



## RESUMEN

**TEMA:** “Plan de Gestión de Venta y Logística Comercial de Ganado vacuno de carne en el Cantón Santiago de Méndez”

**OBJETIVO PRINCIPAL:** Mejorar los ingresos económicos de los productores de ganado vacuno de carne por medio de la eliminación de las cadenas de intermediación.

**METODOLOGIA UTILIZADA:** Se utilizó una combinación de los métodos, Inductivo porque desde la observación hemos formulado conclusiones y recomendaciones y, Deductivo por que se utilizaron conceptos teóricos relacionados con los puntos desarrollados en el trabajo.

### CONCLUSIONES PRINCIPALES:

1. Se encontraron sistemas de Comercialización tradicionales que se implantaron desde los inicios de la venta del excedente de la producción ganadera.
2. La especialización en el cálculo del peso sumado a la experticia desarrollada por los comerciantes de este producto para colocar en los centros de acopio.
3. Encontramos sistemas oligopólicos desarrollados e implantados por familias que acaparan los canales de comercialización en el principal centro de acopio del Austro (Camal y Feria de la ciudad de Cuenca).
4. Concluimos finalmente mencionando que en el estudio realizado a pesar de los inconvenientes encontrados, los cálculos realizados y los hallazgos determinados, se cumplen los objetivos trazados al inicio de este trabajo.

### PALABRAS CLAVE:

Ganadería, Mercado, Productor, Intermediario, Canal, Camal y Feria, Venta, Logística Comercial.

### Autores:

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



## ABSTRAC

**TOPIC:** "Plan Management and Logistics Sale Commercial beef cattle in Canton Santiago de Méndez"

**GOAL:** Improve economic returns for cattle producers meat by removing the intermediation chains.

**METHODOLOGY USED:** S and used a combination of methods, Inductive from the observation that we have formulated conclusions and recommendations, that were used Deductive theoretical concepts related to the points developed in the workplace.

### MAIN FINDINGS:

1. We found that traditional marketing systems were implemented since the beginning of the sale of surplus livestock production.
2. Specializing in the calculation of weight plus the expertise developed by the merchants of this product to put in the collection centers.
3. We found oligopolistic systems developed and implemented by families that monopolize the marketing channels in the main collection center of the south (Camal Fair and the city of Cuenca).
4. Finally conclude by mentioning that in the study despite the problems encountered, calculations and findings determined met the goals set at the beginning of this work.

### Autores:

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



## INDICE

INTRODUCCION .....	11
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>12</b>
ASPECTOS CONCEPTUALES .....	12
1.1.- El Mercado .....	12
1.1.1.- Definición e Importancia de Mercado .....	12
1.1.2.- Elementos del Mercado .....	15
1.2.- Comercialización .....	16
1.2.1.- Elementos que intervienen .....	17
1.2.2.- Canales de Distribución .....	18
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>22</b>
REALIDAD DEL SISTEMA .....	22
2.1.- La ganadería .....	22
2.1.1.- La ganadería en el Cantón Santiago de Méndez .....	22
2.1.2.- Importancia.....	23
2.2.- Población bovina en el Cantón Santiago de Méndez .....	24
2.3.- Cantidad de vacunos movilizados hacia los principales mataderos (Camales) para ser faenados.....	26
2.4.- Cantidad de animales vacunos faenados en el principal camal de la Ciudad Cuenca y el porcentaje de participación que ofrecen los productores del Cantón Santiago de Méndez .....	29
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>33</b>
PROPUESTA AL PLAN DE GESTION DE VENTA Y LOGISTICA COMERCIAL DE GANADO VACUNO DE CARNE EN EL CANTON SANTIAGO DE MENDEZ .....	33
3.1.- Análisis del sistema de venta por medio de comisionistas.....	33

### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



3.1.1.- Cantidad de animales vacunos ofrecidos al principal centro de acopio (Camal y Feria) de la ciudad de Cuenca .....	34
3.2.- Principales costes .....	34
3.2.1.- Transporte y Movilización hacia los mataderos (camales) .....	35
3.2.2.- Coste de Faena miento .....	36
3.2.3.- Coste de transporte hacia los Mercados .....	36
3.3.- Precio .....	36
3.4.- Consolidación de Ingresos y Gastos .....	37
3.5.- Demanda o Población Objetivo en la ciudad de Cuenca .....	41
3.6.- Formación de una Organización Jurídica .....	42
CAPITULO IV .....	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	47
4.1.- Conclusiones .....	47
4.2.- Recomendaciones .....	49
4.3. Anexos .....	50
4.4.- Bibliografía .....	54

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Haydee Carolina Espinoza Sánchez, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

070540481-2



*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, René Oswaldo Molina Córdova, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

René Oswaldo Molina Córdova  
140030956-1



*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



UNIVERSIDAD DE CUENCA



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, René Oswaldo Molina Córdova, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

René Oswaldo Molina Córdova  
140030956-1



*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Haydee Carolina Espinoza Sánchez, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

070540481-2



*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova





UNIVERSIDAD DE CUENCA

---

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**“PLAN DE GESTION DE VENTA Y LOGISTICA COMERCIAL DE GANADO  
VACUNO DE CARNE EN EL CANTON SANTIAGO DE MENDEZ”**

**Tesis previa a la obtención del  
TITULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**DIRECTOR:** *Ing. Pablo González*

**Autores:** *Haydee Carolina Espinoza Sánchez*

*René Oswaldo Molina Córdova*

**CUENCA-ECUADOR**

**2012**

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



## Responsabilidad de Autorías

Las ideas y conocimientos expresados en el presente trabajo son de responsabilidad de los autores.

---

Rene Molina

---

Haydee Espinoza

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



## AGRADECIMIENTO

Al concluir mi carrera Universitaria me veo en la necesidad de brindar mis más eternos agradecimientos primeramente a Dios quien me dio unos padres ejemplares y abnegados que me supieron apoyar en todo momento de mi vida.

A todos mis profesores quienes con mucha paciencia me impartieron sus conocimientos durante mis años estudiantiles, a nuestro director de tesis por brindarnos su apoyo con el asesoramiento y revisión de la misma.

A todas las instituciones tanto de Cuenca como de Méndez que de una u otra manera nos brindaron información para la realización de nuestro trabajo.

Y a todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron para que se cumpla uno de mis más anhelados sueños GRADUARME.

**Carol**

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



### **AGRADECIMIENTO.**

A la Universidad de Cuenca, Facultad de Economía, Escuela de Administración de Empresas por haberme dado la oportunidad de ser parte de ella, a todos y cada uno de los profesores que me impartieron sus conocimientos, un agradecimiento muy especial al Ingeniero Pablo González quien tuvo la decisión y dedicación para dirigir y ayudarnos a cumplir con nuestro objetivo, finalmente a las personas como Productores, Introdutores y Comerciantes e instituciones EMURPLAG de la ciudad de Cuenca y CONEFA de la ciudad de Méndez que nos apoyaron con su información para desarrollar este trabajo.

**René.**

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



## DEDICATORIA

Este trabajo esta dedicado a Dios primeramente quien me ha guiado y ha brindado fuerzas suficientes y la perseverancia suficiente para concluir con éxito mi carrera Universitaria.

A mis queridos padres y hermana, que por su invaluable sacrificio, amor constante, apoyo incondicional y sus valores inculcados permitieron la consecución de esta meta como uno de mis más ansiados anhelos.

A la persona que llego a nuestras vidas para cambiarla y llenarla de felicidad y que a sido ejemplo de vivencia, mi querida sobrina Danna y de manera muy especial a mi querida abuelita Albertina que aunque ya no este conmigo; fue ella quien siempre me estuvo apoyando en todo momento de su vida y tengo la seguridad de que ahora también lo esta haciendo.

**Carol**

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



### **DEDICATORIA.**

El cariño, esfuerzo y dedicación puesto en esta tesis va dedicado a mis padres y hermanos, por sus incondicionales apoyos recibidos, a mis sobrinas y sobrinos cuñadas y cuñado; a mis amigos y compañeros con quienes siempre compartí y seguiremos compartiendo la vida misma, a mi compañera de desarrollo de esta Tesis Haydee. A mi “Rey Precioso” Mateo, quien me llena de felicidad, y para mi abuelo Leonidas que durante 98 años desafió a la vida aunque físicamente ya no esté pero su ejemplo vivirá en mí.

