UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA TIERRA
ESCUELA DE INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE
INGENIERO AGROINDUSTRIAL

TEMA

"ESTUDIO DE DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACIÓN DE QUESO DE CHANCHO EN PINTAG – PICHINCHA-ECUADOR"

AUTORA

DORA LUZ CATAGÑA SALAZAR

DIRECTOR

Ing. Mg. JESSICA ELIZABETH MEDINA

PUYO – ECUADOR

2018

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Dora Luz Catagña Salazar, bajo juramento declaro que el trabajo aquí descrito es de mi total autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional, y he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el presente documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo a la Universidad Estatal Amazónica de la provincia de Pastaza, según lo establecido en la ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y normativa Institucional vigente.

_____

Dora Luz Catagña Salazar

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Por medio del presente, Yo, Jessica Elizabeth Medina, con número de cedula 1600376774, certifico que la egresada Dora Luz Catagña Salazar, realizó el trabajo de investigación titulado "Estudio de Mercado para la Industrialización y Comercialización del Queso de Chancho" previo a la obtención del título de Ingeniero Agroindustrial bajo mi supervisión.

_____

Ing. Mg. Jessica Elizabeth Medina

DIRECTORA PRINCIPAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ESTE PROYECTO FUE REVISADO Y APROBADO POR EL SIGUIENTE TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN O GRADO.

_____

Dra. Alexandra Torres Navarrete, PhD

_____

MSc. Hernán Ruiz Marmol

_____

MSc. Marcelo Luna Murillo

2017-2018

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por ser el mejor orgullo que puedo tener, por su sacrificio, motivación, consejos, fuerzas y me brindaron todo el apoyo, todo el amor que un hijo pudiera tener para ser fuerte y crecer como ser humano, quienes me supieron impulsar para conseguir siempre mis metas, a mi hermana por ser la mejor persona que siempre ha estado en los momentos difíciles y ha sabido brindarme su cariño y compresión de manera incondicional.

A mis profesores del Departamento de Ciencias de la Tierra por brindarme sus conocimientos y calidez.

A mi tutora de Proyecto Ing. Mg. Jessica Elizabeth Medina Arias por la paciencia y ayuda que me brindo, ya que, con su apoyo y sus conocimientos, se logró llegar hasta el final.

A mis amigos, Joe Silva, Estefanía Pérez, Estefanía Bravo, quienes me han sabido apoyar incondicionalmente, con amor, paciencia, comprensión, y sobre todo brindarme su amistad sin nada a cambio.

A mis tíos y primos que siempre han estado conmigo en las buenas y en las malas, con palabras de aliento y superación, quienes han sabido brindarme su cariño y estar siempre pendientes de mí directa o indirectamente.

¡Mil gracias a todos!

DEDICATORIA

Con todo mi corazón:

A Dios por ser la persona quien ha estado conmigo en todo momento, en mis tristezas y alegrías, por darme la fuerza, sabiduría, fortaleza y el amor propio que se necesita para llegar a esta etapa final de mi vida universitaria.

“A los que trabajan por sus sueños, Dios les respalda, Dios es un Dios de valientes”

A mis queridos padres Blanquita, José quienes me educaron con amor, esfuerzo, sacrificio y comprensión ya que con su abnegación y entrega fueron la base fundamental para mi surgimiento.

A mis hermanos Andrea y Marcelo quienes me apoyaron y motivaron constantemente.

A mis sobrinas Vivian Carolina. Danna Samira y Eliana Valentina.

A mis abuelitos José Ignacio y María Lucinda, que me bendicen desde el cielo.

RESUMEN

Se realizó un estudio para determinar la disponibilidad de materia prima (carne de cerdo) no industrializada, para dar a conocer a la población de un producto existente que no es conocido, según los datos obtenidos, analizando los rangos estadísticos menciona que en el Ecuador existen empresas de producción de embutidos formales, las cuales manejan procesos y tecnología adecuados que garantizan un producto apto para el consumo humano, en la provincia de Pichincha existe alrededor de 379,258 cabezas de ganado porcino disponibles en relación a las demás provincias del país. Este proyecto se ve enfocado en la Parroquia Píntag, es una de las 33 parroquias que conforman el cantón Quito, ubicada a 44,16 km de la capital del Ecuador, por su ubicación geográfica y por su clima favorable, la que predomina es la actividad ganadera, siendo así según el Censo del 2010 INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) menciona que el 40% de la población se dedica a la crianza y comercialización de ganado vacuno y porcino, deslindado de esa manera al 18,5% que solo se dedican a la producción de cerdos, mediante la investigación se realizó una entrevista a los productores de ganado porcino de la zona y se realizó un contraste con la disponibilidad de materia prima a nivel nacional, para determinar la aceptación del producto como es el queso de chancho, aplicando una técnica cualitativa denominada "focus group". Obteniendo como resultados según la población sectorizada, mediantes las estadísticas alcanzando un número alto de disponibilidad de materia prima con alrededor de 645 cabezas de ganado porcino, así también Según los resultados obtenidos a partir del focus group, nos genera un porcentaje alto ante la aceptabilidad del producto dentro de la zona, aprovechando la disponibilidad de materia prima existente en la población, determinando así de esa manera que el producto que se prevé realizar sea neto y apto para la industrialización y comercialización dentro de la Parroquia de Píntag, beneficiando así de esa manera a los productores, comerciantes y consumidores.

Palabras claves: Estudio de disponibilidad, materia prima, comercialización, industrialización.

ABSTRACT

A market study was conducted to determine the availability of raw material (pork) not industrialized, to inform the population of an existing product that is not known, according to the data obtained, analyzing the statistical ranges mentions that in the Ecuador exist companies of production of formal sausages, which handle processes and adequate technology that guarantee a suitable product for human consumption, in the province of Pichincha there are around 379,258 heads of pigs available in relation to the other provinces of the country. This project is focused on the Píntag Parish, it is one of the 33 parishes that make up the canton Quito, located 44.16 km from the capital of Ecuador, due to its geographical location and favorable climate, which predominates in the activity livestock, being so according to the 2010 Census INEC (National Institute of Statistics and Census) mentions that 40% of the population is dedicated to the breeding and marketing of cattle and pigs, demarcated in that way to 18.5% that only are dedicated to the production of pigs, through the investigation an interview was conducted to the producers of pigs of the area and a contrast was made with the availability of raw material at national level, to determine the acceptance of the product such as the cheese of pig, applying a qualitative technique called "focus group". Obtaining as results according to the sectorized population, mediating the statistics reaching a high number of availability of raw material with around 645 heads of pigs, also according to the results obtained from the focus group, it generates a high percentage before the acceptability of the product within the area, taking advantage of the availability of raw material existing in the population, thus determining that the product that is expected to be made is net and suitable for industrialization and marketing within the Parish of Píntag, thus benefiting in that way to producers, traders and consumers.

Keywords: Market study, raw material, commercialization, industrialization.

CÓDIGO DUBLIN

Título:	"Estudio de disponibilidad de materia prima para la elaboración de Queso de Chancho en Pitag-Pichincha-Ecuador"			
Autor:	Dora Luz Catagña Salazar			
Palabras clave:	Estudio de disponibilidad	Materia prima	Industrialización	Comercialización
Fecha de publicación:	30 de Enero del 2018			
Editorial	PUY: UEA, 2018			
Resumen:	Se realizó un estudio de mercado para determinar la disponibilidad de materia prima (carne de cerdo) no industrializada, para dar a conocer a la población de un producto existente que no es conocido, según los datos obtenidos, analizando los rangos estadísticos menciona que en el Ecuador existen empresas de producción de embutidos formales, las cuales manejan procesos y tecnología adecuados que garantizan un producto apto para el consumo humano, en la provincia de Pichincha existe alrededor de 379,258 cabezas de ganado porcino disponibles en relación a las demás provincias del país. Este proyecto se ve enfocado en la Parroquia Píntag, es una de las 33 parroquias que conforman el cantón Quito, ubicada a 44,16 km de la capital del Ecuador, por su ubicación geográfica y por su clima favorable, la que predomina es la actividad ganadera, siendo asi según el Censo del 2010 INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) menciona que el 40% de la población se dedica a la crianza y comercialización de ganado vacuno y porcino, deslindado de esa manera al 18,5% que solo se dedican a la producción de cerdos, mediante la investigación se realizó una entrevista a los productores de ganado porcino de la zona y se realizó un contraste con la disponibilidad de materia prima a nivel nacional, para determinar la aceptación del producto como es el queso de chancho, aplicando una técnica cualitativa denominada "focus group". Obteniendo como resultados según la población sectorizada, mediantes las estadísticas alcanzando un número alto de disponibilidad de materia prima con alrededor de 645 cabezas de ganado porcino, así también Según los resultados obtenidos a partir del focus group, nos genera un porcentaje alto ante la aceptabilidad del producto dentro de la zona, aprovechando la disponibilidad de materia prima existente en la población, determinando así de esa manera que el producto que se prevé realizar sea neto y apto para la industrialización y comercialización dentro de la Parroquia de Píntag, beneficiando así de esa manera a los productores, comerciantes y consumidores. .			
Descripción:	87 hojas dimensiones. 29 x 21 cm + CD-ROM 6162			
URI:				

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 1

CAPITULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 3

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 3
1.1.1. Planteamiento del problema. 3
1.1.2. Formulación del problema. 4
1.1.3. Sistematizacion del problema. 4
1.2. HIPOTESIS 5
1.3. OBJETIVOS 5
1.3.1. Objetivo general. 5
1.3.2. Objetivos especificos. 5
1.4. JUSTIFICACIÓN 5

CAPITULO II FUNDAMENTACIÒN TEORICA DE LA INVESTIGACIÒN 7

2.1. MARCO CONCEPTUAL 7
2.2. MARCO REFERENCIAL 12

CAPITULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÒN 16

3.1. LOCALIZACIÓN 16
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN 17
3.3. METODOS DE LA INVESTIGACIÓN 18
3.3.1. Metodo inductivo 18
3.4. FUENTES DE RECOPILACION DE INFORMACION 18
3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 19
3.5.1. Muestra 20
3.6. INTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN 20
3.6.1. Plan para la recolección de información. 21
3.7. TRATAMIENTOS DE LOS DATOS 22
3.7.1. Plan de análisis e interpretación de resultados 22

CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSION 23

4.1. RESULTADOS 23
4.1.1. Entrevista ejecutada a productores de la zona. 23
4.1.2. Verificacion de las tabulaciones de la 47
entrevista- objetivo uno 47
4.1.3. Resultado del objetivo dos 49
proceso de elaboración de queso de chancho 49
4.1.4. Resulados de los procesos de la elaboracion de queso de cerdo 50
4.1.5. Verificacion de las tabulaciones de la encuesta- objetivo tres 51
4.2. DISCUSIÓN 53

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 55

5.1. CONCLUSIONES 55
5.2. RECOMENDACIONES 56

CAPITULO VI BIBLIOGRAFIA 57

CAPITULO VII. ANÉXOS 58

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fuente De Superficie Y Producción Agropecuaria Continua..... 12
Tabla 2. Diseño Del Método Deductivo. 19
Tabla 3. Género De Los Entrevistados 23
Tabla 4. Edad De Los Encuestados 24
Tabla 5. Lugar De Recidencia De Los Entrevistados 25
Tabla 6. Estado Civil De Los Entrevistados 26
Tabla 7. ¿Usted Tiene Gando Procino? 27
Tabla 8. Que Tipo De Alimentacion Da A Su Ganado Porcino 27
Tabla 9. ¿Cuantos Años Se Dedica A La Produccion De Ganado Porcino? 28
Tabla 10. ¿Cuantas Cabezas De Ganado Procino Tiene En La Actualidad? 29
Tabla 11. ¿Cual Es El Destino De Su Producción? 30
Tabla 12. ¿Como Es La Forma De Comercialización? 31
Tabla13. ¿Cual Es La Froma De Faenamiento Que Usted Emplea? 32
Tabla 14. ¿Cual Es El Precio Por Libras Que Usted Vende Su Producto? 32
Tabla 15. ¿Tiene En La Zona Centro De Acopio? 33
Tabla 16. ¿Que Tiempo Tarda En Llegar Producto A Su Destino? 34
Tabla 17. ¿A Quienes Vende La Materia Prima? 35
Tabla 18. ¿Cuenta Usted Con Algun Conocimiento De Bpp? 36
Tabla 19. Estaria De Acuerdo En Recibir Capacitaciones Hacerca De Las Bpp? 37
Tabla 20. Estaria Dispuesto A Proveer La Materia Prima Para El Desarrollo De Un Nuevo Producto. 37
Tabla 21. Género Del Encuestado 38
Tabla 22. Edad Del Encuestado 39
Tabla 23. Lugar De Recidencia De Los Encuestados 39
Tabla 24. Estado Civil De Los Encuestados 40
Tabla 25. ¿Ha Consumido Carne De Cerdo? 41
Tabla 26. ¿En Que Forma Ha Consumido Esta Carne? 41
Tabla 27. ¿Con Que Frecuencia Consume Productos Embutidos Carnicos? 42
Tabla 28. Si Le Ofrecieran Un Nuevo Producto Cárnico Elaborado Por Carne De Cerdo, Estaría Dispuesta/O A Consumirlo (Queso De Chancho)? 43
Tabla 29. ¿Que Tipo De Presentacion Le Gustaria Que Llevara El Producto? 44
Tabla 30. ¿Con Que Calidad Nutricional Le Gustaria Que Se Realizara El Producto Que Usted Eligió? 45

Tabla 31. ¿Cuanto Estaria Dispuesto A Pagar? 46
Tabla 32. Descripción De La Tabla Representativa De La Entrevista Realizada 47
Tabla 34. Cuadro De Comparativo 51
Tabla 33. Descripción De La Tabla Representativa De La Encuesta Realizada 52

INDICE DE FIGURAS

Figura 2. Mapa Referencial de la Provincia DE Pichincha. 16
Figura 3. Mapa Referencial del Cantón Quito..... 16
Figura 4. Mapa Rerefencial de la Parroquia de Píntag 17
Figura 6. Género de los Entrevistados..... 23
Figura 7. Edad de los Entrevistados 24
Figura 8. Lugar de Recidencia de los Entrevistados 25
Figura 9. Estado Civil de los Entrevistados..... 26
Figura 12. ¿Cuantos Años Llevan Produciendo Ganado Porcino? 28
Figura 13. ¿Cuantas Cabezas de Ganado Procino Tiene En la Actualidad? 29
Figura 14. ¿Cual es el Destino de su Producción? 30
Figura 15. ¿Como es la Forma De Comercialización?..... 31
Figura 17. ¿Cual es el Precio Por Libras que Usted Vende Su Producto? 33
Figura 19. ¿Que Tiempo Tarda En Llegar Producto A Su Destino?..... 34
Figura 20. ¿A Quienes Vende La Materia Prima? 35
Figura 21. ¿Cuenta Usted Con Algun Conocimiento De BPP? 36
Figura 24. Genero del Encuestado..... 38
Figura 25. Edad del Encuestado 39
Figura 26. Lugar de Recidencia de los Encuestados 40
Figura 27: Estado Civil de los Encuestados 40
Figura 29. ¿En que Forma ha Consumido Esta Carne?..... 42
Figura 30. ¿Con que Frecuencia Consume Productos Embutidos Carnicos?..... **¡Error! Marcador no definido.**
Figura 32. ¿Que Tipo De Presentacion le Gustaria Que Llevara El Producto?..... 44
Figura 33. ¿Con Que Calidad Nutricional le Gustaria Que Se Realizara El Producto Que Usted Eligió? 45
Figura 34. ¿Cuanto Estaria Dispuesto A Pagar? 46
Figura 36. Pregunta Representativa de la Entrevista Realizada? 48
Figura 1. Diagrama de Flujo de la Elaboración de Queso de Chancho..... 50
Figura 37. Descripción de la Encuesta Realizada en el Focus Group. 52

INDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Modelo De Encuesta A Productores De Ganado Porcino..... 58
Anexos 2. Modelo De Entrevista A Productores De Ganado Porcino. 60
Anexos 3. Diagnostico. 63

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador existen empresas de producción de embutidos formales, las cuales manejan procesos y tecnología adecuados que garantizan un producto apto para el consumo humano, estas empresas cuentan con los permisos legales y registro sanitario que exige esta actividad. Las tres empresas más grandes en el Ecuador son Procesadora Nacional de Alimentos Pronaca, Embutidos Plumrose y Embutidos Don Diego, cuya fuerza laboral es de 25000 personas de forma directa. (NTE & 1338:2012, 2012)

En la actualidad en la Provincia de Pichincha existen empresas certificadas divididas en: Pequeñas industrias, micro empresas y media industria, señalando de esa manera que es una de las provincias con más plantas de cárnicos y sus derivados, plasmando como recurso general la cantidad de material prima, lo cual existe una disponibilidad de 379,258 cabezas de ganado porcino a relación a las demás provincias del país, actualmente las industrias cárnicas desarrollan formas para mejorar la calidad de los productos de manera importante en el caso de los embutidos debido a que a la gran polémica que se ha generado sobre la injerencia de estos en la salud humana, dicho esto las empresas buscan integrar beneficios nutricionales extras a los alimentos. (ProEcuador, 2016)

La parroquia Píntag, es una de las 33 parroquias que conforman el cantón Quito, ubicada a 44,16 km de la capital del Ecuador, en zona son varias las actividades económicas que se desarrollan. Por su ubicación geográfica y por su clima favorable, la que predomina es la actividad ganadera, también se desarrolla actividades como turismo comunitario, agro turismo y turismo ecológico. Aproximadamente el 50 % de la población económicamente activa se dedica a la agricultura, ganadería y actividades pesqueras.

