inclinación por el consumo del producto con las particularidades descritas la demanda puede sufrir una disminución.

### **Tamaño y crecimiento de la población**

El crecimiento cada vez mayor de la población, es un factor positivo que incide en un aumento de la demanda. La carne de res es un alimento de consumo masivo, y entre más personas existan en el área de influencia del proyecto, la demanda de la carne de ganado bovino se incrementará.

El desarrollo demográfico ecuatoriano ha producido considerables oscilaciones en la composición poblacional del país. La tasa promedio de crecimiento anual actual es de 2,1%, lo que genera una expectativa de una demanda cada vez más acentuada de la carne de ganado bovino.

### **Precio de los productos relacionados**

Si el precio de los otros tipos de carne considerados como sustitutos se incrementa, con seguridad la demanda del producto principal, carne de ganado bovino, tendrá a aumentar; pero si el precio de tales productos baja, las personas bien pueden aumentar su consumo, afectando negativamente en la demanda de la carne de res.

Una variación en los precios de aquellos productos identificados como complementarios, no tendrá ninguna incidencia en el comportamiento de la demanda del producto principal.

## CÁLCULOS DE LA DEMANDA

	<b>Segmento población de ciudad de Guaranda</b>	5213
<b>Tamaño del segmento</b>		
<b>(Incluya el cálculo)</b>	Demanda Actual	4054
	<hr/>	
	Demanda Futura	5222
	<hr/>	
	Demanda Insatisfecha	1168
	<hr/>	
	Demanda Mensual kilos carne mensual (2 kg /día )	27671
	<hr/>	

Elaborado por: Willian Segura

## COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

Según el III Censo Agropecuario Nacional publicado en el año 2002, el Ecuador cuenta con más de 200 mataderos localizados, 45% en la Sierra, 38% en la costa y 17% en la Región Amazonía y Galápagos. La mayoría son de propiedad y están administrados por los municipios; el 81% de los mataderos están ubicados en áreas urbanas, 7% en semiurbanas y 12% son rurales.

La demanda de carne de ganado bovino a nivel nacional, presenta el siguiente comportamiento, durante los últimos años:

### DEMANDA HISTORICA

Cuadro N°3

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA KILOS</b>	<b>DEMANDA EN TONELADAS</b>
2003	36.116.511	36.117
2004	36.285.396	36.285
2005	36.687.121	36.687
2006	36.438.651	36.439
2007	50.573.982	50.574

Elaborado por: William Segura

Las personas presentan la necesidad básica de alimentación y un producto que forma parte de la alimentación de la sociedad y el cual es el más común en cada estrato social, es la carne de res, por lo que esta ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años.

### DEMANDA ACTUAL DEL PRODUCTO

En la actualidad, la globalización de la economía, caracterizada por la apertura comercial, la ampliación de las inversiones e innovaciones tecnológicas promueven la competitividad de todos los sectores económicos, a fin de que los productos puedan ser ubicados en mejores condiciones de precios y calidad en el mercado mundial; en este contexto el desarrollo del ganado vacuno ecuatoriano durante los últimos años ha sido notoria, ha jugado un papel relevante en la generación de empleo y de riqueza, constituyéndose en un rubro importante del PIB agropecuario, a pesar de los problemas ocasionados por la crisis económica y la presencia de fenómenos naturales adversos.

## DEMANDA ACTUAL

**Cuadro N°4**

AÑO	DEMANDA KILOS
2008	4054

**Elaborado por: William Segura**

La demanda de carne de ganado bovino en el año 2010, es de 4054, kilos de carne mensuales.

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

“La proyección de la demanda es conocer el monto de consumo futuro a lo largo de la vida útil del proyecto”

**Cuadro N°5**

AÑO	DEMANDA KILOS
2013	5222

**Elaborado por: Willian Segura**


Como observamos en la tabla, calculamos que la demanda para el 2013 será de 5222 kilos en el sector urbano del cantón Guaranda.

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”

Para el presente estudio, la cantidad ofertada está en función de los precios. Si los precios suben la oferta también aumenta; pero si los precios se reducen la oferta tendrá a disminuir.

Existen otros factores determinantes de la oferta ajena al precio, estos son:

-  Costos de producción



- ✚ Tecnología
- ✚ Impuestos y subsidios
- ✚ Expectativas de los precios relativos futuros
- ✚ Número de Competidores

De estos factores, los siguientes tendrán influencia en la oferta de carne de ganado bovino.

### **Factores que afecta a la Oferta**

Los principales factores que afectan a la oferta del mercado para el producto son los siguientes:

#### **Costos de producción**

Si los costos de producción sufren un incremento, la empresa se verá obligada a disminuir la cantidad ofertada; pero si uno o varios de los insumos presentan una reducción en sus costos la empresa estará en condiciones de generar una mayor cantidad ofertada de la carne.

#### **Tecnología**

Si se utiliza tecnologías de punta la empresa generara una mayor producción; caso contrario si se utiliza una tecnología básica; no se generarán aumentos apreciables en la producción.

Estas son algunas de las tecnologías que utilizara la empresa

- ✚ Cuarto frío
- ✚ Esterilizadores para cuchillos y chairas,
- ✚ Equipos de empaque al vacío o para atmósfera controlada,
- ✚ Equipos adecuados para los trabajadores

#### **Impuestos y subsidios**

Si el Gobierno Nacional, dentro de su política fiscal aplica mayores impuestos, estos se verán reflejados en un aumento del costo; y, en consecuencia la cantidad ofertada puede sufrir una tendencia a la baja.

Si se aplicara una política de disminución de impuestos la empresa se verá motivada a

ofertar una mayor cantidad de carne en el mercado.

### **Número de Competidores**

Si el número de competidores se incrementa, la empresa puede verse obligada a disminuir la cantidad ofertada, si alguno de sus clientes decide cambiarse a una de estas nuevas empresas proveedora de carne; pero si uno o varios de los competidores abandona el mercado, la empresa estará en condiciones de generar una mayor cantidad ofertada de la carne.

**Oferta actual.-** La oferta de este año, no se encuentra registrada en el camal municipal del cantón Guaranda, ni en ninguna entidad que brinda esta información, por lo que se realizó un promedio, a través de los datos obtenidos en la oferta histórica, por proyección la oferta actual es de 53068.1 Kg. de carne en la ciudad de Guaranda.

### **OFERTA ACTUAL**

**Cuadro N° 6**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA kG.</b>
2010	530568.1

Elaborado por: William Segura.

### **ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

“Se llama demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.”

### **DEMANDA INSATISFECHA**

**Cuadro N° 7**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>
2010	1168

Elaborado por: William Segura

## **ANÁLISIS DE PRECIOS**

El precio es "la cantidad de dinero que debe pagar un cliente para obtener el producto"

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el cliente sobre el producto. Lo que determinara los ingresos para la empresa y su margen de utilidad.

Los factores que influyen en el comportamiento de los precios son:

- ✚ Objetivos de la empresa
- ✚ Costos
- ✚ Elasticidad de la demanda.
- ✚ Valor del producto ante los clientes.
- ✚ La competencia.

### **Factores que influyen en el comportamiento de los precios**

Para la empresa habrá que considerarse los siguientes factores:

#### **Objetivos de la empresa**

El objetivo que desea alcanzar la empresa es determinar la viabilidad de gerenciar una empresa dedicada al expendio de carne de ganado bovino, ofreciendo un producto de calidad y garantizando un margen de utilidad adecuado.

#### **Costos**

Los costos a contemplarse para estimar el precio del producto son: el valor de los equipos para la comercialización, el pago a los trabajadores y el transporte para comercializar la carne hasta llegar al cliente.

## **Elasticidad de la demanda.**

Denominado también Elasticidad precio de la Demanda es una medida del grado al cual los consumidores responden ante los cambios del precio del bien o servicio. Aumentando o disminuyendo las cantidades que compran.

Existen tres tipos de elasticidad de la demanda:

- ✚ Demanda Elástica
- ✚ Demanda Inelástica
- ✚ Demanda Unitaria

El producto que ofrecerá la empresa, es la carne de ganado bovino, el mismo que está dentro de la alimentación básica del mercado ecuatoriano ,entonces, cualquier bien cuyo consumo sea más o menos fijo y no se vea tan afectado por el precio tiene una demanda inelástica

## **Valor del producto ante los clientes.**

Aunque este sea un producto de consumo masivo, la nueva empresa pretenderá, entregar a sus clientes un valor superior al momento de la compra, gracias a la calidad de la carne, la higiene en todo su proceso y la gentileza de su personal, por tal motivo están dispuestos a pagar el precio establecido por la empresa

## **La competencia.**

La empresa, además de considerar otros factores, establecerá sus precios en función de las acciones o reacciones de la competencia. El alza o baja de precios alcanzan su importancia estratégica en función de las posibles reacciones de los competidores y productos sustitutos y de la elasticidad de la demanda

## **FIJACIÓN DE PRECIOS**

Durante casi toda la historia los precios se fijaron por negociación entre quienes compran y quienes venden.

Tradicionalmente el precio ha operado como principal determinante de la decisión de compra. Esto sigue siendo válido en los países más pobres, entre los grupos más pobres y en el caso de productos básicos uniformes.

Aunque factores distintos del precio se han vuelto más importantes para la conducta del comprador en las últimas décadas, el precio sigue siendo uno de los elementos más importantes que determinan la participación de mercado y la rentabilidad de una empresa.

Los precios se pueden fijar de las siguientes formas:

- ✚ Fijación de precios por prestigios.
- ✚ Precios pares o impares
- ✚ Precios de referencia.
- ✚ Precios en paquete

### **Fijación de precios por prestigios.**

Consiste en establecer precios altos, de modo que los consumidores conscientes de la calidad o estatus se sientan atraídos por el producto y lo compren.

### **Precios pares o impares.**

Los precios pares consisten en vender el producto con un precio redondeando por exceso, es decir, serían los precios que acaban en cero. Este tipo de precios el consumidor lo suele asociar a productos de una mayor calidad, productos que no están rebajados y que son productos de un mayor prestigio.

Los precios impares son los precios acabados en nueve. La imagen que denota es de un producto en oferta, rebajado, de menor calidad.

### **Precios de referencia.**

Estos se basan en la fijación de precios en función de la competencia y en la situación de ventaja o desventaja en que esté la empresa.

## **Precios en paquete.**

Consiste en vender de un conjunto de productos a un precio total, inferior al que tendría la suma de los precios de los productos por separado, con la finalidad de incentivar el uso de productos complementarios, generando mayores ingresos para las empresas.

Para la empresa en el mercado se utilizará los precios de referencia, ya que la venta de carne de ganado bovino, se encuentra en un mercado de competencia perfecta, de tal manera que ningún comprador o vendedor ejerce influencia decisiva sobre el precio. Tomando en consideración que la empresa, ofrecerá un valor del producto ante los clientes, por su calidad y diferenciación en los procesos, lo que le permitirá formar parte de un grupo distinguido.

## **MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN**

### **Estrategias de Precios**

En el mercado de carne de ganado bovino, las políticas de precios resultan muy poco aplicables; debido que, al ser un mercado de competencia perfecta, el precio se define en función de la oferta y la demanda, por lo tanto ningún oferente puede influenciar decisivamente en el precio.