**René.**

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



## INTRODUCCION

El proceso de venta y comercialización de los animales vacunos de carne en el Cantón Santiago de Méndez no ha sido considerado como un aspecto importante para el desarrollo y la producción de estos animales, dada la bondad de estas tierras fértiles (en sus inicios) que no necesitaban ser revitalizadas para cultivar el pasto, siendo este el principal alimento de estos animales. En los actuales momentos con el uso indiscriminado del que ha sido objeto estos suelos (fértiles en otras épocas), la contaminación, el calentamiento global, la proliferación de enfermedades y el poco interés de los Productores de generar sistemas adecuados de Comercialización a hecho que esta actividad este involucrada en un proceso de rendimientos decrecientes y en algunos casos de Productores con resultados negativos, según testimonios de algunos Productores que además recuerdan con nostalgia y manifiestan que “en otros tiempos solo con el pasto que era bueno y la sal se criaba bien a los animales”.

Por estos motivos y para aportar con una alternativa de mejora a esta importante actividad económica del Cantón Santiago de Méndez, como hijo de un Productor de este tipo de bovinos (René), adicionando los conocimientos adquiridos en la Universidad de Cuenca que nos extenderá un Título Profesional (René y Haydee), creemos que es nuestra obligación retribuir a la sociedad con un trabajo que pueda ser considerado como probable solución a la problemática de nuestras localidades y país en general.

Conforme fuimos desarrollando este trabajo, con entrevistas, observaciones directas, datos facilitados por algunas instituciones, también debemos mencionar dificultades que tuvimos que sortear por cierto celo de algunas personas e instituciones en proporcionar información, a pesar de ello las tablas desarrolladas y los resultados encontrados tienen total validez, por lo que seguros estamos de haber contribuido con un estudio para lograr los

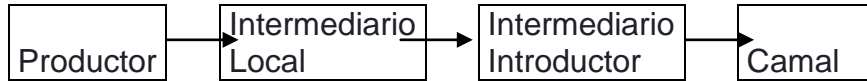
**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



objetivos que nos propusimos al inicio y quizá es el objetivo de las personas dedicadas a esta actividad. De esta forma identificamos las formas de Comercialización tradicional y que son:



En caso de comercializar hacia los camales.



En caso de comercializar por medio de ferias.

Sugiriendo a éstas, una alternativa de Comercialización diferente por medio de un INTERMEDIARIO COMISIONISTA o COMISIONISTA INTRODUTOR con un análisis económico en cada uno de los casos, finalmente se plantea la creación de una Organización Jurídica con un estudio sencillo de entender y práctico de implantar, para que pueda ser analizado por los interesados.

Debemos mencionar también en la parte del desarrollo en obras de infraestructura que está desarrollando el Gobierno Nacional, mismas que avizoran mejores oportunidades de desarrollo para la zona Amazónica en general y para el Cantón Santiago de Méndez en particular.

## CAPITULO I

### ASPECTOS CONCEPTUALES

#### 1.1.- El Mercado

##### 1.1.1.- Definición e Importancia de Mercado

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova





### **Definición.**

Desde un sentido general, el mercado es el lugar físico o virtual (en este caso el internet) en donde se encuentran dos fuerzas que generan procesos de intercambio: 1) La Oferta 2) La Demanda.

En la práctica, cada persona tiene una definición de lo que es el mercado en función de lo que mejor le parece o le conviene, por ejemplo, para un accionista el mercado tiene relación con los valores o el capital; para una ama de casa, el mercado es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, el mercado es el lugar donde reúnen oferentes y demandantes y es en donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

“El concepto de mercado está en íntima relación con el de la competencia, de forma que productos o empresas que compiten entre sí pertenecen al mismo mercado. Así productos que cumplen la misma función para los consumidores son productos que compiten.

Desde el punto de vista de la empresa su mercado queda definido por la función servida por el producto, la tecnología empleada y el grupo de clientes a que se dirige.”<sup>1</sup>

“Se dice que mercado es todo lugar en donde se concentra una mercancía específica para la venta, en consecuencia un mercado puede describirse como el eje alrededor del cual giran, o un campo en el que operan, las fuerzas que conducen al cambio de título de un artículo determinado y hacia el cual y desde el cual las mercancías propiamente dichas tienden a moverse.

El término “mercado” también puede ser empleado como:

- 1) La esfera dentro de la cual tienden a operar las fuerzas que establecen precios.

---

<sup>1</sup> Fundamentos de Marketing. Ignacio Cruz Ponce. Pag. 37

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



2) La demanda conjunta de los compradores potenciales de una mercancía o servicio.”<sup>2</sup>

Según Philip Kotler en su libro “Dirección de la Mercadotecnia” manifiesta que el concepto de mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga la necesidad o deseo.

Así, el tamaño del mercado según Kotler depende del número de personas que manifiesten la necesidad, tengan los recursos que interesan a otros y estén dispuestos a ofrecerlos en intercambio por lo que ellos desean.

Por otra parte, Ricardo Romero, autor del libro “Marketing”, considera que los conceptos más comunes de mercado son los siguientes:

- 1.- Lugar donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen bienes y servicios en venta.
- 2.- Demanda agregada generada por los compradores potenciales de un producto o servicio.
- 3.- Personas con necesidades por satisfacer.

En conclusión, el concepto de mercado es todo lugar físico o virtual (como es el caso del internet), donde existe por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar, voluntad para gastarlo y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o un servicio.

### **Importancia.**

---

<sup>2</sup> Principios de Mercadotecnia. Tousley Clark Clark.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



El mercado tiene una esencial importancia puesto que es el lugar en donde los clientes potenciales comparten deseos o necesidades específicos y por lo que están dispuestos a satisfacerlos.

Muchos de los bienes y servicios que se compran a nivel mundial son “híbridos” por cuanto al diseño, los materiales la fabricación y el ensamble han sido realizados en varios países. Las empresas de los Estados Unidos en vez de competir por si solas, en el mercado mundial, están formando redes de empresas globales muy extensas para ampliar su alcance a nivel mundial.

En consecuencia el mercado es el lugar que presta bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades insatisfechas por parte de los consumidores finales creando no solamente una satisfacción personal sino también estableciendo fuentes de trabajo para las personas y además que ellos puedan exponer sus productos al público y que estos puedan tener una aceptación amena.

### **1.1.2.- Elementos del Mercado**

Todas las personas adquirimos bienes y servicios para satisfacer nuestras necesidades. En nuestra sociedad, la manera de hacerlo es a través del intercambio de estos bienes y servicios por dinero; por ello, se dice que estamos inmersos dentro de una economía de mercado.

Cuando adquirimos bienes o servicios asumimos el rol de consumidores. Los consumidores damos origen a la demanda dentro del mercado, los consumidores tratan de lograr la máxima satisfacción en sus transacciones comerciales. Entre ellos tenemos a los intermediarios y consumidores finales.

En cambio todas las personas que trabajan son proveedores, pues producen bienes y servicios, y son los encargados de poner en el mercado sus bienes y servicios, entre ellos encontramos a los productores e

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



intermediarios. El objetivo de los proveedores es obtener las mayores ganancias posibles y son ellos quienes dan origen a la oferta.

- **Productor:** un fabricante o productor es aquella persona (normalmente física o jurídica) dedicada a una actividad fabril de producción de productos para el consumo por parte de los consumidores
- **Intermediario:** es aquella persona que media entre dos o más partes para comerciar mercancías. También se puede definir como todo comerciante por el que pasa una mercancía desde que sale del productor hasta llegar al consumidor.
- **Consumidor:** Se dice que un consumidor es una persona u organización que demanda bienes y servicios proporcionados por el productor o proveedor de bienes y servicios, por lo que es un agente económico con una serie de necesidades y deseos que requiera satisfacer y esto se realizará a través de la compra u obtención de determinados productos, para lo que se debe ejecutar algún tipo de operación económica.

