



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: DISEÑO DE PROCESOS PARA EL FAENAMIENTO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CERDO EN LA FINCA
“SUPERPAPIO” CANTÓN SAN MIGUEL DE LOS BANCOS**

AUTORA: RIVERA PROAÑO BETTY MARLENE

TUTOR: ING. EDUARDO RAMIRO PASTAS GUTIÉRREZ, Mg

TUTOR TÉCNICO: ING. FAUSTO GERMAN PAZMIÑO MUÑOZ, Mg

AÑO 2017

INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PIC

Tema:	Diseño de procesos para el Faenamiento y Comercialización de carne de cerdo en la finca “Superpapiro” cantón San Miguel de los Bancos
Autor:	Rivera Proaño Betty Marlene
Carrera:	Administración de Empresas
Tutor:	Ing. Ramiro Pastas Gutiérrez
Asesor Técnico:	Ing. Fausto Pazmiño
Fecha:	

DEDICATORIA

El presente proyecto de Titulación como un homenaje de gratitud, quiero dedicarle a mi familia, quienes han sido mi motivación más grande para alcanzar las metas y objetivos trazados a lo largo de mi vida estudiantil, quienes me han acompañado en cada proyecto que emprendo y por ser mis más fervientes y fieles seguidores.

A mis padres, que me dieron la vida y permanentemente me apoyaron con su espíritu alentador, brindándome sus sabios consejos, lo que me ha permitido lograr mis propósitos y objetivos académicos son los mejores padres del mundo.

AGRADECIMIENTO

Gratitud a mi Dios todopoderoso y a la Virgen de Guadalupe que con su espíritu y luz divina fortalecieron mi camino para alcanzar mi meta y ayudarme a no desmayar en el trajín diario, lo que ha permitido que logre terminar mi proyecto.

Mi especial agradecimiento a mis Hijos Nataly, Jazmín, Esneider y a mi esposo, por su paciencia y apoyo incondicional durante la formación académica, Constituyendo un pilar fundamental de motivación e inspiración para lograr alcanzar mí tal anhelado sueño.

A la Universidad Tecnológica Israel, por haberme dado la oportunidad de ingresar al sistema de Educación Superior y cumplir este gran sueño, a mis maestros porque con sus ilustrados conocimientos, consejos, profesionalismo, valores y principios, hicieron más grata mi permanencia en las aulas de la Institución, gracias por su paciencia, y apoyo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

PORTADA.....	i
INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PIC.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE ANEXOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN.....	xi
SUMMARY	xii
Introducción	1
Problema de Investigación	2
Formulación del problema	3
Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos.....	4
Hipótesis.....	4
CAPÍTULO I.....	5
MARCO TEÓRICO.....	5
1.1 Producción porcina.....	5
1.1.1 La Competitividad.....	5
1.1.2 La Organización Mundial de la Salud.....	5
1.1.3 La Producción Porcina	6
1.1.4 Estudio de Pre factibilidad	7
1.1.5 Organigramas del Proceso.....	9
1.1.6 Comercialización.....	10
1.1.7 Evolución de la comercialización	10
1.1.8 Importancia	11
1.1.9 Comercialización.....	11

1.1.10 Tipos de razas de porcinos	12
1.1.11 Tipos de cerdo	12
1.1.12 Descripción de las razas que van a ser comercializadas	12
1.1.12 Demanda	13
1.1.13 Oferta.....	14
1.2 Marco Conceptual	15
1.2.1 Procesos de Negocio	17
CAPÍTULO II	21
METODOLOGÍA	21
2.1 Diseño Metodológico	21
2.2 Enfoque de la Modalidad	21
2.3 Tipos de Investigación	21
2.3.1 Bibliográfica.....	21
2.3.2 Inductivo	22
2.3.3 Analítico	22
2.4 Recolección de Datos	22
2.5 Universo	22
2.6 Población y Muestra.....	23
2.7 Análisis e Interpretación de Resultados	24
2.8 Resultados de la encuesta generales.....	33
CAPÍTULO III.....	35
PROPUESTA.....	35
3.1 Tema.....	35
3.2 Producto	35
3.2.1 Características del Producto	35
3.2.2 Uso del Producto	36
3.3 Información de la finca “Superpapiro”	36
3.3.1 Macro localización	36
3.3.2 Microlocalización.....	36
3.3.3 Factores Locacionales	36
3.3.4 Localización	37
3.3.5 Misión	37

3.3.6 Visión	38
3.3.7 Valores	38
3.4 Estructura administrativa de la finca “Superpapio”	38
3.5 Organigrama funcional.....	39
3.5.1 Administrador	39
3.5.2 Asistente de oficina	39
3.5.3 Supervisor	39
3.5.4 Galponeros	40
3.5.5 Vendedor	40
3.6 Objetivos del faenamiento del cerdo en la finca “Superpapio”	41
3.7 Procesos	41
3.7.1 Crianza	41
3.7.2 Reproducción	42
3.7.3 Proceso de faenamiento de cerdos	46
1. OBJETIVO.....	48
2. ALCANCE.....	48
3. RESPONSABLES	48
4. DEFINICIONES:	48
5. POLÍTICAS PARA EL FAENAMIENTO:.....	53
3.7.4 Proceso de Comercialización de carne de cerdo	60
1. OBJETIVO.....	61
2. ALCANCE.....	61
3. RESPONSABLES	61
4. DEFINICIONES:	61
5. POLÍTICAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN	68
3.7.4.1 Indicadores del Proceso de Comercialización de carne de cerdo	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
Conclusiones	71
Recomendaciones.....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
ANEXOS.	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Ley de Sanidad Animal	76
Anexo 2. Ley Orgánica De la Salud	76
Anexo 3. Ley de Mataderos	77
Anexo 4. Ley de Compañías	77
Anexo 5. Ley de Régimen Tributario	77
Anexo 6. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD	77
Anexo 7. Reseña histórica del consumo de la carne de cerdo	78
Anexo 8. Distribución de la planta.....	79
Anexo 9: Entrevista.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Tipos de cerdos.....	12
Tabla N° 2: Información de la demanda de la carne de cerdo	13
Tabla N° 3: Oferta del proyecto	14
Tabla N° 4: Oferta del proyecto en Kg	14
Tabla N° 5: Representación de símbolos de flujograma.....	19
Tabla N° 6: Qué tipo de carne consume	25
Tabla N° 7: Qué cantidad de carne de cerdo semanal compra.....	26
Tabla N° 8: Dónde adquiere la carne para su consumo	27
Tabla N° 9: Con qué frecuencia consume carne de cerdo	28
Tabla N° 10: Característica fundamental al momento de adquirir carne	29
Tabla N° 11: Estaría interesado en adquirir carne de cerdo.....	30
Tabla N° 12: En qué presentación le gustaría adquirir la carne de cerdo	31
Tabla N° 13: Pagar por cada paquete de 500 gr. de carne de cerdo.....	32

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Qué tipo de carne consume.....	25
Gráfico N° 2: Qué cantidad de carne de cerdo semanal compra.....	26
Gráfico N° 3: Dónde adquiere la carne para su consumo	27
Gráfico N° 4: Con qué frecuencia consume carne de cerdo.....	28
Gráfico N° 5: Característica fundamental al momento de adquirir carne	29
Gráfico N° 6: Estaría interesado en adquirir carne de cerdo	30
Gráfico N° 7: En qué presentación le gustaría adquirir la carne de cerdo	31
Gráfico N° 8: Pagar por cada paquete de 500 gr. de carne de cerdo.....	32
Gráfico N° 9: Estructura posicional en la Finca “Superpapiro”	38
Gráfico N° 10: Flujograma de faenamiento de la finca “Superpapiro”	54
Gráfico N° 11: Flujograma de comercialización de la finca “Superpapiro”	69

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
PLAN DEL PROYECTO INTEGRADOR DE CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: DISEÑO DE PROCESOS PARA EL FAENAMIENTO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CERDO EN LA FINCA
“SUPERPAPIO”**

Autor: Rivera Proaño Betty Marlene

Tutor: Ing. Ramiro Pastas Gutiérrez

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en el diseño de procesos para el faenamiento y comercialización de carne de cerdo en el cantón San Miguel de Los Bancos, en forma de carne procesada altamente higiénica y con estándares de calidad, mediante la investigación del mercado se determinó que existe una gran demanda de carne de cerdo en este sector, a su vez existen grandes oferentes del producto altamente especializados y con gran experiencia en el mercado, pero sin satisfacer por completo la demanda. La carne que se ofrecerá provendrá de cerdos de raza debidamente cuidados por personal altamente capacitado, contando con la infraestructura necesaria como galpones, oficinas y una planta de tratamiento de agua que permitirá cumplir la normativa legal relacionada con el ambiente, procurando verter al sistema de alcantarilla agua sin contaminantes ni sólidos suspendidos. La evolución económica y financiera realizada al proyecto permitió determinar la alta viabilidad económica del mismo, con un valor actual neto positivo y mayor a cero, una tasa de retorno superior a la referencial del mercado y muy atractiva, así como un periodo de retorno de la inversión dentro de los cánones aceptables para un proyecto de este tipo.

PALABRAS CLAVES.- PROYECTO, CRIANZA, COMERCIALIZACIÓN, CERDOS, FAENAMIENTO, ORGANIZACIÓN.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
PLAN DEL PROYECTO INTEGRADOR DE CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**THEME: IMPLEMENTATION OF PROCESSES FOR THE FAILURE
AND COMMERCIALIZATION OF PORK ON THE FARM
"SUPERPAPIO"**

Author: Rivera Proaño Betty Marlene

Tutor: Ing. Ramiro Pastas Gutiérrez

SUMMARY

The present project focuses on the marketing of pork in the San Miguel district of the banks, in the form of highly hygienic processed meat in this same city, through market research it was determined that there is a large beef order of pig, in turn there are great offerers of the product highly specialized and with great experience in the market, but without completely satisfying the demand. The meat to be offered will come from properly trained pigs of the breed, equipped with the necessary infrastructure such as sheds, offices and a water treatment plant that will allow to comply with the legal regulations related to the environment, trying to pour the sewer system water Without contaminants or suspended solids. The economic and financial evolution of the project made it possible to determine the high economic viability of the project, with a net present value positive and greater than zero, a rate of return higher than the market benchmark and very attractive as well as a period of return on investment Within the acceptable rates for a project of this type.

KEYWORDS: PROJECT, AGE, MARKETING, PIGS, SLAUGHTER, ORGANIZATION.

Introducción

El cerdo es una buena alternativa de carne, ya que es baja en grasa (y menor en calorías). Tiene una serie de nutrientes importantes como vitaminas B6, B12, tiamina y riboflavina. La carne de cerdo también contiene altas cantidades de otros nutrientes como hierro, magnesio, potasio, zinc y proteínas. El Cantón San Miguel de Los Bancos, está ubicado en el noroccidente de la Provincia de Pichincha, sobre las ramificaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, zona donde se produce la crianza y faenamiento de cerdos.

La Finca “Superpapiro” está situada en el Km 104. Cooperativa 12 de octubre, Lote No. 7 vía los Laureles, con una superficie: 3.30 hectáreas, la misma que fue adquirida el 26 de mayo del 2014, por medio de compra venta al señor Osman Alfonso Benítez Yazbek, con el único fin de utilizarla para la crianza y comercialización de cerdos, aprovechando el clima y el sobrante de los productos que se siembran en el sector, cuenta con instalaciones para la crianza de cuarenta cerdos, con proyecto de ampliación, con los implementos básicos, que consiste en comedores, bebederos de agua, desagües, con siete jaulas, con una capacidad de ocho cerdos por espacio disponible, es decir cuarenta cerdos, tendientes a cumplir con el propósito.

En un inicio se adquirió dos cerdas madres, con una edad aproximada de un año, las mismas que luego de la inseminación artificial, parieron diecinueve crías por cada una. Se alimentan con comida procesada que se han adquirido en los almacenes del lugar (balanceado) con raciones proporcionales que se ha distribuido tanto en la mañana y la tarde, con un alimento alternativo de caña de azúcar y rechazo de plátano, estos últimos productos son propios de la finca, las porciones son colocados en los comederos colectivos que tienen en cada jaula.

Por lo señalado, se debe indicar que es de vital importancia escoger y preparar una alimentación acorde a las necesidades de los porcinos. La comercialización es un factor que depende de la tecnificación del producto, en este sentido incide en el tipo de cliente para el expendio. La libre competencia en los mercados, el alto costo de la vida y las tendencias modernas de comercialización de productos con

valor agregado, conllevan para que los consumidores sean cada vez más exigentes al momento de adquirir sus productos, esto con el único objetivo de suplir sus necesidades de consumo doméstico con relación a su cultura y hábitos de consumo; al priorizar el cumplimiento de atributos de calidad y confiabilidad para una alimentación sana y sin riesgos para su familia.

Problema de Investigación

La carne de cerdo también conocida como porcino, marrano, chanco, etc., es muy conocida y apetecida por los potenciales consumidores del cantón San Miguel de Los Bancos, ya que la misma es utilizada en la elaboración de varios platos típicos del sector, los mismos que son de elaboración; y, se consume en los distintos hoteles, restaurantes, hosterías, etc. La mayor parte de la producción de carne de cerdo que se produce en el sector, es adquirida por las grandes empresas AGROPESA y PRONACA. Estas multinacionales faenan y procesan el producto para ser distribuidos por sus departamentos de comercialización.

Los compradores de esta clase de carne, observan con mucha preocupación la incidencia que tiene el poco o nada de control de calidad de la materia prima (carne de chanco cruda), ya que es el principal medio con el que se contagian con enfermedades intestinales; entre ellas tenemos las infecciones, tifoidea, parasitosis, lo que ha influido para que no se consuma la carne de cerdo o sus derivados. Estudios epidemiológicos sugieren que el alto consumo de carne sin los correctos cuidados se asocia con pequeños aumentos en el riesgo de desarrollar varios cánceres. Aunque los riesgos son pequeños, pueden ser importantes para la salud pública porque muchas personas comen carne y el consumo está aumentando. Los pequeños porcicultores que habitan en el sector de San Miguel de Los Bancos, representan un mercado muy amplio, el mismo que no es controlado por las autoridades de salud y tributarias por ser un mercado muy informal.

El proceso de producción ha sido mejorado mediante la asesoría de un veterinario que ha permitido aumentar ciertos factores productivos como la cantidad de crías por hembra, y reducir la mortalidad, apareamiento de

enfermedades y tiempo de crianza. Los desechos producidos por los cerdos en la finca “Superpapiro” son recolectados y almacenados en un área en donde se secan y luego son llevados por pequeños agricultores como abono natural, aunque la demanda de estos residuos no es alta debido a que su abono no es tan bueno en relación con abono de ganado vacuno.

El proceso de faenamiento se ve un poco debilitado porque este es muy artesanal y no es un proceso tecnificado, no se han incluido áreas de refrigeración para la carne faenada, ni tampoco se relacionan las áreas que conforman la empresa como el área de producción con el área de ventas y el área administrativa.

La falta de coordinación ha provocado muchos inconvenientes porque se ha faenado menos cantidad de cerdo que la solicitada y en otras ocasiones el cerdo faenado no cumplía con el peso requerido. Por lo expuesto, es necesario que se implemente un proceso adecuado de comercialización para poder coordinar la venta de carne de acuerdo con el nivel de producción y también con el área de faenamiento.