Según el Censo del 2010 INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) menciona que el 40% de la población se dedica a la crianza y comercialización de ganado vacuno y porcino, siendo el 18,5% dedicado a la producción de cerdos, lo cual indica que existe un desconocimiento acerca de un estudio de mercado que beneficien a los productores, y esto hace que sean menos competitivos en relación a los grandes productores que existen en la provincia.(Ida, 2010)

Esto genera una gran variedad de productos provenientes de empresas pequeñas y frecuentemente sin los conocimientos necesarios para elaborar productos de calidad, pero también empresas bien establecidas; sin embargo, hay líneas de embutidos que no

son explotados como es el caso del queso de chancho que es el producto a ser investigado y que tiene como principal insumo para su producción la carne de cerdo, uno de los tipos de carne más apetecido en nuestro ámbito alimenticio.

Así de esa manera se vendrá generando un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competentes y el mercado. Sin embargo, sus usos incluyen a crear un estudio de mercado, lanzado un producto ya existente, mejorando el nivel de producción y expandiendo nuevos métodos de comercialización. (Schejtman, 1998).

CAPITULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Materia prima no industrializada en la Parroquia de Píntag (Carne de Cerdo).

1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Las características de las materias primas son de gran importancia porque condicionan los procesos de elaboración y la calidad del producto final. La carne a emplear en la fabricación de estos alimentos depende del tipo de embutidos, pudiendo proceder de una o varias especies (fundamentalmente cerdo y vacuno). La carne debe provenir de animales adultos, sanos y bien nutridos, a los que se ha debido dejar reposar tras las condiciones adversas que suponen necesariamente la selección, agrupamiento o transporte, que provocan miedo, fatiga, excitación, etc. (Jimenez, 2002)

Las condiciones de vida y alimentación de algunos seres humanos han venido enmarcado en pautas basadas entre el consumo de embutidos tradicionales, lo más comunes son; salchichas, jamones, mortadelas, pero existe un desconocimiento de productos que son de uso de la misma carne de cerdo, lo cuales genera que haya un mercado ante la elaboración, en este caso del queso de chancho, de esta manera no se ve enmarcado el proceso cárnico completo frente a la industria. (ECOSFERA, 2013)

Generalmente son compuestos por carne picada o molida de uno o varios animales (cerdo, ternera, aves, ovejas, vacas, etc.) y que son condimentadas con hierbas y diferentes especias, que le dan un sabor característico a cada producto. (Jimenez, 2002) Así mismo se adicionan sales de curación para impedir el crecimiento microbiano. Esta carne es introducida dentro de tripas de los intestinos de animales generalmente de cerdo o ternera. De esa manera la cadena agroindustrial en el mercado cárnico entra de manera directa con estrategias de rentabilidad.

Por lo tanto, el consumo de carne y comercialización ha ido en aumento durante los últimos años, ya que la llegada de personas fuera del cantón hace que la cantidad demográfica aumente y con ello la variabilidad de gustos por parte de consumidores y productores, es por ello que se toma en cuenta estos antecedentes para la elaboración de un producto cárnico ya existente derivado de la carne de cerdo, para el cantón Quito, Parroquia Píntag.

La agricultura y la industria han sido consideradas tradicionalmente como dos sectores separados tanto por sus características como por su función en el crecimiento

económico, donde sólo y de forma muy puntual aparece en las industrias de alto poder adquisitivo. Se ha estimado que la agricultura es el elemento característico de la primera etapa del desarrollo, mientras que se ha utilizado el grado de industrialización como el indicador más pertinente del avance de una zona, es por eso que en la actualidad la mayoría de industrias buscan un mercado de alto poder económico generado estudios de mercado de un nivel alto ante la competencia y la demanda de productos innovadores, inocuos y de calidad.

Lo cual disminuyen la posibilidad de desarrollar en las industrias cárnicas y limita a los productores de la zona a vender su producto sin ninguna calidad y a precios bajos en el mercado, sin embargo la demanda de productos elaborados crece en el mercado y esto permite también el desarrollo de los productores de materia prima, al existir en el Provincia de Pichincha alto porcentaje de ganado porcino y pocas empresas dedicadas a explotar los beneficios de esta carne es necesario transformar esta materia prima en productos elaborados que el mercado actual exige en la actualidad por lo tanto estamos llamados a fusionar la industria con la agricultura para generar actividad económica local y nacional por medio de emprendimientos.

En la actualidad estamos en una etapa donde se plasma el hecho de que la población joven se vea obligada a emigrar a ciudades más grandes por no encontrar un futuro alentador en su lugar de origen y donde se realizarían más en el hecho de que asentaran. Lo que con este trabajo se buscara mejorar la dignidad y calidad de vida de los habitantes de la zona, no teniendo que emigrar por falta de medios o por encontrar solo la agricultura tradicional mal pagada como la única salida, esto genera que la población no se lance a un emprendimiento que beneficie al desarrollo socio económico de la Parroquia Píntag.

1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Es la inexistencia de un estudio es la principal causa de la disponibilidad de materia prima no industrializada en la Parroquia Píntag, lo que conlleva a un desconocimiento de los productos agroindustriales (queso de chancho)?

1.1.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.

- ¿Por qué no existe un estudio de disponibilidad de materia prima no industrializada de carne de cerdo en la Parroquia Píntag?

- ¿Cuáles son las principales causas que no permiten que se desarrolle la industria en la zona?

1.2. HIPOTESIS

Disponibilidad de materia prima (carne de cerdo) para la elaboración de Queso de Chancho en la Parroquia Píntag.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Estudiar la disponibilidad de materia prima (carne de cerdo) para la elaboración de Queso de Chancho en la Parroquia Píntag.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Diagnosticar la producción de carne de cerdo no industrializada en la Parroquia Píntag.
- Proponer la elaboración del queso de chancho usando otras piezas del cerdo.
- Determinar la aceptación de queso de chancho como una alternativa de industrialización mediante un estudio de mercado.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Se justifica por cuanto antes de diseñar una planta de producción se deberá analizar las condiciones de disponibilidad de materia prima y la demanda que existe en el mercado por la tanto, al saber si existe la disponibilidad de materia prima para la elaboración del producto, lo cual consideramos importante determinar la aceptación del queso de chancho con un sondeo de mercado en los sectores aledaños de la Parroquia Píntag lugar que en una siguiente etapa se instalará la planta de producción.

El estudio permitirá determinar la demanda del producto, su aceptación y la capacidad para tomar decisiones de la instalación de la planta de producción en la Parroquia Píntag, como una segunda etapa de este proyecto, con el propósito de aprovechar la materia prima del sector y generar beneficios a toda la población, además permitirá identificar la competencia, las preferencias de consumo actual y generar inferencias en cuanto al consumo nacional del queso de chancho dentro de la línea de embutidos. También potenciará las Buenas Practicas Pecuarias motivando a los productores a

mejorar la producción de su ganado para que sea más competitivo en el mercado, todo esto pensando en generar alianzas estratégicas con los productores asociados en la zona para asegurar la materia prima de calidad, la misma que permitirá industrializar productos de alta calidad y competitividad en el mercado.

En la actualidad la carne de cerdo es uno de los alimentos con una tendencia alta por el tipo de industrialización que se realiza durante distintos métodos de maduración ya sea en pasta fina o pasta gruesa, aplicando en cada una de ellas el proceso indicado, esto fortalece a que la cadena de frio realice uno de los trabajos más importantes para que el producto alimenticio sea de calidad para el consumidor al momento de comercializar los productos.

Este proyecto de investigación busca mejorar de calidad de vida del productor aportando los requerimientos nutricionales, satisfaciendo las necesidades de la demanda e incrementando la diversidad del mercado y los ingresos económicos en la entidad competente. Además, incrementar el desarrollo del sector ganadero y agropecuario, contribuyendo al crecimiento en el sector económico y tecnológico de la zona, generando plazas de empleo que permiten mejorar el desarrollo de la Parroquia y todos sus ejes.

CAPITULO II FUNDAMENTACIÒN TEORICA DE LA INVESTIGACIÒN

2.1. MARCO CONCEPTUAL

Según (Kotler, 2004), el estudio de mercado consiste en reunir , planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado especifica que afronta una organización.

El mercado se puede entender como un lugar donde se realiza intercambios, pero en este caso, desde una óptica comercial. En el mercado existe una gran cantidad de productos similares producidos por distintas empresas.

(Kotler, 2004) menciona que para un proyecto eficaz de estudio der mercado tiene cuatro etapas básicas:

1. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar*:* El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.
2. Realización de investigación explotaría**:** Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizaran los datos secundarios, observan las conductas y entrevista informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.
3. Búsqueda de información primaria: se suele realizar de las siguientes maneras:
   - Investigación basada en la observación
   - Entrevistas cualitativas
   - Entrevista grupal
   - Investigación basada en encuestas
   - Investigación experimental
4. Análisis de los datos y presentación de informe: la etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativa para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

Los seres humanos han procesado los alimentos durante siglos. Entre las técnicas tradicionales más antiguas se incluían el secado al sol, la conservación en la sal de la carne y el pescado, o la conservación en azúcar de la fruta. Todos estos métodos funcionan en base a la premisa de que la reducción de la cantidad de agua en el producto aumenta su vida media. Más recientemente, los avances tecnológicos en el

procesamiento de alimentos han trasformado nuestros alimentos dando lugar a la rica variedad que hoy en día se encuentra disponibles en los supermercados. (CISAN, 2011)

Uno de los eslabones de la cadena productiva del cerdo más importante y significativo es la comercialización. Pero para el productor este aspecto ha incidido notablemente para que su negocio no haya sido del todo atractivo, al no poseer los elementos necesarios para colocar su producto en el mercado.(Eusse, 2014).

Según (Eusse, 2014) menciona que, el cerdo se encuentra hoy entre los animales más eficientemente productores de carne; sus características particulares, como gran precocidad, corto ciclo reproductivo y gran capacidad transformadora de nutrientes, lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación. El valor nutritivo de la carne de cerdo la señala como uno de los alimentos más completos para satisfacer las necesidades del hombre, y su consumo podría contribuir en gran medida a mejorar la calidad de vida humana desde el punto de vista de los rendimientos físicos e intelectuales.

La oferta de alimentos refrigerados se ha incrementado dramáticamente en países donde los sistemas de refrigeración son económicamente viables para procesadores, distribuidores y consumidores de alimentos. Entre los factores más importantes a los que se atribuye este incremento está la necesidad de consumir alimentos. (Tirado, Paredes, Velazquez, & Torres, 2005)

Actualmente la comercialización del cerdo se basa en ventas de animales en pié o en canal, condición ésta que se hace demasiado peligrosa, una vez que el valor que se puede agregar o es mínimo o no existe, igualmente los riesgos que se corren son altos por la infinidad de factores que pueden determinar el éxito de la operación. El hecho de que la carne de cerdo siga siendo censurada por varios sectores consumidores como un producto peligroso, ha hecho que su producción y distribución sea todavía incipiente; y esta actividad no se haya desarrollado como una verdadera industria.(Eusse, 2014)

Producto cárnico procesado. Es el producto elaborado a base de carne, grasa, vísceras u otros subproductos de origen animal comestibles, con adición o no de sustancias permitidas, especias o ambas, sometido a procesos tecnológicos adecuados. Se considera que el producto cárnico está terminado cuando ha concluido con todas las etapas de procesamiento y está listo para la venta.(NTE & 1338:2012, 2012)

Es el producto cocido elaborado por una mezcla de carnes, orejas, hocico, cachetes de porcino, porciones gelatinosas de la cabeza y patas, con ingredientes y aditivos de uso

permitido, prensado y/o embutido. (NTE & 1338:2012, 2012) Sin embargo la producción en la presente investigación se realizara de una manera más sencilla y práctica ya que se utilizara solamente cuero, carne de cerdo, grasa, especias y aditivos que se detallan en la formulación.

El procesamiento de alimentos incluye todas aquellas acciones que cambian o convierte la material vegetal o animal cruda en un producto seguro, comestible y que se disfruta y saborea mucho más. En la manufactura de alimentos a gran escala, el procesamiento implica la aplicación de principios científicos y tecnológicos para conservar los alimentos, atrasando o frenando los procesos naturales de degradación. También permite cambiar la calidad de los alimentos de consume de forma que el proceso pueda llevarse a cabo de manera predecible y controlada. El procesamiento de alimentos también emplea el potencial creativo para que los productos básicos sin elaborar se trasformen en alimentos atractivos y sabrosos, aportado una interesante variedad a las dietas de los consumidores.(CISAN, 2011)

(Apango, 2015) menciona que, Según el método, el sabor de la carne se puede variar mediante el empleo de especias, el modo de presentación, el grado de salazón, curación, desecación y ahumado.

Una clasificación de los productos cárnicos es la siguiente:

- Embutidos crudos
- Embutidos escaldados
- Embutidos cocidos
- Carnes curadas

Los derivados cárnicos y embutidos que se obtienen del cerdo son muy numerosos y sus propiedades son parecidas a los de la carne, sólo que tienen más grasa y alto contenido de sodio (empleado para su conservación).

Productos ahumados (jamón y lomo). Son ricos en proteínas de buena calidad, aunque su composición depende de los ingredientes añadidos y los métodos de elaboración.

Tocino y tocineta. Se deben preferir la segunda, ya que presenta mayor cantidad de fibras musculares entre el tejido adiposo (grasa).

Lomo de cerdo adobado. Suele sazonarse con otros ingredientes (adobo, aceite, sal, ajos) y, aunque sus propiedades son similares a las del lomo natural, tiene menos humedad y más sales.

Paté. Se elabora con el hígado del cerdo, consiguiendo su consistencia por medio de un tratamiento térmico. Rico en grasas, ya que aporta 400 calorías por cada 100 g.

Jamón cocido de pierna. Contiene 20% menos grasa que otros jamones y se distinguen dos categorías en función de la calidad de la carne: primera (alta) y extra (muy alta). El contenido en sal es más bajo que en productos similares.

Fiambre de jamón. Es más comercial y de segunda categoría. También procede de las patas traseras del cerdo, pero su contenido en proteínas de carne es inferior al anterior, ya que se le añaden ingredientes vegetales.

Lacón: Es un tipo de jamón cocido que procede de las extremidades anteriores del cerdo. Su calidad es inferior (tiene más grasa y menos proteína) y es más barato.

Fiambre de paleta. También procede de las patas delanteras, pero el contenido de proteínas es aún inferior. Además de ingredientes vegetales se le añaden almidón y azúcares.

Salchicha: Las hay de diferente calidad, siendo mejores las que se denominan "para asar", debido a que su contenido de carne es más alto, a la vez que poseen menos grasa y sal. Otras de menor calidad contienen vísceras e ingredientes vegetales.

Carne: La carne es el tejido muscular de los animales. Para elegir la carne debe tomarse en cuenta su color y su estado (que no haya descomposición); la carne debe prevenir de animales sanos, y tratados higiénicamente durante su matanza. La carne de cerdo es la que más se usa para estos fines, aunque se puede utilizar todo tipo de animal.

Grasa: La grasa de los animales contiene grasa orgánica y grasos de tejidos. La grasa orgánica como la de riñón, vísceras y corazón, es una grasa blanda que normalmente se funde para la obtención de manteca. La grasa de los tejidos, como dorsal, la de la pierna y de la papada, es una grasa resistente al corte y se destina a la elaboración de los productos cárnicos.

Sales curantes: constituyen un ingrediente primordial en el proceso de conservación de las carnes. Se dividen en dos:

Nitratos y nitritos: Ayudan al proceso de curado de las carnes, mejorando el poder de la conservación, el aroma, el color, el sabor y la consistencia. Además, sirven para obtener un mayor rendimiento en peso, porque tienen una capacidad fijadora de agua. Pero lo más importante, es que el nitrato protege a las carnes del "Botulismo", una de las peores formas de envenenamiento que conoce el hombre.

Especias y condimentos: las especias y condimentos son sustancias aromáticas de origen vegetal que se agregan a los productos cárnicos para conferirles sabores y olores peculiares, los más conocidos son las cebollas y los ajos que se usan tanto frescos como secos o en polvo. La lista es larga: pimienta blanca, pimienta negra, pimentón, laurel,

jengibre, canela, clavos de olor, comino, mejorana, perejil, nuez moscada y tonillo, entre otros.(Apango, 2015)

La temperatura juega un papel crucial en el manejo y procesamiento de materias primas, distribución y almacenamiento de producto terminado. Un buen control de temperatura es imprescindible para alcanzar la vida útil que permita una adecuada comercialización del alimento(Tirado et al., 2005)

El cerdo se encuentra hoy entre los animales más eficientemente productores de carne; sus características particulares, como gran precocidad y prolificidad, corto ciclo reproductivo y gran capacidad transformadora de nutrientes, lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación. El valor nutritivo de la carne de cerdo la señala como uno de los alimentos más completos para satisfacer las necesidades del hombre, y su consumo podría contribuir en gran medida a mejorar la calidad de vida humana desde el punto de vista de los rendimientos físicos e intelectuales.(Eusse, 2014)

El cerdo se encuentra hoy entre los animales más eficientemente productores de carne; sus características particulares, como gran precocidad y corto ciclo reproductivo con una gran capacidad transformadora de nutrientes, lo hacen especialmente atractivo como fuente de alimentación.