## 1.2.- Comercialización

“El concepto de comercialización afirma que todos los esfuerzos de una firma se deben concentrar en la satisfacción de sus clientes, realizando una ganancia. Este concepto que suena como algo relativamente inocente, es en realidad muy poderoso si se lo toma en serio, porque obliga a la compañía a 1) a pensar en lo que está haciendo y en el porqué y luego 2) a desarrollar un plan para lograr sus objetivos. Y, tal como lo vimos alienta un esfuerzo integrado para alcanzar esos objetivos.”<sup>3</sup>

Comercialización y distribución comprende el proceso teórico de hacer llegar las mercaderías y los servicios desde la fábrica o establecimiento hasta el consumidor hasta su uso final.

---

<sup>3</sup> Comercialización. E. Jerome Mc. Carthy. Wilson D. Perreault. Jr. Octava Edición

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



### 1.2.1.- Elementos que intervienen

Se puede decir que la comercialización se da cuando existe el deseo o necesidad de adquirir un bien o servicio para satisfacer una necesidad, esperando que este exista en el mercado en las cantidades suficientes, precios adecuados y calidades requeridas, para lo cual la parte demandante debe tener los recursos (monetarios) suficientes.

La sola producción (oferta) y compra (demanda) no garantiza la comercialización existen otros elementos que los vamos a analizar:

#### ➤ **OFERTA.**

Según la Ley de la Oferta dice que esta varía de acuerdo al precio, entonces con esta teoría podríamos decir que la oferta está condicionada tanto por el precio de venta que es función directa del valor de producción que esta compuesta de costos no solo de alimentación sino de los valores para control de enfermedades (sanidad animal), manejo, mejoramiento genético y otros. Y de la cantidad a producir donde interviene el financiamiento condicionado por los requisitos exigidos por las instituciones, sus costos (tasas de interés) y plazos.

El Cantón Santiago de Méndez ofreció 5.066 animales bovinos para su sacrificio a las diferentes ferias y camales (datos tomados del cuadro # 2).

#### ➤ **DEMANDA.**

Esta es la cantidad de bienes y/o servicios que una determinada población está dispuesta a adquirirla de forma efectiva o potencial. También la DEMANDA está sujeta a ciertos condicionantes como el mismo precio de bien o servicio, la renta de los consumidores y la distribución de la misma, gustos, preferencias, productos sustitutos y sus precios, etc.

Para efectos de nuestro trabajo vamos a tomar los datos de la Empresa de Rastro de la ciudad de Cuenca (EMURPLAG), siendo desde enero del 2011 hasta el mes de diciembre del mismo año la cantidad de 55.429 animales bovinos faenados con un peso neto de 22'414.551 libras, lo que nos da un

#### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



promedio de peso por animal de 404,38 libras y un promedio de faena mensual de 4.404 animales.

➤ **CANALES DE DISTRIBUCION.**

Estos son sistemas por medio de los cuales se facilita a los consumidores el acceso a los productos y/o servicios que requieren para satisfacer sus necesidades, tanto en tiempo como en área geográfica. Existen 2 clases de Canales:

Canales Directos, en esta clase de canal el productor realizaría también la función de distribuidor para hacer llegar el producto al consumidor final, no existe participación de intermediarios.



Canales Indirectos, son procesos por medio de los cuales los productores pueden llegar con su producto y/o servicio hasta el consumidor final, por medio de intermediarios. Este tema vamos a desarrollar con mayor profundidad dado la importancia que tiene para nuestro trabajo en el siguiente punto.

**1.2.2.- Canales de Distribución**

La distribución es un conjunto de actividades y medios que se utilizan por las empresas desde el final de la fase de fabricación de los productos de los productos hasta la ubicación de los mismos en los puntos de venta y, en algunos casos, hasta situarlos en el domicilio de los compradores.

En el mundo en que vivimos con la tecnología muy por encima de nosotros y analizando la situación económica de nuestro país se puede decir que los canales de distribución son un factor determinante para la base de una economía, de aquí el esencial valor de determinar los principales elementos de una cadena de distribución.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



Fundamentalmente las empresas disponen de las siguientes modalidades de distribución de sus productos.

- 1.- Directamente al consumidor final.
- 2.- Venta al mayor
- 3.- Venta al detalle (o al por menor)

➤ **DIRECTAMENTE AL CONSUMIDOR FINAL**

Es la modalidad utilizada por los fabricantes que con sus propios medios llegan con sus productos a los consumidores. Generalmente persiguen no encarecer el precio final del producto, eliminando los costes inherentes a su distribución. Esto, por supuesto, en la medida de lo posible, pues en algunos casos la distribución por la propia empresa fabricante resulta más gravosa para cualquier precio final que la de cualquier figura de intermediario.

Este modelo de distribución, para ser efectivo, requiere previos estudios sobre elección y evaluación de las zonas potenciales a recorrer por los representantes.

➤ **VENTA AL MAYOR**

Esto consiste en que los fabricantes distribuyen directamente sus productos a las nuevas figuras de minoristas que han interrumpido con gran fuerza en el mercado, pero a diferencia; estos obtienen grandes ganancias por su capacidad de venta y por su gran rotación de productos.

Dentro de los mayoristas se incluye los canales que se exponen seguidamente:

- a) **Almacenistas:** también llamados mayoristas. La fuente de sus beneficios estriba en su habitual manera de proceder que consiste en comprar grandes cantidades de productos y pagarlos al contado. Es

**Autores:**



una figura útil para el fabricante pues le ahorra costos de facturación, transporte, devolución.

- b) **Brokers:** conocidos también con los nombres de asentadores, e incluso de comisionistas y corredores. Sus funciones son las mismas que los almacenistas con la diferencia que ellos venden un bien a un precio ya fijado por ellos mismo pero por parte de los fabricantes.
- c) **Distribuidores:** se trata del canal preferido por los grandes fabricantes, su particularidad reside en que bajan con muy pocos productos, lo que les confiere un gran conocimiento sobre los mismos.

### ➤ VENTA AL DETALLE

En esta venta es en donde los fabricantes mejor pueden obtener los grandes cambios que recientemente han sacudido al sector de la distribución. Aquí el fabricante vende directamente al detallista y este al consumidor.

### ➤ Funciones de la Distribución:

- El distribuidor tiene un acceso óptimo al mercado e instalaciones adecuadas para la venta del producto.
- Tiene un importante surtido de productos con un nivel de existencias acorde con el volumen de ventas.
- Efectúa programas de publicidad, exhibición y promoción de productos con los fabricantes.

En caso del producto sujeto de nuestro análisis (ganado vacuno de carne) en el Cantón Santiago de Méndez, se da la siguiente cadena de intermediación:



#### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova





En caso de comercializar hacia los camales.



En caso de comercializar por medio de ferias.

En cualquiera de los casos de Canales de Distribución Indirecta, la comercialización del producto se lo hace en las fincas de los productores y en pie, los precios son impuestos por los intermediarios quienes por su experiencia pueden calcular “al ojo” con una aproximación al peso real de mínimo un 90% llegando incluso al 100%, pero siempre dentro de este rango; estos llamados “Negociantes de Ganado” (Intermediario Local) con la experticia en el calculo del peso de los bovinos y con el conocimiento de precios tienen la oportunidad de condicionar la venta del productor, quien por sus necesidades y la imposibilidad de sacar directamente su producto a los principales centros de acopio se ve obligado a vender en el valor que los intermediarios le ofrecen.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



## CAPITULO II

### REALIDAD DEL SISTEMA

#### 2.1.- La ganadería

Etimológicamente esta palabra viene de GANADO y este a su vez de GANAR, por lo que podemos decir que la ganadería es un proceso para ganar u obtener ganancias.

**CONCEPTO:** Al término ganadería se le puede conceptualizar como la totalidad de animales en un espacio físico determinado como puede ser dentro de un país, comunidad o de una propiedad particular.

#### 2.1.1.- La ganadería en el Cantón Santiago de Méndez

El cantón Santiago de Méndez en sus inicios fue evidentemente minero, por los yacimientos de oro existentes en las orillas de sus ríos y quebradas, se dice que las primeras personas que emigraron hacia este sector fueron desde los cantones orientales de la vecina provincia del Azuay y posteriormente desde la provincia de Cañar.