Otro factor que debe ser considerado es el trato que se hace a los residuos del faenamiento como es la sangre del animal y sus vísceras que actualmente son enterrados y en ciertos casos las vísceras se entregan a los compradores para la elaboración de platos tradicionales como el menudo. La carne es de muy buena calidad por lo que la entrega que hace la finca “Superpapiro” es fácilmente vendida a los restaurantes y tercenas, pero son los procesos internos a nivel de faenamiento y comercialización que deben ser mejorados para contar con más réditos económicos, porque la falta de coordinación genera gastos que se pueden eliminar con una planificación adecuada.

Formulación del problema

La Finca “Superpapiro” es un pequeño negocio que carece de una adecuada comercialización de su producto, porque al ser una empresa familiar, el faenamiento de la carne de cerdo es artesanal, a pesar de que cuenta con los servicios profesionales de un veterinario y un administrador.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar los procesos tecnificados de faenamiento y comercialización de carne de cerdo en la Finca “Superpapiro” que permita mejorar la producción.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los diseños procesos de faenamiento y comercialización.
- Diagnosticar la situación actual del problema.
- Establecer un proceso faenamiento y comercialización con la adecuada coordinación de las áreas que conforman la finca “Superpapiro”.

Hipótesis

Mediante el diseño de los procesos tecnificados de faenamiento y comercialización de carne de cerdo en la finca “Superpapiro” permitirá mejorar el producto que beneficiará la comercialización.

Variable independiente: procesos de faenamiento

Variable dependiente: comercialización

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

En nuestro país, los sectores agrícolas y empresariales, deben realizar procesos para poder ajustar sus estrategias y alcanzar sus metas trazadas.

1.1 Producción porcina

1.1.1 La Competitividad

En el mundo de competitividad los compromisos sociales son muy fundamentales, sobre todo en el mercado para generar recursos y poder contribuir con el desarrollo de San Miguel de Los Bancos y sus alrededores. El Ministerio de Agricultura y Ganadería MAGAP, tiene realizados varios estudios, obteniendo como resultado que en las distintas regiones del Ecuador, se consume la carne en el siguiente orden:

- **Costa.-** Carne de res, pollo, cerdo, caprino, borrego, leche, huevos.
- **Sierra.-** Carne de res, pollo, cerdo, chivo o cabra y borrego, leche, huevos, cueros, y otros (cuyes y conejos).
- **Oriente.-** Carne de res, cerdo, pollo.

1.1.2 La Organización Mundial de la Salud

La Organización Mundial de la Salud, la Organización Panamericana de la Salud OMS/OPS, determinan que el consumo de carne de cerdo infectada con cisticercosis afecta gravemente a la salud pública, ya que sus principales síntomas son asintomáticos, sus consecuencias conllevan a los pacientes a cuadros clínicos con problemas en las vías respiratorias, el sistema nervioso central, enfermedades cardiovasculares inclusive el deceso de los consumidores.

“La cisticercosis es una enfermedad parasitaria producto de la inadecuada técnica de explotación porcina, que afecta al hombre, transformándose éste en

hospedador definitivo y el cerdo es intermediario de contagio prevalente” (Rodríguez-Hidalgo, 2007).

Los mercados deben tener un enfoque a la producción, ya que es sinónimo de cooperación, esto debería ser regulado por el gobierno nacional. El sector porcicultor, no debe ser ajeno a esta corriente transformadora. La FAO en su informe “Caracterización etnozootécnica y genética del cerdo criollo de Ecuador” En las 465 UPA encuestadas se encontraron 2.146 animales de todas las categorías y edades, estableciéndose un promedio nacional de 4,14 animales por UPA.

El cerdo en la actualidad es utilizado en el cantón San Miguel de Los Bancos, como alimento principal, se caracteriza por tener un tamaño mediano, su color es negro, tiene una textura frágil, sus extremidades posteriores son más largas que las extremidades anteriores y el tórax estrecho. Estos animales se engrosan, su principal alimento es el maíz, las papas, el banano, complementado con el balanceado.

Los cerdos, se encuentran andando sin rumbo o se hallan atados en un árbol o en un arbusto del sector. En nuestro país, la carne de cerdo proviene el 10%, de razas importadas (Largewhite, Yorkshire, Landrace, Duroc Jersey, Pietran). A este tipo de cerdos se los alimenta con balanceado, se les realiza un control con un médico veterinario para que se les de las vitaminas correspondientes, de la misma manera se los desparasita, para lograr obtener una producción como en los países industrializados.

1.1.3 La Producción Porcina

La producción porcina, en innumerables sectores de nuestro país, es considerada como una actividad primaria que está atada a la manutención de los integrantes de las familias del sector agrícola, especialmente de escasos recursos económicos, lo que ocasiona que no se utilicen los adecuados servicios de sanidad para comercializar estos productos; adicionalmente no se tiene la ayuda o el control de las entidades de gobierno, obteniendo como resultado un producto que

porta enfermedades, ya que al ser de consumo humano, son alojadas en nuestro organismo, obteniendo consecuencias graves como la muerte.

El objeto de esta investigación será el resultado de un problema identificado en los consumidores de platos típicos elaborados con carne de cerdo en el cantón San Miguel de los Bancos, especialmente con la preocupación al posible contagio de enfermedades como parasitosis, teniasis, tifoidea, infecciones intestinales y otras relacionadas al aparato digestivo, ya que al consumir este producto que se faena sin controles sanitarios ni higiene, son susceptibles al contagio.

1.1.4 Estudio de Pre factibilidad

Según el “Estudio de Pre-Factibilidad Para Producir Cerdos de Raza en la Provincia de Pichincha y Exportarlos al Mercado Japonés 2004 – 2008”, Autoras Lilian Moreno y Mónica Valle; manifiesta que la actividad porcina tiene un desarrollo mínimo, ya que los costos de la producción son altos, existe competencia en la materia prima, no existe un mejoramiento tecnológico, capacitación de medianos y grandes productores. En el Ecuador, la población porcina constituye la base para la producción de carne y reposición de crías. En la actualidad, el stock es de aproximadamente 440.500 unidades de producción (UPA).

Es necesario indicar, que los propietarios de los establecimientos de comida, en el mismo sector de influencia, tienen un gran temor por el consumo de carne elaborada sin normas de higienes y calidad, ya que es indispensable para la preparación de los platos típicos, esto encarecerá el producto final, obteniendo como resultado que disminuya la demanda, mermando los ingresos económicos, lo que ocasionaría un impacto negativo en sus negocios.

Según el “Proyecto de Pre-Factibilidad para la Producción y Comercialización de Cerdos en pie en el Cantón Cuenca” Previa la Obtención del Título de Ingeniera de Empresas Autora: Elena Rosero; “Si bien el cerdo tiene un porcentaje mayor de grasa que otras especies, la mayor parte de ésta es grasa de cobertura, la cual fácilmente puede ser separada, quedando al final una carne

magra, tierna y nutritiva. Además, la grasa del cerdo es más insaturada que la de los rumiantes y tiene menos ácidos saturados y su acumulación favorece el colesterol en la sangre”.

El presente estudio estará centrado en la observación a las personas que coman carne de cerdo de una manera frecuente, en el cantón San Miguel de los Bancos, ya sea en periodos de dos semanas o menos. La Comercialización de carne de cerdo con estándares de calidad y normas sanitarias, permitirán que los consumidores adquieran el producto de una manera confiada; así como también será adquirida por las empresas que consumen este producto, no solo en el sector sino a nivel nacional.

“Comercializar carne de cerdo con crianza y faenamiento significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable; qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso” (Harrington, 1993).

“La implementación es una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo cierren la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado” (Fadikabboul, 1994).

“La implementación es una mera extensión histórica de uno de los principios de la gerencia científica, establecida por Frederick” (Abell, 1994) .

“La administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que será llamado Mejoramiento Continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca” (Deming, 1996).

Bajo estos conceptos, se puede establecer que el faenamiento y comercialización de la carne de cerdo debe tener un proceso ordenado y de calidad, para ser apto para el consumo humano. El faenamiento se debe seguir varias normas técnicas sanitarias.

El proceso de faenamiento del cerdo debe ser considerado como una etapa muy importante para realizar la comercialización del mismo, porque si no se aplica una producción con estándares de calidad e higiene, el resultado será una

carne de pésima calidad, por consiguiente fatales pérdidas económicas. Si se realiza el sacrificio con estándares de calidad e higiene, el resultado será una carne de excelente calidad y sus precios serán los mejores del mercado.

La organización de una explotación porcina con estándares de calidad, buscan como objetivo crear un ambiente adecuado para mejorar la producción, contemplando así el bienestar de la población; y, obteniendo como resultado más producción y de una manera eficiente, ya que este tipo de animales requieren de instalaciones apropiadas debido a sus hábitos alimenticios y su forma de vida.

También es necesario que se definan los procesos de faenamiento y comercialización, los mismos que son de mucha importancia para comprender los mismos, así tenemos el siguiente concepto:

“La administración de procesos se define como el diseño, la operación y la mejora de los sistemas que crean y entregan los principales productos y servicios de la empresa” (Fadikabboul, 1994).

1.1.5 Organigramas del Proceso

Los procesos son analizados en base a los diagramas que muestran los elementos básicos, como son los trabajos que se van a realizar, los flujos y las áreas donde se almacenarán los productos. Estos factores son muy necesarios para poder analizar los procesos requeridos. Las tareas están representadas por los rectángulos, los flujos con flechas; y, el almacenamiento de productos con triángulos invertidos.

Los procesos de negocio deben ser utilizados como un recetario para lograr que funcione el mismo y así poder lograr las metas requeridas en la finca. El cliente es la persona más importante en un negocio, por ende, se debe trabajar para satisfacer sus necesidades, ya que se merecen un trato digno, oportuno y eficaz. El consumo interno, acaparará casi toda la producción, por lo que los usuarios deben exigir calidad y cantidad, obteniendo como resultado que sus productos puedan competir en el mercado internacional y no se centren solo para el consumo interno.

Es necesario indicar que en el país tenemos productos como el plátano, cacao que se han destacado en calidad y se han convertido en productos de exportación. Por lo expuesto debemos buscar calidad, para logra hacer una cultura necesaria y poder competir hasta lograr ubicar los productos ecuatorianos a nivel mundial.

1.1.6 Comercialización

Para entender lo que es la comercialización vamos a citar dos conceptos los mismos que son:

“La comercialización es un proceso social en el que se debe realizar la gestión, mediante el cual los distintos actores sociales obtienen lo que necesitan, con la oferta y la demanda, así como también con el intercambio de productos o una prestación económica por los mismos. La comercialización consiste en proporcionar satisfacción al cliente, obteniendo beneficio a cambio de ello” (Kotler, 2010).

“La comercialización es el proceso donde se planifica y ejecuta el producto, como por ejemplo el precio, la promoción, la distribución, a fin de crear intercambios para satisfacerlos objetivos individuales, así como también de las organizaciones” (Emprentic, 2016).

1.1.7 Evolución de la comercialización

Una de las premisas es el sistema de comercialización, ya que existen varias necesidades insatisfechas en el mercado debido a las limitaciones financieras, técnicas, esto ha delimitado el segmento de mercado en el que se implementarán los productos.

La política de comercialización está determinada por las necesidades y características del mercado objetivo; de igual manera, los atributos del producto, son factores determinantes que deben seguirse para lograr un campo competitivo en el mercado en función de los usuarios. La promoción y publicidad está condicionada por las diferentes necesidades del mercado.

La finca porcina SUPERPAPIO debe conquistar el mercado haciendo uso de la combinación de las cuatro políticas o variables del marketing que son producto, precios, promoción y distribución.

1.1.8 Importancia

La importancia está radicada en planificar y organizar las actividades diarias, que son muy importantes en el momento de comercializarla, ya que debemos verificar que la mercadería esté en el lugar indicado. Así, el usuario debe tomar en cuenta cuando hace la selección para conocer el producto y probarlo, hasta llegar a consumirlo, por lo que debe tomar una decisión. Es necesario indicar que la comercialización es muy importante, ya que, si se descuida el equilibrio entre lo que se compra y lo que se vende, una nación puede sufrir una crisis de varios años.

Una de las consecuencias fue que muchos productos y servicios que necesitaban insumos y materiales de importación, sufrieron un considerable aumento de precio, lo que ocasionó que pierda competitividad, obteniendo como resultado que las empresas cerraran sus puertas con las consecuentes pérdidas económicas.

1.1.9 Comercialización

Los aspectos de la estructura productiva son analizados, ya que han incidido las modernas formas de comercialización porcina, porque en este sector se constata que las formas de comercialización están ocasionando nuevas formas de producción.

De igual forma, se puede constatar cómo el error de la oferta da lugar a una situación difícil, que va disminuyendo de acuerdo al tiempo, y los avances tecnológicos de la producción porcina. También se analiza que la solución al problema debe pasar por proceso tecnificado de faenamiento y comercialización.

1.1.10 Tipos de razas de porcinos

Existen diferentes razas de cerdos que han sido concebidas para distintos usos por lo que se ha estimado que existen casi 100 razas porcinas registradas y 200 variedades no registradas.

De estas razas se explotan 3, ya que los valores productivos se deben más a las mejoras de selección y genéticas que se han realizado, y no a las propias características de las mencionadas razas. Por lo expuesto se pueden distinguir dos tipos de cerdos que son cerdos del tipo cárnico y cerdos del tipo grasa.

1.1.11 Tipos de cerdo

Al igual que los vacunos, la carne de cerdo se divide en diferentes tipos. El cerdo se puede dividir por los cortes que se pueden encontrar en el supermercado. Para el cerdo fresco, el corte determina el contenido de grasa y el método de cocción.

Tabla N° 1: Tipos de cerdos

Característica	Tipo Grasa	Tipo Carne
Forma del cuerpo	Mediana y redondeada	Grande y larga
Cabeza	Pequeña	Alargada
Miembros	Cortos	Largos
Tronco	Corto, cilíndrico	Largo
Costillares	Muy arqueados	Arqueados
Línea Dorsal	Recta	Arqueada
Dorso	Ancho y corto	Ancho y largo
Huesos	Finos	Menos finos
Producto principal	Grasas	Jamones
Fertilidad	Regular	Buena

Fuente: Investigación propia, (2017)

Elaborado por: Betty Rivera

1.1.12 Descripción de las razas que van a ser comercializadas

Landrace.- Este tipo de carne se utiliza para el jamón. Esta es una raza popular a nivel mundial, obteniendo magníficos resultados en encierro intensivo de mejoramiento genético y unidades de parto. Se obtiene una excelente adaptación al medio y las hembras son de muy buena producción.

Pietrain.- Una de las características es que tiene las patas más cortas que otras razas y no es grande, pero se produce una carne de excelente calidad. Su crecimiento es acelerado, así como su reproducción, también se ha ganado una mejor calidad cuando se cruzan con otras razas.

Largewhite.- Son cerdos blancos grandes y pesados, es una especie muy valorada debido a sus características maternas, los cruces se los realiza con línea materna ya que tienen camadas grandes. Es considerada una raza muy resistente.

Duroc.- Esta raza se encuentra a lo largo del planeta, ya que su carne es magra y tiene un alto grado de grasa; por lo que su carne es muy apetecida para la elaboración de jamón serrano.