Pero como políticas internas, la empresa aplicara las siguientes estrategias relacionadas al precio, para captar el mayor número de clientes:

- ✚ Colocar los precios en un porcentaje inferior de lo que ofrece el mercado municipal ya que este es el mayor proveedor de carne en esta ciudad.
- ✚ Se otorgará descuentos por la compra de la carne, cuando los clientes adquieran en cantidades mayores de 15 kilos del producto por pedido.

### **Estrategias de Promoción**

Con la finalidad de captar con mayor rapidez un mayor segmento de mercado, se estructurarán combos de acuerdo al cliente y en función de sus requerimientos; además, se establecerán descuentos por volúmenes de compra y por frecuencia de pedidos. Además se realizará campañas publicitarias en radio, con el fin de que las personas puedan conocer la empresa y el grado de diferenciación que esta ofrece.

## **Estrategias de Producto**

La carne de res se comercializará faenada, en las siguientes presentaciones: por canal, cortes diferenciados, subproductos como carne molida chuleta, etc. Las presentaciones de los cortes y subproductos se embalarán en empaques plásticos a través de un sistema al vacío con etiquetas que describan las características nutricionales; la etiqueta contendrá el logotipo identificador, la razón social del proyecto y el número de registro sanitario.

La carne se mantendrá siempre en perfectas condiciones, ya que así se está garantizando la calidad de la carne.

## **Estrategias de Plaza**

Los principales clientes son los consumidores finales; por lo tanto, el canal de distribución sobre el cual se basa el proyecto es Productor – Consumidor Final; en este caso consideramos a los consumidores finales como el principal eslabón de la cadena entre el consumidor final y la empresa.

Para la estrategia de plaza la empresa colocará su producto en forma directa a los consumidores finales, con lo que se lograra captar mayor número de clientes.

## **Canales de Distribución**

En la industria de la carne de ganado bovino, se pueden encontrar varias alternativas para la comercialización, hasta que el producto llegue al consumidor final; así podemos encontrar a varios eslabones que forman parte de esta cadena, como son: el productor, el mayorista, el minorista, los detallistas y los consumidores finales.

El segmento de mercado al cuál básicamente se orientará el presente proyecto, son los consumidores potenciales de, producto cárnico y finalmente carne de res; por lo tanto pueden ser: amas de casa, empleados, instituciones clientes de la empresa.

Por lo tanto, la cadena de distribución tiene la siguiente estructura:

Productor-----Consumidor Final

# ESTUDIO TÉCNICO

## INTRODUCCIÓN

El estudio técnico permite cuantificar el monto de la inversión necesaria, así como los costos de operación, nivel de producción y la correcta utilización de los recursos disponibles; también facilita la obtención de información sobre el tamaño y localización óptima para el centro de expendio, visualizando de mejor manera las condiciones ideales para obtener la carne de ganado bovino, que se ofrecerá en el mercado meta.

## TAMAÑO DE LA EMPRESA

“El tamaño de un proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes y servicios, durante un periodo de operación que se considera normal para las condiciones y tipo de proyectos que se trata.”

Para la empresa, la determinación de su tamaño permite establecer los montos de inversión y su financiamiento, de modo que se evalúe la rentabilidad apropiada.

Además, define el nivel de producción que, utilizando todos los recursos invertidos por la empresa, genere las máximas utilidades.

### Factores determinantes del Tamaño

Existen varios factores determinantes que se utilizan para establecer el tamaño de la empresa:

- ✚ Condiciones de mercado
- ✚ Disponibilidad de los recursos financieros
- ✚ Disponibilidad de la mano de obra
- ✚ Disponibilidad de materia prima
- ✚ Disponibilidad de la tecnología y los equipos
- ✚ Capacidad de producción



## CONDICIONES DE MERCADO

En el estudio de una empresa se tiene que considerar las limitaciones de mercado donde se desea colocar el producto, por lo cual se debe tomar en consideración la demanda insatisfecha.

Sobre la base de la información obtenida en el estudio de mercado, se aprecia una demanda insatisfecha de 4.240 en el sector urbano de Guaranda; por lo tanto, la empresa no tendrá dificultades para comercializar su producción, que corresponde un 10% de dicha demanda.

### **% DEL SEGMENTO QUE PIENSA CAPTAR**

<b>Año 1</b>	10%	2767
<b>Año 2</b>	12%	3321
<b>Año 3</b>	14%	3874

Elaborado por: William Segura.

## DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

### Cuadro N°8

#### INVENTARIO

Rubro	Parcial
Enfriadora	350
Gancho de Colgar	100
Frigorífico	600
Esmeril	50
Molino	800
Sillas Plásticas	8
Balanza Electrónica	150
Mesa de Madera	20
Balanza Mecánica	20
Bandejas	10
Mesa de Madera con Latón	50
Mueble de Oficina, Menajes y Utensilios	100
Congelador	500
Cintas de cortar	100
Televisión	75
Computadora	200
Sierra	500
Mesa de Tol	150
Pizarras	75
<b>TOTAL INVENTARIO</b>	<b>3858</b>

La empresa actualmente dispone de un inventario de USD 3858,00

## **DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HUMANOS**

La empresa para desarrollar sus actividades, requerirá del siguiente personal:

- ✚ Gerente general
- ✚ Secretaria, contadora
- ✚ Empacadores
- ✚ Vendedores
- ✚ Persona de limpieza

## **DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA**

La materia prima que requiere la nueva empresa para obtener el producto a ofrecer, constituye el ganado en pie, el cual se puede adquirir fácilmente en el entorno donde funcionarán sus instalaciones, en virtud de lo cual este factor no constituye un limitante para las operaciones a realizarse.

## **DISPONIBILIDAD DE LA TECNOLOGÍA Y LOS EQUIPOS**

La tecnología que se empleará para el proceso de expendio, conservación y distribución de la carne, es básica; por lo que no constituye una restricción para el establecimiento de la empresa.

Los equipos que la empresa utilizará para realizar el proceso de comercialización de la carne; comprenden:

- ✚ Balanza
- ✚ Cortadora
- ✚ Cuchillos
- ✚ Mesa de deshuesar
- ✚ Empacadoras
- ✚ Frigoríficos
- ✚ Sistema de cuartos fríos

## **DEFINICIÓN DE LAS CAPACIDADES DE PRODUCCIÓN**

“La capacidad de producción es la cantidad máxima de unidades de bienes o servicios que se puede obtener con un nivel dado de las instalaciones productivas por unidad de tiempo.”

El tamaño de la empresa, permite establecer la capacidad de producción de se definirá por la cantidad de kilos de carne de ganado bovino producida y vendida por mes.

## **INGENIERÍA DE LA EMPRESA**

“Se entiende por ingeniería del estudio, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión, donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo dicho estudio.”

La empresa tiene como único producto la carne de ganado bovino, que se obtendrá a través de un proceso de faenado de estos animales, cuyo canal de distribución es: productor, y consumidor final.

## **DIAGRAMA DE FLUJO**

“Diagramar es representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos, relaciones o fenómenos de todo tipo por medio de símbolos que clarifican la interrelación entre diferentes factores y/o unidades administrativas, así como la relación causa-efecto que prevalece entre ellos.”

Dentro de los procesos que manejará la empresa tenemos:

- ✚ Proceso Administrativo - Financiero
- ✚ Proceso de Producción
- ✚ Proceso de Comercialización

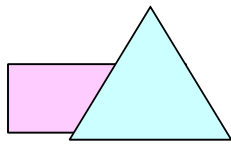
Los símbolos a utilizarse en los diagramas de flujo, se detallan a continuación:

Indica el inicio o la terminación del flujo, puede ser acción o lugar.



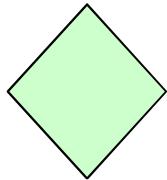
**Operación**

Representa un paso o tarea del proceso; dentro del símbolo se escribe una breve descripción de la tarea.



### **Decisión**

Indica un punto de la rama en el proceso. La descripción escrita dentro del símbolo generalmente en forma de pregunta. La respuesta de la pregunta determina el camino que debe tomarse desde el símbolo de decisión.



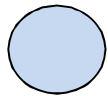
### **Documento**

Representa la información pertinente del proceso.



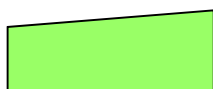
### **Conector**

Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo.



### **Operación Manual**

Constituye la realización de una operación o actividad en forma específicamente manual.



### **Líneas de flujo**

Son utilizadas para representar el proceso de los pasos en secuencia; la punta de la flecha indica la dirección del flujo del proceso.



### **Operación de inspección**

Indica la verificación o supervisión durante la fase del proceso persona, material o equipo.



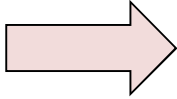
### **Almacenamiento**

Depósito y /o resguardo de información o productos.

## **Transportación**

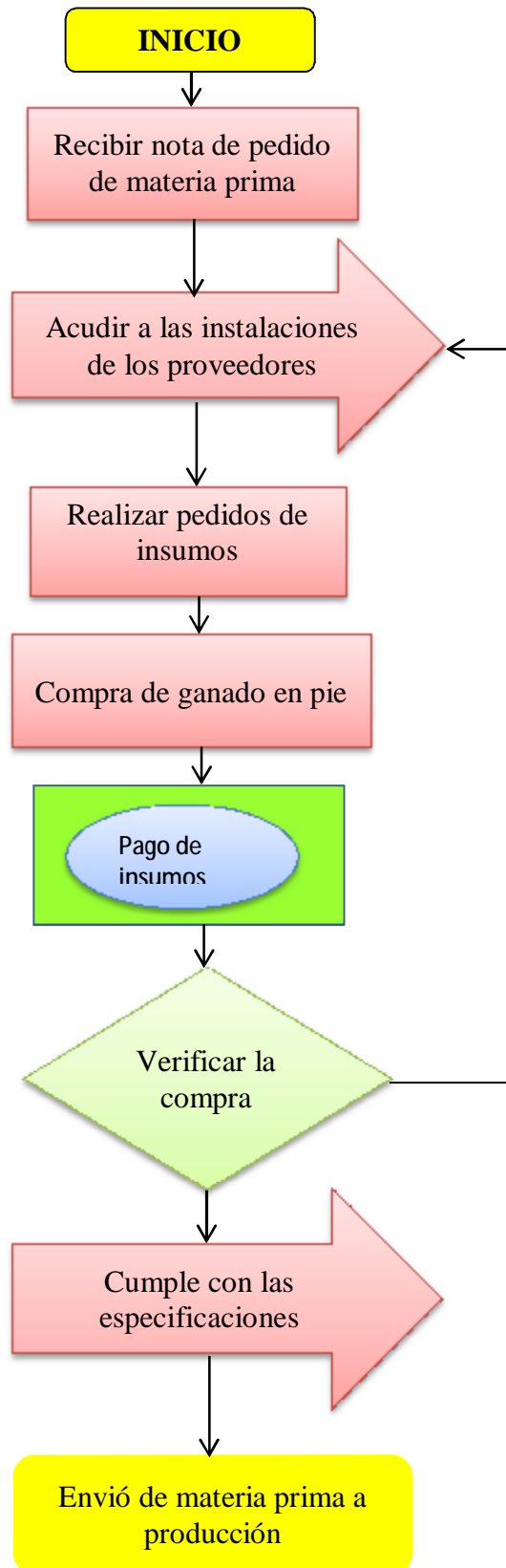
Indica el movimiento de personas, material o equipos.