Según testimonios de personas que llegaron a estas tierras en la década de los 40 y 50 del siglo anterior cuentan que la alimentación era muy escasa, los alimentos eran transportados en mulares y caballos desde las comunidades azuayas de Sevilla de Oro, El Pan, Palmas y Paute, así se inicia quizá la actividad comercial entre estos pueblos. La migración de mas familias hacia estas nuevas tierras creaba mayores necesidades, entre ellas las de alimentación motivo por el cual se inició un proceso de cultivo de la tierra y crianza de animales que en un inicio fue para el auto sustento del lugar, transformándose posteriormente en un cantón eminentemente ganadero, a pesar de su suelo accidentado pero suplido por la fertilidad del mismo y la técnica desarrollada por los que aquí tienen sus hatos ganaderos.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



Al transformarse de un cantón minero a uno ganadero, la producción supera en mucho a las necesidades de alimentación de su población, por lo que el excedente es ahora enviado hacia los centros de mayor consumo como son en una primera fase hacia la feria del cantón azuayo de Paute, creándose una cadena de intermediación con un comerciante que compraba a los productores en sus fincas, posteriormente transportar a los animales hacia la feria antes mencionada (Paute), lugar donde un segundo comerciante compraba al primero y transportaba hacia la ciudad de Cuenca para faenar y distribuir a los tercenistas de esa ciudad.

La situación actual no ha variado en el aspecto de intermediación se mantienen los comerciantes que compran a los productores luego transportan directamente hacia los centros de acopio de las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Milagro donde venden a otro intermediario quien distribuye hacia las fabricas y tercenistas; con la diferencia que en sus inicios los animales eran transportados a pie desde las fincas de crianza hasta la feria de Paute y en la actualidad lo hacen en vehículos, sin embargo se dice que al transportarlos en varias horas hace que animal pierda cierta cantidad de peso, por lo que es recomendable faenar en un lugar mas cercano a las fincas ganaderas (en el mismo cantón).

### **2.1.2.- Importancia**

En la actualidad el cantón Santiago de Méndez es considerado un cantón ganadero, el único producto registrado que tiene salida hacia otras provincias es el ganado vacuno, estos registros se encuentran en las oficinas de CONEFA en la ciudad de Méndez ubicada en la calle Amazonas s/n y 27 de febrero. Según esta institución existen 680 ganaderos registrados en el año 2011 (ganaderos que vacunaron sus animales contra la fiebre aftosa) con una cantidad de animales bovinos vacunados de 22.500, existiendo también ganaderos que no cumplen con este requisito como es el de vacunar contra enfermedades virales que atacan a los hatos ganaderos de esta zona. También analizando la cantidad de población rural del cantón es de 6013 habitantes (INEC), siendo el 76,25% de la población

#### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



total (7886 habitantes) y la ganadería es una actividad eminentemente rural deducimos el grado superlativo de importancia que esta actividad económica alcanza en este cantón, sin adicionar a muchos de los pobladores urbanos que tienen actividad ganadera.

Con los antecedentes expuestos y después de determinar que aproximadamente el 76,25 % de los habitantes del cantón Santiago de Méndez dependen de la actividad ganadera, no solo son los jefes de familia sino también su descendencia (Hij@s) que se sostienen económicamente de esta actividad entonces no es menos importante las fuentes de empleo y autoempleo que se genera, el control y autocontrol de la migración del campo hacia la ciudad y finalmente el tener contacto de los seres humanos con la naturaleza y estos animales hace de que sea una actividad reconfortante para la salud; entonces surge la necesidad de que exista un sistema adecuado de comercialización donde los productores sean recompensados por sus esfuerzos en esta actividad.

## **2.2.- Población bovina en el Cantón Santiago de Méndez**

No existen censos de población ganadera específicamente, nuestra investigación se basa en registros de instituciones dedicadas al control de enfermedades como es CONEFA (Concejo Nacional de Erradicación de la Fiebre Aftosa), quienes registran a los ganaderos y cantidades de animales que los mismos someten al control de esta enfermedad.

Así podemos detallar en el siguiente cuadro:

### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**CUADRO # 1.**

**Cantidad de animales bovinos registrados en el Cantón Santiago de Méndez.**

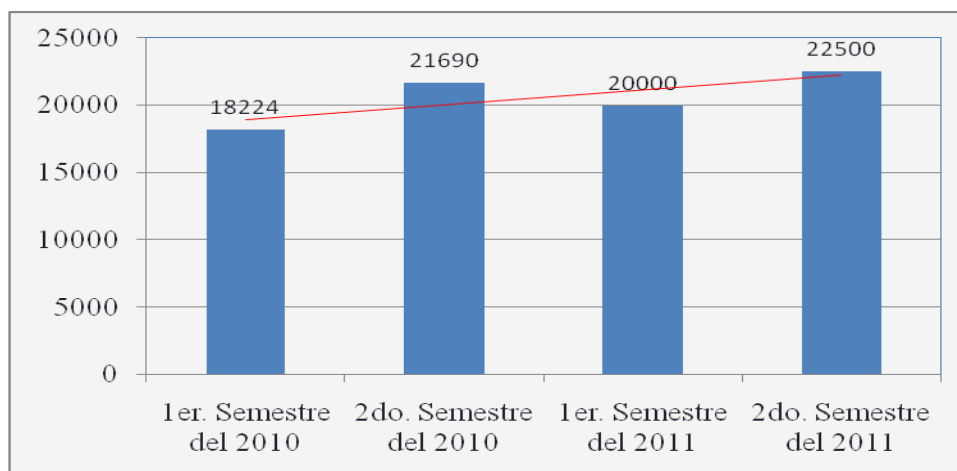
Periodo	Cantidad	Diferencia
1er. Semestre del 2010	18224	
2do. Semestre del 2010	21690	3466
1er. Semestre del 2011	20000	-1690
2do. Semestre del 2011	22500	2500

**Fuente: CONEFA Cantón Santiago.**

**Elaborado por: Los Autores.**

**GRAFICO # 1**

**Representación gráfica.**



A decir del Coordinador del CONEFA en el Cantón se realizan 2 fases obligadas de vacunación, la primera entre junio y julio y la segunda en los meses de noviembre y diciembre de cada año, manifiesta también que los incrementos de animales de un periodo hacia otro obedece a varios factores, uno puede ser por la reproducción, otra por que cada vez existe más concientización en los ganaderos de la zona en proteger a sus animales de esta enfermedad, a pesar de haber hecho esfuerzos por concientizar a estos, todavía existen personas que no cumplen con la vacunación y según su criterio estaríamos hablando de máximo un 10% de animales no registrados y vacunados en el cantón.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**2.3.- Cantidad de vacunos movilizados hacia los principales mataderos (Camales) para ser faenados**

**CUADRO # 2.**

**Movilización de Animales Bovinos en el Cantón Santiago de Méndez del año 2011**

Mes y año	Entre fincas	Camal Méndez	Camal y Feria Cuenca	Camal Milagro	Camal otras plazas	Feria Indanza	Feria otras plazas	Total General	Total Feria y camal
ene-11	92	33	162	110	14	27	5	443	351
feb-11	54	92	192	101	41	0	20	500	446
mar-11	70	80	149	68	31	0	0	398	328
abr-11	70	79	85	81	19	0	5	339	269
may-11	66	132	97	82	67	0	0	444	378
jun-11	41	144	97	47	68	0	10	407	366
jul-11	74	154	97	108	32	3	161	629	555
ago-11	108	139	101	104	25	13	0	490	382
sep-11	76	141	169	136	42	38	11	613	537
oct-11	85	121	159	175	54	35	3	632	547
nov-11	83	152	95	128	85	47	0	590	507
dic-11	75	104	96	99	73	26	2	475	400
<b>TOTALES</b>	<b>894</b>	<b>1371</b>	<b>1499</b>	<b>1239</b>	<b>551</b>	<b>189</b>	<b>217</b>	<b>5960</b>	<b>5066</b>

**Fuente: CONEFA Cantón Santiago**

**Elaborado por: Los Autores.**

**Nota.-** El valor del mes de julio de la columna 8 (161) no se considerará para ciertos análisis por cuanto su movilización no tiene fines para faena miento.