1.1.12 Demanda

Se debe indicar que el consumo de este tipo de carne está en los 10,5 Kg por persona al año, y se ha obtenido una demanda de 160,7 millones kg. Esta demanda es considerada en base a una población de 15,3 millones de habitantes.

La Dirección de Turismo del Municipio del cantón San Miguel de Los Bancos, considera que los consumidores de comida típica preparada con carne de cerdo y que es comercializada en el sector y sus alrededores, supera los 5.000 visitantes al mes, es decir 160 personas diarias.

Tabla N° 2: Información de la demanda de la carne de cerdo

Información	Personas
Población San Miguel de Los Bancos	17.573 habitantes (según el censo INEC 2011)
¿Estaría interesado en adquirir carne de cerdo?	11.930
SI 67,89%	
Mercado Cubierto por PRONACA y AGROPESA	7.158
60%	
Demanda Insatisfecha	4.772
40%	
Kg de carne de cerdo insatisfecho al año	50.106 Kg/año

Fuente: Investigación propia, (2017)

Elaborado por: Betty Rivera

En la población del Cantón San Miguel de Los Bancos, se calcula la cantidad de usuarios que consumen carne, de acuerdo a la proporción de la encuesta

realizada (Ver Sección III) es decir, aproximadamente 11.930, de allí se sabe que el 60% de consumo es cubierto por Pronaca y Agropesa, es decir que 7.158 personas y la diferencia es parte las personas insatisfechas. A partir de esta muestra (cantidad de personas que consume este tipo de carne) y que pertenecen al mercado insatisfecho, se usa el promedio de 10,5 Kg de carne de cerdo por persona al año y se obtiene que la cantidad de Kg de carne de cerdo insatisfecho al año es 50.106 Kg/ año.

1.1.13 Oferta

El 80% de la actividad porcina está desarrolla con pequeños y medianos productores, sin un proceso de producción, ni la elaboración de planes para su alimentación, peor aún de cuidados sanitarios etc.; por lo que se considera una actividad secundaria para la población, la misma que es explotada cuando existen condiciones favorables, como son el exceso de producción de banano, plátano, yuca o de maíz. También la cercanía a una piladora o centro productor de artículos alimenticios, así como restaurantes cuyos deshechos son utilizados para el engorde de este tipo de animales.

En la mayoría de los hogares, estos animales se crían para que consuman la comida o desperdicios del hogar, por lo que se demora mucho tiempo en alcanzar los 100 kg de peso, que es ideal para su venta. Las enfermedades parasitarias, la mala alimentación, han ocasionado que la carne que se ofrece sea de mala calidad. La raza predominante es la criolla, la misma que es cruzada con la Duroc-Jersey, Hampshire, Polandshine entre los más comunes.

Tabla N° 3: Oferta del proyecto

Oferta del Proyecto	
Oferta	30% de la demanda insatisfecha del cantón San Miguel de Los Bancos
Kg	15.031

Fuente: Investigación propia, (2.017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Tabla N° 4: Oferta del proyecto en Kg

Carne	Peso Kg
Al año	15.031
Al mes	1.253
A la semana	313

Fuente: Investigación propia, (2.017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Del total de la demanda insatisfecha se tomará un 30% de participación para cubrir el mercado insatisfecho, es decir el 12% de todo el Cantón de San Miguel de Los Bancos, esto quiere decir 15.031 Kg de carne de cerdo al año que será entregado a dueños de restaurantes y tercenas interesadas en adquirir cerdo, en total se pretende comercializar 313 Kg de carne de cerdo por semana, para lo cual se necesitará disponer de 4 cerdos en la granja listos para su faenamiento equivalente a 192 cerdos al año.

1.2 Marco Conceptual

Actividades.- “Son partes de los procesos de negocio que no incluyen ninguna toma de decisión ni vale la pena descomponer (aunque ello sea posible). Por ejemplo, responder el teléfono, hacer una factura” (Cabanellas, 2015).

Calidad.- “Conjunto de cualidades que constituyen la manera de ser de una persona o cosa, procede del latín quilitas” (Cabanellas, 2015).

Producto. - “Es el resultado de una serie de procedimientos para armar, construir, fabricar y elaborar algún objeto con una función útil para las personas.” (Taguchi, 2012).

Canal de Distribución.- “Sistema que utiliza una empresa para poner su producto en el punto de venta” (Cabanellas, 2015).

Cliente.- “Persona que tiene posibilidad de adquirir algún producto o servicio” (Cabanellas, 2015).

Control.- “Es el proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorizándolo y si es necesario, aplicando medidas correctivas de manera que la ejecución se lleve a cabo de acuerdo con lo planeado” (O’Donnel, 2012).

El control incluye la vigilancia activa de una operación para mantenerla dentro de límites definidos y es como una continuación de las otras tres funciones fundamentales de la administración. Ayuda a asegurar que lo que se ha planeado se lleva a cabo. (O’Donnel, 2012).

Dirección.- “Es un proceso o método de coordinar propósitos y personas para lograr un objetivo predeterminado” (Heller, 2010).

Distribuidor.- “Cualquier persona que mantiene una relación con la empresa para distribuir sus productos o servicios” (Cabanellas, 2015).

Engorde.- “Alimentación correcta de porcinos” (Heller, 2010).

Faenamiento.- “Es el proceso ordenado sanitariamente para el sacrificio de un animal bovino, con el objeto de obtener su carne en condiciones óptimas para el consumo humano. El faenamiento se debe llevar a cabo siguiendo las normas técnicas y sanitarias” (Empresa Pública Metropolitana de Rastro, 2013).

Líneas Organizacionales.- “Se llama así a todos los distribuidores que son parte de una organización por patrocinar a alguien o ser patrocinados” (Heller, 2010).

Marketing Mix.- “Uso de distintos elementos del marketing con el objetivo concreto de vender un producto determinado” (Taylor, 2010).

Mercado.- “Universo de personas que independiente o asociadas compran, venden y compiten por ganar compradores” (Harrington, 1993).

Normas ISO 9000.- “La familia de normas ISO 9000 son normas de "calidad" establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se pueden aplicar en cualquier tipo de organización” (Web escolar, 2017).

“Se componen de estándares y guías relacionados con sistemas de gestión y de herramientas específicas como los métodos de auditoría (el proceso de verificar que los sistemas de gestión cumplen con el estándar)” (Web escolar, 2017).

“Su implantación en estas organizaciones, aunque supone un duro trabajo, ofrece una gran cantidad de ventajas para sus empresas. Los principales beneficios son:

- Reducción de rechazos e incidencias en la producción o prestación del servicio.
- Aumento de la productividad.
- Mayor compromiso con los requisitos del cliente.
- Mejora continua” (Deming, 1996).

Nicho de Mercado.- “Pequeño segmento del mercado” (Heller, 2010).

Proceso.- “Acción de ir hacia adelante. Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial” (Harrington, 1993).

1.2.1 Procesos de Negocio

“Es un conjunto de tareas relacionadas lógicamente llevadas a cabo para lograr un resultado de negocio definido. Cada proceso de negocio tiene sus entradas, funciones y salidas. Las entradas son requisitos que deben tenerse antes de que una función pueda ser aplicada. Cuando una función es aplicada a las entradas de un método, tendremos ciertas salidas resultantes” (Fadikabboul, 1994).

Procesos Estratégicos o Gobernantes.- “Estos procesos dan orientación al negocio. Por ejemplo, Planificar la estrategia, Establecer objetivos y metas, control” (Abell, 1994).

Procesos Centrales o Productivos.- “Estos procesos dan el valor al cliente, son la parte principal del negocio. Por ejemplo, manejo de animales y plantas, alimentación de animales” (Harrington, 1993).

Procesos de Soporte o Habilitantes.- “Estos procesos dan soporte a los procesos centrales. Por ejemplo, contabilidad, manejo de documentos” (Fadikabboul, 1994).

Programas de Capacitación.- “Conjunto de temáticas, técnicas y herramientas que se reúnen para desarrollar habilidades en los participantes de la capacitación” (Deming, 1996).

Subproceso.- “Es parte de un proceso de mayor nivel que tiene su propia meta, propietario, entradas y salidas” (Fadikabboul, 1994).

Técnicas de Comercialización.- “Son todas las vías por las cuales se intenta vender un producto o servicio” (Cabanellas, 2015).

Valor Agregado.- “El valor agregado puede estimarse para una empresa, un sector de la economía o para un país, o para la economía internacional. La técnica del ingreso-producto determina la corriente anual de bienes y servicios, obtenidos en función de los insumos o recursos utilizados procedentes de otros núcleos productivos” (Cabanellas, 2015).

Venta Directa.- Como venta Directa tenemos a la exposición de los productos elaborados en la Finca Superpapiro, directamente a los potenciales consumidores.

Estudio de mercado.- Estudiaremos el número de personas, empresas que podrían ser los potenciales consumidores de la carne de chanco.

Gabriel Baca Urbina, señala que el estudio de mercado debe constar la determinación y cuantificación de la oferta y demanda, así como también deben ser analizados los precios y se debe realizar el estudio de la comercialización.

Con este estudio se puede analizar las características del usuario en cuanto a costumbres, hábitos, gustos y preferencias, para así determinar si un producto tiene la acogida suficiente en el mercado, de igual manera la cantidad de compradores que van adquirir el producto. También se podrá determinar el tipo de clientes interesados en determinados productos, con lo cual se orientará la producción del negocio.

1.2.2 Diagrama de flujo

“Es la forma más tradicional de especificar los detalles algorítmicos de un proceso. Se utiliza principalmente en programación, economía y procesos industriales; estos diagramas utilizan una serie de símbolos con significados especiales” (Deming, 1996).

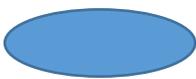
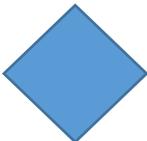
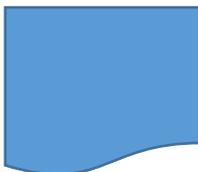
“Son la representación gráfica de los pasos de un proceso, que se realiza para entenderlo mejor. Son modelos tecnológicos utilizados para comprender los rudimentos de la programación lineal” (Deming, 1996).

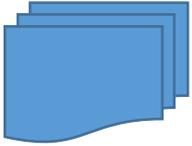
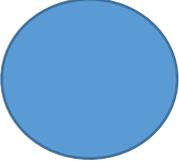
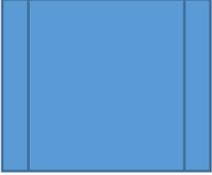
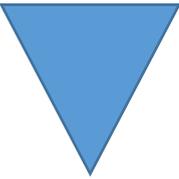
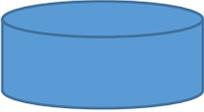
“Se les llama diagramas de flujo porque los símbolos utilizados se conectan por medio de flechas para indicar la secuencia de operación” (Deming, 1996).

“Un diagrama de flujo ayuda a establecer el valor agregado de cada una de las actividades que componen el proceso. Igualmente, constituye una excelente referencia para establecer mecanismos de control y medición de los procesos, así como de los objetivos concretos para las distintas operaciones llevadas a cabo.” (Deming, 1996).

Los símbolos que representan los procesos en un diagrama de flujo son:

Tabla N° 5: Representación de símbolos de flujograma

Símbolo	Representa	Símbolo	Representa
	Indica el inicio o terminación de un proceso		Representa una actividad llevada a cabo en un proceso
	Indica un punto en donde se debe aplicar una decisión		Se refiere a un documento utilizado en el proceso

	<p>Se refiere a un conjunto de documentos agrupados en un proceso</p>		<p>Se emplea para acciones que requieren de una inspección</p>
	<p>Conector de proceso diferente que continua el flujograma</p>		<p>Se usa para reflejar la acción de archivo de un documento</p>
	<p>Se emplea para representar la grabación de datos</p>		<p>Proporciona un sentido de flujo.</p>

Fuente: (Aíteco, 2015)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño Metodológico

La metodología es el camino para llegar a la meta, aquí se recopilará toda la información necesaria para faenar y comercializar la carne, utilizando técnicas e instrumentos apropiados, con los cuales se lograrán obtener los resultados más reales para ejecutar el proyecto.

2.2 Enfoque de la Modalidad

El presente trabajo estará basado en los dos tipos de investigación, el cualitativo y cuantitativo, ya que permitirá relacionar la parte teórica y numérica; la cualitativa vista en el problema y el marco teórico, y la cuantitativa estará representado en los resultados obtenidos de la investigación (encuesta).

También se aplicarán las técnicas de la observación y encuesta, con esto se pretende obtener datos reales de la población del mencionado sector, especialmente sobre sus costumbres de consumo, particularmente la hora que prefieren consumir la carne de cerdo y sus derivados. Para esta actividad se desarrollará un cuestionario, el mismo que obtendrá preguntas abiertas y cerradas, cuyo objetivo es obtener información real para la investigación.

2.3 Tipos de Investigación

2.3.1 Bibliográfica

En el presente trabajo utilizaremos la modalidad bibliográfica, apoyándose en trabajos elaborados como son las tesis, los folletos, libros, revistas, etc., los mismos que deberán estar relacionados con el objeto de nuestro estudio Como fuentes se tiene a:

- OMS
- OPS

- FAO
- INIAP
- Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca
- Ministerio de Turismo del Ecuador
- Ministerio del Ambiente
- Ministerio de Industrias y Productividad

2.3.2 Inductivo

Obtiene conclusiones generales a partir de antecedentes particulares, parte de lo particular a lo general. Esta investigación es del tipo inductivo porque se toma en consideración datos estadísticos previamente realizados y calculados por fuentes confiables.

2.3.3 Analítico

El análisis es la separación de los conceptos, es decir se puede descomponer en sus partes o elementos para observar el porqué de las cosas, las causas, la naturaleza y los efectos, está en el análisis e interpretación de resultados.

2.4 Recolección de Datos

Se realiza la recolección de datos en el Cantón San Miguel de los Bancos, lugar donde se aplicará la mencionada encuesta, posteriormente los datos se los procesará en el Programa Informático para obtener resultados exactos.

2.5 Universo

En el presente trabajos se ha tomado en cuenta la Población Económicamente Activa del sector urbano que existe en el cantón San Miguel de Los Bancos, en el año 2016, que según el INEC (censo 2010) corresponde a 17.573 personas.

2.6 Población y Muestra

La población será las personas económicamente activas de la parte urbana del cantón San Miguel de Los Banco, que está ubicado en el noroccidente de la Provincia de Pichincha, sobre las ramificaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, zona donde se produce la crianza y faenamiento de cerdos.

Se entiende a la población económicamente activa a la población que se encuentra en edad de trabajar y que está integrado a un mercado de trabajo La población del cantón San Miguel de los Bancos se encuentra distribuida de la siguiente forma: 27,4% en el área Urbana y 72,6 en el sector rural. La cantidad total de población del cantón para el 2016 es aproximadamente 17,6 mil personas. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

Según datos del INEC cerca de 800 personas se encuentran en el sector económicamente activo de la parte urbana y esto corresponde a la población de la investigación. Según (Bernal, 2010) se afirma que cuando la población de una investigación supera los 200 individuos para facilidad del proceso es aconsejable calcular una muestra probabilística. La muestra probabilística se puede calcular mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

En donde:

n = Número de elementos de la muestra

N = Número de elementos de la población o universo. (800 personas)

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno; P y Q = 50% de éxito o 50% de fracaso.