Las proteínas son importantes para el organismo humano ya que son las responsables de formarlo, mantenerlo y repararlo, estas se miden por la cantidad y disponibilidad de los aminoácidos en ellas. Según (Eusse, 2014) La carne de cerdo es una fuente de proteína de buena calidad. Existen tres tipos de proteínas en la carne de las cuales, las más abundante son las del tejido conectivo.

La carne de cerdo con su alto contenido en ácidos grasos mono insaturados en mayor cantidad que en otras carnes, es el componente más variable en cuanto a su composición. Según (Varnam & Sutherland, 1995) su contenido de grasa, la carne se puede clasificar en extra magra (hasta un 5%), magra (hasta 10%) y grasa (hasta un 30%)

La grasa que se encuentra asociada al tejido conjuntivo localizado entre los haces musculares (grasa intramuscular) es responsable del veteado y presenta grandes diferencias dependiendo del tipo de músculo, especie, raza, tejido, dieta e influencias medio ambientales

Es el producto que se obtiene mediante el cocido principalmente de la carne de cerdo, grasa y cuero del cerdo, y que formará parte de la emulsión cárnica que conforma el queso de cerdo. Según (Sánchez & Paúl, 2011) Emulsión es la mezcla de dos líquidos

inmiscibles, de los cuales uno se encuentra formando pequeños glóbulos dentro del otro, estos reciben el nombre de fase dispersa y fase continua, respectivamente.

2.2. MARCO REFERENCIAL

La producción de cárnicos y lácteos representó en conjunto el 4.01% del PIB en el 2014, las principales provincias de producción. En Ecuador se cría principalmente ganado vacuno que representa el 59.76% del ganado total del Ecuador, en el cual la Sierra posee la mayor cantidad con el 51.06%, seguido por la Costa con 39.44% y la región Oriental y las zonas no delimitadas con el 9.50%. Otros importantes en este sector son porcino con una participación del 25.10% y ovino con 8.75%.(ProEcuador, 2016)

TABLA 1. FUENTE DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA CONTINUA

NÚMERO DE CABEZAS DE GANADO POR PROVINCIA							
PROVINCIA	**VACUNO**	**PORCINO**	**OVINO**	**ASNAL**	**CABALLAR**	**MULAR**	**CAPRINO**
MANABÍ	1,069,249	130,460	1,244	17,762	46,421	39,628	284
AZUAY	562,228	198,626	81,008	977	29,625	3,273	1,866
PICHINCHA	254,044	379,258	14,336	1,182	18,376	1,602	1,247
COTOPAXI	242,794	91,648	193,522	15,394	15,471	2,638	895
CHIMBORAZO	244,852	73,973	130,611	19,612	13,667	1,456	3,392
CAÑAR	252,734	80,137	118,703	994	8,958	1,320	125
MORONA SANTIAGO	170,612	258,287	1,262	59	18,976	756	134
OTROS	1,808,111	721,773	133,709	30,927	131,134	49,161	14,468
TOTAL	**4,604,624**	**1,934,162**	**674,395**	**86,907**	**282,628**	**99,834**	**22,411**

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua, INEC
Elaboración: (ProEcuador, 2016)

Eso nos indica que para el presente proyecto que el potencial del cerdo en relación a su alta productividad de carne y prolificidad, constituyen un factor mayor, ofreciendo un rendimiento a su capital y oportunidades para el sector agropecuario. En vista de que la carne de cerdo tiene aceptación en el mercado; existe la posibilidad de incrementar la oferta de este producto por medio de la producción tecnificada, con lo cual generaría una excelente rentabilidad de producción.

La mortadela, el jamón, las salchichas, chorizos y tocinos ganan espacio en la mesa de los ecuatorianos. El año pasado, las ventas de embutidos en el país aumentaron hasta en el 14% para algunas industrias, según datos de sus reportes financieros, que estiman en más de 30 millones de kilos la producción anual de estos preparados.

Este aumento del consumo no ha sido común en el mercado de alimentos del país, aunque desde el 2012 los derivados cárnicos ya se venían introduciendo en la dieta de los consumidores. Ese año se ubicaron entre los siete alimentos que más aportaban al

consumo diario de grasas a nivel nacional con el 3,4%, por encima de la carne de cerdo, el pescado y los mariscos, según la encuesta Ensanut, realizada por el Ministerio de Salud y el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), dentro de los datos referenciales de este sector industrial señalan que un ecuatoriano consume 4,1 kilos de embutidos cada año. (NTE & 1338:2012, 2012)

En el país, durante los últimos años se han venido realizando investigaciones en el campo de la porcicultura sobre las distintas estrategias que se pueden generar para tener una alta productividad sobre la alimentación, mejoramiento genético, sanidad y reproducción.

Uno de los eslabones de la cadena productiva del cerdo más importante y significativo es la comercialización. Pero para el productor este aspecto ha incidido notablemente para que su negocio no haya sido del todo atractivo, al no poseer los elementos necesarios para colocar su producto en el mercado.(Eusse, 2014)

El cerdo es un animal omnívoro, fácil de criar; precoz, prolífico, de corto ciclo reproductivo; requiere poco espacio, se adapta fácilmente a diferentes climas y ambientes, posee una gran capacidad de trasformación para producir carne de alta calidad nutritiva, con una buena conversión alimenticia. Es uno de los animales con mayor rendimiento, pues todo cuanto compone su cuerpo se paga a buen precio y se aprovecha: carne, tocino, grasa, huesos, piel, intestinos, sangre, pelo, et., (Albaco, 2013)

TIPO DE CARNE	CORTE	AGUA %	PROTEINA %	GRASA %	CENIZAS %	ENERGIA REAL/100GRS
Bovino	Lomo Pierna	74.6 74.4	22.0 21.0	2.2 0.7	1.2 1.2	120 103
Cerdo	Lomo Pierna	72.6 75.0	21.9 21.9	4.5 1.9	1.1 1.2	140 145
Oveja	Lomo Pierna	74.4 75.2	20.3 19.4	4.1 4.3	1.1 1.1	118 126

FUENTE: (ProEcuador, 2016)

Bajo el concepto conservación, se considera normalmente “evitar la putrefacción de los productos alimenticios” en la práctica industrial, e termino conservación incluye un aspecto más amplio como por ejemplo inhibición o prevención de una alteración del sabor, aroma, textura, aspecto exterior, etc.

Las características de la carne que se deben tomar en cuenta para elaboración son las siguientes:

COLOR: despende de la edad del animal, si es un cerdo joven la carne es rojiza y clara e ideal para la elaboración de embutidos escaldados y cocidos.

ESTADO DE MADURACIÓN: Para la elaboración de embutidos es necesario que existan carnes de destino tipo de maduración, para los embutidos que para los jamones y el tocino se utiliza carne madurada de 1 a 3 días.

CAPACIDAD FIJADORA DE AGUA: Los tejidos mal desangrados se oscurecen mucho si se utilizan para elaborar productos crudos, estos se utilizan para productos cocidos como los productos escaldados, la carne grasosa se utiliza para hacer productos crudos y cocidos.

Uno de los eslabones de la cadena productiva del cerdo más importante y significativo es la comercialización. Pero para el productor este aspecto ha incidido notablemente para que su negocio no haya sido del todo atractivo, al no poseer los elementos necesarios para colocar su producto en el mercado.(Eusse, 2014)

Actualmente el mercado de la carne de cerdo está demandando un producto exigido por el consumidor que reúna una serie de características o combinación de factores, como son: comestible, nutritivo y saludable.

La calidad de cualquier producto debe ser consistente y en especial cuando se trata de carne, contemplándose con esto, que el producto debe ser atractivo en apariencia y apetitoso.

La calidad es un tema complejo, esto quiere decir que el cliente no solamente está exigiendo un alto contenido de magro en las canales porcinas y en especial en las piezas más costosas como los lomos y perniles (jamones); sino también que el producto (carne) reúna una serie de características que permitan producir la calidad más satisfactoria con el mejor rendimiento. El concepto calidad de la carne está formado por factores sensoriales, nutricionales, higiénicos y tecnológicos.

Ante las mayores exigencias expresadas por el mercado, actualmente la producción de carne de cerdo debe abarcar todos los puntos que constituyen la cadena de la carne, es decir, desde la producción en la granja (con todos sus aspectos: sanidad, bioseguridad, manejo, genética, alimentación, etc.) hasta el consumo; pasando por el transporte, procesamiento y conservación.

Según varios autores existen maneras de llegar a obtener el producto ya sea industrial o comercial, generalmente los importadores de tales bienes exigen muestras comerciales de gran tamaño de modo de acabar un amplio sector del mercado en su análisis de aceptabilidad.

En el mercado existen productos de elite, los cuales individualmente tienen un mercado más exclusivo, pero al mismo tiempo más cautivo. En esos casos los volúmenes pueden

ser menores.(MUÑOZ, 2008)

La cual en el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfil del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado especifica.

CAPITULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÒN

3.1. LOCALIZACIÓN

Para el presente proyecto se ha tomado como alternativa la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Píntag debido a que es una zona estratégica, que ofrece la disponibilidad de materia prima, mano de obra, servicios básicos y vías de acceso, la cual juegan un factor fundamental que condiciona el éxito de los procesos el cual permitirá maximizar la rentabilidad del proyecto.

Por esta razón el lugar donde se instalará la planta para lo cual se ve en formación de la creación de una empresa para generar garantías de calidad en la elaboración de queso de cerdo (chancho), abarcando toda la región sierra con la agrupación ganadera para generar métodos de trabajo y brindando de esa manera un producto neto con bases nutricionales con expectativas basadas a un mejoramiento positivo en la producción. Contribuyendo al desarrollo agrícola, fomentando al aumento de disponibilidad de materia prima dentro de la zona

(A) (B)

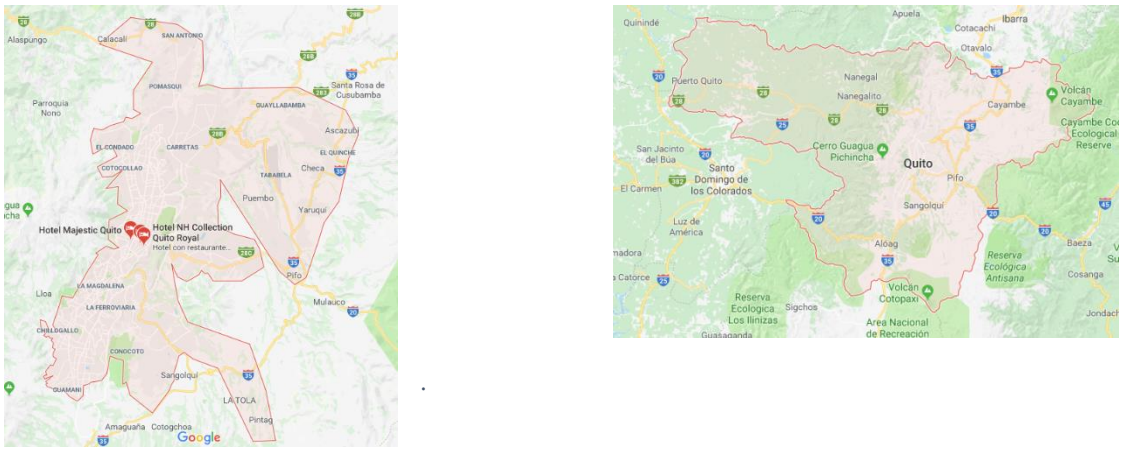


FIGURA 2.Mapa referencial del Cantón Quito(A), Provincia Pichincha (B).

PARROQUIA PINTAG



FIGURA 3.Mapa referencial de la Parroquia de Píntag

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se fundamenta en el paradigma de investigación descriptiva se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno.(Cazau, 2006)

Según (Hurtado, 2005) menciona que el tipo de investigación que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés.

Se realizó un estudio descriptivo multidimensional de tipo transversal, en el cual la población objetivo fueron los productores de cerdos de la Parroquia Pintag. Se utilizó un nivel de confiabilidad del 95% y un error máximo permisible del 5%, en el cual los parámetros estimados P (proporción de personas en la población objetivo que poseen la característica de interés: productores de cerdo) y Q (complemento de P, es decir Q=1-P) adoptaron el valor del 50%, debido a que no se poseen estudios anteriores sobre la producción de materia prima (carne de cerdo) en la parroquia Píntag.

Teniendo en cuenta un marco muestral conformado por 15 productores, el tamaño mínimo estimado de la muestra fue de 15 individuos pertenecientes a la Parroquia Píntag y seleccionados como los más representativos de la zona.

Para seleccionar la muestra de individuos que participaron en el focus group (grupo

focal) se realizó un muestreo por conglomerados tomando en cuenta la zona urbana de la Parroquia Píntag, es decir los cuatro barrios más representativos de la zona dando como resultado 5 del barrio Verde pamba, 5 del barrio San Isidro, 5 del barrio Jerusalén y 5 del barrio San Juanito.

3.3. METODOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. METODO INDUCTIVO

Según (Hurtado, 2005) menciona que es un razonamiento que analiza una porción de un todo; parte de lo particular a lo general. Va de lo individual a lo universal.

Del latín *inductivo*, de *in*: en, y de *ducere*: conducir. Acción de inducir. Modo de razonar que consiste en sacar de los hechos particulares una conclusión general. La característica de este método es que utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares, aceptados como válidos para llegar a conclusiones cuya aplicación es de carácter general.

Para llevar a cabo el proceso investigativo, se diseñó dos cuestionarios (uno para productores de materia prima carne de cerdo y uno para consumidores de queso de chancho) teniendo en cuenta variables de tipo cualitativo asociado a patrones probabilísticos. También se ha tomado en cuanto información secundaria disponible de materia prima a nivel nacional para realizar un contraste de producción de materia prima a nivel nacional y consumo de productos cárnico a nivel nacional.

3.4. FUENTES DE RECOPILACION DE INFORMACION

La presente investigación se desenvuelve en el método inductivo, por lo tanto, lo que utilizaremos son: 2 cuestionarios, uno para cada tipo de instrumento.

A su vez utilizaremos:

Fuentes secundarias

- Artículos científicos de alimentos, estudio de mercado, métodos de investigación, procesos de productos cárnicos.
- Páginas web
- Revistas
- Fuentes estadísticos, datos estadísticos, PROECUADOR, INEN (INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN)
- Fuentes primarias

- Encuestas
- Entrevistas
- Focus grupo

Tabla 2. Diseño del método deductivo.

TECNICAS	PROCEDIMIENTO
ENTREVISTA A PRODUCTORES DE LA ZONA	**¿COMO?** Método sistemático
	¿CUANDO? 18 de diciembre del 2017
	DONDE?
FOCUS GROUP	**¿COMO?** Método sistemático
	¿CUANDO? 20 de diciembre del 2017

Elaborado por: Dora Catagña

Por ser un estudio que no solo toma en cuenta el consumo de un producto sino también la disponibilidad de materia prima se escogió la técnica del focus group que no solo permite recopilar información sino que permite que los individuos degusten el producto (queso de chancho) con la percepción de armar un debate y dar apertura ante el desconocimiento del producto ya existente en el mercado, de esa manera se logrará obtener un resultado acerca si es que tiene o no aceptación el queso de chancho en la parroquia Píntag.

3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para seleccionar una buena muestra es necesario delimitar muy bien la población que se estudiará y establecer los parámetros muéstrales; siempre que sea posible es

recomendable utilizar una muestra probabilística definiendo el tamaño del error y seleccionando las unidades por un método aleatorio. Igualmente debe buscarse sistema de muestreo más apropiado al tipo de población ya los parámetros muéstrales, los más conocidos como muestreó aleatorio simple, muestreo aleatorio sistematizado, estratificado y por conglomerados.

Para nuestro estudio tomamos como referencia el cálculo de la muestra de la población económicamente activa de la parroquia Píntag y un se realizó un muestreo aleatorio por conglomerados para seleccionar a los participantes del focus grupo.

3.5.1. MUESTRA

Para el estudio de mercado del proyecto se empleó la herramienta de encuestas y entrevistas a una muestra poblacional, la fórmula empleada es la siguiente:

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

Significado de letras:

Z: universo finito (1,96)

E: margen de error de las encuestas 0,05

P: probabilidad del consumidor 0,5

Q: probabilidad de consumidores que no consumirán mis productos 0,5

$$n = \frac{14{,}487 * 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{(14{,}487 - 1) * 0{,}05^2 * 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = \frac{14{,}487 * 3{,}8416 * 0{,}25}{(14{,}486) * 0{,}0025 * 3{,}8416 * 0{,}25}$$

$$n = \frac{13{,}911}{337{,}254} = 41{,}24\ habitantes$$

El cálculo planteado se obtuvo una muestra de 41 habitantes a emplear

3.6. INTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Metodológicamente para, la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información.