## **El proceso de producción**



El diagrama de flujo para el proceso de producción y comercialización de la carne de ganado bovino, se presenta a continuación:

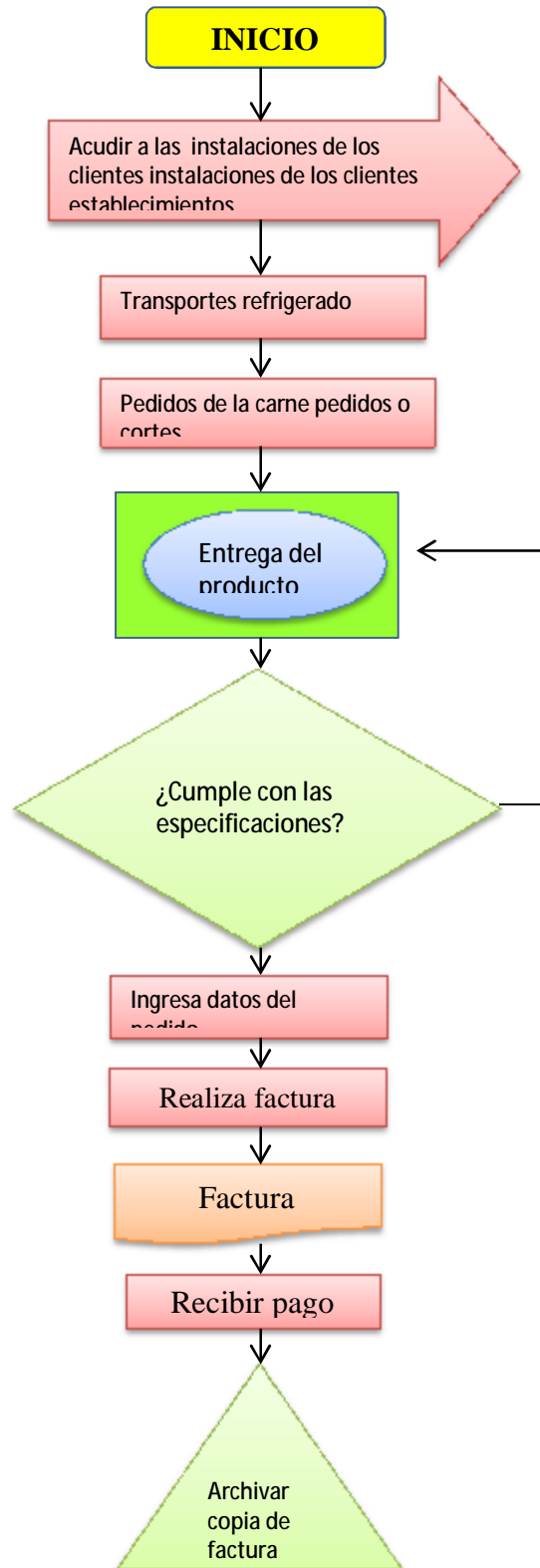
## Área administrativa - Financiera



**Proceso:** Adquisición de materia prima

**Realizado por:** William Segura

## Área Comercialización



**Proceso:** Transporte, facturación y cobro

**Realizado por:** William Segura



## REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

Dentro del rubro de materia prima se encuentran todos aquellos bienes que tienen que ver directamente o forman parte del producto.

El faenado del ganado bovino se realiza todos los días de la semana.

A continuación se detalla la cantidad requerida de materia prima, para comercializar el producto de la empresa.

## REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

### Cuadro N°9

#### Tamaño

Requerimiento de productos ( reses)						
Rubro	Unidad	1	2	3	4	5
Ganado	Unidades	432	475	518	562	605
Producción de carnes y subproductos						
Rubro	Unidad	1	2	3	4	5
cortes blandos	55	23760	26136	28750	31625	34787
cortes medios	40	17280	19008	20909	23000	25300
cortes duros	135	58320	64152	70567	77624	85386
Molida	35	15120	16632	18295	20125	22137
Chuleta	35	15120	16632	18295	20125	22137
Subproductos	1	432	475	523	575	632
	<b>301</b>	<b>130032</b>	<b>143035</b>	<b>157339</b>	<b>173073</b>	<b>190380</b>

Elaborado por: William Segura

Se estima un requerimiento anual de al menos 432 reses, a un promedio semanal de 9 animales/ semana

## REQUERIMIENTO DE EQUIPOS

Los equipos básicos que requiere la empresa para llevar a cabo el proceso de expendio de la carne de ganado bovino, de forma adecuada, son los siguientes

**Cuadro N°10**

### INVERSIÓN INICIAL

Rubro	Unidad	Costo Unitario	Cantidad	Parcial
1. Gastos legales				
Estudio técnico	Documento	1000,00	1	1000,00
Formulación Plan	Documento	1000,00	1	1000,00
Legalización	Documento	1000,00	1	1000,00
Registros Gastos legales	Documento	1000,00	1	1000,00
Software	Licencia	1000,00	1	1000,00
<b>Subtotal Preliminares</b>				<b>5000,00</b>
A. Activos Fijos				
<b>a1 Infraestructura</b>				
Cuarto frio	m3	400,00	10	4000,00
<b>a1.2 Maquinaria y equipo</b>				
Maquinaria				
Fletadora	Unidad	1200,00	1	1200,00
Vitrina Frigorífico	Unidad	3000,00	1	3000,00
Uniformes	Unidad	300,00	1	300,00
Congelador	Unidad	1200,00	1	1200,00
Sierra	Unidad	1200,00	1	1200,00
Bicicletas	Unidad	100,00	1	100,00
<b>Subtotal Activos Fijos</b>				<b>11000,00</b>
B Activos diferidos				
Instalaciones	Global	300,00	1	300,00
Transporte de equipos	Global	300,00	1	300,00
Gestiones	Global	300,00	1	300,00
Imprevistos	%	0,05	32900	1645,00
<b>Subtotal Preliminares</b>				<b>2545,00</b>

<b>Capital de trabajo</b>				
Mano de obra	Global	1611,00	1	1611,00
Materia prima	Global	400,00	10	4000,00
Materiales	Global	100,00	1	100,00
Combustible y energía	Global	150,00	1	150,00
Gastos administrativo				
Computadora	Unidad	750,00	1	750,00
Movilización	Global	100,00	1	100,00
Servicios	Global	100,00	1	100,00
Suministros	Global	100,00	1	100,00
Seguros	Global	1000,00	1	1000,00
<b>Subtotal Capital de Trabajo</b>				<b>7911,00</b>
<b>Total</b>				<b>26456,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

Elaborado por: William Segura

Para el adecuado desarrollo de las operaciones de la empresa, se requiere una inversión de 26476,00 USD., que será cubierta en un 60% con aportes de los socios y el 40% restante a través de la obtención de un crédito de una entidad bancaria que ofrezca las mejores condiciones, como tasas de interés y demás términos y condiciones de financiamiento.

La mejor alternativa, después de realizar un análisis de las posibles entidades bancarias que pueden otorgar un crédito, se determinó que el Banco de Fomento es la mejor alternativa, cuya tasa activa referencial es del 9.9%: para créditos de medianas empresas y el plazo para el pago del crédito es de 5 años.

## REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO

### Cuadro N° 11

#### Unidad Administradora

<b>Personal Operativo</b>					
<b>Función</b>		<b>U medida</b>	<b>Costo mes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Trabajadores de línea de proceso	3	mes / persona	265	12	9540
<b>Total</b>	<b>3</b>				<b>9540</b>
<b>Remuneración Personal</b>					<b>Total</b>
Sueldos	1	Año	795	12	9540
DTS	1	Año	795	1	795
Bono Educativo	1	Año	265	3	795
Fondo de reserva	1	Año	795	1	795
Aporte patronal	1	Año	11,15%	9540	1064
Total					12989
<b>Personal Administrativo</b>					
<b>Función</b>		<b>U medida</b>	<b>Costo mes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Gerente	1	mes / persona	400	12	4800
Contador/a	1	mes / persona	265	12	3180
<b>Total</b>	<b>2</b>				<b>7980</b>
<b>Remuneración Personal</b>					<b>Total</b>
Sueldos	1	Año	665	12	7980
DTS	1	Año	665	1	665
Bono Educativo	1	Año	265	2	530
Fondo de reserva	1	Año	665	1	665
Aporte patronal	1	Año	11,15%	7980	889,77
Total					10729,77

La unidad administradora del negocio funcionará con 3 empleados para línea de procesos y 2 en el campo administrativo

La mano de obra necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa se encuentra disponible en el sector donde estará ubicada y no requiere de mayor especialización

Los sueldos y salarios fueron establecidos en base a las necesidades y ofertas del mercado actual, intentando que no sean inferiores a los previstos en las respectivas leyes laborales

### **Otros requerimientos**

La infraestructura necesaria para la operación normal de la empresa comprende:

- ✚ Muebles de oficina
- ✚ Equipos de computación
- ✚ Equipos de oficina
- ✚ Suministros de oficina
- ✚ Suministros de limpieza
- ✚ Dotación para el personal
- ✚ Instalaciones

## **COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO**

### **COSTOS DEL PROYECTO**

La determinación de los costos surge como consecuencia del estudio técnico, puesto que este estudio permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto.

### **COSTOS DE PRODUCCION**

Los costos de producción están formados por los siguientes elementos: Materia prima, mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos:

## COSTO ANUAL DE PRODUCCIÓN

**Cuadro N° 12**

Costo de producción	Unidad	Costo	Cantidad	Parcial	Total
<b>1 MANO DE OBRA DIRECTA</b>				10%	<b>23718,48</b>
Sueldos	Global	1460	12	17520,00	
DTS	Año	1460	1	1460,00	
Bono educativo	Año	265	5	1325,00	
Fondo de reserva	Año	1460	1	1460,00	
Aporte patronal	Año	11,15%	17520	1953,48	
<b>2 PAGO A PROVEEDORES</b>				80,3%	<b>191611,63</b>
Materia prima	Kg	400	432	172800,00	
Faena miento	Ganado	4	432	1728,00	
Guías de movilización	Ganado	2	432	864,00	
Sellado de la canal	Ganado	2	432	864,00	
Impuesto municipal	Año	1200	1	1200,00	
Fundas	Unidad	0,03	130032	3900,96	
Arriendo	Mes	240	12	2880,00	
Etiqueta	Ciento	0,02	130032	2600,64	
Gas	Kg	1%	238702	2387,02	
Energía eléctrica	KW	1%	238702	2387,02	
<b>3. GASTOS DE VENTAS</b>				2%	4774,03
Transporte y movilización	Unidad	1%	238702	2387,02	
Difusión y Publicidad	Global	1%	238702	2387,02	
<b>3. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				3%	<b>7161,05</b>
<b>3.1. Movilización y Transporte</b>					
Viajes	Global	0,5%	238702	1193,51	
Subsistencia viáticos	Global	0,5%	238702	1193,51	
<b>3.2. Gasto servicios</b>					
Servicios públicos	Año	1,0%	238702	2387,02	
<b>3.3. Suministros y materiales</b>					
Suministros de oficina	Año	0,5%	238702	1193,51	
Uniformes	Global	0,5%	238702	1193,51	
<b>4. COSTOS INDIRECTOS</b>				2%	<b>4058,86</b>
Imprevistos	Global	1%	238702	2387,02	
Reuniones y eventos	Semana	0,5%	238702	1193,51	
Seguros	Año	1%	47834	478,34	
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>				<b>97%</b>	<b>231324,06</b>