Z² = Nivel de confianza elegido (Por lo general es de 1,96)

E = Margen de error permitido E = 5% (0,05)

Al reemplazar los valores se tiene que:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 800}{0,05^2(800 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,25 \times 800}{2 + 0,99}$$

$$n = \frac{768}{2,99}$$

$$n = 256,4 \quad n = 256$$

La investigación de mercado se la realizara a 256 personas en las principales zonas y puntos de influencia urbana de esta localidad como el parque central, durante varios días de la semana.

2.7 Análisis e Interpretación de Resultados

Para efecto de tener la información sobre la investigación y determinar la tendencia del consumo de carne de cerdo en el Cantón San Miguel de Los Bancos, se aplicó la técnica de la encuesta con su respectivo cuestionario, y se ha procesado la información obteniendo los siguientes resultados:

Pregunta No.1 ¿Qué tipo de carne usualmente adquiere?

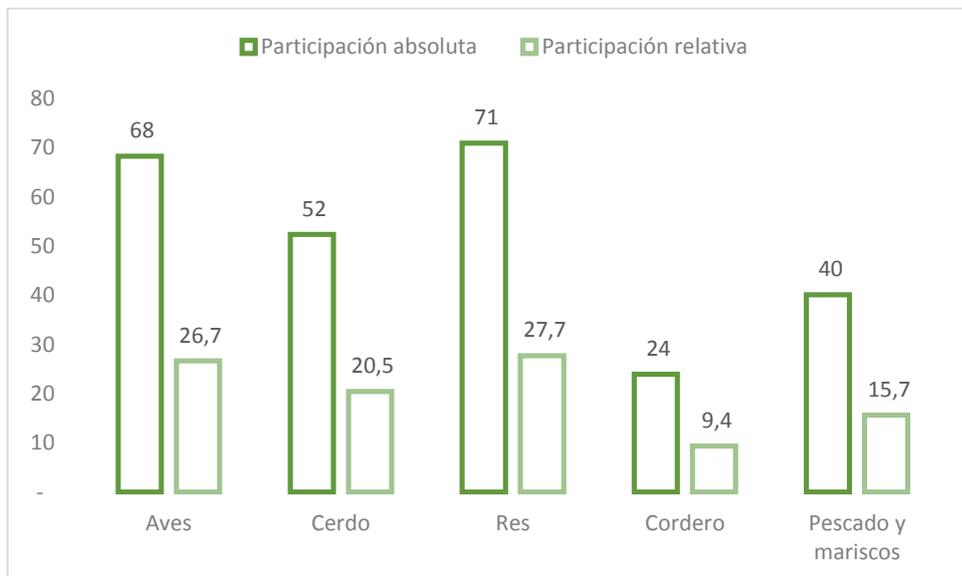
Tabla N° 6: Qué tipo de carne consume

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
Aves	68	26,67%
Cerdo	52	20,47%
Res	71	27,72%
Cordero	24	9,36%
Pescado y mariscos	40	15,67%
TOTAL	256	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 1: Qué tipo de carne consume



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación:

La mayoría de las personas encuestados consumen 3 tipos de carne usualmente, si bien la carne de cerdo ocupa la tercera ubicación equivalente a un cuarto de la población significa, por tanto, tiene una gran aceptación por parte de los comensales favoreciendo a la realización de este proyecto que se fundamente en el consumo de este tipo de carne.

Pregunta No.2 ¿Qué cantidad de carne de cerdo semanal compra?

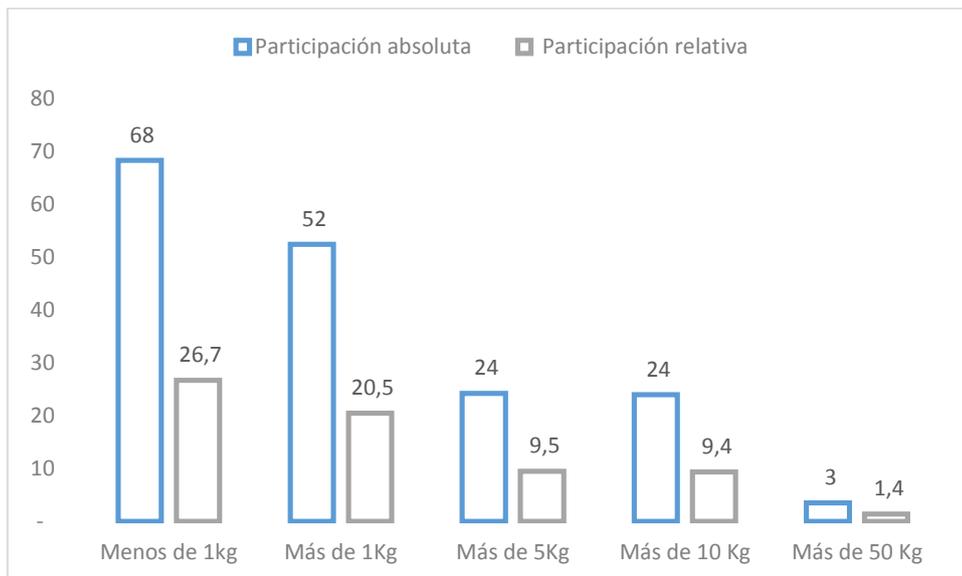
Tabla N° 7: Qué cantidad de carne de cerdo semanal compra

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
Menos de 1kg	68	26,67%
Más de 1Kg	52	20,47%
Más de 5Kg	24	9,46%
Más de 10 Kg	24	9,36%
Más de 50 Kg	3	1,35%
TOTAL	256	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 2: Qué cantidad de carne de cerdo semanal compra



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación

A partir del criterio de la OMS en donde asegura que el nivel óptimo de consumo es de 11.98 Kg, por persona, los resultados responden a este mismo nivel de consumo calórico, también se debe tener en consideración otro de los factores que inciden a su consumo dentro de los hogares como es el número personas por hogar. La recesión económica disminuye su poder de adquisición sobre este tipo de producto.

Pregunta No.3 ¿Dónde adquiere la carne para su consumo?

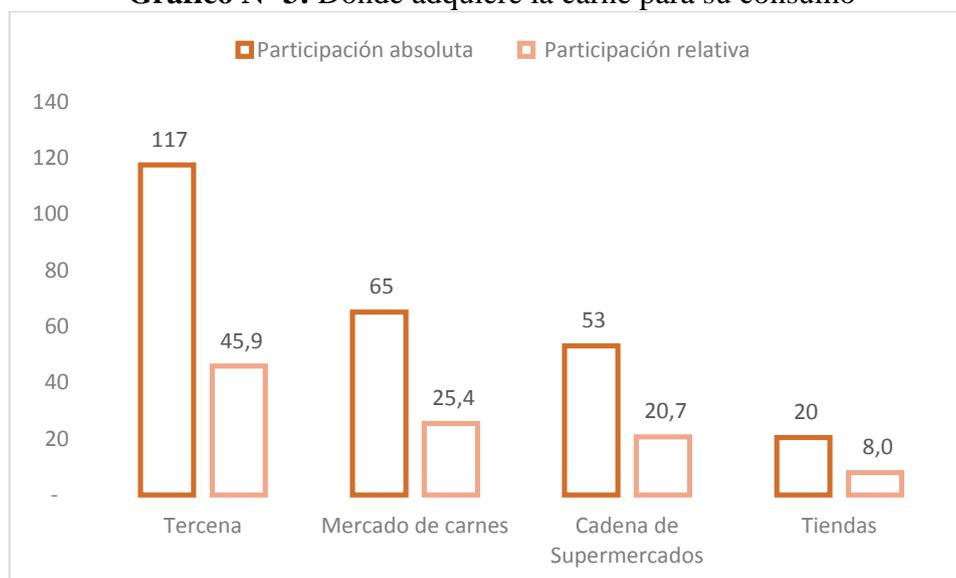
Tabla N° 8: Dónde adquiere la carne para su consumo

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
Tercena	117	45,89%
Mercado de carnes	65	25,44%
Cadena de Supermercados	53	20,70%
Tiendas	20	7,98%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 3: Dónde adquiere la carne para su consumo



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación

En esta pregunta la mayoría de los encuestados adquiere este tipo de producto en tiendas especializadas, denominadas “tercenas”, mientras que existe un aumento en el consumo en tiendas mayoristas o supermercado que poco a poco se ha apoderado del mercado con un control hegemónico sobre su comercialización, pues este tipo de cadenas de supermercados se han posicionado por ser referente de higiene y calidad, sumado también a una intensiva campaña de marketing y publicidad.

Pregunta No. 4 ¿Con qué frecuencia consume carne de cerdo?

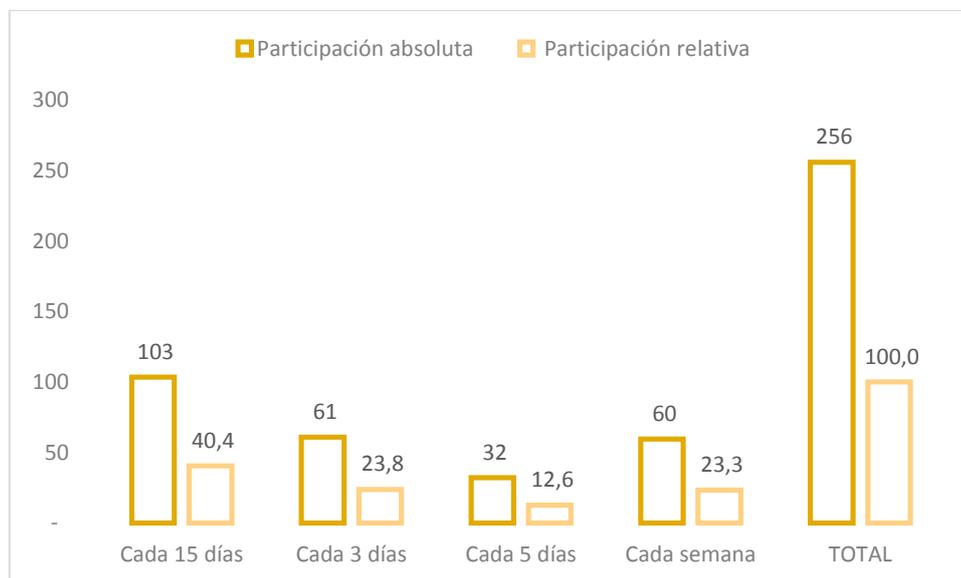
Tabla N° 9: Con qué frecuencia consume carne de cerdo

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
Cada 15 días	103	40,37%
Cada 3 días	61	23,80%
Cada 5 días	32	12,57%
Cada semana	60	23,26%
TOTAL	256	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 4: Con qué frecuencia consume carne de cerdo



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación

En relación al nivel de frecuencia de consumo se puede afirmar que los consumidores adquieren la carne de cerdo cada 15 días, es decir, se tienen un tiempo considerable en conservación, lo que en este tipo de carne es contra productivo porque su consumo debe ser menor al lapso señalado. También se debe tener en consideración el nivel de ingreso por familia que se designa para adquirir este tipo de producto.

Pregunta No. 5 ¿Cuál es para usted la característica fundamental, al momento de adquirir algún tipo de carne?

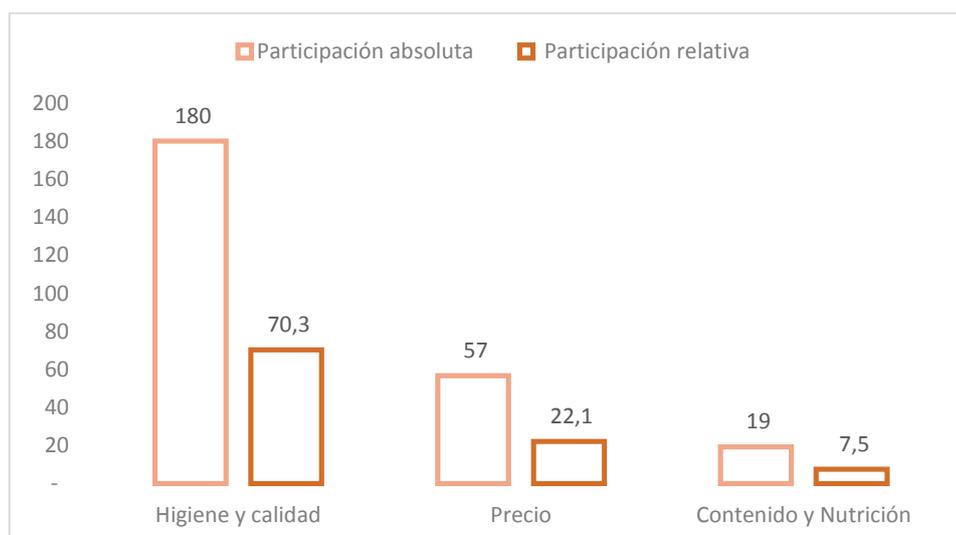
Tabla N° 10: Característica fundamental al momento de adquirir carne

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
Higiene y calidad	180	70,32%
Precio	57	22,14%
Contenido y Nutrición	19	7,54%
TOTAL	256	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 5: Característica fundamental al momento de adquirir carne



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación

Como se puede apreciar la población encuestada prefiere la higiene y calidad en la carne en comparación con un precio económico o el valor nutricional; esta tendencia es debido a que la población es consciente sobre la preservación de salud como primer requisito para su adquisición evitando focos de infección.

Pregunta No. 6 ¿Estaría interesado en adquirir carne de cerdo?

Tabla N° 11: Estaría interesado en adquirir carne de cerdo

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
SI	174	67,89%
NO	82	32,11%
TOTAL	256	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 6: Estaría interesado en adquirir carne de cerdo



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación

De acuerdo a la encuesta realizada en campo se obtuvo que la población de la zona del cantón San Miguel de Los Bancos, el nivel de aceptación dentro del mercado meta tiene una clara predisposición de adquirir este tipo de alimento para su consumo.

Pregunta No. 7 ¿En qué presentación le gustaría adquirir la carne de cerdo?

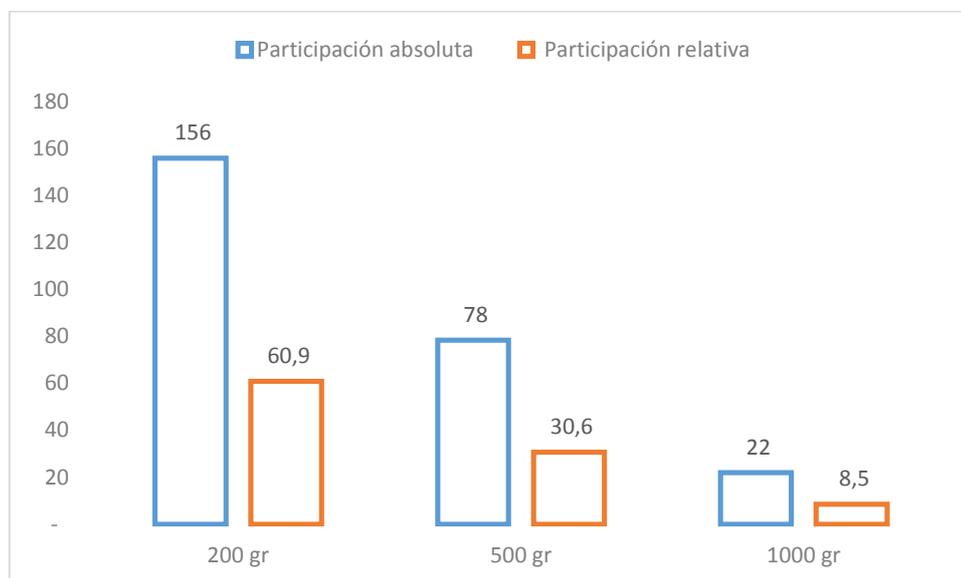
Tabla N° 12: En qué presentación le gustaría adquirir la carne de cerdo

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
200 gr	156	60,89%
500 gr	78	30,62%
1000 gr	22	8,49
TOTAL	256	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 7: En qué presentación le gustaría adquirir la carne de cerdo



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación

La presentación con mayor consumo es la menor a 200 g debido a su practicidad en el momento de cocción por su presentación en porciones pequeñas, además este tipo de porción es consumible de forma más rápida evitando tiempos elevados de conservación, sumada a su nivel de acceso por tener un precio más bajo, como accesible y un buen volumen de venta es la presentación de 500gr, existe una clara tendencia a comprar cantidades menores a un kilogramo y en lapso no mayor a una semana.