3.6.1. PLAN PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo a la investigación cuantitativa enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.**

Las personas que conforman el universo de investigación lo conforman los productores que se ven involucrados directamente en la zona, conjunto a los consumidores que realizan las mismas atribuciones dentro del mercado.

Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.

La obtención de información es la etapa más importante del proceso de la investigación porque es el fundamento para la definición del problema, planteamiento y la comprobación de las hipótesis.

Las técnicas para la recolección de información a aplicarse a la presente investigación son la entrevista y encuesta.

Según (Heinemann, 2003) La entrevista consiste en conseguir, mediante preguntas formuladas en el texto de investigación o mediante otro tipo de estímulos, por ejemplo visuales que las personas objeto de estudio emitan informaciones que sean útiles para resolver la pregunta central de la investigación .Puede definirse la entrevista como un test de estímulo –reacción . Es posible averiguar hechos no observables como pueden ser significados, motivos, puntos de vista, opiniones, insinuaciones, valoraciones, etc.

De esa manera se realizó un focus group, ya que es una técnica cualitativa de estudios de las opiniones o actividades de uno público, utilizando en los estudios comerciales.

Es así como se realizó con la agrupación de 20 personas de la población de distintos lugares de la zona para darles a conocer sobre el producto directo que se está investigando y se lo va a plantear para la industrialización dentro de la población. Esta actividad fue realizada el 20 de diciembre de 2017 con la apertura del producto directo y así de esa manera impactar a primera vista sobre el desconocimiento del mismo, poniendo como énfasis el foro sobre el estudio de mercado, disponibilidad de materia prima y aceptabilidad del producto.

3.7. TRATAMIENTOS DE LOS DATOS

- Revisión crítica de la información recogida. Es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección. En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis:** manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.
- **Representaciones gráficas**. Ejemplo de figura a ser utilizada para la presentación visual porcentual de los resultados cuantificados en la tabla anterior.
-

3.7.1. PLAN DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

- Análisis de los resultados estadísticos.
- Interpretación de los resultados
- Comprobación de hipótesis.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

Las conclusiones se derivan de la ejecución y cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación. Las recomendaciones se derivan de las conclusiones establecidas. A más de las conclusiones y recomendaciones derivadas de los objetivos específicos, si pueden establecerse más conclusiones y recomendaciones propias de la investigación.

CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. RESULTADOS

4.1.1. ENTREVISTA EJECUTADA A PRODUCTORES DE LA ZONA.

La entrevista realizada a los productores de la población fue para analizar la cantidad y la disponibilidad de materia prima. Llegando a observar de esa manera el pensamiento de un productor antes los nuevos métodos que se puede hallar ante una futura industrialización de la materia prima existente.

Preguntas propuestas fueron:

Tabla 3. GÉNERO DE LOS ENTREVISTADOS

GENERO			
Respuesta		Total	Porcentaje
HOMBRE		9	60%
MUJER		6	40%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

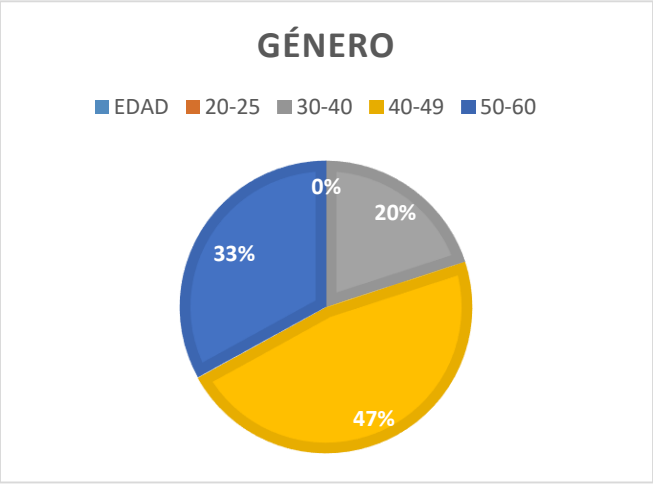


Figura 1. GÉNERO DE LOS ENTREVISTADOS

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Tabla 4. EDAD DE LOS ENTREVISTASTADOS

EDAD		
Respuesta	Total	Porcentaje
20-25	0	0%
30-40	3	20%
40-49	7	47%
50-60	5	33%
Total	**15**	**100%**

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

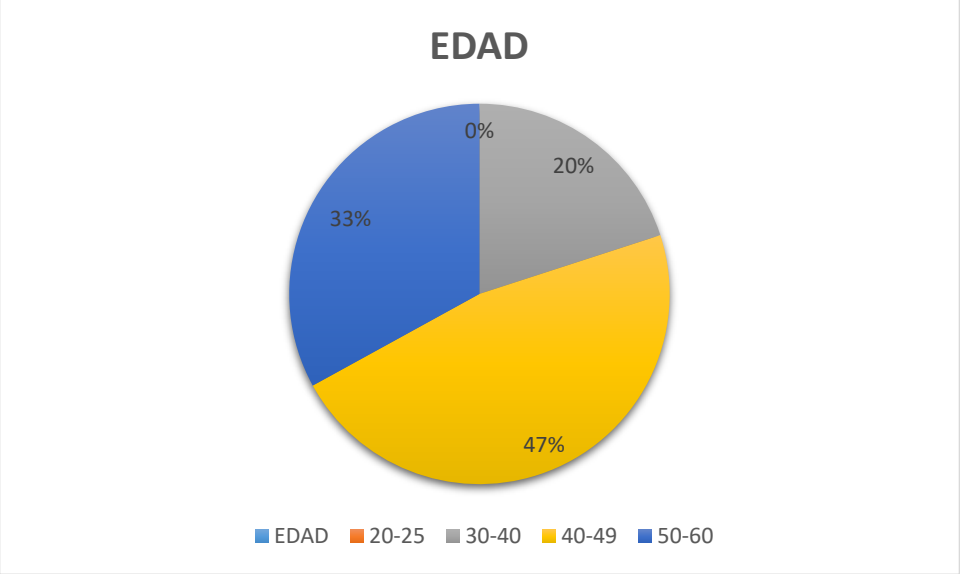


Figura 2. EDAD DE LOS ENTREVISTADOS . ***Fuente:*** *Entrevista*

Elaborado por: *Dora Catagña*

Tabla 5. LUGAR DE RECIDENCIA DE LOS ENTREVISTADOS

LUGAR DE RECIDENCIA		
Respuesta	Total	Porcentaje
Santa Rosa	2	13%
Iñala	2	13%
San Isidro	3	20%
Verde pamba	1	7%
La Victoria	2	13%
Tolotang	5	33%
Total	15	99%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

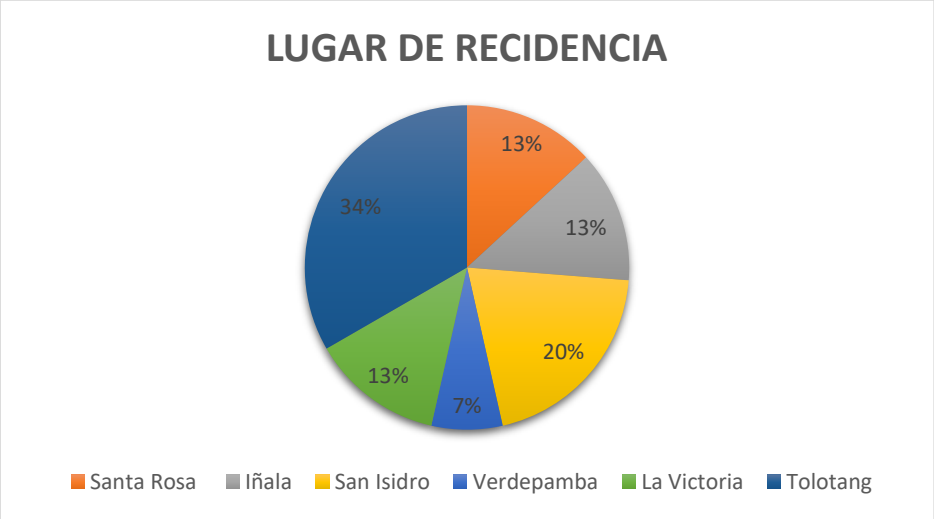


Figura 3. LUGAR DE RECIDENCIA DE LOS ENTREVISTADOS. ***Fuente:*** *Entrevista.* ***Elaborado por:*** *Dora Catagña*

Tabla 6. ESTADO CIVIL DE LOS ENTREVISTADOS

ESTADO CIVIL			
Respuesta		Total	Porcentaje
Soltero		3	20%
Viudo		0	0%
Casado		11	73%
Divorciado		1	7%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

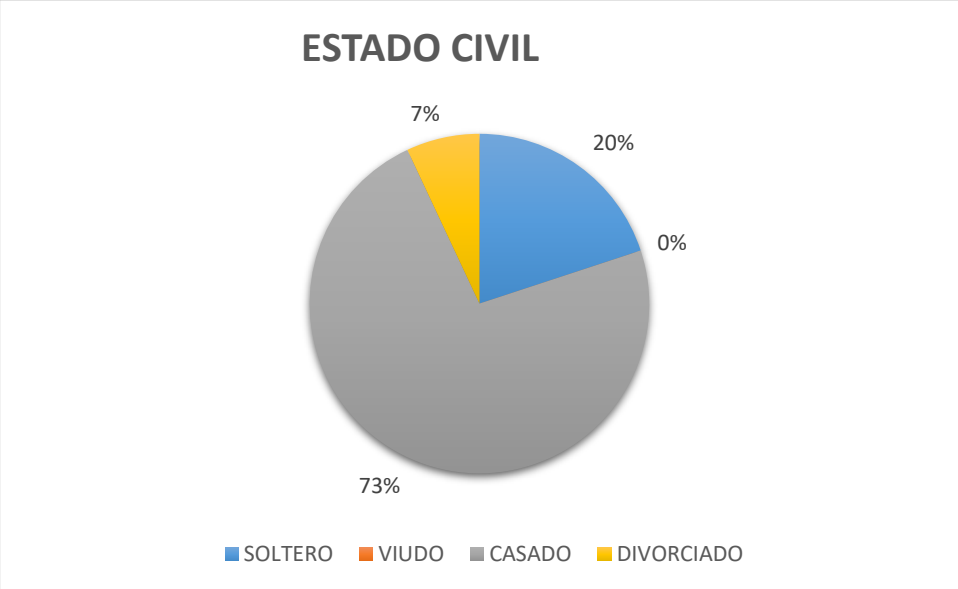


Figura 4. ESTADO CIVIL DE LOS ENTREVISTADOS. ***Fuente:*** *Entrevista* ***Elaborado por:*** *Dora Catagña*

Tabla 7. ¿USTED TIENE GANDO PROCINO?

¿USTED TIENE GANADO PROCINO?			
Respuesta		Total	Porcentaje
SI		15	100%
NO		0	0%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista **Elaborado por:** Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestra que el 100% de los productores entrevistados se dedican a la crianza y manejo y reproducción de ganado porcino, razón por la cual hace factible ante el estudio de disponibilidad de materia prima.

Tabla 8. QUE TIPO DE ALIMENTACION DA A SU GANADO PORCINO

¿QUE TIPO DE ALIMENTACION DA A SU GANADO PORCINO?			
Respuesta		Total	Porcentaje
Balanceado(afrechillo)		0	0%
Rechazo(fruta picada, caña picada)		0	0%
Lavaza (suero)		0	0%
Todas la anteriores		15	100%
Total		15	100%

Fuente: Entrevistas. **Elaborado Por:** Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestran que los productores dan como alimentos todas las variables especificadas en la pregunta, dando como resultado que el 100% de alimentos, entre balanceado, rechazo, lavaza son consumidos de una manera establecido según su peso, tamaño y edad del animal. Tomando como referencias a los porcentajes de la alimentación en PRONACA

se desglosa solo en porcentaje de 25% de agua y el 75% de balanceado, por lo tanto existen diferencias de producción, encontrando así un estándar de medio-alto de calidad ante la producción establecida, dando como resultado que hasta la producción en la zona es establecida para el consumo y para previa industrialización.

Tabla 9. ¿CUANTOS AÑOS SE DEDICA A LA PRODUCCION DE GANADO PORCINO?

¿CUANTOS AÑOS SE DEDICA A LA PRODUCCION DE GANADO PORCINO?			
Respuesta		Total	Porcentaje
1 a 5		4	27%
5 a 10		9	60%
10 en adelante		2	13%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

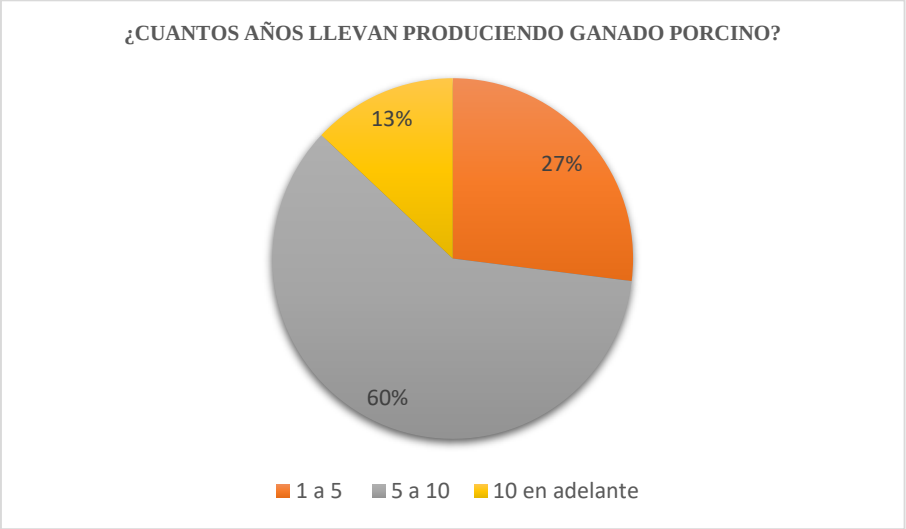


Figura 5. ¿CUANTOS AÑOS LLEVAN PRODUCIENDO GANADO PORCINO?.
Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el gráfico que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestran que los productores se dedican diariamente a la crianza y producción del ganado porcino según lo que menciona es que el 60% de la productores entrevistado se dedican más 10 años a producción, ya que de esa manera ellos tienen su medio económico para sustituir dentro del ámbito familiar, teniendo en cuenta en cierto casos el 27% de los entrevistados están empezando a la formación de esta área ganadera, por las que genera mucho énfasis ante el conocimiento de la investigación planteada ya que de esa manera, ellos verían reflejado un nivel más alto para su producción, teniendo un

lugar propio donde ellos pueda brindar sus servicio con materia prima ante una industrialización.

Tabla 10. ¿CUANTAS CABEZAS DE GANADO PROCINO TIENE EN LA ACTUALIDAD?

¿CUANTAS CABEZAS DE GANADO PROCINO TIENE EN LA ACTUALIDAD?				
Respuesta		Total	Porcentaje	
1		18	3%	
2		2	0%	
3		50	8%	
4		48	7%	
5		150	23%	
6		23	4%	
7		5	1%	
8		45	7%	
9		25	4%	
10		38	6%	
11		195	30%	
12		13	2%	
13		10	2%	
14		15	2%	
15		8	1%	
Total		645	100%	

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

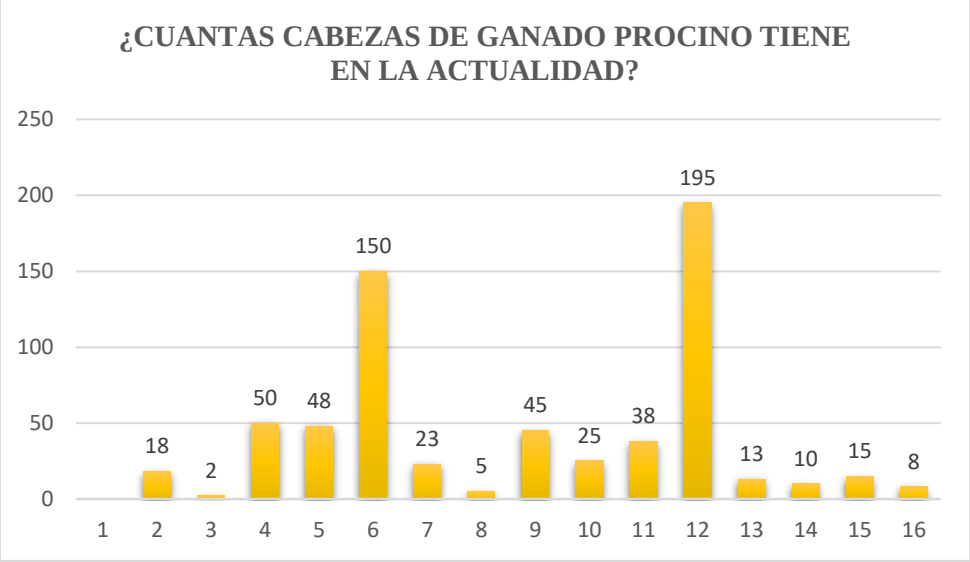


Figura 6. ¿CUANTAS CABEZAS DE GANADO PROCINO TIENE EN LA ACTUALIDAD?. *Fuente:* *Entrevista*
Elaborado por: *Dora Catagña*

Análisis:

Como refleja el gráfico que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestra que el número de personas entrevistadas escogidas al azar tienen un porcentaje entre un rango de menor-alto ya que existen una variedad muy alta en la zona entre valores de 8%, 23% y 11% de producción ganadera porcina, eso quiere decir que existe una disponibilidad de materia prima interviniendo los rangos entre cantidad de cabezas existentes, entre pequeños, medianos y grandes medidas, dando como factible que la zona se pueden utilizar a la largo de la investigación, ya que el objetivo principal es verificar la disponibilidad de la misma.