La estimación del costo anual del negocio es de USD 231324,06 incrementándose anualmente un 10%

**PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION PROYECTADO****PROYECCION DE GASTOS EN 5 AÑOS****Cuadro N° 13**

<b>Gastos</b>	<b>Años</b>					<b>Total</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
1 MANO DE OBRA DIRECTA	23718,48	26090,33	28699,36	31569,30	34726,23	144803,6 9
2 PAGO A PROVEEDORES	191611,6 3	210414,8 7	229329,2 1	248366,1 0	267538,1 8	1147259, 99
3. G. VENTAS	4774,03	5251,44	5776,58	6354,24	6989,66	29145,94
3. G.ADMINISTRATIV OS	7161,05	7805,54	8511,62	9285,33	10133,31	42896,85
4. COSTOS INDIRECTOS	5967,54	6564,29	7220,72	7942,80	8737,08	36432,43
<b>G. OPERACIONALES</b>	<b>233232,7 3</b>	<b>256126,4 7</b>	<b>279537,4 9</b>	<b>303517,7 6</b>	<b>328124,4 5</b>	<b>1400538, 91</b>

## INGRESOS DEL PROYECTO

### Cuadro N° 14

#### INGRESOS PROYECTADOS EN DOLARES

<b>Producto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
cortes blandos	libras	1,85	43956	48352	53187	58505	64356
cortes medios	libras	1,75	30240	33264	36590	40249	44274
cortes duros	libras	1,38	80482	88530	97383	107121	117833
Molida	libras	1,75	26460	29106	32017	35218	38740
Chuleta	libras	1,75	26460	29106	32017	35218	38740
Subproductos	unidad	72,00	31104	34214	37636	41399	45539
<b>Total de ingresos</b>			<b>238702</b>	<b>262572</b>	<b>288829</b>	<b>317712</b>	<b>349483</b>

Se estima el ingreso en relación a los volúmenes de carne que produces y una res faenada y el tipo de cortes que se aplica.



## ESTUDIO FINANCIERO

### Inversión total inicial

En el siguiente cuadro se presenta el monto de inversión total que se requiere para la puesta en marcha el proyecto de comercialización de carne.

**Cuadro N° 15**

Rubro	Unidad	Costo Unitario	Cantidad	Parcial
<b>1. Gastos legales</b>				
Estudio técnico	Documento	1000,00	1	1000,00
Formulación Plan	Documento	1000,00	1	1000,00
Legalización	Documento	1000,00	1	1000,00
Registros Gastos legales	Documento	1000,00	1	1000,00
Software	Licencia	1000,00	1	1000,00
<b>Subtotal Preliminares</b>				<b>5000,00</b>
<b>A. Activos Fijos</b>				
<b>a1 Infraestructura</b>				
Cuarto frío	m3	400,00	10	4000,00
<b>a1.2 Maquinaria y equipo</b>				
<b>Maquinaria</b>				
Fletadora	Unidad	1200,00	1	1200,00
Vitrina Frigorífico	Unidad	3000,00	1	3000,00
Uniformes	Unidad	300,00	1	300,00
Congelador	Unidad	1200,00	1	1200,00
Sierra	Unidad	1200,00	1	1200,00
Bicicletas	Unidad	100,00	1	100,00
<b>Subtotal Activos Fijos</b>				<b>11000,00</b>
<b>B Activos diferidos</b>				
Instalaciones	Global	300,00	1	300,00
Transporte de equipos	Global	300,00	1	300,00
Gestiones	Global	300,00	1	300,00
Imprevistos	%	0,05	32900	1645,00
<b>Subtotal Preliminares</b>				<b>2545,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>				
Mano de obra	Global	1611,00	1	1611,00
Materia prima	Global	400,00	10	4000,00
Materiales	Global	100,00	1	100,00
Combustible y energía	Global	150,00	1	150,00
<b>Gastos administrativo</b>				
Computadora	Unidad	750,00	1	750,00
Movilización	Global	100,00	1	100,00
Servicios	Global	100,00	1	100,00
Suministros	Global	100,00	1	100,00
Seguros	Global	1000,00	1	1000,00
<b>Subtotal Capital de Trabajo</b>				<b>7911,00</b>
<b>Total</b>				<b>26456,00</b>

El negocio requiere hacer una inversión de USD 26456,00 lo que le permitirá dar un mejor servicio del que actualmente da

## FLUJO DE CAJA

Se presenta a continuación el flujo de caja, anual del proyecto en el cual se determinan los saldos disponibles para pagar dividendos y amortización de préstamos una vez descontados los costos y gastos operativos del proyecto.

### FLUJO DE CAJA

Cuadro N° 16

Año	Factor	Ingresos	Gastos	Inversión	Saldo	Saldo Acumulado
0	1,00	0,00	0,00	-30314,00	-30314,00	-30314,00
1	1,10	238701,60	-233232,73	0,00	5468,87	-24845,13
2	1,21	262571,76	-256126,47	0,00	6445,29	-18399,84
3	1,33	288828,94	-279537,49	0,00	9291,44	-9108,40
4	1,46	317711,83	-303517,76	0,00	14194,07	5085,67
5	1,61	359974,72	-328124,45	0,00	31850,27	<b>36935,94</b>
<b>Total</b>		<b>1467788,85</b>	<b>-1400538,91</b>	<b>-30314,00</b>	<b>36935,94</b>	

## AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

**Cuadro N°17**

<b>C</b> 13228	<b>I</b> 6%	<b>C x I</b> 793,68	<b>(1+i)<sup>n</sup></b> 1,59		<b>(1+0.04)<sup>8</sup>-1</b> 0,59
<b>Crédito</b>			<b>13228</b>		
<b>Interés anual</b>			12,00%	<b>i semestral</b>	<b>6%</b>
Tiempo pago del crédito			5 años	Tiempo de gracia	
<b>Pago Trimestral</b>		2130	<b>promedio mensual</b>		355
<b>Semestre de Pago</b>	<b>Valor a pagar</b>	<b>Dividendo Trimestral</b>	<b>Interés trimestral</b>	<b>Capital trimestral</b>	<b>Saldo anual</b>
0	13228	0	0	0	13228
1	13228	0	794	0	13228
2	13228	0	794	0	13228
3	13228	2130	794	1337	11891
4	11891	2130	713	1417	10475
5	10475	2130	628	1502	8973
6	8973	2130	538	1592	7381
7	7381	2130	443	1687	5694
8	5694	2130	342	1789	3905
9	3905	2130	234	1896	2010
10	2010	2130	121	2010	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>17041</b>	<b>5401</b>	<b>13228</b>	<b>90014</b>

La amortización de la deuda está previsto en un tiempo de 5 años

## **EVALUACION**

### **EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera identifica, desde el punto de vista de un inversionista o un participante en el proyecto, los ingresos y egresos atribuibles a la realización del proyecto, y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo.

La evaluación financiera analiza el proyecto desde un punto de vista del retorno financiero. La Evaluación financiera cumple básicamente tres funciones:

Determinar hasta el punto en los cuales los costos pueden ser cubiertos oportunamente.

Genera la información necesaria para realizar una comparación del proyecto con otras alternativas o con otras oportunidades de inversión.

La información que aporta la evaluación financiera es muy valiosa para la entidad o entidades que participan en el proyecto, dicha información permite juzgar si se justifica o no lo que podrían ganar si se invirtieran esos recursos en el mejor uso alternativo.

La evaluación financiera trabaja los flujos de efectivo (ingresos y egresos) con los precios vigentes en los mercados, y con base en algún indicador financiero se tome la decisión que permite obtener el mayor beneficio neto posible.

La evaluación financiera mide la rentabilidad de un determinado proyecto, para así tomar una decisión sobre la bondad de ejecutarlo. Por su puesto, el proyecto no puede evaluarse aisladamente; su análisis tiene que basarse en una comparación en la cantidad que el dinero a ser invertido habría podido generar en su mejor uso alternativo. Es decir hay que evaluar la rentabilidad que cualquier inversión considerando el costo de sacrificar la oportunidades de analizar el dinero para llevar a cabo otras inversiones, o sea del costo de oportunidad del dinero.

### **TASA DE INVERSIONES PARA LA EVALUACION**

En la evaluación financiera la tasa de interés se le denomina tasa de actualización, tasa de descuento, tasa de oportunidad, tasa de retorno mínimo. En el mundo financiero se le denomina tasa de interés.

## **EL ELEMENTO TIEMPO EN EL FLUJO DE FONDOS**

Al establecer el flujo de fondos para toda la vida útil del proyecto se a logrado la mayor parte del trabajo de evaluación. Lo que verdaderamente presenta dificultades es la proyección de costos e ingresos para años futuros.

## **EL COSTO DE OPORTUNIDAD DEL DINERO**

El costo de oportunidad del dinero representa la rentabilidad que se está sacrificando en la mejor alternativa para invertir en el proyecto. Para la evaluación financiera de proyectos se descuenta los flujos futuros, para descontar los flujos futuros se utiliza una tasa de descuento que constituye el costo de oportunidad del dinero.

Para determinar la rentabilidad de un proyecto, se compara con las alternativas más atractivas, o sea con el costo de oportunidad del dinero. Se busca determinar el valor de la ganancia del proyecto por encima de lo que se habría ganado de haber escogido la alternativa de invertir los fondos en estas alternativas.

La tasa de interés de oportunidad del dinero está determinada por el rendimiento de las alternativas de inversión que se podrían seleccionar si se diside no invertir en el proyecto. Por lo tanto la tasa relevante es una tasa de colocación de fondos o una tasa de productividad, que refleja las oportunidades sacrificadas al tomar la decisión de invertir en un proyecto. Depende da la entidad o persona que invierte en el proyecto, ya que refleja un rendimiento representativo de las posibilidades de inversión.

Cabe destacar que la tasa relevante no es necesariamente la tasa de interés vigente en el mercado financiero, ya que las condiciones especulativas coyunturales pueden constituir esta tasa en un mal indicador de alternativas de inversión en el mediano plazo, cuando el proyecto aun va estar vigente. La selección de una tasa relevante debe analizarse teniendo en cuenta la coyuntura del mercado financiero y de los sectores productivos, excluyendo los impactos de especulación, los rendimientos altamente riesgosos y los movimientos coyunturales que no existirán durante el periodo cubierto por el flujo de fondos que se está analizando.

## **FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO**

La parte fundamental para la evaluación de inversiones es la estimación del flujo de fondos que generara cada proyecto. La bondad del resultado final, dependerá del cuidado que se ponga en esta estimación. Es de notar que los beneficios y costos derivados de cada proyecto:

- ✚ Muestra el comportamiento y fluidez del dinero hacia el inversionista o a la inversa
- ✚ Es el balance que tiene el inversionista en cada uno de los periodos de análisis del proyecto, normalmente anuales
- ✚ Las cifras que aparecen al final corresponden al flujo de efectivo neto, es decir las entradas de dinero menos las salidas.