Pregunta No. 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada paquete de 500gr. de carne de cerdo?

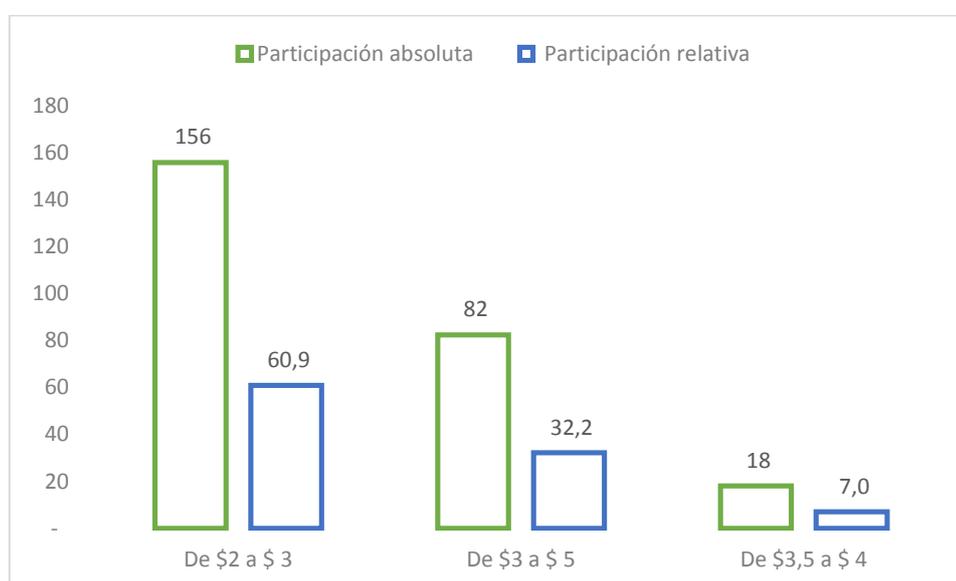
Tabla N° 13: Pagar por cada paquete de 500 gr. de carne de cerdo

Opciones	Participación absoluta	Participación relativa
De \$2 a \$ 3	156	60,85%
De \$3 a \$ 5	82	32,17%
De \$3,5 a \$ 4	18	6,98
TOTAL	256	100%

Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Gráfico N° 8: Pagar por cada paquete de 500 gr. de carne de cerdo



Fuente: Encuesta realizada in situ (2017)

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

Interpretación

El precio que la mayoría de los encuestados ha seleccionado es la primera opción que se encuentra correlacionada con los precios por libra que tiene la misma entre los \$2 a \$3, corroborando de esta forma el nivel de consumo, en cantidad en la pregunta anterior, lo cual se debe tomar como una referencia para el proceso de comercialización y su aceptación dentro del mercado meta.

2.8 Resultados de la encuesta generales

- Cuando no se tiene un conocimiento claro de la procedencia de los productos que se adquiere, existe un desconocimiento total de los riesgos que representa comprar carne infectada. Esto puede producir enfermedades contagiosas que atacan especialmente el estómago. Antes esta situación se debe desarrollar un proceso de comercialización, en el que se deberá aplicar los estándares de calidad, para que el consumidor obtenga un producto confiable.
- El hábito de consumo en la ciudad tiene como principales preferencias de consumo a la carne de res, pollo y cerdo, lo que permite establecer los principales productos que se deberán comercializar, para satisfacer las necesidades de la gente de estudio.
- El precio no es un impedimento para los habitantes del sector, ya que obtiene un producto con higiene y calidad, lo que disminuye el riesgo de contraer algún tipo de enfermedad. Esta es una gran oportunidad para comercializar la carne de cerdo con un precio accesible y con normas de calidad y normas de higiene.
- Por lo expuesto, el cumplimiento de las normas de higiene en los locales de expendio de carnes, exige que se cumpla la normativa legal vigente y espera características similares a las ofrecidas en cadenas especializadas en la comercialización de carnes.
- En el mercado, el proceso de comercialización y el consumo de la carne, se transformará en una ventaja frente a la competencia, factores que inciden en la compra lo que será un factor fundamental para el crecimiento de la finca porcina.
- Con el proceso de comercialización de carne de cerdo y faenamiento tecnificado, se está realizando un ente ganador para los consumidores y

una perspectiva de crecimiento para la finca ya sea en el mercado interno como en el mercado externo. Se aspira a que en los mercados del exterior tenga una incidencia de demanda potencial del producto, para lograr el crecimiento a mediano y largo plazo.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Tema

Diseñar procesos de faenamiento y comercialización de carne de cerdo en la finca “Superpapiro”, ubicada en el cantón San Miguel de Los Bancos.

Esta propuesta, surge del conjunto de necesidades de los habitantes del sector, por un lado los pobladores que requieren consumir alimentos que cumplan con normas sanitarias y de higiene que garanticen su seguridad alimentaria; y, por otro lados los ganaderos, que buscan el crecimiento sostenido de su actividad a través de un programa que garantice su producción para la venta a un precio justo. Con los diseños de proceso para el faenamiento y comercialización, se pretende ofrecer una carne de óptimas condiciones para el consumo y un comprador permanente del ganado producido en el sector.

3.2 Producto

Con los diseños de los procesos de faenamiento y comercialización de carne de cerdo, se pretende ofrecer un producto procesado con altos estándares de calidad, para satisfacer las necesidades de consumidores del cantón San Miguel de Los Bancos.

3.2.1 Características del Producto

El producto que se pretende comercializar es la carne de cerdo en canales al peso, obtenido a través de un proceso de faenamiento que cumpla con las normas sanitarias y de calidad, de tal manera que el cliente se encuentre satisfecho por la compra realizada.

Carne en Canal: 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 productos cárnicos son bienes de consumo y parte importante en la seguridad alimentaria.

3.2.2 Uso del Producto

La carne de cerdo se utiliza para diferentes tipos de cocción de acuerdo a los requerimientos de las familias, es utilizado diariamente en la dieta alimenticia del ser humano por tener gran contenido de proteínas, grasas y minerales.

3.3 Información de la finca “Superpapiro”

3.3.1 Macro localización

En este sector se aplican las explotaciones porcinas tecnificadas de engorde, que se encuentren conectadas por caminos de primer orden, lo que permiten una transportación óptima de los insumos, así como el alimento balanceado, como de los cerdos al proceso de faenamiento y a los canales de distribución. Para este proceso se requiere de abundante agua, la dotación de redes de energía eléctrica, esto permitirá que se optimice la inversión que se realizará en el proyecto. Esta zona se escogió por las características que son aplicables al Cantón y parroquias aledañas a San Miguel de Los Bancos, de la Provincia de Pichincha, detalladas anteriormente.

3.3.2 Microlocalización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la ubicación más óptima para el emplazamiento de la Finca, es decir seleccionar la mejor alternativa para que produzca el mayor beneficio ya sea para los consumidores, así como también para los propietarios del negocio.

3.3.3 Factores Locacionales

Para establecer la alternativa más apropiada es necesario considerar varios factores, tales como:

Disponibilidad del terreno

Posibilidades de ampliación del proyecto

Facilidades de acceso

Cercanía de las fuentes de abastecimiento

Disponibilidad de la mano de obra

Eliminación de desperdicios Planta Faenadora

Seguridad

Cercanía al mercado

Disponibilidad de servicios básicos.

Los factores que se va a considerar para la ponderación son muy importantes para poder determinar el lugar donde se va encontrar ubicada la planta faenadora por lo cual se asignan valores relativos, de acuerdo a la importancia, sobre la base de una suma igual a uno, y al realizar la comparación de tres sitios se califica cada factor de acuerdo a una escala predeterminada.

3.3.4 Localización

El presente proyecto se implementará en la Finca “Superpapiro”, situada en el Km 104, Cooperativa 12 de Octubre, Lote No. 7 vía los Laureles, con una superficie: 3.30 hectáreas, cantón San Miguel de Los Bancos. El terreno cuenta con infraestructura operativa excelente, con caminos de acceso de primer orden, así como los servicios básicos como son energía eléctrica y agua potable.

3.3.5 Misión

Somos una finca porcina que se dedica a la comercialización de carne de cerdo; que busca ofrecer un producto de excelente calidad, con una constante adaptación tecnológica en función de satisfacer las necesidades del mercado local.

3.3.6 Visión

Ser la empresa modelo en la comercialización de carne de cerdo dentro de los próximos dos años, cumpliendo con normas de calidad para el faenamiento y comercialización porcina para satisfacer todas las expectativas de nuestros clientes, empleados y proveedores.

3.3.7 Valores

Actitud.- Mental positiva en el personal que labora en la finca con visión de servicio.

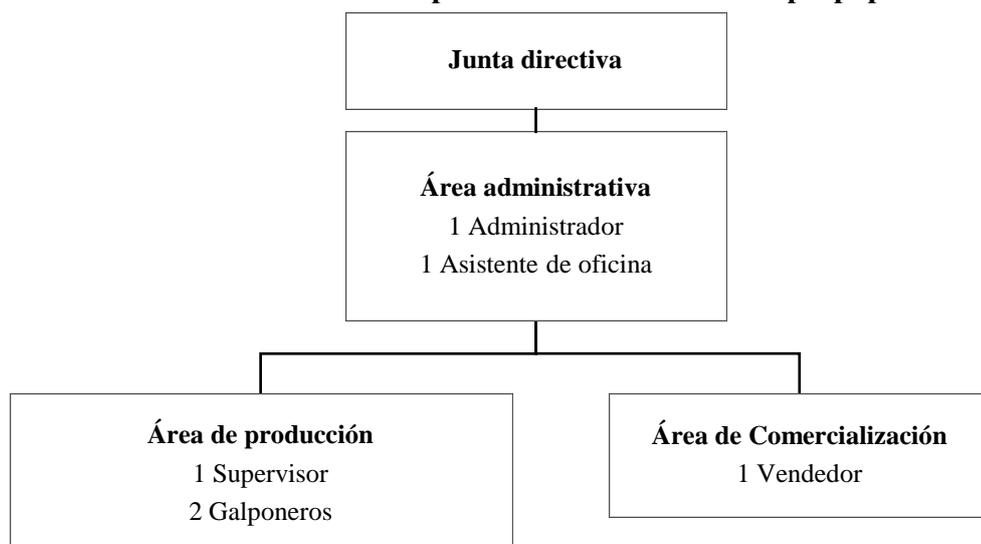
Disciplina.- En el cumplimiento de las actividades y tareas diarias para cumplir con las metas planteadas.

Trabajo en Equipo.- Para alcanzar con efectividad metas comunes.

3.4 Estructura administrativa de la finca “Superpapiro”

La finca “Superpapiro” es una empresa que se encuentra constituida y funcionando, es por ello que se cuenta con una junta administrativa, 1 administrador, 1 asistente de oficina, 1 supervisor, 2 galponeros, 1 vendedor.

Gráfico N° 9: Estructura posicional en la Finca “Superpapiro”



Fuente: Estudio realizado en la finca Superpapiro

Elaborado por: Betty Rivera Proaño

3.5 Organigrama funcional

En toda empresa es primordial que los trabajadores conozcan sus funciones y responsabilidades a la que están sujetos. En la finca “Superpapiro” se implementó las funciones como se enlistan a continuación.

3.5.1 Administrador

- Comercializar y distribuir el producto
- Coordinar la capacitación del personal
- Contratar al personal
- Planificar el faenamiento de cerdos
- Planificar las compras de materias primas, insumos y suministros.
- Promocionar el producto.
- Realizar reportes periódicos para los accionistas
- Supervisar las actividades contables y tributarias.

3.5.2 Asistente de oficina

- Apoyar al administrador en la atención y satisfacción de los clientes en el proceso de la venta desde la recepción del pedido hasta el despacho de la mercancía
- Llevar un control de la mercancía y hacer inventarios
- Verificar existencia y si no hay hacer órdenes de compra

3.5.3 Supervisor

- Desarrollar e implementar el mejor método de trabajo
- Informar a los galponeros los cambios en métodos.

- Dirigir las actividades de los galponeros.
- Analizar el cumplimiento de las metas diarias

3.5.4 Galponeros

- Limpiar los galpones.
- Preparar los galpones para recepción de chanchos
- Alimentar y vacunar a los chanchos.
- Controlar salud y peso de los chanchos
- Limpiar los equipos.
- Embalar producto terminado
- Reparar y conservar las instalaciones

3.5.5 Vendedor

- Apoyar a la gerencia administrativa en la atención y satisfacción de los clientes
- Llevar un control de la mercancía y hacer inventarios
- Verificar existencia y si no hay hacer órdenes de compra
- Organizar la ruta de distribución

Adicionalmente se cuenta con los servicios profesionales de un veterinario que es el encargado de revisar a los animales y su correcta crianza, evitar la propagación de enfermedades. Se cuenta con los servicios de guardias de seguridad, encargado de la seguridad de las instalaciones en especial de las galponeras.

3.6 Objetivos del faenamiento del cerdo en la finca “Superpapio”

En el Ecuador, de conformidad con los datos obtenidos en el III Censo Nacional Agropecuario y Encuestas Agropecuarias Permanentes realizado en el año 2000, se observa que el 6% de la explotación porcina se la realiza tecnificadamente; y, solo un 14% con un modelo semi-tecnificado.

Estos datos se los ha tomado de una población de 1,7 millones de cerdos, con un promedio de peso de 80 Kg y un rendimiento en carne de aproximadamente un 60%. El aumento del consumo de carne de cerdo en nuestro país, hace necesario también el incremento en la producción, pero no una producción tradicional como la de los cerdos de traspatio sino una producción de calidad, lo que permitirá obtener un producto digno, con una mejor nutrición para los mismos.

El producto se obtendrá con altos niveles de tecnificación, ya que se contará con instalaciones que poseen todas las normas de seguridad e higiene para el bienestar de los animales, garantizándose un mejor desarrollo en el proceso productivo, basando esta cadena productiva en la utilización de tecnología innovadora y con capital humano de gran valor.