Tabla 11. ¿CUAL ES EL DESTINO DE SU PRODUCCIÓN?

¿CUAL ES EL DESTINO DE SU PRODUCCION?			
Respuesta		Total	Porcentaje
VENDE		14	93%
CONSUME		1	7%
REALIZA DERIVADOS		0	0%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

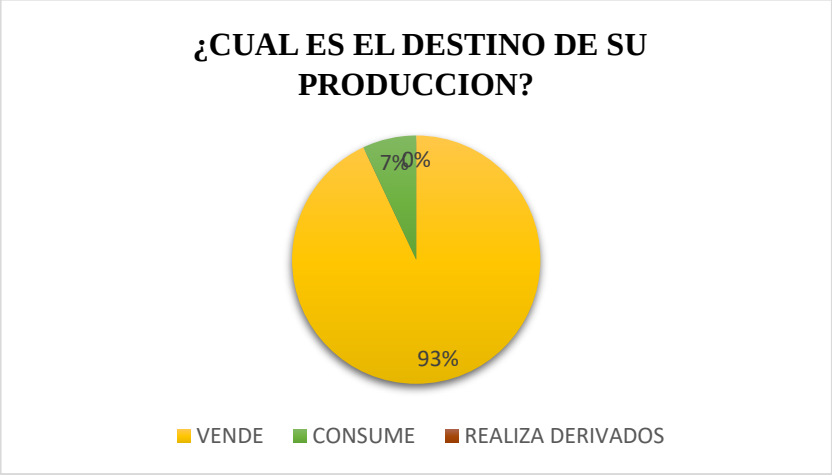


Figura 7. ¿CUAL ES EL DESTINO DE SU PRODUCCIÓN?. ***Fuente:*** *Entrevista* ***Elaborado por:*** *Dora Catagña*

Análisis:

Según los datos obtenidos de las entrevistas realizada se pudo concluir que entre las personas escogidas al azar mencionaron que el 93% de los entrevistados son personas que ven el beneficio de vender la materia prima a terceras personas, en este caso a los

intermediarios existente en el mercado, siendo así uno de los aspectos que los productores tienen el énfasis de ganar poder independientemente de la calidad de materia prima, pero así mismo existe una diferencia mínima que es del 7% de entrevistados, que, la materia prima es mejor hacer de uso propio mismo, para la alimentación diaria y semanal de la materia prima.

Tabla 12. ¿COMO ES LA FORMA DE COMERCIALIZACIÓN?

¿COMO ES LA FORMA DE COMERCIALIZACIÓN?			
Respuesta		Total	Porcentaje
EN PIE		5	33%
CAMADA		4	27%
FAENADOS		6	40%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

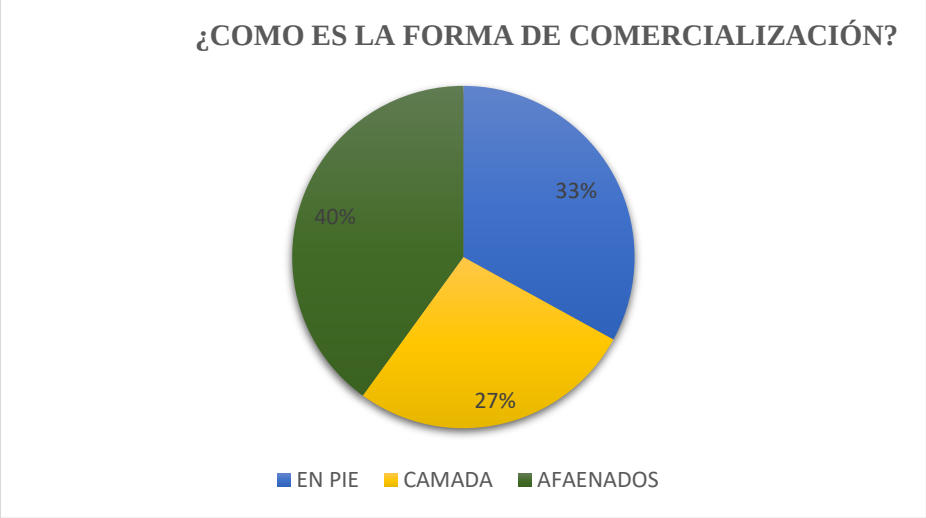


Figura 8. ¿COMO ES LA FORMA DE COMERCIALIZACIÓN?

Fuente: Entrevistas

Elaborado Por: Dora Catagña.

Análisis:

Con respecto a la figura los resultados que se obtuvieron fueron de la siguiente manera,' entre los rangos de comercialización la mayor parte de productores encuestados al azar se dedican a la venta de porcinos en un 40% a faenados, porque existe una ganancia del

10% más del costo real, a su vez existen productores que de igual manera se dedica a la venta de cerdos, en camadas el 27% y en pie el 33% ya que para ellos es más fácil sacar al mercado o mediante un intermediario, ya que gastarían menos en transporte y documentación que se utiliza para cada cabeza vendida, según los reglamentos de AGROCALIDAD.

Tabla13. ¿CUAL ES LA FROMA DE FAENAMIENTO QUE USTED EMPLEA?

¿CUAL ES LA FROMA DE FAENAMIENTO QUE USTED EMPLEA?				
Respuesta		Total	Porcentaje	
MECANICA		0	0%	
MANUAL		15	100%	
OTROS		0	0%	
Total		15	100%	

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Según los resultados de las encuestas realizadas a los productores, las personas que se dedican a la venta de cerdos mediante el faena miento en el 100% es de manera manual, utilizando cierto utensilios casero para el mismo, así de esa manera evitan un gasto sobre la comercialización, evitando que existan terceras personas quien sea beneficiado de ciertas partes del animal.

Tabla 14. ¿CUAL ES EL PRECIO POR LIBRAS QUE USTED VENDE SU PRODUCTO?

¿CUAL ES EL PRECIO POR LIBRAS QUE USTED VENDE SU PRODUCTO?				
Respuesta		Total	Porcentaje	
$ 1,90		3	20%	
$ 2,00		7	47%	
$ 2,20		5	33%	
Total		15	100%	

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

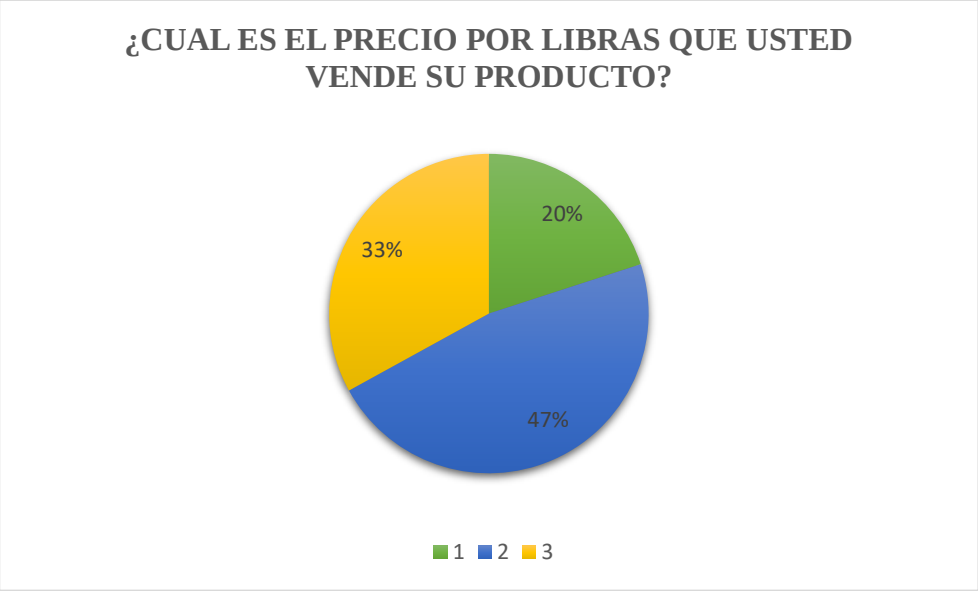


Figura 9. ¿CUAL ES EL PRECIO POR LIBRAS QUE USTED VENDE SU PRODUCTO?

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el gráfico que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestran que entre los productos existe una gran diferencia entre la cantidad de precio que cuesta sus productos, entre esos que el 47% comercializan a 2.00$ dólares americanos, el 33% comercializan a $2.20 dólares americanos y el 20% comercializaban a $1.90 dólares americanos, lo que quiere decir es que ellos también buscan estrategias de comercialización ya sea por camadas o a faenados.

Tabla 15. ¿TIENE EN LA ZONA CENTRO DE ACOPIO?

¿TIENE EN LA ZONA CENTRO DE ACOPIO?			
Respuesta		Total	Porcentaje
SI		0	0%
NO		15	100%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Según los datos obtenidos en las entrevistas realizadas mencionan el 100% de los entrevistados que no existe una zona de acopio donde ellos puedan dejar la materia prima como base de comercialización directa y así sea más factible la venta ante el consumidor. Tomando en cuenta las opiniones es que, si existiera fuese fácil ya que los gastos amenorarían entre transporte y mano de obra (faenamiento).

Tabla 16. ¿QUE TIEMPO TARDA EN LLEGAR PRODUCTO A SU DESTINO?

¿QUE TIEMPO TARDA EN LLEGAR PRODUCTO A SU DESTINO?				
Respuesta		Total	Porcentaje	
10 minutos		1	7%	
15 minutos		1	7%	
30 minutos		10	66%	
1 hora		3	20%	
Total		15	100%	

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña



Figura 10. ¿QUE TIEMPO TARDA EN LLEGAR PRODUCTO A SU DESTINO?

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Según los datos obtenidos en las entrevistas realizadas, se puede mencionar que el 66% de los productos se demoran alrededor de 30 minutos para llegar al destino de materia prima, pero también a su vez existe el 20% que se demora 1 hora ya que son personas que se dedican a la venta de cerdos en pie o por camadas y deben transportarse a distintos lugares como ferias de animales.

Tabla 17. ¿A QUIENES VENDE LA MATERIA PRIMA?

¿A QUIENES VENDE LA MATERIA PRIMA?			
Respuesta		Total	Porcentaje
COMERCIANTES		13	86,7%
FAMILIARES		1	6,7%
OTROS		1	6,7%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

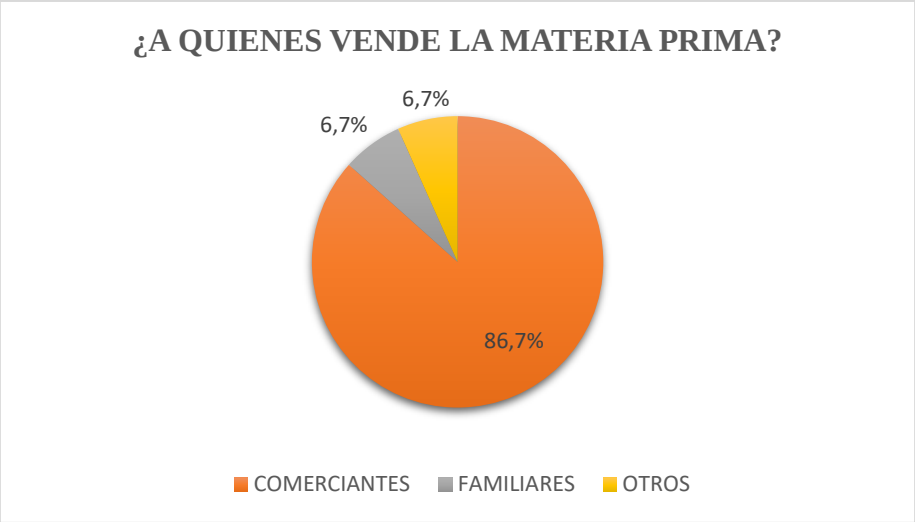


Figura 11. ¿A QUIENES VENDE LA MATERIA PRIMA?

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestran que el 87% de los entrevistados prefieren vender su ganado a los comerciantes, que en este caso vienen hacer los intermediarios, ya que existe venta directa y ganancia al día mas no por porcentaje alto sino porque existe disponibilidad del dinero inmediato, sin embargo teniendo en cuenta que existe el 6,7% de

entrevistados que prefieren venden internamente entre productores mismo ya que no les favorece que existan comerciantes que negocian a menores precios el ganado. Por ende, existe un mercado competitivo entre productores y comerciante según los valores resaltados.

Tabla 18. ¿CUENTA USTED CON ALGUN CONOCIMIENTO DE BPP (BUENAS PRACTICAS PECUARIAS)?

¿CUENTA USTED CON ALGUN CONOCIMIENTO DE BPP (BUENAS PRACTICAS PECUARIAS)?		
Respuesta	Total	Porcentaje
SI	11	73%
NO	4	27%
Total	15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

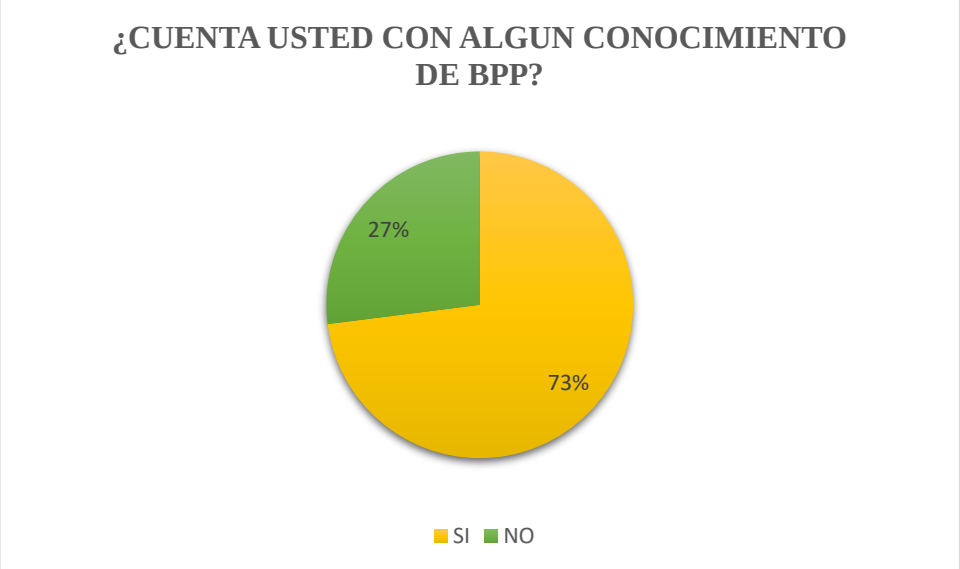


Figura 12. ¿CUENTA USTED CON ALGUN CONOCIMIENTO DE BPP (BUENAS PRACTICAS PECUARIAS)?

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestran que el 73% de entrevistados si cuentan con un cierto conocimiento de Buenas Practicas Pecuarias, ya que de esa manera han podido generar un buen manejo de crianza de ganado porcino, pero existen un 27% de entrevistados que no cuentan con ese conocimiento previo ya que eso les limita en ciertas ocasiones a obtener enfermedades entre su ganado porcino eso implica que puede haber una perdida en su desarrollo y crecimiento.

Tabla 19. ESTARIA DE ACUERDO EN RECIBIR CAPACITACIONES HACERCA DE LAS BPP (BUENAS PRACTICAS PECUARIAS)?

¿ESTARIA DE ACUERDO EN RECIBIR CAPACITACIONES HACERCA DE LAS BPP (BUENAS PRACTICAS PECUARIAS)?		
Respuesta	Total	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Según los datos obtenidos en las entrevistas realizadas mencionan que el 100% de los entrevistados si están de acuerdo con recibir capacitación de BPP ya que ese les puede beneficiar para su crianza diaria y así poder eliminar algún tipo contratiempo que pueda existir entre los animales mismo, así también están en la capacidad de aprender de la manera más practicas ante esos conocimientos, ya que pueden generar aún más cantidad de materia prima ya existente y así pueda ser factible para disponibilidad dentro del mercado industrial.

Tabla 20. ESTARIA DISPUESTO A PROVEER LA MATERIA PRIMA PARA EL DESARROLLO DE UN NUEVO PRODUCTO.

¿ESTARIA DISPUESTO A PROVEER LA MATERIA PRIMA PARA EL DESARROLLO DE UN NUEVO PRODUCTO?			
Respuesta		Total	Porcentaje
SI		15	100%
NO		0	0%
Total		15	100%

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Según los datos obtenidos en las entrevistas realizadas se pudo obtener los siguientes resultados dependiente de la pregunta ya que 100% estaría dispuesto a proveer la materia prima ya que así se pueden eliminar los intermediarios, existiera plazas de trabajo, el mercado competitivo podría disminuir, y el avance de nuevos productos que pueden existir en la zona sea sobresaliente ante la investigación.