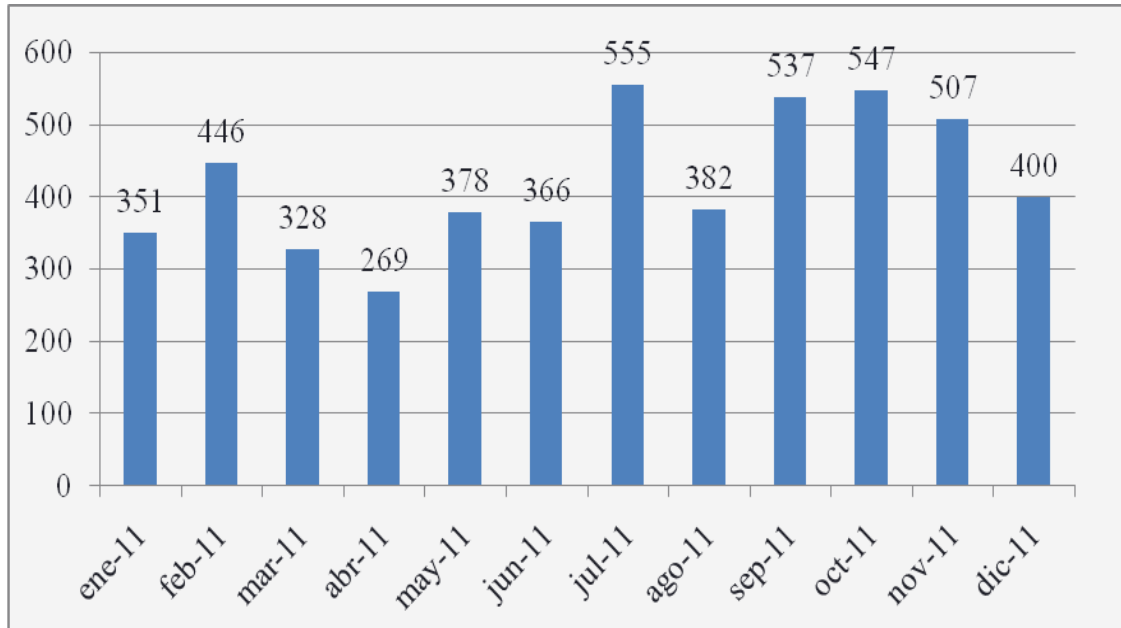
**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**GRAFICO # 2**

**Representación gráfica.**



En el año 2011 el Cantón Santiago de Méndez a ofrecido 5.066 animales vacunos a los diferentes camales y ferias para ser faenados (columna 10 Ferias y Camales); los animales comercializados en ferias su destino final son los diferentes camales que prestan el servicio de faena miento. Para calcular este valor se restó de la columna 9 (Total General) los valores de la columna 2 (Entre fincas) porque son movilizaciones de animales bovinos que no están destinados al sacrificio para consumir su carne sino pueden ser trasladados como reproductores, compra venta para engorde o simplemente un productor de ganado bovino traslada desde una finca hacia otra entre diferentes parroquias mismos que son considerados por el CONEFA (Consejo Nacional de Erradicación de la Fiebre Aftosa) como movilizados; pero para nuestro estudio se consideran los movilizados que su fin es para el sacrificio.

La cantidad de animales bovinos que han sido movilizadas desde este cantón para consumir sus productos (carne, hueso, visera y cuero) representa un porcentaje del 22,52% de los animales bovinos registrados en el Cantón. Y un porcentaje del 20,47% en caso de sumar ese 10% adicional de animales bovinos no registrados que a juicio del Coordinador del CONEFA en el Cantón Santiago de Méndez existe.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova

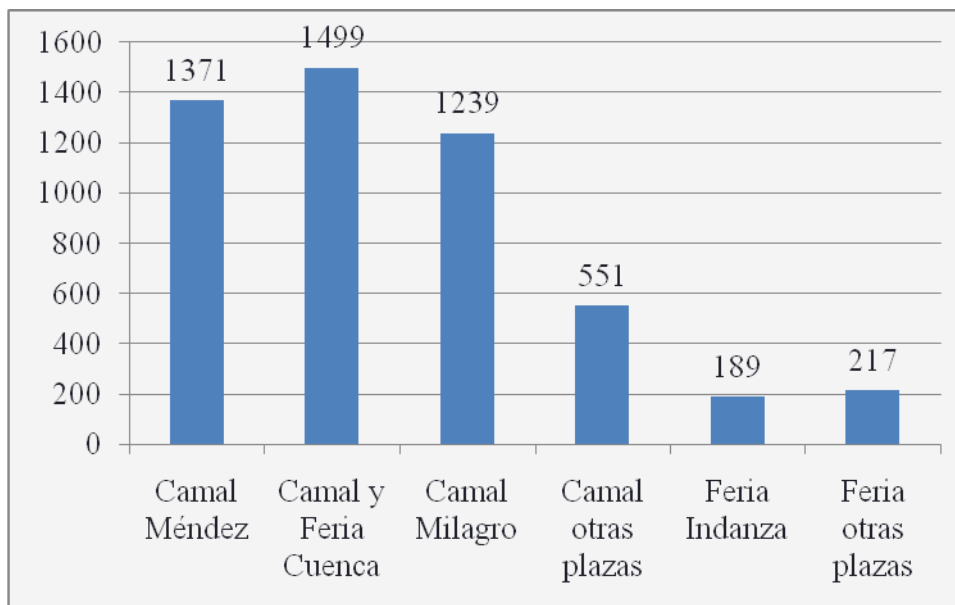


Entonces estamos en capacidad de indicar que mas del 20% de la población bovina de este Cantón se destina para la comercialización, y que su uso final es el consumo tanto como artículo de la canasta básica (alimentación) cuanto uso industrial como es el cuero y parte de la carne que es industrializada por las diferentes fábricas de embutidos.

### Destino de la movilización de animales bovinos de carne en el Cantón Santiago de Méndez.

GRAFICO # 3

Representación gráfica.



Sin duda la plaza más importante de destino de los animales bovinos de carne que produce el Cantón es la ciudad de Cuenca con 1499 que en porcentaje significa 29,59% del total de animales bovinos movilizados a Ferias y Camales, sin contar que muchos de los animales comercializados en la Feria de Indanza su destino final es el mismo camal de la ciudad de Cuenca.

Merece un especial análisis la cantidad de animales bovinos faenados en la ciudad de Méndez (Cabecera Cantonal de Santiago de Méndez), en el año 2011 se han faenado 1371 animales bovinos, mismos que representan un

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova





27,06% del total ofrecidos a las diferentes Ferias y Camales en este mismo año, de la misma forma representa un 6,32% del total de animales registrados en el Cantón y 5,75% en caso de sumar el 10% no registrados según el representante del CONEFA en este lugar. Este análisis nos permite direccionar una primera alternativa para que el productor ofrezca directamente al Introdutor en el camal local de esta ciudad y así evitar a un Intermediario Local; a más de las consecuentes oportunidades de empleo que esta actividad genera. Estos animales faenados en el camal local su destino es para consumo interno en un porcentaje minoritario y la gran mayoría se destina como entrega a la empresa COOPERA de la ciudad de Cuenca, esta empresa es la primera que está dando la oportunidad de que los Productores de estos animales entreguen su producto directamente a un Introdutor Local.

En importancia de destino por la cantidad de movilizaciones es hacia un centro de faena miento de la ciudad de Milagro, con un porcentaje del 24,46% y un número de 1239 animales bovinos. Por conversaciones sostenidas con personas que comercializan el producto en este lugar (Milagro) manifiestan que en esta ciudad se venden los animales que en la ciudad de Cuenca no se puede colocar como son animales mayores a 800 libras de peso neto, otro aspecto es el precio, pero consecuentemente por la distancia suben algunos costos como el valor del transporte básicamente.

Y, finalmente los otros destinos que no tienen mayor incidencia por su cantidad aunque sumados todos nos da un porcentaje de más del 18%.

#### **2.4.- Cantidad de animales vacunos faenados en el principal camal de la Ciudad Cuenca y el porcentaje de participación que ofrecen los productores del Cantón Santiago de Méndez**

Por ser la ciudad de Cuenca la más próxima al Cantón Santiago de Méndez, también cuenta con la empresa EMURPLAG que presta el servicio de rastro mas eficiente en el Austro a nuestro juicio, además que esta

#### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



ciudad tiene el centro de consumo (mercado) más importante en el Austro , realizaremos comparaciones entre los datos históricos y actualizados que nos proporcionan tanto las instituciones del Cantón Santiago de Méndez (como el CONEFA), la Empresa Municipal de Rastro (EMURPLAG) y las encuestas y sondeos a las personas que desarrollan este negocio como son Intermediarios e Introdutores, estos datos nos permitirán procesarlos y posteriormente encontrar ciertos índices que nos servirán para encontrar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, mismas que nos darán la oportunidad de conocerlas y poner a disposición de los productores y organizaciones interesadas para que tomen las mejores decisiones.