3.7 Procesos

3.7.1 Crianza

Los cerdos de la finca “Superpapio” se crían al interior de donde galpones en donde se puede controlar la alimentación, la temperatura, la iluminación y la ventilación. El proceso de cría de cerdos para la producción de carne incluye las siguientes etapas de producción:

- Reproducción
- Gestación
- Parto
- Cuidado de lechones recién nacidos

- Crecimiento y engorde de lechones al peso de sacrificio

Hay varias áreas del sistema de galpones asociados a cada etapa de la producción. El área de aislamiento, que incluye el uso de corrales o establos individuales, o el área de grupo en el interior, tiene ventajas en términos de control de la enfermedad, mayor control de la ingesta de alimento y la supervivencia de los lechones no nacidos, pero también tiene implicaciones de bienestar.

3.7.2 Reproducción

En el área de reproducción, las hembras se alojan en grupos o en puestos individuales, con verracos sexualmente maduros en las proximidades. Cuando las hembras están en celo, el verraco es liberado. Cada vez más, las granjas están practicando inseminación artificial - impregnando a las hembras manualmente con semen recolectado de un verraco.

3.7.2.1 Gestación

El período de gestación de una cerda es de 115 días (3 meses, 3 semanas y 3 días). Durante este tiempo, las cerdas se suelen alojar en puestos individuales (2 pies de ancho por 7 pies de largo) con barras laterales de metal y pisos de hormigón o metal de lamas para la mayor parte de sus vidas. El suelo con listones permite que el estiércol y la orina caigan a través de un pozo de recogida.

La finca usa puesto de gestación. Las cerdas pueden acostarse, levantarse o sentarse, y pueden caminar un par de pasos hacia adelante y hacia atrás cuando se alojan en un establo, pero no tienen suficiente espacio para dar la vuelta. Debido a que tienen muy poco control sobre su medio ambiente, las cerdas pueden experimentar frustración y angustia debido a una serie de factores, incluyendo la incapacidad de evitar un área húmeda, fría o con corrientes de aire y la incapacidad de evitar los insectos. Las cerdas pueden también ser tensionadas porque se privan de la capacidad de expresar comportamientos naturales importantes como socialización.

Las cerdas reproductoras y gestantes se alimentan con cantidades limitadas de alimentos, normalmente una vez al día, para controlar su peso. Esto ayuda a prevenir la dificultad de parir. Una vez que han dado a luz, las cerdas se les da una dieta menos restrictiva. El más reciente Código de Prácticas para el Cuidado y Manejo de Cerdos (2014) requiere que: Las nuevas instalaciones de los establos en los graneros existentes deben cumplir con nuevas disposiciones espaciales para permitir una mayor libertad de movimiento y ejercicio;

3.7.2.2 Parto

Las cerdas se trasladan a la instalación de parto pocos días antes del parto. El tamaño de la jaula de parir es similar al de la gestación (aproximadamente 0,7 m por 2,7 m), pero tiene áreas separadas a lo largo de los lados de la caja para los lechones solamente. Las cajas de crianza también suelen tener barandas ajustables para proteger a los lechones de ser aplastados por la cerda.

El tamaño medio de la camada es 10-12 lechones. Las cerdas suelen tener 2-3 partos de lechones al año. Se provee una lámpara o almohadilla de calor para mantener calientes los lechones (32-38°C / 89-100°F). Los lechones se alimentan de la cerda durante 14-28 días antes de ser abruptamente destetados de la leche. Al destete, los lechones son típicamente movidos directamente en el vivero mientras las cerdas son movidas de nuevo en el área de cría.

3.7.2.3 Lechones recién nacidos en el área de crianza

Se debe asegurar de que todos los lechones reciban suficiente calostro (es decir, la primera leche que produce la cerda después del parto), que contiene altas concentraciones de nutrientes y anticuerpos para asegurar un buen desarrollo del sistema inmune de los lechones.

Poco después del nacimiento, los lechones también pueden ser "cruzados" (cambiar los lechones de una cerda a otra) para equilibrar el tamaño de las camadas y asegurar que todos los lechones tengan acceso adecuado a la leche.

En la primera semana de vida, los lechones reciben una inyección de una solución de hierro para prevenir la anemia. También durante este tiempo, sus colas son atrapadas para evitar la mordedura futura de la cola, sus dientes de la aguja (colmillos) se recortan, se les da alguna forma de identificación individualizada.

3.7.2.4 Vivero

Los lechones separados se clasifican en peso y se alojan en viveros hasta que tienen entre 8 y 10 semanas de edad. La alimentación y el agua se proporcionan en todo momento mientras estos lechones completan la transición de la leche a los alimentos sólidos. La temperatura se mantiene caliente (típicamente 24-30°C / 75-86°F) porque los lechones jóvenes son propensos al enfriamiento.

Los lechones de vivero se suministran con "alimentación progresiva", que es más sabrosa, para fomentar una transición suave de una dieta de leche a alimentos sólidos. Alimentos para viveros pueden contener algunos antibióticos, además de vitaminas y suplementos minerales para ayudar a proteger a los lechones jóvenes de enfermedades.

3.7.2.5 Crecimiento

Los cerdos de crecimiento final se alojan en grupos. Se proporciona paja, cuerda, cadena u otros artículos en el intento de prevenir comportamientos problemáticos. Los corrales están generalmente equipados con pisos con listones para evitar la acumulación de estiércol. El estiércol y la orina se recogen en un pozo debajo del suelo.

La etapa de crecimiento-final comienza después de la estancia de los lechones en el vivero. Estos lechones de 8-10 semanas de edad se separan en grupos de tamaño similar y se les da una alimentación de alta energía hasta que alcancen el peso de mercado. Se tarda aproximadamente 4-5 meses para criar un cerdo desde el nacimiento hasta el peso de mercado. Los cerdos de crecimiento final se proporcionan con alimentación de alta energía en todo momento para maximizar

el aumento de peso. Si los cerdos sudan o permanecen en un ambiente seco los cerdos perderán 5-10 libras al día.

Una vez que los cerdos han alcanzado el peso de mercado son transportados a un matadero para sacrificio. En la siguiente gráfica se muestra el diagrama del proceso de producción

3.7.3 Proceso de faenamiento de cerdos

Recepción de los animales.- Los cerdos son trasladados al área destinada a esta actividad, allí se los identifica, se pesa para ser ubicados en los corrales, esto con el objeto de cumplir con las medidas sanitarias dispuestas por el veterinario.

Revisión veterinaria.- Los animales son hidratados por un lapso de 2 a 4 horas, tiempo en el cual pasan por un proceso de descanso y relajación muscular, momento en el que se les realiza control veterinario antes de ser sacrificados.

Noqueo.- Una vez que se han cumplido con los estándares sanitarios, los animales son trasladados a la manga del inicio de proceso de faenamiento. Aquí se les aplica una descarga de amperaje para insensibilizar al animal y así evitarles un sufrimiento cuando sean degollados.

Izado.- Los animales son colgados en un gancho adherido a un riel, esto es para facilitar su movilidad en el proceso de faenamiento.

Sangrado y degüello.- Se corta una arteria en el cuello del cerdo, para esto el animal deberá estar boca abajo para que pueda desangrarse. Esta sangre será recogida en un recipiente especial.

Escaldado y pelado.- El pelaje del animal se elimina con la utilización de agua caliente.

Corte de patas y limpieza del animal.- Se le corta las patas y tenemos que lavar al animal con agua limpia y enjaguar las vísceras.

Flameo.- Con las llamas se eliminará completamente la cerda o pelo pequeño.

Limpieza.- Con abundante agua se limpia el cerdo tanto interna como externamente.

Corte de cabeza.- Con un corte horizontal se retira la cabeza del cuerpo del animal.

Eviscerado.- Esta actividad consiste en el corte de pene, escroto y testículos del cerdo.

Corte de canal.- Se realizará un corte longitudinal de canal.

Verificación veterinaria post mortem.- Luego de realizar los pasos señalados anteriormente, la carne será revisada por el médico veterinario para poder comprobar su estado sanitario o saludable.

Higiene y desinfección.- Una vez que el cerdo esté completamente limpio, se aplicará agua a presión, para desinfectar al animal de las contaminaciones que se realizan con el manipuleo.

Pesado y oreo.- El cerdo faenado será pesado en canales, para ser comercializado a los potenciales clientes.

	PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO	18/06/2017/ V 1
---	---	------------------------

1. OBJETIVO

Ofrecer un producto procesado con altos estándares de calidad, para satisfacer las necesidades de consumidores del cantón San Miguel de Los Bancos.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para el proceso de faenamiento de cerdos en la Finca “Superpapió”.

3. RESPONSABLES

- Asistente de Administración
- Galponero
- Veterinario
- Faenador

4. DEFINICIONES:

Autorizar faenamiento

Descripción

Se envían las órdenes por parte del asistente de Administración para que se autorice el inicio del faenamiento.

Llevar al cerdo a recepción

Descripción

Los cerdos son trasladados al área destinada a esta actividad, allí se los identifica, se pesa para ser ubicados en los corrales, esto con el objeto de cumplir con las medidas sanitarias dispuestas por el veterinario.

	PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO	18/06/2017/ V 1
---	---	------------------------

Corralaje de control

Descripción

Se lleva a los cerdos que están aptos para ser faenado, hasta el corral para la respectiva revisión veterinaria.

◆ **¿El animal está sano?**

Descripción

Se verifica que el animal se encuentre sano y en condiciones de consumo.

Flujos

¿El animal es apto para el consumo?

◆ **Inspeccionar al cerdo ante mortem**

Descripción

- La carne de los animales faenados, pasa para ser revisada por el veterinario de la fina, quien deberá determinar la integridad orgánica y estado higiénico del producto.

El cerdo permanece de 2 a 4 horas en el galpón Descripción

Los animales son hidratados por un lapso de 2 a 4 horas, tiempo en el cual pasan por un proceso de descanso y relajación muscular, en este momento se realiza control veterinario para ser sacrificados.

Noquear al cerdo

Descripción

Una vez que se han cumplido con los estándares sanitarios, los animales son trasladados a la manga del inicio de proceso de faenamiento.

	PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO	18/06/2017/ V 1
---	---	------------------------

Aquí se les aplica una descarga de amperaje para insensibilizar al animal y así poder evitarles un sufrimiento cuando sean degollados.

Colgar al cerdo de sus cuartos traseros

Descripción

Los animales son colgados en un gancho adherido a un riel, esto es para facilitar su movilidad en el proceso de faenamiento.

Realizar corte en el cuello del animal

Descripción

Con un corte horizontal se retira la cabeza del cuerpo del animal.

Desangrar por 10 minutos

Descripción

Se corta una arteria en el cuello del cerdo, para esto el animal deberá estar boca abajo para que pueda desangrarse.

Recoger sangre en canaletas

Descripción

Esta sangre será recogida en un recipiente especial.

Eliminar el pelaje del animal

Descripción

El pelaje del animal se elimina con la utilización de agua caliente.

Cortar patas al animal

Descripción

Este procedimiento que se realiza para cortar las patas del animal.

	PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO	18/06/2017/ V 1
---	---	------------------------

Sanitizar al animal

Descripción

Lavar al animal con agua limpia y enjagar las vísceras.

Eliminación completa de las cerdas del animal

Descripción

Con las llamas se eliminará completamente la cerda o pelo pequeño, es decir mediante el flameo.

Limpia parte ventral y dorsal

Descripción

Con abundante agua se limpia el cerdo tanto interna como externamente. para evitar que la carne se infecte.

Cortar cabeza al animal

Descripción

Con un corte horizontal se retira la cabeza del cuerpo del animal.

Cortar pene, escroto y testículo del animal

Descripción

Se procede al corte de pene, escroto y testículos del cerdo.

Realizar corte de canal

Descripción

Se realizará un corte longitudinal de canal.

Extraer viseras

Descripción

Se procede a quitar las vísceras del animal para evitar infecciones en la carne.

	PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO	18/06/2017/ V 1
---	---	------------------------

Aplicar agua a presión

Descripción

Una vez que el cerdo esté completamente limpio, se aplicará agua a presión, para desinfectar al animal de las contaminaciones que se realizan con el manipuleo.

¿El animal es apto para el consumo?

Descripción

Luego de realizar los pasos señalados anteriormente, la carne será revisada por el médico veterinario para establecer su estado sanitario.

Pesar al animal

Descripción

El cerdo faenado será pesado en canales, para ser comercializado a los potenciales clientes.

Realizar cortes y pesajes de los diferentes pedidos

Descripción

Esta actividad sirve para la realización de los cortes del cerdo acorde a los pedidos que se encuentren registrados correctamente.

Llevar los pedidos al área de refrigeración

Descripción

Se lleva los pedidos al área de refrigeración para mantener al cerdo en condiciones óptimas para el consumo.

	<p align="center">PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO</p>	<p align="center">18/06/2017/ V 1</p>
---	---	--

5. POLÍTICAS PARA EL FAENAMIENTO:

5.1 El asistente de administración será el encargado de autorizar e iniciar el proceso de faenamiento. Ninguna otra persona o dependencia está autorizada para iniciar dicho proceso.

5.2 El galponero controlara cada 2 horas que los cerdos se encuentren en condiciones adecuadas. Este informará al supervisor en caso de existir alguna anomalía

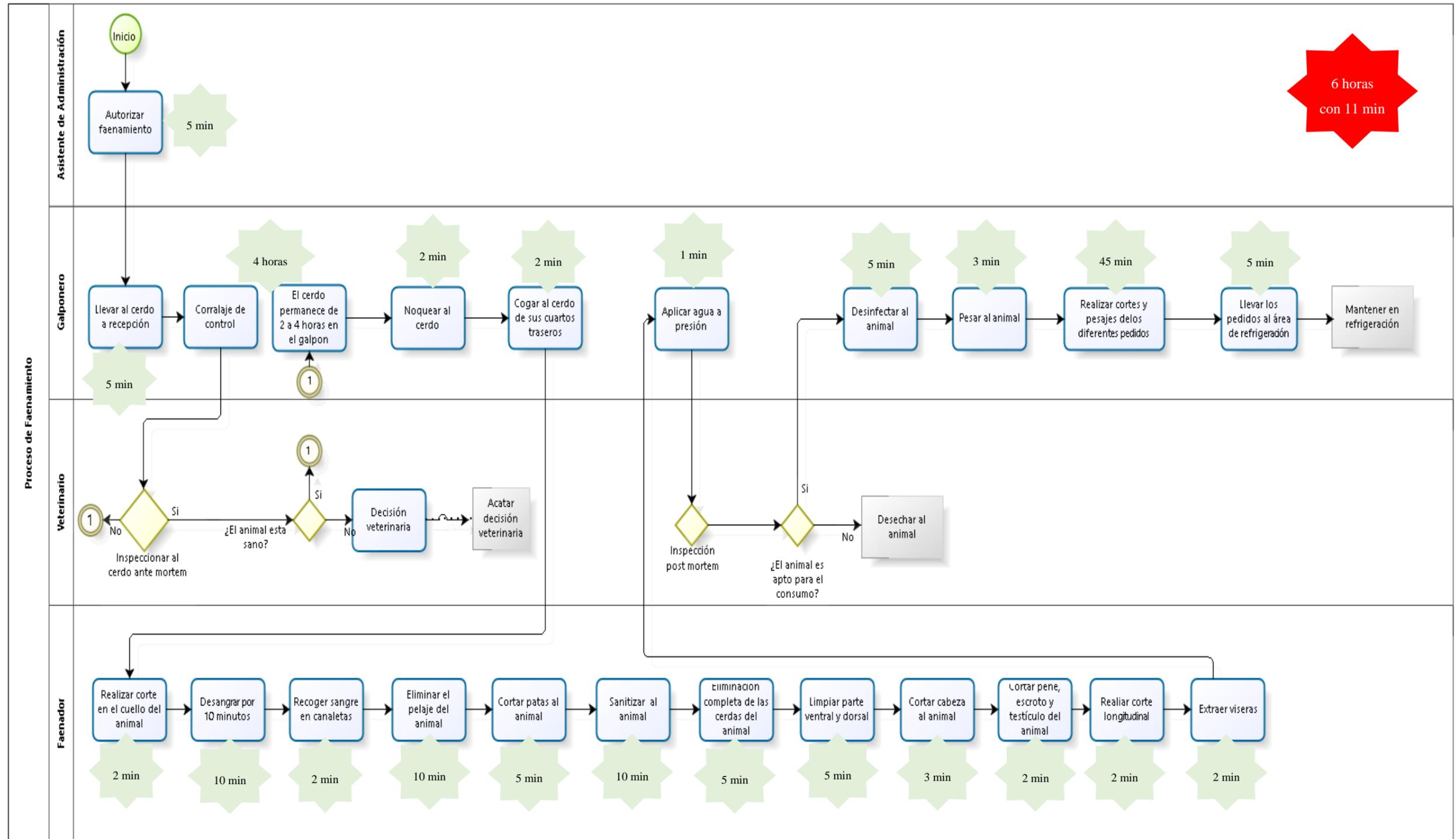
5.3 Si el veterinario luego de una inspección decide que el animal no es apto para el consumo humano se acatará la decisión inmediatamente.