4.1.1.1. RESULTADO DEL FOCUS GROUP REALIZO A POTENCIALES CLIENTES

El focus group es una técnica cualitativa que estudia las opiniones o actividades de un público, las cuales son utilizados más en los estudios comerciales, así de esta manera se utilizó para examinar las fuentes primarias como es el desconocimiento ante un producto ya existente pero no conocido en la población, dando como objetivo el analizar si el producto tiene aceptabilidad ante el consumidor esencialmente.

Preguntas propuestas fueron:

GENERO		
Respuesta	Total	Porcentaje
HOMBRE	6	30%
MUJER	14	70%
Total	20	100%

Tabla 21. GÉNERO DEL ENCUESTADO

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña



Figura 13. GENERO DEL ENCUESTADO
Fuente: Focus Group

Elaborado por: Dora Catagña

Tabla 22. EDAD DEL ENCUESTADO

EDAD		
Respuesta	Total	Porcentaje
20-25	8	40%
30-40	6	30%
40-49	4	20%
50-60	2	10%
Total	**20**	**100%**

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

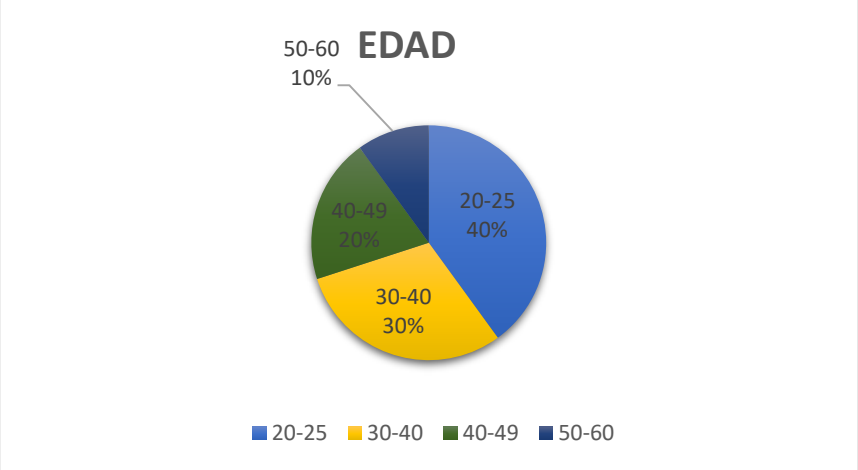


Figura 14. EDAD DEL ENCUESTADO

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Tabla 23. LUGAR DE RECIDENCIA DE LOS ENCUESTADOS

LUGAR DE RECIDENCIA		
Respuesta	Total	Porcentaje
VERDEPAMBA	5	25%
SAN ISIDRO	7	35%
JERUSALEN	4	20%
YURAC	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

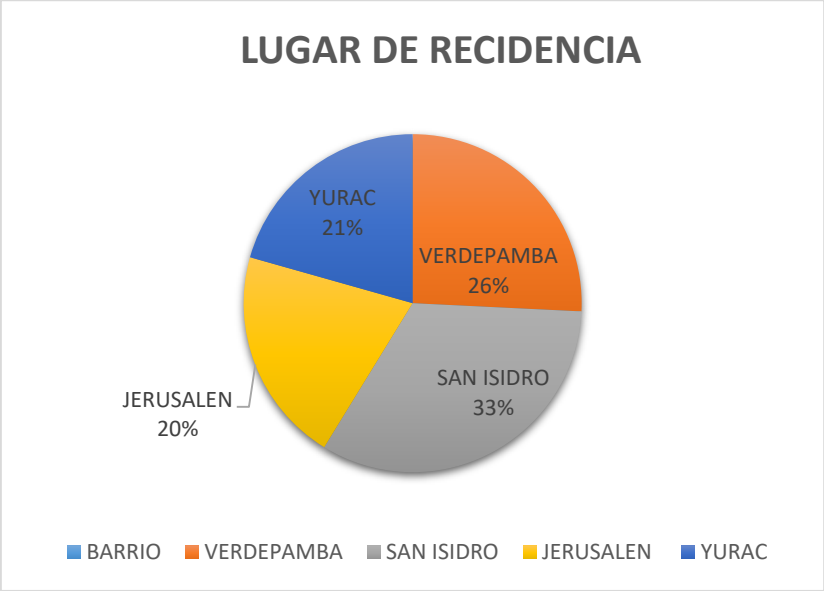


Figura 15. LUGAR DE RECIDENCIA DE LOS ENCUESTADOS
Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Tabla 24. ESTADO CIVIL DE LOS ENCUESTADOS

ESTADO CIVIL			
Respuesta		Total	Porcentaje
SOLTERO		4	20%
VIUDO		5	25%
CASADO		7	35%
DIVORCIADO		4	20%
Total		20	100%

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

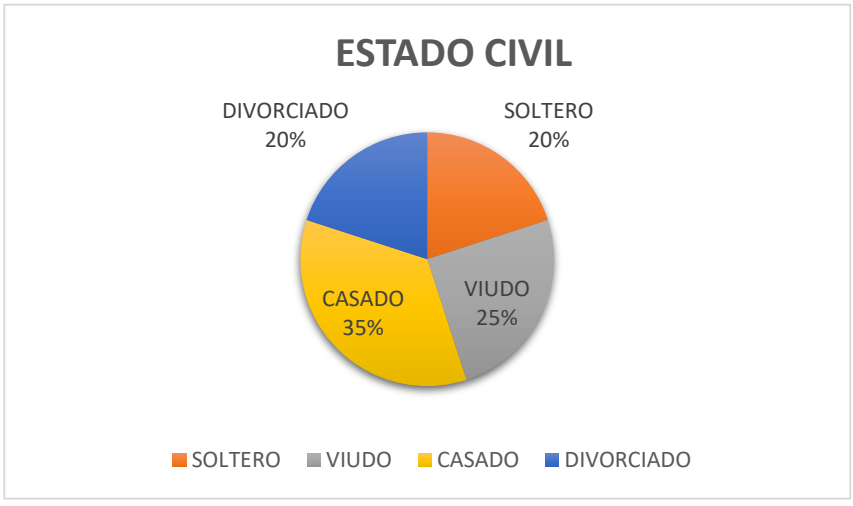


Figura 16: ESTADO CIVIL DE LOS ENCUESTADOS
Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Tabla 25. ¿HA CONSUMIDO CARNE DE CERDO?

¿HA CONSUMIDO CARNE DE CERDO?			
Respuesta		Total	Porcentaje
SI		20	100%
NO		0	0%
Total		20	100%

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico como resultado de las encuestas realizadas en el focus group muestran que de las personas encuestadas el 100% dan como resultado que si consumen carne de cerdo independientemente de la manera como sea consumida. De esa manera se aprovecha el balance apto como materia prima primordial le los consumidores de la carne de cerdo.

Tabla 26. ¿EN QUE FORMA HA CONSUMIDO ESTA CARNE?

¿EN QUE FORMA HA CONSUMIDO ESTA CARNE?			
Respuesta		Total	Porcentaje
ASADA		5	25%
EMBUTIDA		15	75%
OTROS		0	0%
Total		20	100%

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

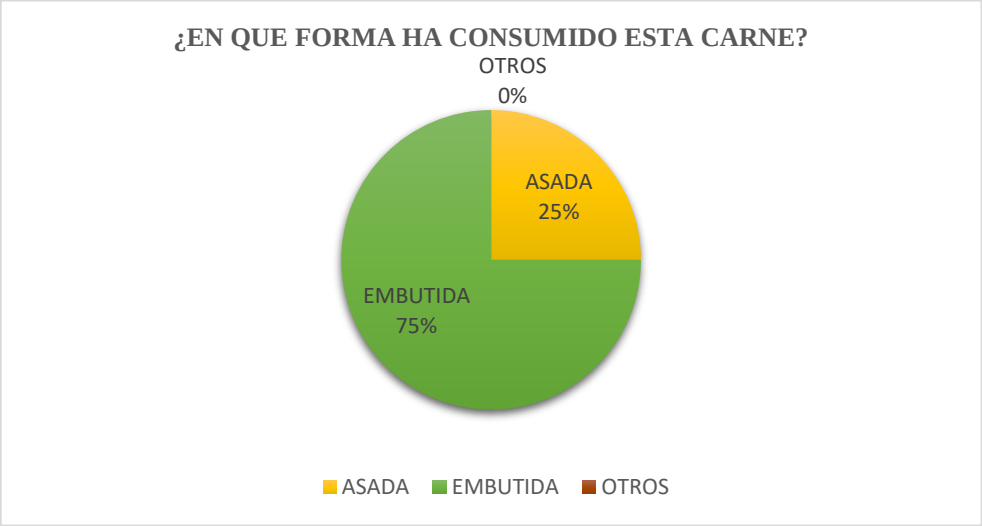


Figura 17. ¿EN QUE FORMA HA CONSUMIDO ESTA CARNE?
Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico como resultado de las encuestas realizadas en el focus group muestran que 75% de las personas encuestadas, si consumen embutidos independiente de la marca que sea o el tipo de línea que se los consumidores seleccionen, entre los productos que más se categorizan son la salchicha, chorizo, longaniza, jamón y mortadela, sin embargo el 25% de los entrevistados mencionan que la carne también lo consumen pero azada eso quiere decir en (chuleta, fritada, horneada o ahumada).

Tabla 27. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS EMBUTIDOS CARNICOS?

3. CON QUE FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS EMBUTIDOS CARNICOS?			
Respuesta		Total	Porcentaje
CADA SEMANA		5	25%
CADA 15 DÍAS		14	70%
CADA MES		1	5%
Total		20	100%

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

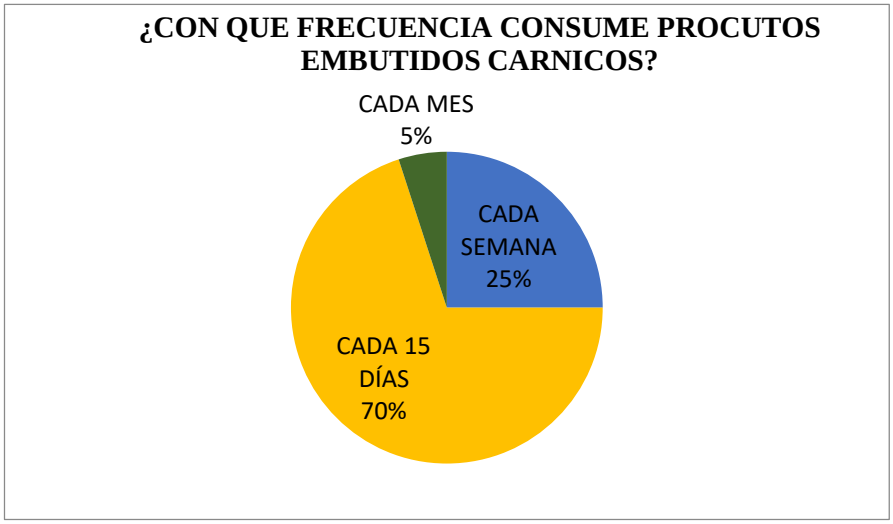


Figura 18. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS EMBUTIDOS

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico como resultado de las encuestas realizadas en el focus group muestran que el 70% de los encuestados consumen embutidos cada 15 días, el 25% consumen cada semana y el 5% consumen cada mes, lo que genera que si el producto en futuro llegara hacer procesado la población si va a tener una aceptación semanal ante el consumo.

Tabla 28. SI LE OFRECIERAN UN NUEVO PRODUCTO CÁRNICO ELABORADO POR CARNE DE CERDO, ESTARÍA DISPUESTA/O A CONSUMIRLO (QUESO DE CHANCHO)?

¿Si le ofrecieran un NUEVO producto cárnico elaborado por carne de cerdo, estaría dispuesta/o a consumirlo (Queso de Chancho)?		
Respuesta	Total	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico como resultado de las encuestas realizadas en el focus group muestran que el 100% de las personas encuestadas mencionan que, si están de acuerdo en que exista un nuevo producto cárnico, teniendo en cuenta que no es

conocido en la población, pero el énfasis que tiene el producto como mismo beneficia para que los consumidores tengan la satisfacción de consumir algo nuevo, estable y de calidad.

Tabla 29. ¿QUE TIPO DE PRESENTACION LE GUSTARIA QUE LLEVARA EL PRODUCTO?

¿QUE TIPO DE PRESENTACION LE GUSTARIA QUE LLEVARA EL PRODUCTO?		
Respuesta	Total	Porcentaje
1 KILO	13	65%
1/2 KILO	4	20%
1/4 KILO	1	5%
OTROS	2	10%
Total	**20**	**100%**

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

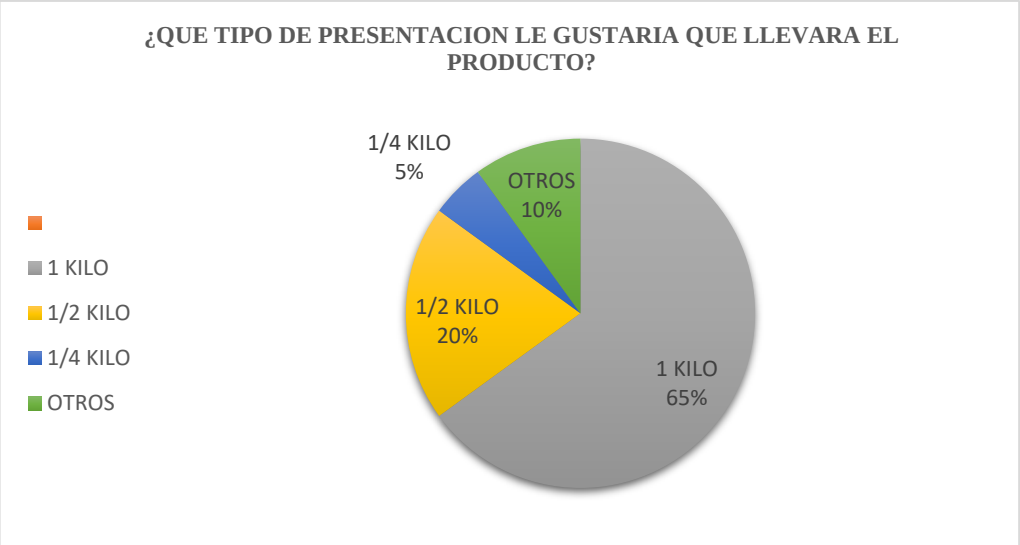


Figura 19. ¿QUE TIPO DE PRESENTACION LE GUSTARIA QUE LLEVARA EL PRODUCTO?

Fuente: Focus Group
Elaborado Por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico como resultado de las encuestas realizadas en el focus group muestran que el 65% de las personas encuestadas, prefieren comprar mediante 1 kilo en adelante porque mencionan que así tiene más duración ante el consumo del miso, interviniendo muchos rangos entre ellos del 5% al 20 % de la población mencionan que para ellos está bien comprar a partir de medio kilo

independiente del costo ya que en algunos hogares la familia es mínima que otras son mayoritarias.

Tabla 30. ¿CON QUE CALIDAD NUTRICIONAL LE GUSTARIA QUE SE REALIZARA EL PRODUCTO QUE USTED ELIGIÓ?

¿CON QUE CALIDAD NUTRICIONAL LE GUSTARIA QUE SE REALIZARA EL PRODUCTO QUE USTED ELIGIÓ?			
Respuesta		Total	Porcentaje
PREMIOM		2	10%
SLECCIONADA		12	60%
ESTANDAR		6	30%
Total		20	100%

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

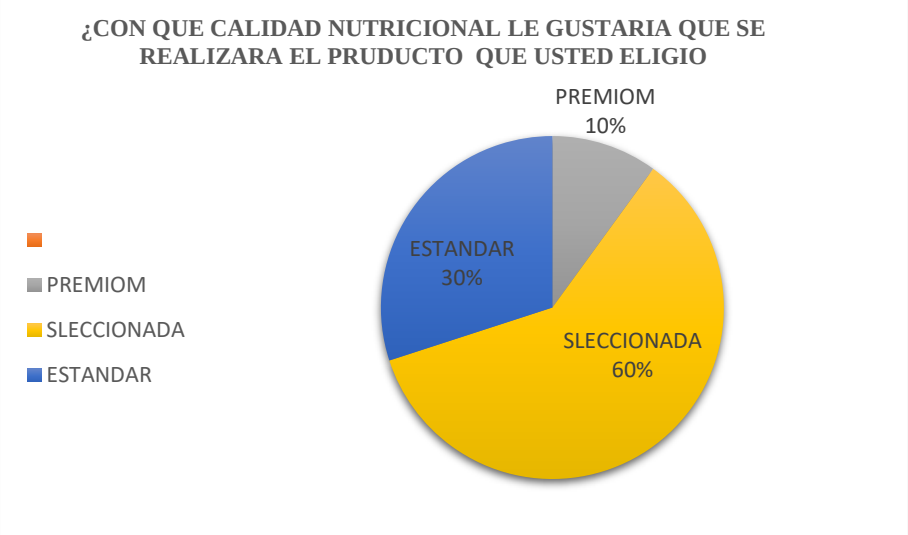


Figura 20. ¿CON QUE CALIDAD NUTRICIONAL LE GUSTARIA QUE SE REALIZARA EL PRODUCTO QUE USTED ELIGIÓ?