Los flujos netos reales de un proyecto equivalen a la suma de la utilidad más las depreciaciones dadas en la operación y más las amortizaciones. Mientras mayores sean los flujos netos de efectivo mejor será la rentabilidad económica de la empresa o del proyecto.

El flujo de efectivo además detalla año tras año el saldo. Al final del periodo registrara la disponibilidad de dinero con que cuenta la empresa a fin de utilizarlo para fines de una adecuada ejecución de sus actividades de producción y comercialización. Esta información se la puede traducir a un diagrama de flujo y en su elaboración que supone que las entradas y salidas de efectivo se producen al final del periodo.

## **METODOS PARA LA EVALUACION FINANCIERA DE UN PROYECTO**

### **Métodos que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo**

#### **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El valor actual neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN), en valores constantes nos demuestra la preocupación de la inversión inicial, a través de la actualización de los ingresos generados por el proyecto, durante su vida útil de cinco años.

Para la actualización de los flujos de efectivo, se utilizó la tasa del 10% que se acostumbra emplearlo para estos casos haciendo relación promedial entre la tasa pasiva del sistema bancario y la que fija el banco central para los créditos empresariales.

Como se observa en el siguiente cuadro el Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN), una vez recuperada la inversión total inicial de existe un excedente de \$ 16436,44 lo que significa que el proyecto es rentable.

### **Cuadro N °18**

**VAN                    10,00%**

<b>Año</b>	<b>Factor</b>	<b>Ingreso Actualizado</b>	<b>Gasto Actualizado</b>	<b>Inversión</b>	<b>Saldo</b>	<b>Saldo Acumulado</b>
0	1,00	0,00	0,00	-30314,00	-30314,00	-30314,00
1	1,10	217001,45	-212029,76	0,00	4971,70	-25342,30
2	1,21	217001,45	-211674,77	0,00	5326,68	-20015,62
3	1,33	217001,45	-210020,66	0,00	6980,80	-13034,82
4	1,46	217001,45	-207306,71	0,00	9694,74	-3340,08
5	1,61	223515,98	-203739,47	0,00	19776,51	<b>16436,44</b>
<b>Total</b>		<b>1091521,80</b>	<b>-1044771,36</b>	<b>-30314,00</b>	<b>16436,44</b>	

### **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) o Tasa Interna de Rendimiento, es aquella tasa de descuento con los que los flujos del efectivo o flujos de caja generados por el proyecto, durante su vida útil se hacen cero.

La TIR del proyecto es de 24.03%, la misma que es superior a la tasa de inflación actual y a los costos de oportunidad que ofrece el mercado financiero a la fecha de evaluación

**Cuadro N° 19****TIR 24,03%**

<b>Año</b>	<b>Factor</b>	<b>Ingreso Actualizado</b>	<b>Gasto Actualizado</b>	<b>Inversión</b>	<b>Saldo</b>	<b>Saldo Acumulado</b>
0	1,00	0,00	0,00	-30314,00	-30314,00	-30314,00
1	1,24	192447,57	-188038,43	0,00	4409,15	-25904,85
2	1,54	170671,98	-166482,54	0,00	4189,45	-21715,41
3	1,91	151360,31	-146491,15	0,00	4869,16	-16846,24
4	2,37	134233,78	-128236,76	0,00	5997,02	-10849,22
5	2,94	122618,93	-111769,71	0,00	10849,22	<b>0,00</b>
<b>Total</b>		<b>771332,58</b>	<b>-741018,58</b>	<b>-30314,00</b>	<b>0,00</b>	

Los indicadores financieros son favorables lo que demuestra y asegura un éxito en el negocio



## RESUMEN DE EVALUACIÓN

### Cuadro N° 20

#### INDICADORES FINANCIEROS

Inventario	3858		
gastos legales	5000		
Infraestructura	4000	-	-
Inversión fija	11000	-	-
Inversión diferida	2545	-	-
Capital de trabajo	7911	-	-
Programa de crédito	-	-	-
Imprevistos	-	-	-
Operación Administrativa	-	-	-
Flujo operacional	-	-	26444
Valor de recuperación	-		-
Programa de crédito	-	-	-
Valor fija existente	-	7.911	-
Excedentes operacionales	-		44982
Otras Inversiones	-	-	-
Aporte de capital	-	-	-
Flujo neto	-		16436
Total de inversión + Capital	34314	7911	
TIRF%	24%		
BENEFICIO COSTO	1091522	1075085	101,5%
RECUPERACIÓN CAPITAL DE INVERSIÓN			
Tiempo			
Años	3	Años	
Mes	0	Mes	
Días	1	Día	

El resumen de evaluación muestra que los resultados son favorables, para implementar la empresa, por lo que se concluye que el aconsejable invertir para la gerencia la empresa.

## CONCLUSIONES

- ✚ El sector cárnico es altamente atractivo dada la alta producción de ganado vacuno y porcino en el país, factor que permite acceder a materias primas de calidad y a buen precio con el fin de producir productos competitivos. Por otro lado es un bien sustituto de consumo masivo donde solo 3 de cada 100 personas no lo consumen con frecuencia.
- ✚ La investigación de mercado permitió determinar que la empresa, por la naturaleza de las actividades a desarrollar, se ubica dentro de la categoría de mercado de competencia perfecta; el producto es comercializado por un número muy representativo de oferentes que se encuentran en el mercado, donde también existe una gran cantidad de demandantes, de modo que los precios se fijan por la interacción de la oferta y la demanda.
- ✚ El producto estará orientado a consumidores que de la ciudad de Guaranda que consumen productos cárnicos, que incluyen carne de ganado bovino.
- ✚ El estudio de campo permitió establecer la existencia de una demanda insatisfecha de 1168 kilos de carne, de la cual la empresa cubrirá el 100%.
- ✚ La empresa Frigorífico Santa Gertrudys en virtud de su actividad adoptará la modalidad compañía de responsabilidad limitada, puesto que inicialmente está conformada por 2 socios, los cuales están dispuestos a contribuir ya sea con activos fijos y/o con dinero en efectivo.
- ✚ La inversión inicial, para potencializar la empresa es de 26456, 50% con recursos propios y el 50% restante, a través de un crédito.
- ✚ En cuanto a la TIR, en el caso del proyecto, ésta supera a la tasa mínima aceptable de rentabilidad, que para el proyecto ésta dada por el costo de oportunidad del **10%**, y para el inversionista por la tasa de descuento de **24.03%**, en efecto la **TIR** del proyecto es de **24%**.
- ✚ El **periodo de recuperación** de la inversión, es largo, ya que se recupera antes de finalizar la vida útil del proyecto; como se puede observar en el análisis financiero realizado, el inversionista recuperará su inversión en **3 años, 10 meses, 3 días**.

## RECOMENDACIONES

- ✚ Invertir los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, ya que cumple con todos los requerimientos administrativos, financieros, técnicos de comercialización y producción.
- ✚ Implementar una clara ventaja competitiva frente a las empresas de venta de cárnicos existentes actualmente, SANTA GERTRUDYSS Cía. Ltda. Debe aplicar la estrategia de diferenciación, cuya finalidad es ofrecer una carne de excelente calidad que cumpla estrictamente con todas las normas sanitarias.
- ✚ Para el correcto desenvolvimiento del negocio, será necesario contar con dos áreas dentro de la empresa, la Administrativa-Financiera, y Comercialización, las que contarán con sus propios procesos, los mismos que contribuirán al mejor desempeño de las actividades del giro del negocio.
- ✚ Mantener un comportamiento adoptivo en el mercado, que permita alinearse no solo con las necesidades de los clientes, sino con las necesidades que tome la posible competencia, con el propósito de mantener la demanda y procurar incrementarla a mediano o largo plazo.
- ✚ Incorporar un departamento de investigación y desarrollo de productos que se encargue de efectuar evaluaciones permanentes que permitan reconocer y satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores.
- ✚ Cumplir estrictamente con todas las normativas y disposiciones legales vigentes que regulan esta actividad económica, garantizando que su proceso productivo se desarrolle dentro de un sistema de cuidado y respeto al medio ambiente.
- ✚ Al realizar el análisis financiero, se puede observar que el VAN, para el proyecto es de **\$16436.34**, lo que el ser viable financieramente, se recomienda la implementación del proyecto,
- ✚ Implementar el proyecto considerando que: el VAN del proyecto y del

inversionista es mayor a cero y no es negativo La TIR del proyecto y del inversionista es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable TMAR.

- El periodo de recuperación del proyecto y del inversionista es menor a la duración del proyecto y por tanto se garantiza la recuperación de la inversión que se ha realizado.

**ANEXOS**

## ENCUESTA

**Agradezco llenar la presente encuesta con el objetivo de Identificar la demanda potencial de adquirir el producto por parte de los consumidores.**

Nombre:

Fecha:

**1.- Género.** Masculino ( ) Femenino ( )

### **2.- Edad.**

20- 25 ( ) 26-31 ( ) 32-37 ( ) 38-43 ( ) 44-49 ( ) Más de 50 ( )

### **4.- Nivel de educación.**

Primaria ( ) Secundaria ( ) Superior ( ) Posgrado ( ) Otro. ( )

### **5.- Sector de residencia en las parroquias.**

Veintimilla ( ) Chávez ( ) Guanaju ( )

### **6.- Tenencia de vivienda.**

Propia ( ) Arrendada ( ) Heredada ( )

### **7.- Número de miembros de la familia.**

De 1 a 3 ( ) De 3 a 5 ( ) De 5 o más ( )

### **8.- Ocupación actual.**

Ama de casa ( ) Profesional ( ) Empleado ( )

Negocio ( ) Ninguno ( )

### **9.- ¿Consume usted carne de res?**

Si ( ) No ( )

### **10.- ¿Tiene gusto por la carne de res?**

Si ( ) No ( )

### **11.- ¿Haría pedidos para entrega en domicilio la carne de res?**

Si ( ) No ( )

### **12.- ¿Con que frecuencia compra carne de res?**

Diario

Semanal

Mensual

**13.- ¿Cómo prefiere la carne refrigerada o congelada?**

Si ( )                      No ( )

**14.- Usted compra carne**

Pura                      ( )

Con Hueso              ( )

**15.- Cuantos Kilos compra**

1 a 2 Kg.                ( )

3 a 4 Kg.                ( )