5.4 El veterinario es el único autorizado para la revisión post mortem del animal.

5.4 El galponero será el encargado de mantener al animal en refrigeración, en caso de no hacerlo se hará cargo del costo total de la carne no refrigerada y esta se desechará.

5.5 El Faenador será el responsable de la sanitización del animal, en caso de no hacerlo correctamente se le descontará los perjuicios causados.

Gráfico N° 10: Flujoograma de faenamiento de la finca “Superpapiro”



Fuente: Investigación propia, (2.017)
Elaborado por: Betty Rivera

3.7.3.1 Equipos para realizar el faenamiento

Los equipos básicos que requiere en la Finca Superpapió para realizar el proceso de faenamiento porcino, de forma adecuada, son los siguientes:

- **BÁSCULAS DE RIEL**



Sirve para pesaje de canales

- **NOQUEADOR NEUMÁTICO**



La insensibilización es hecha de una manera correcta, no sentirá ningún dolor y estará inmediatamente inconsciente.

- **CORTADORA DE CUERNOS**



Corta todo tipo de cuernos de bovino. Tiene un ciclo de corte de sólo 1.5 segundos, y por lo tanto se consigue una producción de alta velocidad. Se eliminan dificultades en cuanto a la tracción de la cabeza.

- **CUCHILLAS CÓNCAVAS**



Tiene un diseño especial para producir incluso un corte más profundo, completamente debajo del cuerno.

- **CORTADORA DE PATAS**



Está creada para partir total o parcialmente las manos y patas de cerdo.

- **SIERRA ELÉCTRICA**



- **MESA DE DESHUESAR**



Tiene un desagadero que facilitará la colocación del animal faenado para realizar los cortes.

	PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO	18/06/2017/ V 1
---	---	------------------------

- **SISTEMA DE CUARTOS FRÍOS**



En este lugar se podrá mantener fresca la carne por el tiempo requerido hasta llegar a la comercialización.

3.7.3.2 Indicadores del proceso de faenamiento

Revisión veterinaria

Meta: El 100% de cerdos pasa la revisión veterinaria

Estándar mínimo: El 100% de cerdos pasa la revisión veterinaria

Noqueo.-

Meta: El 100% de cerdos son noqueados en el galón

Estándar mínimo: El estándar mínimo es la meta; porque esta operación depende del equipo utilizado, si el equipo presenta una falla se debe informar al supervisor para programar el arreglo inmediato. El cerdo no puede ser noqueado por ningún otro método

Sangrado y degüello.-

Meta: El cerdo debe tener 5% de sangre en su cuerpo

Estándar mínimo: El cerdo debe tener un 20% de sangre en su interior

Escaldado y pelado.-

Meta: El cerdo NO debe tener pelaje en su piel

Estándar mínimo: El cerdo debe tener un 10% de pelaje en su piel

Corte de patas y limpieza del animal.-

Meta: El cerdo NO debe tener patas

Flameo.-

Meta: El cerdo NO es flameado

Estándar mínimo: El cerdo debe tener un 10% de superficie de piel flameada.

Eviscerado.-

Meta: El cerdo NO tiene vísceras

Estándar mínimo: el cerdo No tiene vísceras, patas, ni cabeza y su piel se encuentra sin pelaje.

Inspección veterinaria post mortem.-

Meta: El 100% de cerdos pasa la revisión veterinaria post mortem

Estándar mínimo: El 99,99 % de cerdos pasa la revisión veterinaria post mortem

Pesado y oreo.-

Meta: El 100% de pedidos son despachados

Estándar mínimo: El 90% de pedidos son despachados

3.7.4 Proceso de Comercialización de carne de cerdo

Contacto con el vendedor.- El vendedor estará a cargo de recorrer los lugares de venta de carne de cerdo como restaurantes tradicionales y tercenas, en donde recogerá pedidos que serán despachados en un día fijo de la semana.

Orden de entrega.- La orden de entrega será otorgada por el vendedor al comprador, en donde se indica la fecha de entrega y hora, el precio y la cantidad de carne a entregar, es decir todas las especificaciones necesarias para que el comprador este seguro de que su orden va a llegar en forma correcta, en un plazo no mayor de 48 horas.

Recepción de orden de entrega en administración.- Todas las ordenes de compras se receptaran en administración y el asistente será el encargado de procesar la información para poder emitir las facturas y recibos correspondientes, se envía una hoja con la orden de trabajo al supervisor de la producción y al encargado del matadero.

Proceso de faenamiento y corte de carne.- Este proceso se encuentra descrito anteriormente. Adicionalmente se realiza los cortes de carne de acuerdo al peso solicitado.

Empacamiento.- En esta parte los galponeros están a cargo de empacar la carne y poner en un área refrigerada hasta que se cargue en el carro despachador.

Carga en carro.- Los galponeros cargan la carne en un carro con cabina refrigerada y con la coordinación del asistente de administración y el vendedor se procede a entregar el producto.

Cobro.- En esta parte se entrega la carne y se procede a cobrar el producto, o se deja un periodo de 5 días para cobrar por el producto entregado, esto previa autorización de la administración.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

1. OBJETIVO

Garantizar la captación de nuevos clientes y posicionamiento en el mercado mediante un adecuado proceso de comercialización enfocado a las necesidades de consumidores del cantón San Miguel de Los Bancos.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para el proceso de comercialización de cerdos en la Finca “Superpapió”.

3. RESPONSABLES

- Asistente de Administración
- Vendedor
- Supervisor de producción
- Encargado del matadero
- Galponero
- Despachador

4. DEFINICIONES:

- Contactar con el vendedor y dar planificación zonal**

Descripción

El vendedor estará a cargo de recorrer los lugares de venta de carne de cerdo como restaurantes tradicionales y tercenas, en donde recogerá pedidos que serán despachados en un día fijo de la semana.

- Recibir planificaciones para lugares de venta**

Descripción

Luego de contactar con el vendedor se procede a recibir planificaciones para los lugares en donde el vendedor tiene que dirigirse para realizar las ventas.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

Recorrer los lugares

Descripción

El vendedor se dirige al lugar asignado para la venta y registra las órdenes de pedido.

Recoger pedidos

Descripción

El vendedor registra los pedidos en las órdenes de la empresa en donde detalla la cantidad, dirección, cliente, teléfono.

Solicitar corrección de pedidos

Descripción

Si las órdenes han sido registradas incorrectamente se procede a pedir que se verifiquen los datos para la autorización.

Dar orden de entrega al cliente

Descripción

El vendedor registra los datos del cliente y entrega al mismo una orden en la que detalla el pedido, valor y fecha de entrega.

Enviar pedidos

Descripción

Se procede a enviar las órdenes de pedidos al asistente de administración para la valoración y registro de las mismas.

¿El pedido es correcto?

Descripción

Se verifica los datos del cliente para el ingreso de la orden.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

Recibir y registrar pedidos

Descripción

Procedimiento que realiza el asistente de administración para ingresar las ordenes de pedido.

Planificar entrega de los pedidos

Descripción

El asistente de administración organiza fechas de despacho para las diferentes órdenes que se registren.

Enviar órdenes de trabajo

Descripción

Se procede a enviar las órdenes de trabajo al supervisor de producción.

Solicitar verificación

Descripción

Actividad en la que se verifica si los registros son correctos.

¿Los registros son correctos?

Descripción

Verificación para evitar datos incorrectos en órdenes de trabajo.

Registrar pedido para cobro en 5 días posteriores

Descripción

El asistente de administración se encarga de registrar las órdenes de cobro para los cinco días posteriores a la entrega del producto.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

Recibir registro de cobro

Descripción

El asistente de administración es el encargado de recibir órdenes que no han sido canceladas para realizar su respectivo registro.

Entregar producto

Descripción

El vendedor se encarga de la respectiva entrega de producto.

Registrar entrega de producto

Descripción

El vendedor registra en órdenes la entrega del producto.

Realizar cobro

Descripción

Luego de la entrega del producto el vendedor es el encargado de realizar el respectivo cobro del producto.

Enviar registro de cobro

Descripción

El vendedor se encarga de enviar al asistente de administración el respectivo registro de cobro.

Solicitar orden de trabajo correcta

Descripción

El supervisor de producción se encarga de solicitar orden de trabajo correcta al asistente de Administración.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

Registrar orden de despacho

Descripción

En la orden de despacho se verifica que las órdenes estén registradas correctamente.

Enviar orden de despacho

Descripción

El supervisor de producción se encarga de enviar órdenes de despacho al galponero.

◇ **¿La orden es correcta?**

Descripción

Se verifica que las órdenes de trabajo estén registrados correctamente.

Enviar orden de trabajo

Descripción

El supervisor de producción se encarga de enviar las órdenes de trabajo verificadas.

Recibir orden de trabajo

Descripción

El encargado del matadero se encarga de recibir las órdenes de trabajo verificadas para su respectivo despacho.

Faenar al animal

Descripción

Esta actividad se realiza el faenamiento del animal.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

Realizar cortes de acuerdo al peso registrado en la orden de trabajo

Descripción

El encargado del matadero realiza los cortes verificando que estos se realicen correctamente para evitar desperdicios.

Enviar carne de acuerdo a la orden de trabajo

Descripción

Se envía la carne de acuerdo a las órdenes de trabajo recibidas.

Solicitar corrección de orden

Descripción

Si el peso y la orden no son correctas se solicita la corrección de las órdenes de trabajo.

¿El peso y la orden son correctas?

Descripción

Se verifica que las órdenes de trabajo estén registrados correctamente de acuerdo al peso y numero de orden.

Empacar el producto

Descripción

El galponero procede al empaque del producto de acuerdo a la orden de trabajo para evitar equivocaciones al momento de la entrega.

Enviar solicitud de despacho

Descripción

El galponero envía al supervisor de producción la solicitud de despacho para su respectiva verificación.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

Recibir orden de despacho

Descripción

El galponero recibe la orden de despacho de carne de acuerdo a orden de trabajo.

Cargar orden en carro

Descripción

El galponero procede a cargar la carne en el carro para que esta sea enviada al despachador.

¿Las órdenes son correctas?

Descripción

Se verifica que las órdenes se hayan registrado adecuadamente.

Verificación de órdenes cargadas

Descripción

Durante este proceso el despachador verifica que el peso y numero de orden sean correctas si no lo son se pide verificación.

Autorización de orden de despacho

Descripción

Se las ordenes han sido registradas correctamente el despachador verifica que el peso y numero de orden sean correctas para proceder a cargarlas en el transporte de despacho.

	PROCEDIMIENTO DE COMERCIALIZACIÓN	18/06/2017/ V 1
---	--	------------------------

5. POLÍTICAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN

5.1 El asistente de administración será el encargado de autorizar e iniciar el proceso de comercialización. Ninguna otra persona o dependencia está autorizada para iniciar dicho proceso.

5.2 El asistente de administración es el encargado de verificar que los pedidos se hayan generado correctamente.

5.3 El asistente de administración es el encargado registrar los cobros realizados y de terminar el proceso.

5.4 El vendedor es el encargado de recoger los pedidos, en caso de haber inconsistencia en los mismos este se encargará de asumir los gastos que estos generen.

5.4 El vendedor es el encargado de cobrar las órdenes despachadas en los posteriores 5 días laborables, caso contrario debe notificar al asistente de administración inmediatamente.

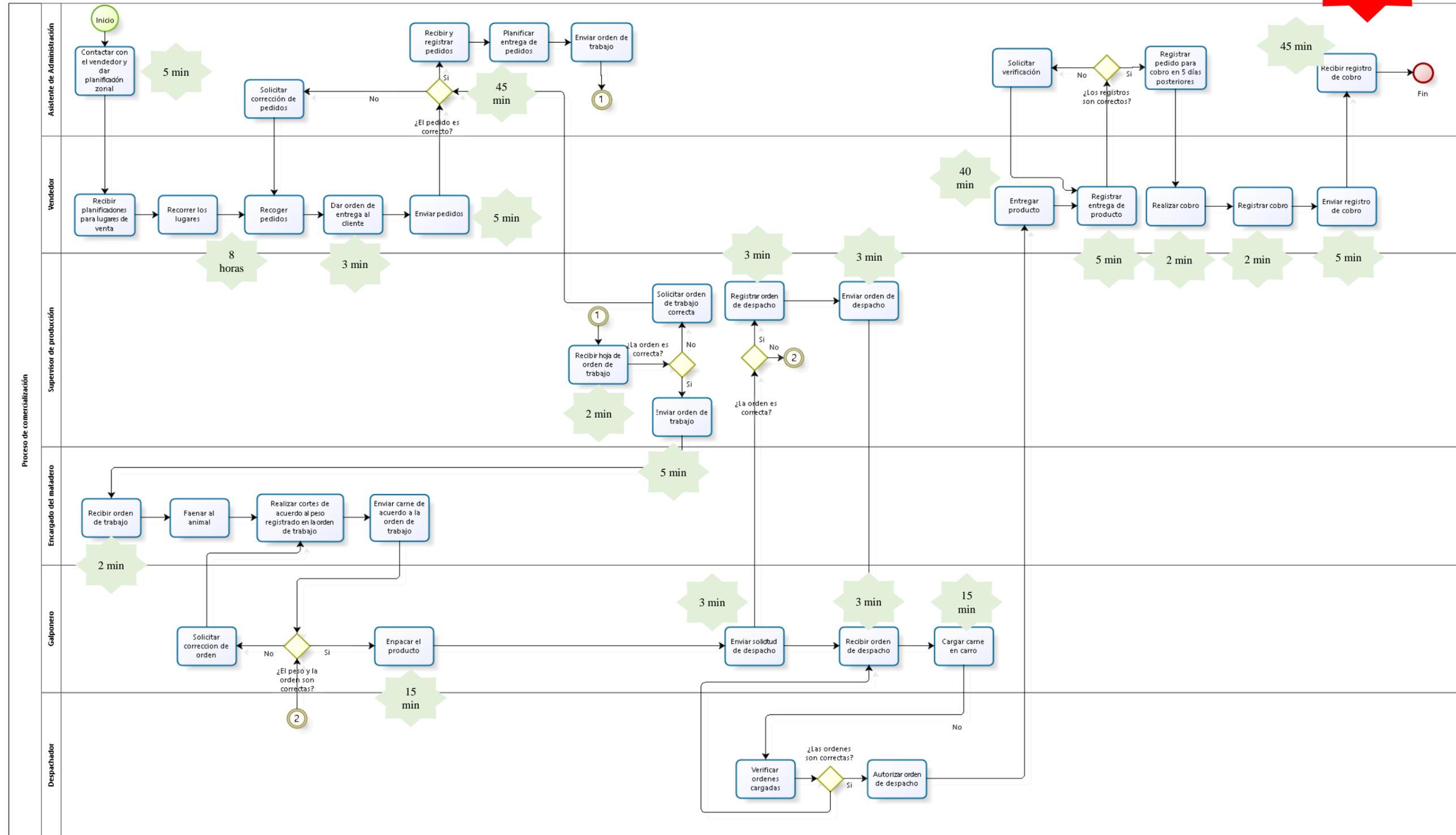
5.5 El Supervisor de producción se encarga de verificar que las órdenes sean correctas, de lo contrario se sancionará.