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico como resultado de las encuestas realizadas en el focus group muestran que el 60% de los entrevistados prefieren un alimento de calidad, en este caso que sea seleccionada en todo el ámbito de proceso, tanto de materia prima, como industrialización, y a su vez la comercialización sea estable al rango de temperatura para que el producto sea satisfactorio ante el consumidor.

Sin embargo, encontramos que el 30% de ellos prefieren algo más que sea de calidad en

este caso estándar de las cuales que sea destino solo para personas exclusivas, independiendo del costo por kilo del producto.

Tabla 31. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?

¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?		
Respuesta	Total	Porcentaje
$ 1,50	4	20%
$ 3,00	14	70%
$ 3,50	2	10%
$ 4,00	0	0%
Total	**20**	**100%**

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

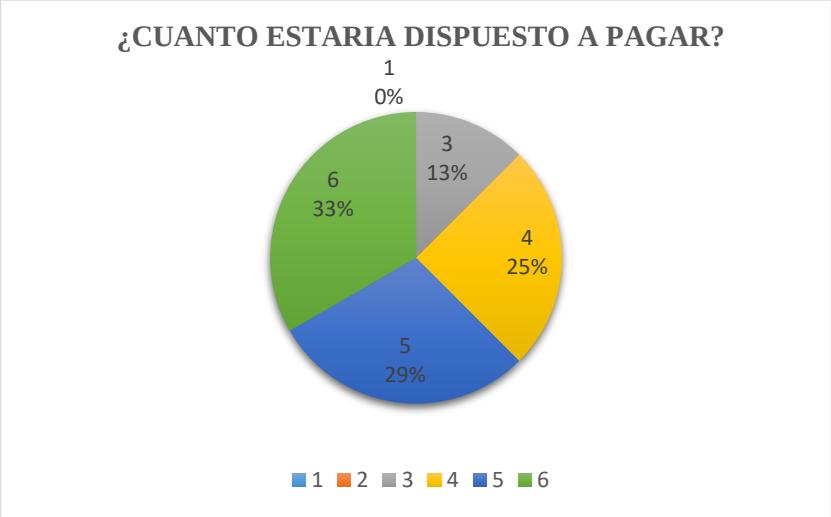


Figura 21. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico como resultado de las encuestas realizadas en el focus group muestran que el 70% de las personas entrevistadas, están dispuestas a pagar por la cantidad de $3.00 dólares americanos, siendo así rentable ante la producción del producto y satisfaciendo necesidades de los consumidores brindando la calidad del producto, interviniendo la competencia y le mercado existente. Sim embargo el 20% de los entrevistados optan por pagar $1.50 dólares americanos ya que se les es más factible adquirirlo para ellos.

4.1.2. VERIFICACION DE LAS TABULACIONES DE LA ENTREVISTA- OBJETIVO UNO

Tabla 32. DESCRIPCIÓN DE LA TABLA REPRESENTATIVA DE LA ENTREVISTA REALIZADA

¿CUANTAS CABEZAS DE GANADO PROCINO TIENE EN LA ACTUALIDAD?				
Respuesta		Total	Porcentaje	
1		18	3%	
2		2	0%	
3		50	8%	
4		48	7%	
5		150	23%	
6		23	4%	
7		5	1%	
8		45	7%	
9		25	4%	
10		38	6%	
11		195	30%	
12		13	2%	
13		10	2%	
14		15	2%	
15		8	1%	
Total		645	100%	

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

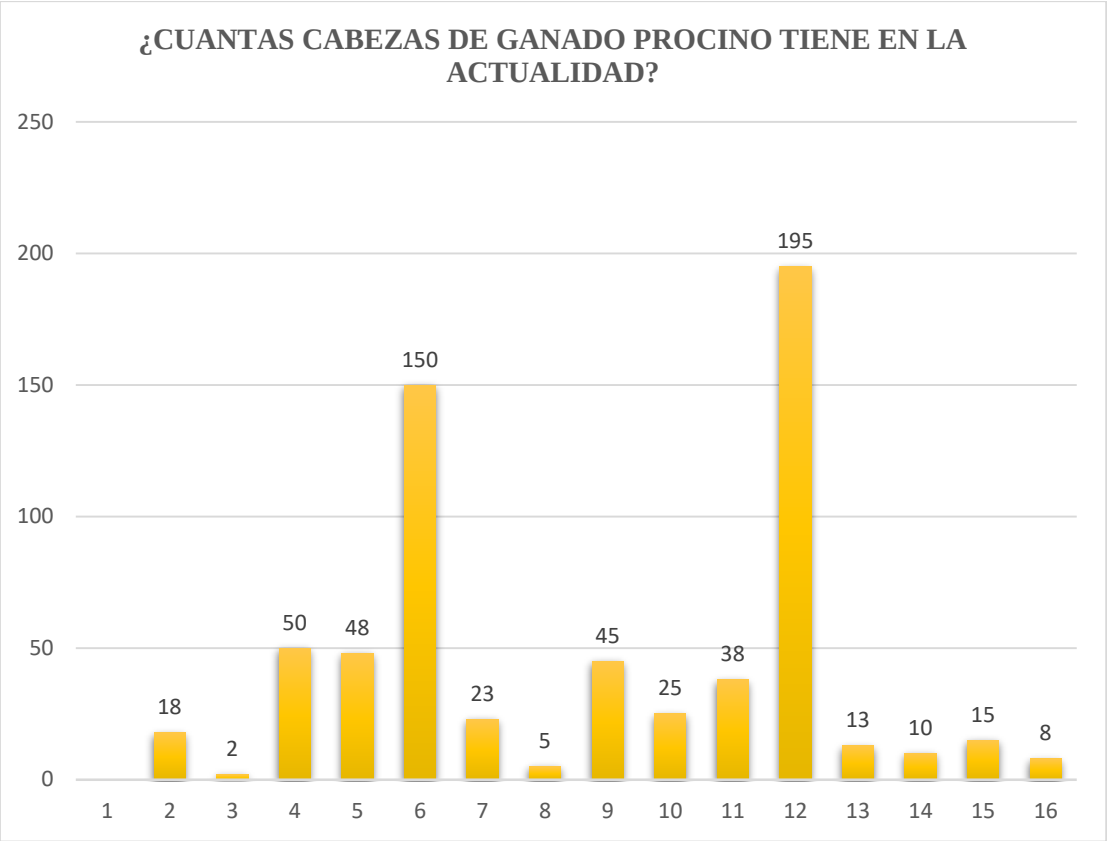


Figura 22. ¿PREGUNTA REPRESENTATIVA DE LA ENTREVISTA REALIZADA?

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Dora Catagña

Análisis:

Como refleja el cuadro y el grafico que dio como resultado de las entrevistas realizadas muestra que existe una gran variedad de cerdos en pie, puesto para la venta y consumo de los mismo, según basándonos a los datos del Censo del 2010 el 40% de la población solo dedica a la crianza de ganado vacuno y porcino, por lo tanto según lo establecido solo el 18,5% se dedican a la producción de cerdos, así de esa manera como se manifiesta en los resultados del Grafico 1, que entre las zonas de la población existe un porcentaje alto entre ciertos productores dedicados a la crianza, como son el 23 y el 30% (7%) por encima de los rangos siendo los potenciales productores donde que se varia reflejado que si existe la disponibilidad de materia prima para dicha investigación, teniendo en cuenta que los productores aparte de disponer la materia prima existen un cuidado en el desarrollo de cada uno de ellos aplicando métodos de crianza donde existen diversos alimentos que son utilizados para su formación, así como son balanceado, lavaza, etc., de esa manera es como sacar como resultado que si es rentable en el mercado, sabiendo organizar, según su estado y edad.

4.1.3. RESULTADO DEL OBJETIVO DOS

PROCESO DE ELABORACIÓN DE QUESO DE CHANCHO

Previo a la investigación se analizó los tipos de procesos que se utiliza en la industrialización

Recepción de Materia Prima: Se recepta la materia prima como es el cerdo para los respectivos procesos siguientes.

Lavado: la materia prima es lavada son lavadas y se eliminan restos de cerdas (pelos) con la ayuda de un soplete o quemador.

Clasificación: Se clasifica la carne en mal estado y la carne de calidad junto al cuero.

Almacenamiento 1: una vez separada la materia prima se le almacena para que no sea contaminada por algún microorganismo antes del proceso.

Picado: Se realiza el troceado de la carne y del cuero en trozos de un diámetro de 1 cm cuadrado.

Mezclado: Se mezcla los aditivos hasta notar que el producto se homogéneo. Se agrega 0,19 % de pimienta negra, 0,19% de ajo en polvo, 0,77% de comino en polvo y 10% de extracto de sábila.

Moldeado: una vez de haber conseguido la textura estable, se le coloca en moldes de metal llamadas prensas.

Prensado: Se realiza de 3 a 4 horas en una prensa de acero inoxidable.

Cocción: La cocción debe ser realizada dentro 2 a 3 horas a 85°C

Enfriado: Una vez culminado del proceso se lo deja reposar al ambiente al producto.

Desmoldado: Una vez pasado el tiempo se procede a retirar la prensa.

Cortado: El cortado se debe realizar de 0,3 a 0,5 de diámetro.

Pesado: Según el peso a comercializar se lo realiza en una balanza de metal.

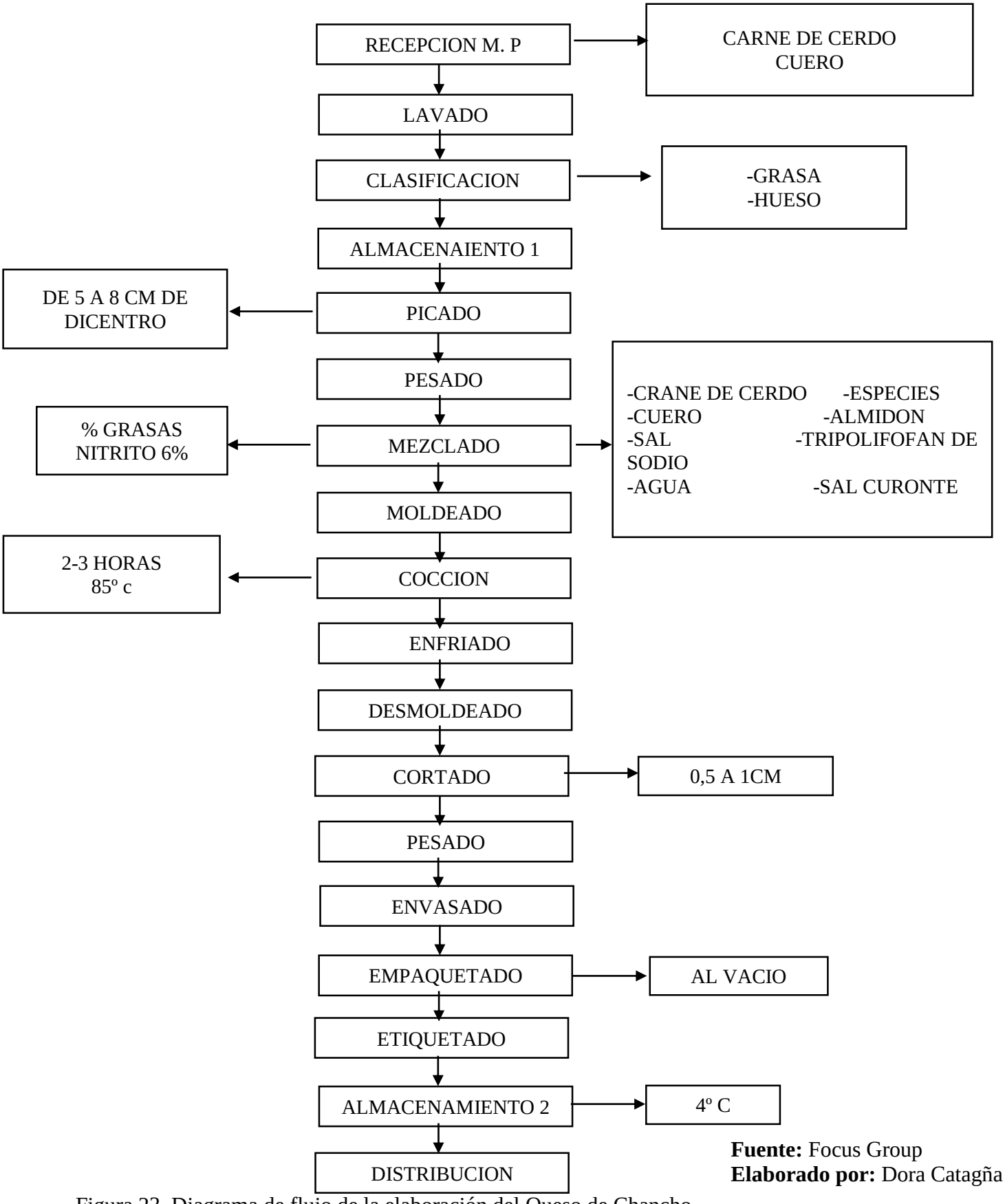
Envasado/ Empaquetado: Se coloca el producto en fundas estériles y se prensa en los moldes de acero inoxidables destinados para este tipo de fiambre.

Etiquetado: El etiquetado se lo realiza dependiendo el eslogan y asea manual o automático.

Almacenamiento 2: Una vez etiquetado y listo el producto, debe ser almacenado a 4°C aproximadamente.

Distribución: Una vez listo el producto se procede a distribuir según el tipo de comercializado.

4.1.4. RESULADOS DE LOS PROCESOS DE LA ELABORACION DE QUESO DE CERDO



Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

Figura 23. Diagrama de flujo de la elaboración del Queso de Chancho**.**

Tabla 33. CUADRO DE COMPARATIVO

Según (Laura Ele, 2011)		**El SALINERITO**
Materia prima		Materia prima
Cabeza de cerdo		Carne de cerdo
Carne de cerdo		Cuero de cerdo
Cuero de cerdo		Grasa
Ajo molido	VS	Agua
Condimento		Sal curante
Sal		Sal
Nitrito de sodio		Almidón
Ácido ascórbico		Tripolifosfato
		Cebolla comino
		Pimienta

Elaborado por: Dora Catagña

Existen distintas formulaciones que se pueden emplear para la elaboración del queso de chancho, entre ellas son El Salinerito, y varios autores más que mencionan, siendo así de esta manera se puede comparar los dos métodos de procesar el producto, en este caso mi estudio va referente al proceso utilizado de El Salinerito, ya que como lo mencionan en la literatura el producto es más rentable ante el gusto del consumidor y a su vez llamativo ya que no es un alimento muy conocido en la Parroquia Píntag.

4.1.5. VERIFICACION DE LAS TABULACIONES DE LA ENCUESTA- OBJETIVO TRES

FOCUS GROUP

El focus group fue aplicado para analizar la aceptación del producto que se está investigando en la Parroquia de Píntag lo cual se escogieron al azar al 20 personas indistintamente de la zona, entre personas naturales, productores y comerciantes.

Para tabular las entrevistas el método utilizado fue asignar una X para cada una de las respuestas y posteriormente se realizó el cálculo correspondiente de porcentajes.

Independiente se escogieron las preguntas más relevantes que favorecen principalmente al estudio directo a la existencia o no ante la disponibilidad de materia prima en la zona.

Tabla 34. DESCRIPCIÓN DE LA TABLA REPRESENTATIVA DE LA ENCUESTA REALIZADA

¿Si le ofrecieran un NUEVO producto cárnico elaborado por carne de cerdo, estaría dispuesta/o a consumirlo (Queso de CHANCHO)?		
Respuesta	**Total**	**Porcentaje**
SI	20	100%
NO	0	0%
Total	20	100%

Elaborado por: Dora Catagña
Fuente: Focus Group

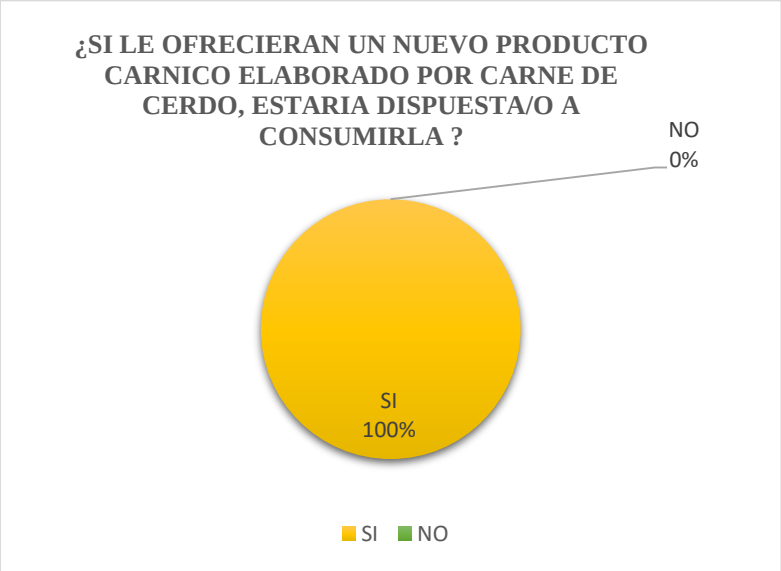


Figura 24. DESCRIPCIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA EN EL FOCUS GROUP

Fuente: Focus Group
Elaborado por: Dora Catagña

ANALISIS:
Como refleja el cuadro y el grafico que dio como resultado de las encuestas realizadas en el focus grupo, muestra que existe un 100% entre los encuestados, que hay una alta acogida ante el conocimiento de un nuevo producto, ciertos caso hablamos de una población media-alta, la cual el objetivo que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resulte del estudio y pueda participar efectivamente en ese mercado.