### CUADRO # 3

#### Cantidad de animales bovinos faenados por la Empresa de Rastro en la ciudad de Cuenca

Mes y año	Cantidad en libras	# de bovinos faenados	Promedio de peso x unidad
ene-11	1713185,00	4131	414,71
feb-11	1504523,00	3663	410,74
mar-11	1665878,00	4007	415,74
abr-11	1567400,00	3909	400,97
may-11	2005628,00	4914	408,15
jun-11	1957691,00	4853	403,40
jul-11	1841579,00	4574	402,62
ago-11	2069696,00	5182	399,40
sep-11	2113106,00	5409	390,66
oct-11	2074729,00	5227	396,93
nov-11	1927849,00	4709	409,40
dic-11	1973287,00	4851	406,78
<b>TOTALES</b>	<b>22414551,00</b>	<b>55429</b>	<b>404,38</b>

Fuente: EMURPLAG Cuenca

Elaborado por: Los Autores.

**Autores:**

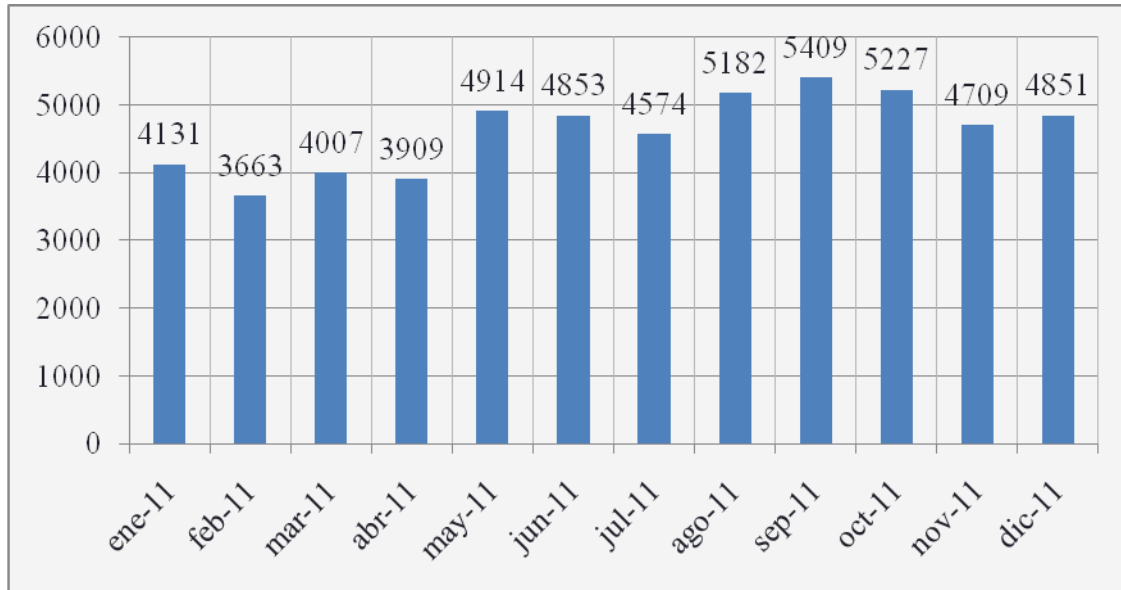
Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



**GRAFICO # 4**

**Representación gráfica.**



Realizando un análisis comparativo entre el cuadro # 2 (Movilización de Animales Bovinos en el Cantón Santiago de M. año 2011) y el cuadro # 3 (Cantidad de animales bovinos faenados por la Empresa de Rastro en la ciudad de Cuenca) encontramos una participación baja de los animales enviados directamente a la Feria y Camal de la ciudad de Cuenca en el año 2011 (total columna 4 del cuadro # 2) respecto a la cantidad de animales bovinos faenados en el camal de la ciudad de Cuenca año 2011 (total columna 3 del cuadro # 3) en una relación porcentual del 2,7%, pero si consideramos el total de animales movilizados (total de la columna 10 del cuadro # 2) respecto a la cantidad de animales bovinos faenados en el camal de la ciudad de Cuenca año 2011 (total columna 3 del cuadro # 3) apreciamos un importante incremento subiendo esta participación al 9,14%.

También podemos observar que existen meses con niveles muy marcados de una menor oferta de animales bovinos (cuadro # 2), en los meses de las festividades de carnaval, Semana Santa (febrero, marzo o abril) y en el mes de diciembre (Navidad); según entrevistas con algunos Introdutores del camal de la ciudad de Cuenca advierten que es por la creencia religiosa que tienen los consumidores y por el consumo de productos sustitutos como el

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



pollo, pavo y chancho principalmente, por lo que la demanda de ganado bovino baja. Se visualiza también esta tendencia en el cuadro # 3 aunque no es tan marcada como en el caso del cuadro # 2.

Los meses altos de movilización y faena miento tanto en el cuadro # 2 como en el cuadro # 3 se da en los meses de septiembre y octubre (se omite el valor del mes de julio del 2011 del cuadro # 2 por la nota explicativa que se encuentra debajo del cuadro)

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



### CAPITULO III

## PROPUESTA AL PLAN DE GESTION DE VENTA Y LOGISTICA COMERCIAL DE GANADO VACUNO DE CARNE EN EL CANTON SANTIAGO DE MENDEZ

### 3.1.- Análisis del sistema de venta por medio de comisionistas

De acuerdo al análisis realizado en el Capítulo II, con el antecedente que los “Negociantes de Ganado” (Intermediario Local) que han desarrollado la capacidad de calcular el peso de los animales, precios y la experiencia de la venta misma en las ferias y camales ponemos a consideración de los productores de ganado bovino en el Cantón Santiago de Méndez, la venta de su producto por medio de un Intermediario Comisionista, quien será una persona que realice la función de acopiar dentro del Cantón, transportar y llegar hasta los centros de acopio (Feria y/o Camal) para ofrecer directamente a los Introdutores o directamente faenar como Introdutor para luego entregar en las diferentes tercenas y/o fabricas industrializadoras de acuerdo a cupos o pedidos específicos. Esta figura de Intermediario Comisionista o Comisionista Introdutor (puede ser un productor de la zona) tendrá una comisión en dinero por el trabajo que realice, este puede ser un valor fijo (Sueldo básico), un valor por cada unidad bovina colocada en el mercado (USD. 3,00) o por cada libra que pese un bovino (USD. 0,00545) u otra forma que pueda satisfacer las expectativas de las dos partes interesadas (Productor e Intermediario Comisionista o Comisionista Introdutor).

En el Cantón sujeto de nuestro análisis existen dos organizaciones que agrupan a una cantidad importante de Productores de ganado vacuno, estas son; Asociación de Ganaderos “Puerto Amazónico” y Centro Agrícola Cantonal de Santiago. Por medio de estas organizaciones se podría encaminar una de las alternativas mencionadas en el párrafo anterior.

Con este método de colocar su producto en el mercado por medio de un Comisionista, los productores verían mejorar sus ingresos y, los valores que

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez

René Oswaldo Molina Córdova



en este momento reciben los Intermediarios servirían como incentivo para el Productor y de esta forma poder mejorar a más de sus ingresos, la producción tanto en calidad como en cantidad. Para ilustrar este beneficio realizaremos mas adelante un análisis de ingresos y gastos con cada una de estas modalidades propuestas.

### **3.1.1.- Cantidad de animales vacunos ofrecidos al principal centro de acopio (Camal y Feria) de la ciudad de Cuenca**

Tomando los datos de la columna 4 del cuadro # 2, en el año 2011 se han movilizado hacia la Feria y Camal de la ciudad de Cuenca 1499 animales vacunos, a estos habría que aumentar la demanda adicional a la que podría llegar analizando los resultados de los sondeos realizadas a los Introdutores, quienes se manifestaron que estarían dispuestos a incrementar la demanda hasta en un 100% si es que se mejora la calidad de la piel de los animales ya que estos tienen perforaciones por causa del tupe, por lo que la comercialización del cuero tiene desventajas de precio respecto al precio del cuero de los animales de la Sierra que en costo duplica el valor.