5.6 El galponero se encargará de verificar que el peso coincida con el número de orden registrada, si hay error se encarga de enviar una notificación del error al supervisor de producción.

5.7 El despachador se encarga de verificar que los pedidos y ordenes coincidan, caso contrario debe indicar al galponero se existe algún error e las mismas.

Gráfico N° 11: Flujograma de comercialización de la finca “Superpapiro”

9 horas
con 28 min



Fuente: Investigación propia, (2.017)
Elaborado por: Betty Rivera

3.7.4.1 Indicadores del Proceso de Comercialización de carne de cerdo

Orden de entrega.-

Meta: El 100% de orden de entregas son entregados al cliente

Estándar mínimo: El 100% de órdenes de entregas al cliente

Recepción de orden de entrega en administración.-

Meta: El 100% de orden de entregas son entregados en administración y siguen el proceso

Estándar mínimo: No se tiene estándar mínimo porque las órdenes rechazadas no continúan el proceso y regresan al vendedor, para su arreglo y verificación de información del cliente

Proceso de faenamiento y corte de carne.-

Meta: El 100% de pedidos son despachados

Estándar mínimo: El 90% de pedidos son despachados

Empacamiento.-

Meta: El 100% de pedidos son empacados

Carga en carro.-

Meta: El 100% de pedidos son cargados en el carro refrigerado

Cobro.-

Meta: El 100% de pedidos son cobrados

Estándar mínimo: El 90% de pedidos son cobrados

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El control de calidad de la materia prima (carne de cerdo cruda) es escaso, lo que ha ocasionado que el contagio de enfermedades intestinales como son las infecciones, tifoidea, parasitosis. Esto ha influido para que no se consuma la carne de cerdo o sus derivados.

- La cantidad de personas que consumen carne de cerdo, de acuerdo a la proporción es aproximadamente 11.930, de allí se sabe que el 60% de consumo es cubierto por Pronaca y Agropesa, es decir que 7.158 personas y la diferencia es parte del mercado insatisfecho.

- En el sector, los cerdos se crían en los hogares para que consuman la comida o desperdicios caseros, por lo que se demora mucho tiempo en alcanzar los 100 kg de peso, que es ideal para su venta.

- La población adquiere la carne de cerdo para su consumo diario, en tercenas, en el mercado, en cadenas de supermercados y en tiendas, la misma que es adquirida en un plazo más de 15 días; y, el precio no es un impedimento, ya que obtienen un producto con higiene y calidad, lo que disminuye el riesgo de contraer algún tipo de enfermedad.

Recomendaciones

- Aplicar los procesos faenamiento y comercialización de carne de cerdo, en la Finca “Superpapiro” cantón San Miguel de los Bancos, para obtener una carne de cerdo con estándares de calidad y cantidad.
- Elaborar en la Finca “Superpapiro” un producto cárnico de calidad, que esté libre de enfermedades, el mismo que será vendido al potencial consumidor; basada en estándares de calidad, sanidad, bioseguridad y generando una fiabilidad.
- Socializar el producto elaborado en la Finca “Superpapiro”, realizando alianzas estratégicas por parte del área operativa con otros tipos de proveedores que se complementen a la actividad, propiciando un ambiente agro productivo; el mismo que estará dirigido a todos los actores involucrados en el proyecto como son los consumidores, comercializadores de carnes, los fabricantes de balanceado y los transportistas de animales al mediano plazo. logrando una regulación, el mercado demandante, productores y políticas que benefician al sector.
- Recomendar que la carne de cerdo que es utilizada para la elaboración de varios platos típicos del sector, y que serán consumidos en los distintos hoteles, restaurantes, hosterías, sea adquirida en la Finca “Superpapiro”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abell, D. (1994). *Los Procedimientos Contemporáneos*.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educational.

Cabanellas, G. (2015). *Diccionario Jurídico Elemental*. Buenos Aires: Editorial Heliasta.

Deming, E. (1996). *Calidad de Productos*.

Emprentic. (16 de Marzo de 2016). *Definición Marketing*. Obtenido de Definición Marketing: <http://www.emprentic.es/definicion-marketing.html>

Empresa Pública Metropolitana de Rastro. (2013). *Faenamiento Bovinos* . Obtenido de Faenamiento Bovinos : <http://www.epmrq.gob.ec/index.php/servicios/faenamiento/faenamiento-bovinos>

Empresa Pública Metropolitana de Rastro. (2013). *Faenamiento Porcinos* . Obtenido de Faenamiento Porcinos : <http://www.epmrq.gob.ec/index.php/servicios/faenamiento/faenamiento-porcinos>

Fadikabboul. (1994). *Como Implementar Procesos*. Barcelona: Beccera.

Ganado Vacuno. (2015). Recuperado el 14 de DICIEMBRE de 2016, de www.epmrq.gob

Harrington, J. (1993). *Implementación de Proceso*. Quito: Editorial Leiva.

Heller, F. (2010). *Diccionario*.

Informe sobre recursos zoogenéticos Ecuador/ganadería porcina . (2003). Quito.

Kotler, P. (2010). *Marketing*. UADE.

Méndez, M. (2007). *Formulación y evaluación de un plan de negocios para formar un nuevo concepto de diversión en la ciudad de Xalapa*. Veracruz: Universidad Veracruzana.

O'Donnell, K. (2012). *Control de Calidad*.

PromoNegocios. (Mayo de 2007). *Definición de Investigación de Mercados*. Obtenido de Definición de Investigación de Mercados: <https://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>

Rodríguez-Hidalgo, R. (2007). *Centro Internacional de Zoonosis*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). Cantón San Miguel de Los Bancos, Provincia de Pichincha. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1707_SAN%20MIGUEL%20DE%20LOS%20BANCOS_PICHINCHA.pdf

Taguchi, G. (2012). *Productos*.

Taylor. (2010). *Métodos de Trabajo*.

Web escolar. (2017). *las Normas ISO*. Obtenido de Las Normas ISO: <https://www.webscolar.com/las-normas-iso>

ANEXOS

Anexo 1. Ley de Sanidad Animal

Esta ley se creó con el objetivo de:

- a) Viabilizar las actividades necesarias para que al Ecuador se le declare libre de fiebre aftosa;
- b) Evitar la reintroducción de la enfermedad es decir de la fiebre aftosa en el país;
- c) Socializar con el sector privado las acciones necesarias para fortalecer el control sanitario y productivo del ganado que se encuentra en el país;
- d) El Ecuador debe adoptar las exigencias sanitarias internacionales, para realizar una excelente producción y por ende una comercialización de productos cárnicos; y,

Anexo 2. Ley Orgánica De la Salud

“De conformidad con lo que dispone el artículo 124, se prohíbe dentro del perímetro urbano instalar establos o granjas para criar o albergar ganado vacuno, equino, bovino, caprino, porcino, así como aves de corral y otras especies” LEY ORGÁNICA DE SALUD.

“El artículo 125 establece la prohibición del faenamiento, transporte, industrialización y comercialización de animales muertos o sacrificados que hubieren padecido enfermedades nocivas para la salud humana” LEY ORGÁNICA DE SALUD.

Anexo 3. Ley de Mataderos

“De acuerdo al Art. 1, la presente Ley, como complementaria de la Ley de Sanidad Animal vigente, rige lo concerniente a la construcción y funcionamiento de los Mataderos, a la inspección de carnes y a la comercialización e industrialización anexas”.

Anexo 4. Ley de Compañías

Controla y regula la creación y el funcionamiento de las empresas públicas y privadas y públicas en nuestro país.

Anexo 5. Ley de Régimen Tributario

Rige los tributos o impuestos que la empresa debe pagar al fisco para constituirse y por el permiso de funcionamiento.

Anexo 6. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD

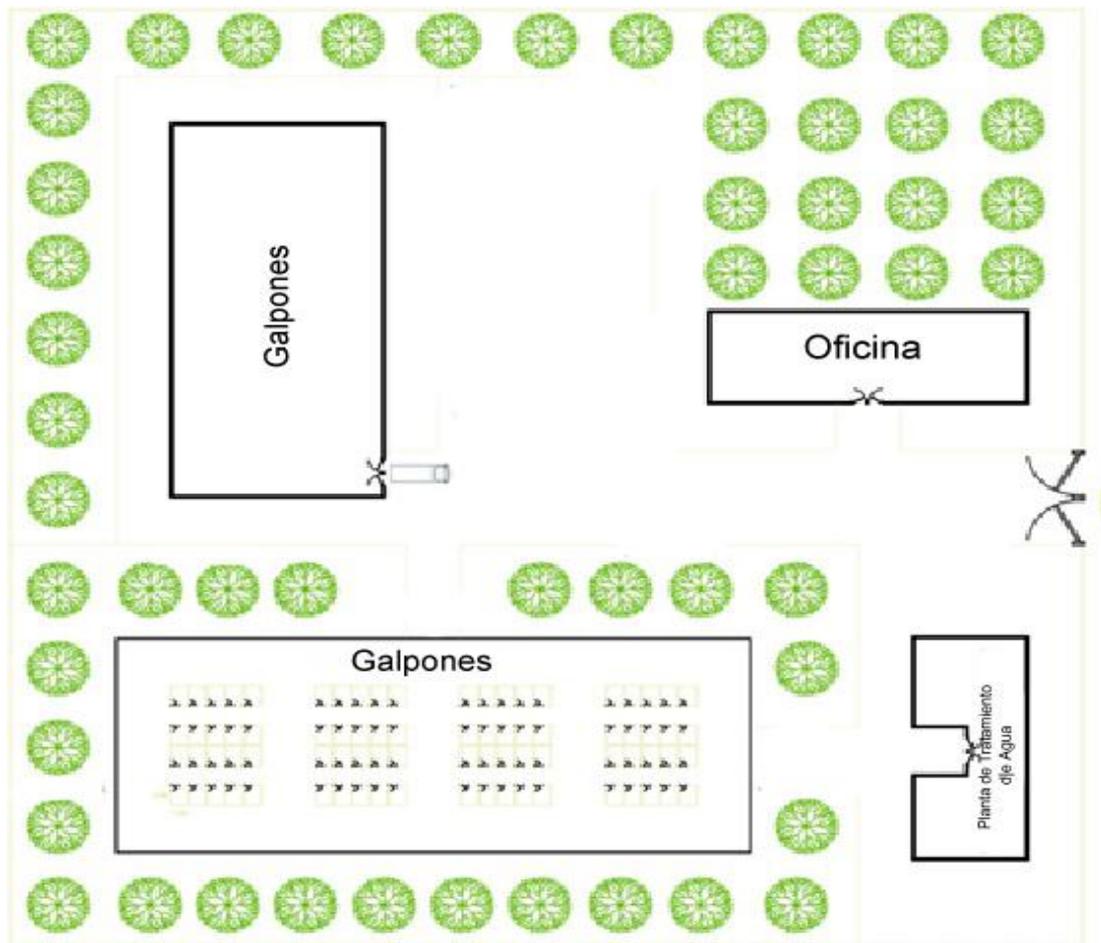
Esta ley regula la utilización del suelo dentro del ámbito municipal para revisar si una empresa de expendio de carne, por ejemplo, puede funcionar dentro de un sector en particular. Así también establece los permisos y reglas de sanidad dentro de su jurisdicción, y demás que rigen para la producción y comercialización de carne de cerdo.

Anexo 7. Reseña histórica del consumo de la carne de cerdo

La carne de cerdo en el país ha tenido un creciente incremento por lo que es necesario el incremento de la producción eficiente, con una mejor alimentación de los cerdos, para cubrir la demanda que existe en el mercado. El consumo per cápita de la carne en los últimos años ha sido el siguiente:

Año	Consumo per cápita Kg/per/año	% de incremento
2006	6,8	
2007	7,2	0,40
2008	8,0	0,80
2009	9,77	1,8
2010	10,68	0,9
		total
		% promedio total

El incremento promedio porcentual es del 12,11% en el consumo per cápita de la carne de cerdo desde el año 2006 llegándose a ubicar en 10,68 kilogramos anuales por personas en el año 2011.



Anexo 9: Entrevista

Nombre: _____

Empresa: _____

Teléfono: _____

1.- ¿Qué tipo de carne usualmente adquiere?

2.- ¿Qué cantidad de carne de cerdo semanal compra?

3.- ¿Dónde adquiere la carne para su consumo?

4.- ¿Con qué frecuencia consume carne de cerdo?

5.- ¿Cuál es para usted la característica fundamental, al momento de adquirir algún tipo de carne?

6.- ¿Estaría interesado en adquirir carne de cerdo?

7.- ¿En qué presentación le gustaría adquirir la carne de cerdo?

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada paquete de 500gr. de carne de cerdo?

Anexo 10: Reporte de plagio

REPORTE DE PLAGIO

EL REPORTE CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO ADJUNTO
**DISEÑO DE PROCESOS PARA EL FAENAMIENTO Y
COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CERDO EN LA FINCA
"SUPERPAPIO"**

FUE REVISADO CON EL SERVICIO DE PREVENCIÓN DE PLAGIO
PLAGRAMME.COM Y TIENE:

SIMILITUD

0%

RIESGO DE PLAGIO

4%

PARAFRASEA

0%

CITAS INCORRECTA

0%

Julio 2017
2017-08-28

Nombre del archivo: TESIS LISTA PARA IMPRIMIR 20 JULIO 2017
rev fa.docx

Archivo verificado: 2017-07-26

Reporte generado: 2017-07-26

Opinion
2017-08-28

Anexo 11: Carta de autorización



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Betty Marlene Rivera Proaño, CI 1711114189 autora del trabajo de graduación:

Diseño de procesos para el faenamiento y comercialización de carne de cerdo en la finca “Superpapiro” cantón San Miguel de los Bancos, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración de Empresas** en la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Septiembre del 2017

Atentamente,



Betty Marlene Rivera Proaño

C.I. N°. 1711114189