## PRODUCTO FINAL

CORTES



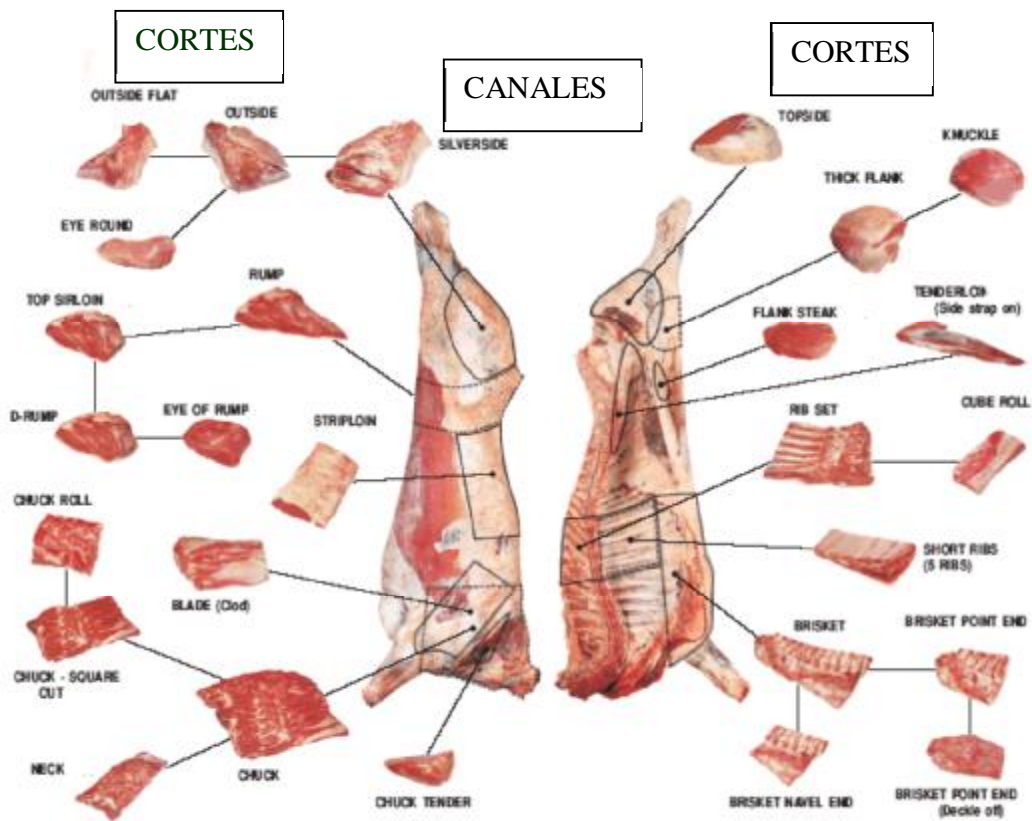
CORTES EMPACADOS  
AL VACIO





CANALES





CORTES

CANALES

CORTES

OUTSIDE FLAT

OUTSIDE

SILVERSIDE

TOPSIDE

KNUCKLE

EYE ROUND

RUMP

THICK FLANK

TENDERLOIN  
(Side strap on)

TOP SIRLOIN

FLANK STEAK

D-RUMP

EYE OF RUMP

STRIPLOIN

RIB SET

CUBE ROLL

CHUCK ROLL

BLADE (Clod)

SHORT RIBS  
(5 RIBS)

CHUCK - SQUARE  
CUT

BRISKET

BRISKET POINT END

NECK

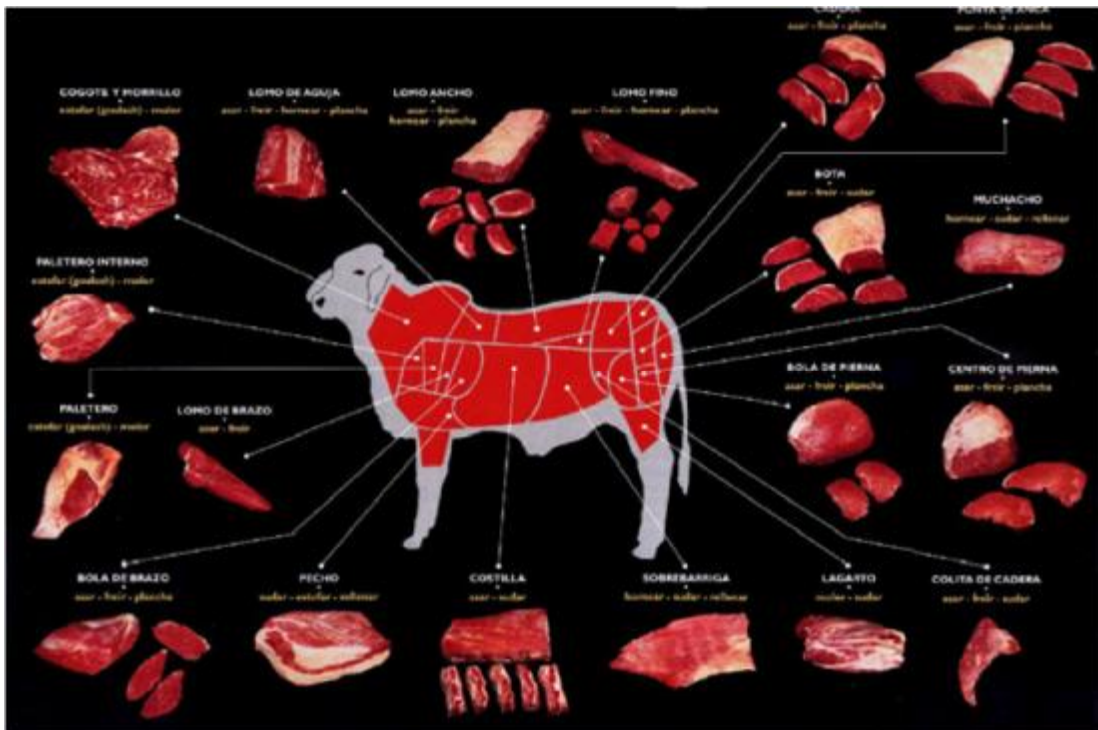
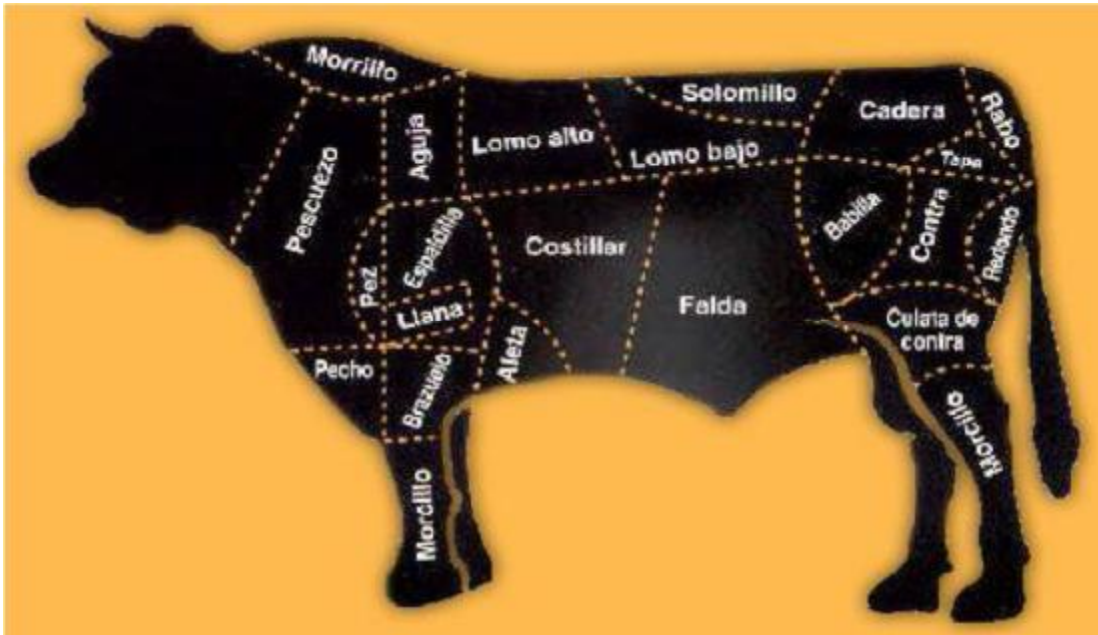
CHUCK

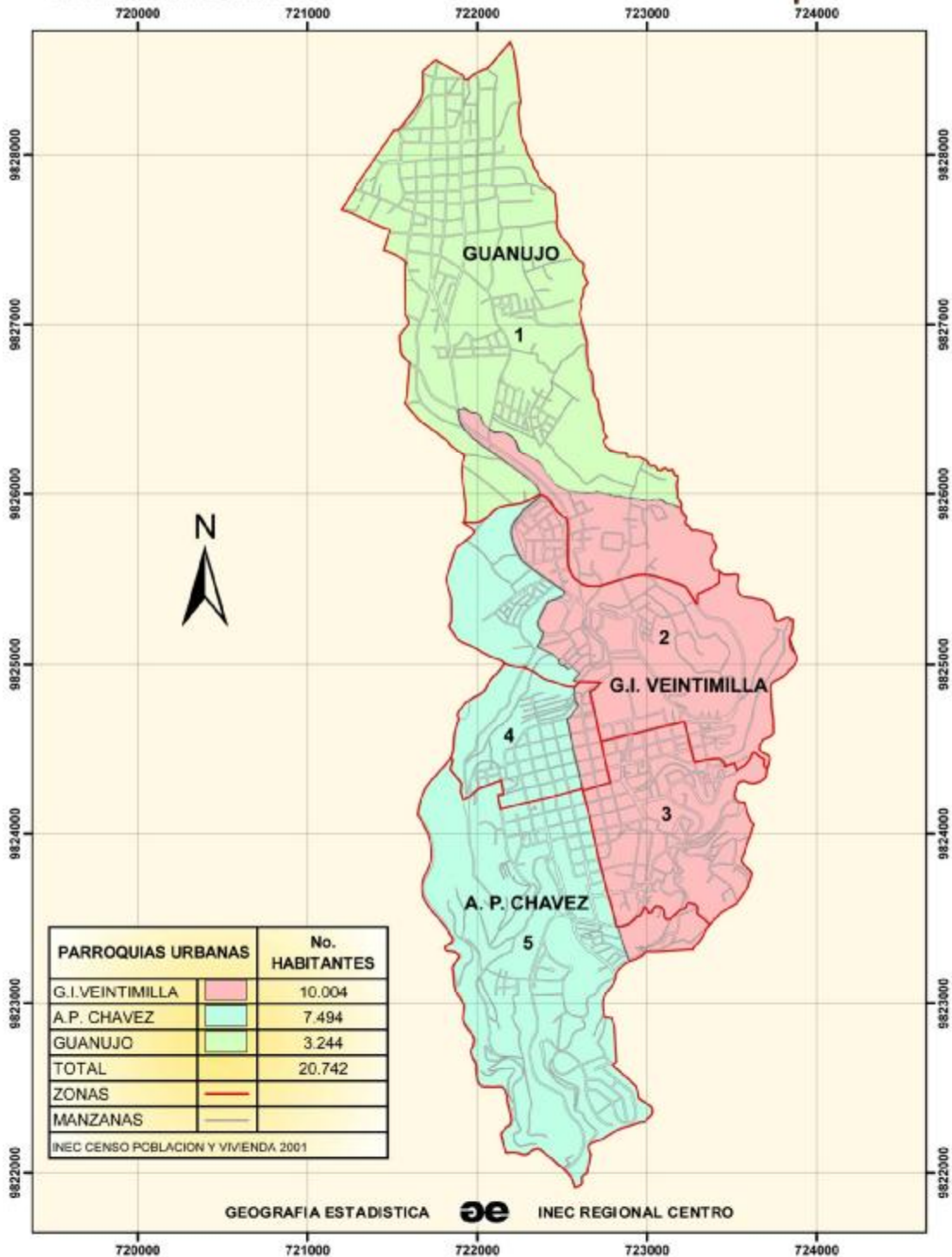
CHUCK TENDER

BRISKET NAVEL END

BRISKET POINT END  
(Deckle off)