Si bien el cuero es una desventaja, pero la carne es de mejor calidad que la de los animales de la Sierra principalmente y de acuerdo a lo manifestado por algunos Introdutores la carne de los animales del Cantón Santiago de Méndez en particular y del Oriente en general se destina a las tercenas, a los mercados por ser un producto mas suave y apetecido por los consumidores finales.

### **3.2.- Principales costes**

A más del coste de producción, los productores incurrirían en costes adicionales para colocar su producto al alcance de los consumidores, sean

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



estos Introdutores o directamente a Fabricas industrializadoras o Tercenistas.

### 3.2.1.- Transporte y Movilización hacia los mataderos (camales)

El primer paso para la oferta del producto después de la Producción es el transporte y la movilización del producto hacia los centros de consumo, aquí vamos a describir 3 pasos:

- a) **Movilización hasta el lugar de acopio local**, normalmente la ubicación de las fincas productoras están a cierta distancia del acceso vial para vehículos que transportan el producto por lo que se pagaría a una o varias personas (depende de la cantidad de animales a ser movilizados) que realicen la actividad de llevar hasta este lugares de acceso para vehículos. Esta actividad normalmente lo hace el mismo Productor, pero para efectos de análisis de costes lo vamos a incluir en este, con un valor de USD. 5,00 por animal movilizado.
- b) **Trámite de Guía de Movilización**, es una actividad sencilla, si el productor está registrado por el CONEFA (Consejo Nacional de Erradicación de la Fiebre Aftosa) como ganadero que ha cumplido con la vacunación en el periodo correspondiente, esta institución le extiende un documento en el cual le autoriza la movilización de sus animales hacia el lugar que el productor desee, este trámite tiene un costo de USD. 1,00 por unidad bovina.
- c) **Finalmente**, el costo de transportar el producto hacia la Feria o Camal de la ciudad de Cuenca, este es un valor que oscila entre USD 12,00 y 15,00 por unidad (depende del lugar donde se encuentre localizada la finca productora) según entrevista con algunos transportistas y Comerciantes Intermediarios, para nuestro estudio tomaremos el máximo valor (USD. 15,00). Hasta este punto llegarían los costes en

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



caso de que se entregaría el producto a los Introdutores del Camal de la ciudad de Cuenca.

En caso de la figura de Comisionista Introdutor a más de los costes anotados anteriormente se incurriría en otros costes adicionales que analizaremos en el siguiente punto.

### **3.2.2.- Coste de Faena miento**

Este coste se daría en caso de Comisionista Introdutor, dado que se comercializaría la carne ya faenada por Canales, Viseras y Cuero, este tiene dos pasos que son; el faena miento y la utilización de cuartos fríos:

- a) **Faena miento**, de acuerdo a la investigación realizada en la Empresa de Rastro (EMURPLAG) y ratificada por algunos Introdutores tiene un costo de USD. 0,045 por libra.
- b) **Servicio de cuartos fríos**, posterior al faena miento los canales (carne y hueso) pasan a unos cuartos refrigerados donde les mantiene con temperaturas adecuadas hasta transportar a los centros de consumo y tiene un valor de USD 1,35 por canal, cuando estos han permanecido más de 24 horas en ese lugar.

### **3.2.3.- Coste de transporte hacia los Mercados**

El animal faenado (Canal) es trasladado hacia los centros de consumo (Fábricas industrializadoras y Mercados), esta actividad se realiza en carros adecuados (frigoríficos) y tiene un costo promedio de USD 30,00 por vehículo con capacidad de 80 quintales.

### **3.3.- Precio**

El Precio es variable por la condición de Libre Mercado donde las fuerzas de la Oferta y Demanda son las que llegan a acuerdos y pactan un precio

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova





conveniente para los dos. Cuando existe abundancia de Oferta (mucho ganado en el Camal) el precio baja y si sucede lo contrario el precio se incrementa.

De acuerdo a un sondeo realizado a varios Introdutores, quienes diferenciaron precio por sexo de animal (hembra y macho), nosotros tomaremos un promedio ponderado de los precios de animales machos que estos Introdutores respondieron, debido a que la mayor cantidad de animales destinados a Ferias y Camales son machos (toro y torete) dado que a las hembras se mantienen en el hato para reproducción y utilización de la leche. De esta forma se determinó que el precio es de USD. 1,10 por libra. Este análisis se realiza para la figura de Intermediario Comisionista.

Y para la figura de Comisionista Introdutor, se considera precios para los diferentes derivados, canal (carne y hueso), viseras y cuero. También de acuerdo a los datos entregados por algunos Introdutores consultados hemos calculado un promedio, siendo los siguientes Precios:

- Para Canal (carne con hueso) USD. 1,10.
- Para Viseras USD. 58,33.
- Y para el Cuero (piel) USD. 8,40.

### **3.4.- Consolidación de Ingresos y Gastos**

Todos los cálculos que a continuación se desarrollen se realizarán en base a 1 unidad bovina con el peso de 550,00 libras, que es un promedio estimado por los Productores, Comerciantes Locales e Introdutores del camal

- a) Con la figura de **Intermediario Comisionista**, con el pago de un valor fijo de USD. 3,00 por cada bovino comercializado:

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**CUADRO # 4**

**Consolidación de Ingresos y Gastos con la figura de Intermediario Comisionista.**

<b><u>INGRESOS</u></b>		
Peso (libras)	550,00	
Precio por libra	<u>1,10</u>	
<b>TOTAL INGRESOS USD.</b>		<b>605,00</b>
<b><u>GASTOS.</u></b>		
Movilización interna	5,00	
Guía de Movilización	1,00	
Transporte	15,00	
Comisión por venta	<u>3,00</u>	
<b>TOTAL GASTOS USD.</b>		<b>24,00</b>
<b>VALOR A RECIBIR PRODUCTOR USD.</b>		<b>581,00</b>

**Fuente: Varias (Entrevistas con Comerciantes, Productores e Introdutores y CONEFA).**

**Realizado Por: Los Autores.**

b) Si se realizara la consolidación de Ingresos y Gastos con la figura de **Intermediario Comisionista** al que se le reconociera un valor de USD. 0,00545 por cada libra, el valor de **Comisión por Venta** no variaría ( $550,00 \times 0,00545 = 3,00$ ) y, como el resto de datos se mantienen constantes el VALOR QUE RECIBE EL PRODUCTOR será el mismo (USD. 581,00).

c) Con la figura de **Comisionista Introdutor**, con el pago de un valor fijo de USD. 3,00 por cada bovino comercializado será como sigue:

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**CUADRO # 5**

**Consolidación de Ingresos y Gastos con la figura de Intermediario Comisionista.**

<b><u>INGRESOS</u></b>		
Peso (libras)	550,00	
Precio por libra	<u>1,10</u>	
Subtotal		605
Viseras	1,00	
Precio por unidad	<u>58,33</u>	
Subtotal		58,33
Cuero	1,00	
Precio por unidad	<u>8,40</u>	
Subtotal		<u>8,4</u>
<b>TOTAL INGRESOS USD.</b>		<b>671,73</b>
<b><u>GASTOS.</u></b>		
Movilización interna		5,00
Guía de Movilización		1,00
Transporte		15,00
Comisión por Venta		3,00
Costo de faena miento		24,75
Transporte a mercados y/o fabricas		<u>2,06</u>
<b>TOTAL GASTOS USD.</b>		<b><u>50,81</u></b>
<b>VALOR A RECIBIR PRODUCTOR USD.</b>		<b>620,92</b>

**Fuente: Varias (Entrevistas con Comerciantes, Productores e Introdutores, CONEFA y EMURPLAG).**

**Realizado Por: Los Autores.**

d) Con la figura de **Comisionista Introdutor**, con el pago de un valor de USD.: 0,00545 por cada libra, el valor de **Comisión por Venta** no

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



variaría ( $550,00 \times 0,00545 = 3,00$ ) y, como el resto de datos se mantienen constantes el VALOR QUE RECIBE EL PRODUCTOR será el mismo (USD. 620,92).