De acuerdo con la teoría de la demanda del consumidor, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las

preferencias del consumidor, lo cual el 70% indica que no significa nada el costo del producto, siendo así que sea calidad ante el mercado competitivo. Tomando como referencia al SALINERITO ya que ellos son los potenciales competidores que podemos encontrar con el 68,9%, siendo hacia los de más alto mercado dentro de su zona, por la misma razón existe una acogida excelente en Salina de Guaranda, que esta ubica que la Provincia de Bolívar.

4.2. DISCUSIÓN

Según los datos obtenidos en la investigación realizadas se pudo analizar que en la Provincia de Pichincha existe una disponibilidad de 379,258 cabezas de ganado, de las cuales el 18,5% se deslinda a la Parroquia de Píntag, la cual es una de las parroquias que más se dedica a la crianza y comercialización de ganado porcino, eso genera a que la cantidad de población consuma el alimento a gran escala, 25% de las personas encuestadas en el focus grupo menciono que lo consume cada sema, el 70% lo consume cada 15 días y el 5% lo consume cada mes, dependiente del precio y la calidad.

Según (Rivadeneira, Montesdeoca, Guevara, & L, 2017) menciona que en el cantón Bolívar, Provincia de Manabí existe una demanda minoritaria al consumir la carne de cerdos, según el 1,8% de la población consumen productos embutidos y ahumados de distintas marcas registradas, previo a su investigación, lograron realizar una oferta de análisis a los proveedores las cuales les permitió verificar el comportamientos gustativo a través del tiempo, tomando en cuenta a las industrias a nivel nacional que producían variedades de cortes de carne madurada y productos cárnicos. Lo cual genera que el 36,32% de la población consume carne de cerdo previo a su nivel adquisitivo de cada consumidor, ya que en la zona el 40,26% solo consumen carne bovina por el nivel de higiene que tiene, ya que tiene un proceso más inocuo al momento de proceder al faena miento del animal.

Lo cual esto genera que los estudios agroindustriales vayan generando cadenas de investigación ante el consumo de productos cárnicos, según un estudio realizado, donde que se llevó a cabo el proyecto “Estudios Industriales” que responde a la necesidad por parte de la comunidad empresarial de contar con información sistematizada y analizada sobre datos obtenidos importantes tanto a nivel mundial o como nacional.

Según (ESPAE, 2016) menciona que en un contexto mundial en el que destaca el continuo aumento de la población, con un creciente ingreso per cápita disponible para consumo, y cambios en la dieta y estilos de vida de amplios sectores de la población

mundial que ocasionan una mayor ingesta de proteína animal (incluyendo alimentos derivados de la ganadería), se estima que la demanda mundial de productos cárnicos se incremente a un ritmo anual de 1.3% entre 2007 y 2050 , valor superior al crecimiento anual estimado de 1.1% para el total de la producción agropecuaria en igual lapso.

Sin embargo, el mayor impulso a la demanda de cárnicos en general provenga de los países en vías de desarrollo (cuya población pasaría de aproximadamente 6 mil millones en 2015 a cerca de 7 mil millones en 2030), aunque sin afectar significativamente la brecha existente en el consumo per cápita de carne respecto a los países desarrollados. Al mismo tiempo, se evidencia un cambio en la importancia de distintos tipos de producción de proteína animal, que aumenta para animales como aves y cerdos en desmedro de los bovinos.

Satisfaciendo de forma sostenible el crecimiento esperado en la demanda de cárnicos a nivel mundial es un importante desafío para la industria, considerando que la provisión de recursos naturales del planeta es limitada y que ya la producción ganadera es el mayor usuario de tierra en el mundo, principalmente dedicada a labores de pastoreo. Las limitaciones ambientales y físicas harían que el crecimiento en la producción ganadera provenga de una mayor productividad, generando un mayor uso de economías de escala.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Según los resultados se determinó que el mercado existente si es válido para la industrialización de un producto nuevo, como es el queso de chancho teniendo una aceptación del 100% de personas entrevistadas en el focus group, determinando así de esa manera que el mercado si aumenta las posibilidades del desarrollo en las industrias cárnicas.
- Según el diagnóstico que se pudo realizar se concluyó que en la Provincia de Pichincha existe alrededor de 379,258 cabezas de ganado porcino disponibles, lo cual el 18,5% de deslinda hacia la Parroquia de Píntag, esto genera que la mayor parte de los productores no están al tanto de los productos que se puede llegar a obtener con la materia prima.
- Según los resultados obtenidos a partir del focus group, nos genera un porcentaje alto ante la aceptabilidad del producto dentro de la zona, aprovechando la disponibilidad de materia prima existente en la población, determinando así de esa manera que el producto que se prevé realizar sea neto y apto para la industrialización y comercialización dentro de la Parroquia de Píntag, beneficiando así de esa manera a los productores, comerciantes y consumidores.

5.2. RECOMENDACIONES

- Incorporar funciones nutricionales que puedan generar en el producto para que el consumidor sepa que es lo que está adquiriendo, teniendo en cuenta la calidad de materia prima que se utilice para el proceso, de esa manera facilitar las técnicas necesarias para hacer frente a la competencia, estableciendo un margen estratégico ante una futura industria.
- Presto al estudio realizado, presentar estándares de calidad en beneficio de los productores para que tengan la misma línea de crianza y de esa manera tener un marguen neto que sea basado a las Buenas Practicas Pecuarias, teniendo en cuenta que cada una de los criaderos de cerdos que se rigen a las normas de AGROCALIDAD, así aumentaría el número de cabezas de cerdo por criadero, que sería en beneficio de una futura industria, así se podría generar una empresa completa que cumpla todos los reglamentos necesario, ante higiene, nutrición y calidad de la materia prima, previa a un futuro proceso.
- A su vez se recomienda que la presente investigación continúe con la siguiente etapa para valorar todos los datos obtenidos en este proyecto, frente a una futura industria de cárnicos en la Parroquia de Píntag.

CAPITULO VI BIBLIOGRAFIA

Albaco, L. (2013). *Elaboración De Un Manual Técnico De Crianza Y Manejo De Ganado Porcino (Sus scrofadomesticus). TUMBACO, PICHINCHA.*, Universidad Central del Ecuador.

Apango, A. (2015). Elaboración de productos cárnicos.

Cazau, P. (2006). Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales., *3*.

CISAN. (2011). Los Alimentos Procesados. *1*.

ESPAE. (2016). Industria de ganadería de carne. *FIDESBURó, 2*, 35.

Eusse, J. (2014). La carne de cerdo - Guía práctica para su comercialización.

Heinemann, k. (2003). Introducción A La Metodología De Investigación Empírica. *Editorial Paidotribo Consejo de Ciento, 245 bis, 1º 1ª, 1*.

Hurtado, I. (2005). Paradigmas Y Metodos De Investigacion. *5*.

Ida, N. (2010). Estudio Sobre Tendencias de Consumo de Alimentos *1*, 53.

Jimenez, C. (2002). Princicpios básicos de elabaoración de embutidos. *Rivadeneyra.S.A., 4*, 20.

Kotler, B., Hayes. . (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales* (Vol. 1).

MUÑOZ. (2008). *Plan Para Introducir Al Mercado Ecuatoriano Maquinaria Bisignano.* Universiad De Las Americas

NTE, I., & 1338:2012. (2012). Carne Y Productos Cárnicos. Productos Cárnicos Crudos, Productos Cárnicos Curados - Madurados Y Productos Cárnicos Precocidos - Cocidos. Requisitos., *1*.

ProEcuador. (2016). Perfil Sectorial de Lácteos y Cárnicos *1*.

Rivadeneira, R., Montesdeoca, R., Guevara, V., & L, C. (2017). Estudio de mercado de la Industria Cárnica en Manabí, Ecuador. *2*.

Sánchez, M., & Paúl, W. (2011). *Elaboración de Queso de Cerdo con tres Niveles de Harina de Algas (0, 2, 4 y 6%).*

Schejtman, A. (1998). Agroindustria y pequeña agricultura: experiencias y opciones de transformación. *En: Agroindustria y pequeña agricultura: vínculos, potencialidades y oportunidades comerciales-LC/G. 2007-P-1998-p. 15-76.*

Tirado, J., Paredes, D., Velazquez, G., & Torres, J. A. (2005). Crecimiento Microbiano En Productos Cárnicos Refrigerados Microbial Growth In Refrigerated Meat Products Crecemento Microbiano En Productos Cárnicos Refrixerados. *CYTA-Journal of Food, 5*(1), 66-76.

Varnam, A. H., & Sutherland, J. P. (1995). *Carne y productos cárnicos: tecnología, química y microbiología*: Acribia.

CAPITULO VII. ANÉXOS

ANEXOS 1. MODELO DE ENCUESTA A PRODUCTORES DE GANADO PORCINO

TEMA: ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INDSUTRIALIZACION Y COMERCIALIZCION DE QUESO DE CERDO

ESTA ENCUESTA ESTA DISEÑADA PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTABILIAD DEL QUESO DE CERDO EN LA PARROQUIA DE PINTAG

Género:

MUJER	**HOMBRE**

Edad:

17 a 25		**40 a 49**	
30 a 40		50 a 60	

¿BARRIO DE RESIDENCIA?

VERDEPAMBA	SAN ISIDRO	JERUSALEN	YURAC

ESTADO CIVIL

SOLTERO	VIUDO	CASADO	DIVORCIADO

1. **¿HA CONSUMIDO CARNE DE CERDO?**

SI	**NO**

2. **¿EN QUÉ FORMA HA CONSUMIDO ESTÁ CARNE?**

Asada	**Embutida**	**Otros**

3. **¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME PRODUCTOS EMBUTIDOS CARNICOS?**

CADA SEMANA	**CADA 15 DÍAS**	**CADA MES**

4. **¿Si le ofrecieran un NUEVO producto cárnico elaborado con carne de cerdo, estaría dispuesta/o a consumirlo (QUESO DE CERDO)?**

SI	**NO**

5. **¿Qué tipo de presentación le gustaría que llevara el producto?**

1 kilo	
½ kilo	
¼ kilo	
Otros	

6. **¿Con qué calidad nutricional le gustaría que se realizara el producto que usted eligió?**

PREMIUM	
SELECCIONADA	
ESTANDAR	

7. **¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?**

$1,50	
$3.00	
$3.50	
$4.00	

ANEXOS 2. MODELO DE ENTREVISTA A PRODUCTORES DE GANADO PORCINO.

TEMA: ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INDSUTRIALIZACION Y COMERCIALIZCION DE QUESO DE CERDO

ESTA ENTREVISTA ESTA DISEÑADA PARA MEDIR EL GRADO DE DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA EN LA PARROQUIA DE PINTAG

Género:

MUJER	**HOMBRE**

Edad:

20 a 25		**40 a 49**	
30 a 40		50 a 60	

¿LUGAR DE RESIDENCIA?

ESTADO CIVIL

SOLTERO	VIUDO	CASADO	DIVORCIADO

1. **¿Usted tiene ganado porcino? Marque con una X**

Si_____ NO_____

2. ¿Qué tipo de alimentación da a su ganado porcino? Marque con una x

Balanceado(afrechillo)	
Rechazo(fruta picada, caña picada)	
Lavaza (suero)	
Todas la anteriores	

3. **¿Cuantas hectáreas posee actualmente para la alimentación de su ganado?**

Posee: _____ Hectáreas.

4. **¿Cuantos años llevan produciendo? Marque con una X**

¿De 1 a 5 años___ de 5 a 10 años___ de 10 en adelante, cuantos? __

5. ¿Cuál es el destino de su producción?

VENDE	
CONSUMO	
REALIZA DERIVADOS	

6. ¿Cómo es la forma de comercialización?

En pie	Faenados	Camadas

7. ¿Cuál es la forma de faenamiento que usted emplea?

Mecánica	Manual	Otros

8. ¿Cuál es el precio por libras que usted vende su producto?

El precio es _____

9. ¿Qué tipo de tratamiento le da a la carne después del faenamiento?

¿Qué tratamiento? _____
¿Por qué? _____

10. ¿Tiene en la zona centro(s) de acopio?

Si_____ No_____ Cuantos_____

11. ¿Qué tiempo tarda en llegar el producto a su destino?
10 in___ 15 min___ 30 min___ 1 hora___ … ¿Es más? ¿Cuánto? _____

12. ¿A quiénes venden la materia prima?

Comerciantes	Familias	Otros

13. ¿Cuenta usted con algún conocimiento de las BPP? Marque con una X

SI	NO

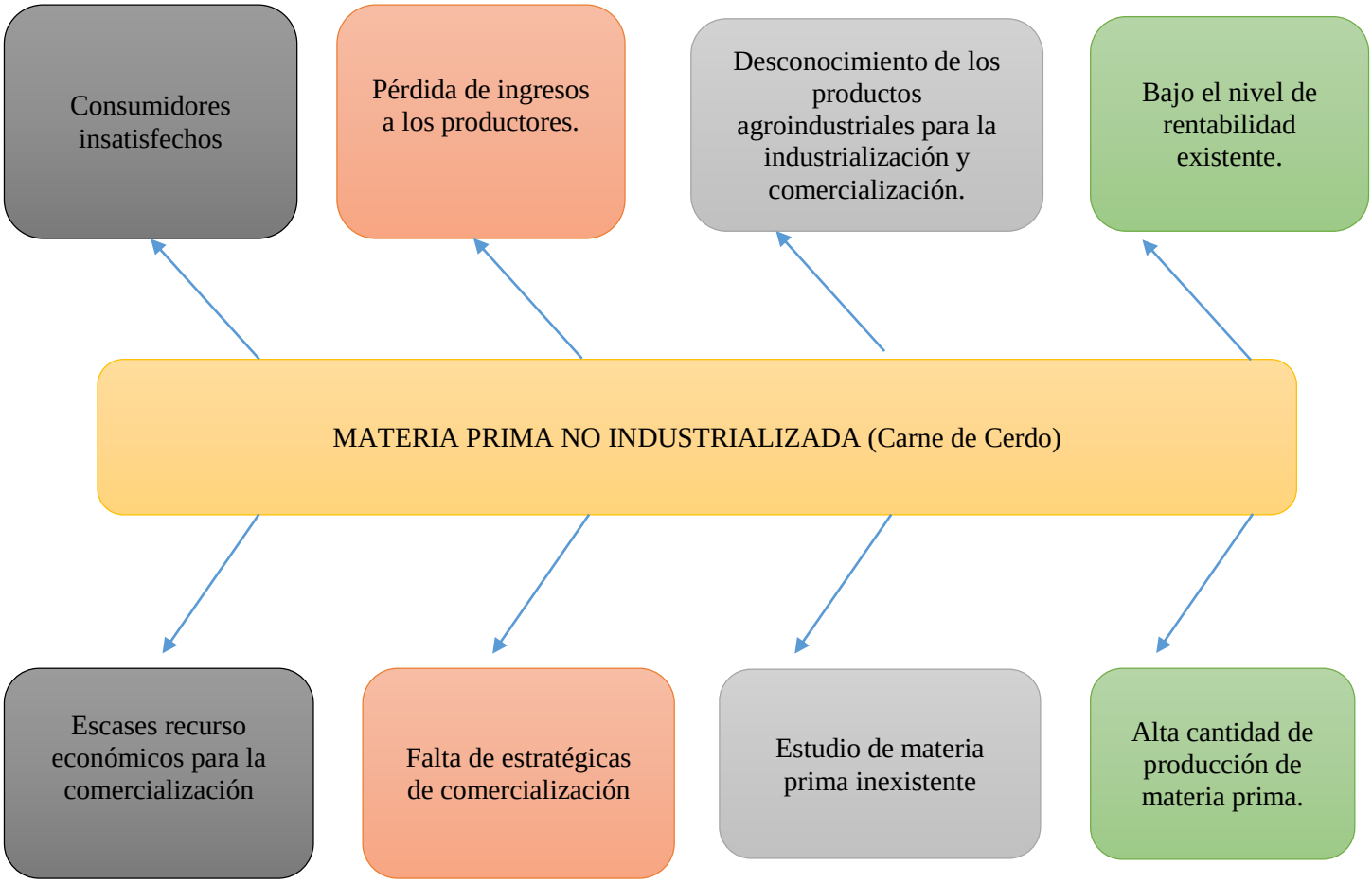
14. **¿Estaría usted de acuerdo en recibir capacitaciones acerca de las BPP (Buenas Practicas Pecuarias)?**

SI	NO

15. **¿Estaría dispuesto a proveer la materia prima para el desarrollo de un nuevo producto?**

SI	NO

ANEXOS 3. DIAGNOSTICO.



Elaborado por: Dora Catagña