**Clasificación de la carne por su calidad y sus cortes.**







## REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 0201259362001

APellidos y Nombres: SEÑORA GUERRERO WILLIAN AGUIRO

NOMBRE COMERCIAL: PRUSCRIPCO SANTA GERTRUDISS

CLAVE CONTRIBUYENTE: 01R03 OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

CALIFICACION ARTESANAL: NUMERO:

FECH. SACRAMENTO: 07/05/1972 FECH. ACTUALIZACION: 27/11/2008

FECH. INICIO ACTIVIDADES: 15/01/2004 FECH. SUSPENSION DEFINITIVA:

FECH. RESCISO GEN: 01/03/2004 FECH. RESCISO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:  
CARNAL POR MENOR DE CARNE

DIR. COMERCIO PRINCIPAL:  
CALLE BOLIVAR - Centro GUANAJENA - Pto. Guay - GABRIEL IGNACIO VENTIMILLA - Calle AV. CANDIDO RADA  
#104-213 - Intersección AV. GENERAL ENRIQUEZ - Referencia: A UNA CUADRA DE LA COOPERATIVA EL  
SANTINO - Teléfono: 932905371

ORGANIZACIONES TRIBUTARIAS:  
DECLARACION SEMESTRAL IVA

Los contribuyentes inscritos según los datos establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, no están obligados a llevar contabilidad, sino que deben en su caso, mantenerse en cuentas de retención, y no podrán acceder al Régimen Simplificado (RUE)

Nº DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 002 ABIERTOS: 1

JURISDICCION: TRIBUTACION CENTRO BOLIVAR CERRADOS: 1

  
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



  
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Numero: 1.00000000 Lugar de emisión: GUARANDA/GARCIA MORFIN/Fecha y hora: 27/11/2008

El Ing. Willian Segura, en calidad de propietario del Frigorífico Santa Gertrudyss ubicado en el Cantón Guaranda, Provincia Bolívar, a petición verbal de la parte interesada:

**CERTIFICA:**

Que el Ing. Agr. Willian A. Segura Guerrero, realizo la investigación en este centro de venta de carne, de la tesis de grado Titulada “**GERENCIA DEL CENTRO ESPECIALIZADO DE COMERCIALIZACION DE CARNE BOVINA EN EL CANTON GUARANDA, PROVINCIA BOLIVAR, EN EL AÑO 2011.**”, Como un paso a seguir dentro del programa de Maestría que el Ingeniero antes mencionado se encuentra cursando en la Universidad Estatal de Bolívar.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando al portador hacer uso de este documento como a bien tuviere.

Guaranda, 15 de diciembre del 2011.

**Atentamente**

Ing. Willian Segura

**Propietario Frigorífico Santa Gertrudyss**

**cc. archivo**



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR**

## **DEPARTAMENTO DE POSTGRADO**

### **MAESTRIA EN GERENCIA DE EMPRESAS AGROPECUARIAS**

**ARTICULO CIENTÍFICO**

## **TEMA**

**“GERENCIA DEL CENTRO ESPECIALIZADO DE COMERCIALIZACION DE CARNE BOVINA  
EN EL CANTON GUARANDA, PROVINCIA BOLIVAR DEL AÑO 2011.”**

**AUTOR**

**WILLIAN AGURIO SEGURA GUERRERO**

**GUARANDA - ECUADOR**

**2012**

“Gerencia del centro especializado de comercialización de carne bovina en el Cantón Guaranda, Provincia Bolívar del año 2011.”

Willian Agurio Segura Guerrero. [W.segura@yahoo.es](mailto:W.segura@yahoo.es)

**LUGAR DE LA INVESTIGACIÓN:** Parroquia Veintimilla, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar.

## **RESUMEN.**

Esta investigación se realizó, en el Frigorífico Santa Gertrudys, ubicado en la parroquia Veintimilla Cantón Guaranda durante el primer semestre del año 2011, la investigación de campo, tuvo una duración de 90 días, tiempo en el que se efectuó, el sondeo, elaboración y corrección del formato de encuesta y el levantamiento de la información, las actividades, contaron con la colaboración de los clientes y consumidores potenciales de carne de bovino, a quienes se les aplicó las encuestas.

Se encuestaron a ciento cincuenta y dos familias, que correspondió a la muestra de la población

En la investigación se planteó los siguientes objetivos: Implementar el proceso gerencial centro especializado en expendio de carne bovina en la Ciudad de Guaranda Provincia Bolívar. Fundamentar metodológicamente el proceso gerencial y las estrategias de expendio de carne bovina. Identificar la demanda, y exigencias de la calidad de las carnes frescas para implementar, desarrollar y potenciar el establecimiento de esta microempresa. Determinar parámetros de calidad y aplicar Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en la comercialización.

Las variables identificadas en la investigación fueron: Nivel de educación, residencia, tenencia de vivienda, número de miembros de familia, ocupación, consumo de carne de res, gusto carne de res, servicio a domicilio, frecuencia de compra, preservación de la carne,



tipo de carne, cantidad de compra. En las cuales se pudo estudiar la problemática, las causas y los efectos para el consumo de la carne bovina.

Los principales problemas son: Los potenciales clientes tienen que viajar a otras ciudades para adquirir productos cárnicos de mejor calidad lo que demuestra que no existe una empresa que abastezca la demanda de este producto, existe un resultado positivo por parte de la microempresa “ Santa Gertrudys” han implementado venta de carne de ganado bovino en cortes diferenciados aunque aún persiste en la cultura de compra de carne con hueso, Los expendedores de carne bovina en su mayor parte faenan ganado de descarte o sea que no es apto para el consumo, por otra parte no aplican normas de higiene en la manipulación y comercialización por lo que en el estudio de mercado podemos observar gran demanda de este tipo de carne.

Los principales resultados del estudio fueron:

Falta de oferta de este producto en cortes diferenciados y con bovinos seleccionados por lo cual existe una demanda insatisfecha que tiene que ser cubierta, ya que en la zona existe el recurso más importante que es la materia prima por ser una zona agrícola, ganadera existe la factibilidad de ingresar en un nuevo nicho de mercado que es la venta a domicilio lo que traerá mayores ingresos a la empresa, como resultado de ello tenemos un TIR del 24% lo que nos lleva a tomar la decisión de invertir los recursos necesarios para aplicar el plan de negocios propuesto.

Con las recomendaciones, que creo pertinentes y que están encaminadas a buscar la solución de los diferentes problemas identificados una vez concluido el presente trabajo.

**PALABRAS CLAVE:**

Clientes, estudio de mercado, demanda, Tasa Interna de Retorno (TIR).

## **SUMMARY**

This research was conducted in Santa Gertrudys Fridge, located in Canton Veintimilla Guaranda parish during the first half of 2011, field research, lasted 90 days, time that was done, the survey, processing and correction of the survey form and the gathering of information, activities, with the cooperation of customers and potential consumers of beef, to whom I apply the polls.

Were surveyed one hundred and fifty-two families, which corresponded to the sample population

The research has the following objectives: Implement the management process center that specializes in sale of beef in the City of Guaranda Bolivar Province. Methodologically inform the management process and strategies for retailing of beef. Identify the demand and quality requirements for fresh meat to implement, develop and promote the establishment of this small company. Determine and apply quality standards Good Manufacturing Practices (GMP) in marketing.

The variables identified in the research were: education level, residence, housing tenure, number of family members, occupation, consumption of beef, like beef, home delivery, frequency of purchase, preservation of meat, type of meat, amount of purchase. In which they could study the problem, causes and effects for the consumption of beef.

The main problems are: the potential clients have to travel to other cities to buy better quality meat products which shows that there is a company that supplies the demand for this product, there is a positive result by the microenterprise "Santa Gertrudys" implemented sale of meat from cattle in different courts but still persists in the culture of buying meat with bone, beef retailers mostly discarded fishing or livestock which is not fit for consumption, on the other hand hygiene rules do not apply in the handling and marketing what the market research we can see great demand for this type of meat.

The main findings were:

Lack of supply of this product in different cuts and cattle selected for which there is an unmet demand that must be covered, as there is in the most important resource is the raw material for being an agricultural area, livestock there feasibility of entering a new niche market that doorstep selling is what will bring more income to the company, as a result we have an IRR of 24% which leads to the decision to invest the resources needed to implement the proposed business plan.

With the recommendations, which I think is relevant and designed to seek solutions to the different problems identified once the present work.

## **I. INTRODUCCIÓN.**

El objetivo del presente proyecto es demostrar la gerenciación de una empresa de responsabilidad limitada y de pequeño tamaño dedicada al expendio carne de ganado bovino caracterizada por el alto valor percibido de sus productos y dirigida a los estratos altos, medios y bajos específicamente a la localidad de Guaranda.

Este proyecto nace a partir de la visión de desarrollo del sector cárnico y de la necesidad de los consumidores de nivel adquisitivo en la ciudad para encontrar un producto que garantice la inocuidad, y calidad de la materia prima y el proceso del producto, teniendo en cuenta el alto nivel de informalidad de estas empresas en el sector. En pocas palabras se busca un producto que brinde CONFIANZA al consumidor.

Para lograr dicho objetivo se han establecido tres características que serán el pilar fundamental de “, Carnes.”, precio, calidad e imagen, y se desarrollarán a través de la eficiencia en costos de producción, inversión en publicidad y mercadeo que es escasa en el sector.

Actualmente, en Ecuador existen algunas empresas productoras quienes han adoptado dichos métodos; pero en algunas ciudades del país aún se siguen utilizando métodos tradicionales para el expendio de carne.

Se desarrollaron los siguientes aspectos en este proyecto:

Realizar un análisis completo acerca de la situación actual de la venta de carne de ganado bovino en la ciudad de Guaranda.

Realizar un estudio de mercado que permita establecer el potencial de venta y características deseadas de los consumidores de este producto.

Formular un Plan de Marketing para la introducción de esta marca en el mercado Guarandeño.

Determinar la inversión necesaria y los costos para el desarrollo del proceso de producción requerido por el producto.

Analizar la viabilidad financiera y rentabilidad del proyecto a través del cálculo del VAN y la TIR.

Luego de esto, se presenta las conclusiones y recomendaciones para el proyecto de gerencia del centro de comercialización de carne bovina en la ciudad de Guaranda.

## **2.2 Variables evaluadas.**

Genero, edad, nivel de educación, lugar de vivienda, tenencia de vivienda, número de miembros de la familia, ocupación actual, consumo de carne de res, gusto por la carne de res, servicio a domicilio, frecuencia de compra, preservación de la carne, tipo de carne, cantidad de compra,

## **II. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

En esta investigación se utilizó la investigación aplicada, descriptiva, explicativa, de campo, documental y la bibliográfica y los métodos inductivo y deductivo.

### III. RESULTADOS Y DISCUSIONES.

#### 1. VARIABLES ESTUDIADAS

**Cuadro N#. 1.** Resultados más significativos de cada una de las variables analizadas en la investigación.

VARIABLES	PROMEDIO / FAMILIA	DESCRIPCIÓN	PROMEDIOS EN PORCENTAJES
Miembros que componen la familia	3 a 5 personas		
Genero		Masculino, femenino	M = 41% F = 59 %
Edad		20a 25 26 a 31 32 a 37 38 a 43 44 a 49 Más de 50	17% 16% 21% 15% 13% 18%
Nivel de educación		Primaria Secundaria Superior Otro	14% 26% 45% 15%
Lugar de vivienda		Veintimilla Chávez Guanujo	39% 34% 27%
Tenencia de vivienda		propia	66 %
Ocupación		Empleado publico	51%
Consumo de carne de res		Si	77, 76 %
Gusto por la carne de res		Si	100%

Servicio a domicilio	Si	64.47 %
Frecuencia de compra	Semanal	55.00%
Como prefiere que le vendan la carne refrigerada o congelada	Refrigerada	65%
Usted compra carne, pura, pura con hueso	Pura	56 %
Cantidad de compra	3 a 4 Kg	59%

El promedio de miembros por familia es de 3 a 5, si considerando al padre y la madre (Cuadro #.1).

Los potenciales clientes en su mayoría son mujeres con el 59 % (Cuadro #.1).

La edad de los encuestados oscila entre 20y 70 años de edad. (Cuadro #.1).

El 45 % de los encuestados tienen un nivel de estudios superior. (Cuadro #.1)

El 39% se encuentra ubicado en la parroquia Veintimilla, el 34% en la Chávez y el 27% en Guanujo (Cuadro #.1).

En cuanto a vivienda el 66% tiene vivienda propia lo que nos ayuda a definir el perfil del consumidor (Cuadro #.1)

La ocupación que predomina en la investigación es el empleado público 51% de los potenciales clientes lo que nos lleva a concluir que en nuestra provincia hace mucha falta el desarrollo de la empresa privada. (Cuadro #.1).

El consumo de la carne bovina es un factor importante para analizar la demanda del total de los encuestados el 77,76 % consume carne de res. (Cuadro #.1)

El 100% de los consumidores prefieren consumir carne de ganado bovino en cortes diferenciados (Cuadro #. 1).

El 64% de los consumidores les pareció muy atractivo la idea de pedidos a domicilio mediante una llamada telefónica, así optimizando el tiempo que en la actualidad es muy importante por el estilo de vida que se lleva. (Cuadro #. 1).

La frecuencia con que compra la carne de res es semanalmente de los encuestados manifiestan que compran la carne semanalmente (Cuadro #.1)

El 65 % prefieren que la carne se les venda fresca ósea solo puesta en refrigeración (Cuadro #.1)

El 56% de los consumidores adquieren carne pura esto significa que es el corte con mayor demanda por esto prefieren obtener cortes a su elección. (Cuadro #.1).

El 59% de los encuestados adquiere de 3 a 4 kilos de carne lo que nos da un promedio de compra por familia de 2,5Kg/día (Cuadro #.1).

## Conclusiones.

- ✚ El sector cárnico es altamente atractivo dada la alta producción de ganado vacuno y porcino en el país, factor que permite acceder a materias primas de calidad y a buen precio con el fin de producir productos competitivos. Por otro lado es un bien sustituto de consumo masivo donde solo 3 de cada 100 personas no lo consumen con frecuencia.
- ✚ La investigación de mercado permitió determinar que la empresa, por la naturaleza de las actividades a desarrollar, se ubica dentro de la categoría de mercado de competencia perfecta; el producto es comercializado por un número muy representativo de oferentes que se encuentran en el mercado, donde también existe una gran cantidad de demandantes, de modo que los precios se fijan por la interacción de la oferta y la demanda.
- ✚ El producto estará orientado a consumidores de la ciudad de Guaranda que consumen productos cárnicos, que incluyen carne de ganado bovino.
- ✚ El estudio de campo permitió establecer la existencia de una demanda insatisfecha de 1168 kilos de carne, de la cual la empresa cubrirá el 100%.
- ✚ La empresa Frigorífico Santa Gertrudys en virtud de su actividad adoptará la modalidad compañía de responsabilidad limitada, puesto que inicialmente está conformada por 2 socios, los cuales están dispuestos a contribuir ya sea con activos fijos y/o con dinero en efectivo.
- ✚ La inversión inicial, para potencializar la empresa es de 26456, 50% con recursos propios y el 50% restante, a través de un crédito.
- ✚ En cuanto a la TIR, en el caso del proyecto, ésta supera a la tasa mínima aceptable de rentabilidad, que para el proyecto ésta dada por el costo de oportunidad del **10%**, y para el inversionista por la tasa de descuento de **24.03%**, en efecto la **TIR** del proyecto es de **24%**.
- ✚ El **periodo de recuperación** de la inversión, es largo, ya que se recupera antes de finalizar la vida útil del proyecto; como se puede observar en el análisis financiero realizado, el inversionista recuperará su inversión en **3 años, 10 meses, 3 días**.



## RECOMENDACIONES

- ✚ Invertir los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, ya que cumple con todos los requerimientos administrativos, financieros, técnicos de comercialización y producción.
- ✚ Implementar una clara ventaja competitiva frente a las empresas de venta de cárnicos existentes actualmente, SANTA GERTRUDYSS Cía. Ltda. Debe aplicar la estrategia de diferenciación, cuya finalidad es ofrecer una carne de excelente calidad que cumpla estrictamente con todas las normas sanitarias.
- ✚ Para el correcto desenvolvimiento del negocio, será necesario contar con dos áreas dentro de la empresa, la Administrativa-Financiera, y Comercialización, las que contarán con sus propios procesos, los mismos que contribuirán al mejor desempeño de las actividades del giro del negocio.
- ✚ Mantener un comportamiento adoptivo en el mercado, que permita alinearse no solo con las necesidades de los clientes, sino con las necesidades que tome la posible competencia, con el propósito de mantener la demanda y procurar incrementarla a mediano o largo plazo.
- ✚ Incorporar un departamento de investigación y desarrollo de productos que se encargue de efectuar evaluaciones permanentes que permitan reconocer y satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores.
- ✚ Cumplir estrictamente con todas las normativas y disposiciones legales vigentes que regulan esta actividad económica, garantizando que su proceso productivo se desarrolle dentro de un sistema de cuidado y respeto al medio ambiente.
- ✚ Al realizar el análisis financiero, se puede observar que el VAN, para el proyecto es de **\$16436.34**, lo que el ser viable financieramente, se recomienda la implementación del proyecto,
- ✚ Implementar el proyecto considerando que: el VAN del proyecto y del inversionista es mayor a cero y no es negativo La TIR del proyecto y del inversionista es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable

TMAR.

- ✚ El periodo de recuperación del proyecto y del inversionista es menor a la duración del proyecto y por tanto se garantiza la recuperación de la inversión que se ha realizado.

## BIBLIOGRAFIA

1. Aberlee.D, J.C. Forrest, D.E. Gerard y E.W. Mills. 2001 Principles of meet science 4t ed., Kendall unt publishing Co., Dubuque, Iowa. 354
2. Animal Health Australia. 2002 Animal Health in Australia. Four Design Group. Canberra, Australia. 2003.
3. Australian Lot Feeder's Association. An Australian Lot Feeding Industry Overview. Septiembre, 2002.
4. Bryan FL. Evaluaciones por análisis de peligros en puntos críticos de control. Ginebra: OMS, 1992:42-8.
5. Cornejo, M. 1981. Análisis bacteriológico de las carnes crudas industrializadas que se consumen en Quito. Edit. Universitaria. Quito, Ecuador
6. Cattle Council of Australia. Australia's Beef Industry: A New Era. Sídney, Australia. Junio 2002.
7. DIARIO EL HOY, Publicado el 10/Octubre/2008, Sección Dinero
8. Dirección Provincial de Salud Pública de Bolívar
9. Enciclopedia Agropecuaria, 2001. Ingeniería y Agroindustria, Bogotá Colombia, segunda edición, p. 296-298-299-312
10. Forrest, J1979. Fundamentos de la Ciencia de la Carne. Edit. Acribia. Zaragoza España
11. FAO-OMS. Directrices para la aplicación del sistema de análisis de riesgos y de los puntos críticos de control. Codex Alimentarius 1993; 1(supl.1):103-11.
12. Gobierno Provincial de Bolívar, 2004. Plan Estratégico de Desarrollo Provincial, Bolívar, Ecuador, p.35, 38,43
13. Johan C. Forrest, Elton Daberie, Harold B Hedrick, Max D. Judge, Robert A. Merkel, publicado en los EE: UU.por W.H. Freeman and Company, San Francisco and London, 1975, editorial ACRIBIA , ZARAGOZA, España.
14. Hernández, Nuria. Cándido, Pañeda. Ruiz, Esther. Las Relaciones Dinámicas en el Mercado Internacional de la Carne de Vacuno. Febrero, 2000.
15. Hernández Sampieri Roberto, Metodología de la investigación, Edición Castillo 2005
16. Hincapié Muñoz, Sonia Janeth e Hincapié Muñoz, Y olita Rocío. Mataderos Municipales, su Administración y Cooperación. Fondo de Publicaciones, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá, Colombia. 1ª Edición. 1997.

17. Madrid, Vicente. Nuevo Curso de Ingeniería del Frío. Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Murcia. Madrid, España. 1993.
18. Manual para la educación Agropecuaria., (s/a), Obtención de Carne, Área Industrias Rurales, Editorial Trillas, México. Martínez, Héctor y Acevedo, Ximena. Productividad y Competitividad de la Cadena de Bovinos en Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Bogotá, Colombia. Julio 2002.
19. Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca del Ecuador  
<http://www.sica.gov.ec/cadenas/carne/docs/panorama.htm>
20. Mindesarrollo. Los Retos de la Cadena del Cuero, sus manufacturas y el calzado en el Siglo XXI. Uricoechea Publicidad. 2001.
21. Procanor: Manual Camales
22. Recalde, María Luisa y Barraud, Ariel A. La Carne Vacuna: Competitividad en Argentina y Canadá. Instituto de Economía y Finanzas. Universidad Nacional de Córdoba.
23. Sapag Chain, Nassir Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Impresos Universitaria S.A., Colección
24. Sabino Carlos, El proceso de la investigación, Ed. Panapo, Caracas, Ed. Panamericana; Bogotá y Lumen- Humanitas, Buenos Aires.
25. [www.sica.gov.ec/cadenas/carne/docs/panorama](http://www.sica.gov.ec/cadenas/carne/docs/panorama)
26. <http://www.e-campo.com>
27. <http://www.tranqueraabierta.com.ar>
28. <http://www.lead.virtualcenter.org>
29. <http://www.produccion.com.ar>
30. <http://www.richiger.com.ar>
31. <http://www.colombia.com>
32. <http://www.cuersonet.com/informes/razas.htm>
33. <http://ganacor.tripod.com/galloway.html>
34. <http://www.fao.org>.
35. <http://www.coloradocattle.com>
36. <http://www.redangus1.org>
37. <http://www.associationsalers.com>
38. <http://www.fedegan.com>

39. <http://www.mincomex.com>
40. <http://www.ica.org>
41. <http://www.mla.com>
42. <http://www.msagrading.com>