Con los datos calculados en el cuadro # 4 (Con la figura de **Intermediario Comisionista**, con el pago de un valor fijo de USD. 3,00 por cada bovino comercializado), encontramos un valor que puede recibir el Productor de USD. 581,00, dato que podemos comparar con el valor que realmente recibe por la venta de su producto en su finca en la actualidad de aproximadamente USD. 550,00, lo que nos da una diferencia de USD. 31,00, que multiplicado por los animales vendidos en el Camal y Feria de la ciudad de Cuenca (1.499) en el año 2011 (columna 4 del Cuadro # 2) nos da un valor de USD. 46.469,00, a este valor adicionaríamos USD. 4.497,00 que se calculó por Comisión sobre la venta, generándonos un total de USD. 50.966,00.

Pero si comparamos con los datos calculados en el cuadro # 5 (Con la figura de **Comisionista Introdutor**, con el pago de un valor de USD. 3,00 por cada bovino comercializado).

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**CUADRO # 6**

**Cuadro comparativo entre el valor que recibe actualmente y lo que recibiría un Productor de ganado vacuno por la venta de su producto.**

VALOR A RECIBIR PRODUCTOR USD. (Cuadro # 5)	620,92
VALOR QUE RECIBE EL PRODUCTOR ACTUALMENTE USD.	550,00
DIFERENCIA POR UNIDAD BOVINA EN USD.	70,92
CANTIDAD DE ANIMALES OFERECIDOS EN EL AÑO 2011	1.499
<b>TOTAL USD. ADICIONAL A RECIBIR PRODUCTORES AÑO 2011</b>	<b>106.309,08</b>

**Fuente: Varias.**

**Realizado Por: Los Autores.**

**Nota.** El valor de USD. 550,00 es un valor promedio aproximado que reciben actualmente los Productores por un bovino de 550 libras de peso también aproximado; lo que nos da un precio por libra de USD. 1,00

En el año 2011 los Productores de Ganado vacuno del Cantón Santiago de Méndez dejaron de percibir ingresos por un valor de USD. 106.309,08 por los animales vendidos a Comerciantes Locales, quienes llevan al Camal y Feria de la ciudad de Cuenca (columna 4 del Cuadro # 2), Este es un valor después del cálculo de pago de comisiones. Por lo tanto al valor de USD. 106.309,08 sumaremos 4.497,00 (1499 animales movilizados hacia la ciudad de Cuenca \* USD. 3,00 comisión por cada animal), lo que nos daría un total de USD. 110.806,08, valor neto del que pudieron disponer adicionalmente los Productores del Cantón Santiago de Méndez en el año 2011,

**3.5.- Demanda o Población Objetivo en la ciudad de Cuenca**

De acuerdo a los resultados del sondeo realizado en el Camal de la ciudad de Cuenca, en el cual los entrevistados se manifestaron respecto a la pregunta de por que preferían al ganado del Cantón Santiago de Méndez y,

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



cuales creen ellos que son los aspectos positivos de la carne de este ganado, nos manifestaron:

- Precio adecuado
- Carne de calidad para los mercados.
- Carne sana por que nos es producida con químicos.

Con estas respuestas hemos identificado, para el caso de entregar por medio de un intermediario Comisionista la población objetivo serían los Introdutores del Camal de la ciudad de Cuenca.

Y, en caso de comercializar por medio de la figura de Comisionista Introdutor, serian Tercenistas en los principales mercados de la ciudad, 10 de Agosto, 9 de Octubre, 12 de Abril, 27 de Febrero, 3 de Noviembre y Feria Libre.

### **3.6.- Formación de una Organización Jurídica**

**ANALISIS SOCIO-ECONOMICO.-** El Cantón Santiago de Méndez es un lugar eminentemente ganadero, su economía basa en un gran porcentaje en esta actividad económica, misma que ha creado una gran cantidad de fuentes de autoempleo para las familias que desarrollan esta actividad. Los Productores de Ganado Vacuno que destinan sus animales para el sacrificio y su consecuente aprovechamiento de sus derivados (Carne y hueso, viseras y cuero), han visto amenazada el desarrollo de su actividad por cuanto no están siendo recompensados por las inversiones y esfuerzos por ellos realizados ya que existe una cadena de intermediación, misma donde se queda una importante cantidad de recursos que deberían llegar a los productores para mejora de esta actividad ganadera.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



Por lo expuesto es importante crear una Organización de los que se encuentran inmersos en la actividad ganadera en este Cantón, para que motive, regule y controle los recursos económicos, materiales y tecnológicos que de esta se desprenda.

Para la creación de una Organización necesitamos contratar personal adecuado y que conozcan de esta actividad, así estamos creando plazas de empleo con un grado mínimo de especialización, como serian: Un Administrador, que tenga conocimiento de Medicina Veterinaria, Zootecnia u otra rama afín. Un(a) Secretario(a) Contador(a), que tenga conocimiento en archivo, contabilidad y actividades afines y, un Vendedor con conocimiento en comercio y transporte de ganado bovino.

- **NOMBRE:** “Cooperativa de Productores y Comercializadores de Ganado Bovino del Cantón Santiago de Méndez”
  
- **OBJETIVO GENERAL:** Producir y Comercializar Ganado Vacuno de buena calidad y a precios que permita recuperar la inversión y tener una utilidad que satisfaga los requerimientos de sus Productores y competir eficientemente en este mercado.
  
- **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
  - Incrementar los ingresos de los Productores de Ganado en el Cantón Santiago de Méndez.
  - Incrementar la cantidad y calidad de Ganado Vacuno para ofrecer al mercado.
  - Fomentar la organización de los Productores de Ganado Vacuno en el Cantón Santiago de Méndez

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO.**

<b><u>INGRESOS</u></b>		
Total ingresos por ano	110.806,08	
Meses por ano	<u>12,00</u>	
Ingreso por mes		9.233,84
<b><u>EGRESOS</u></b>		
Sueldo Administrador	297,84	
<b>Mas</b> Aporte patronal	33,21	
<b>Mas</b> IECE Y SECAP	2,98	
<b>Menos</b> Aporte personal	<u>27,85</u>	
Remuneración Administrador		306,18
Sueldo Secretario(a) Contador(a)	292,29	
<b>Mas</b> Aporte patronal	33,21	
<b>Mas</b> IECE Y SECAP	2,92	
<b>Menos</b> Aporte personal	<u>27,33</u>	
Remuneración Secretario(a)		301,09
Sueldo Vendedor	292,29	
<b>Mas</b> Aporte patronal	33,21	
<b>Mas</b> IECE Y SECAP	2,92	
<b>Menos</b> Aporte personal	<u>27,33</u>	
Remuneración Vendedor		<u>301,09</u>
Total Remuneraciones		908,37
Arriendo oficina (mes)		60,00
Servicios básicos (Agua, luz, teléfono, otros)		120,00
Gastos de movilización, Comisiones y otros (mes)		1.349,50
Otros		<u>166,00</u>
TOTAL EGRESOS		<u>2.603,87</u>
<b>EXCEDENTE NETO MENSUAL USD.</b>		<b>6.629,97</b>

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova





## PLAN DE GESTION DE VENTA Y LOGISTICA COMERCIAL DE GANADO VACUNO DE CARNE.

De acuerdo al estudio realizado, nuestro Plan de Venta iniciará con un censo de población de ganado vacuno de carne lo que nos permitirá conocer la realidad de oferta cantonal, conociendo este dato se procederá a realizar el trámite para ser Introdutor, para lo cual se necesita:

- Solicitud al Gerente de la EMURPLAG.
- Acta constitutiva de la Organización y copia de la cédula y certificado de votación de la persona encargada de realizar el trámite para faenar.
- Certificado de no adeudar al Municipio de la ciudad de Cuenca.

Conociendo la cantidad de animales vacunos, la solicitud para Introdutor aprobada y su correspondiente certificado (de Introdutor), se iniciará un proceso para promocionar los derivados (canal o carne y hueso, viseras y cuero) a las(os) dueñas(os) de las tercenas de los principales mercados, fabricas industrializadoras de Cuenca y personas dedicadas a esta actividad por medio de entrevistas personales y boletines ilustrativos que contendrán el nombre de; la organización, dirección, teléfono(s), imágenes con breves descripciones del producto a comercializar y otros. En estas entrevistas se negociará cantidades, precios, frecuencia de oferta y demanda, y todas las demás condiciones necesarias para colocar nuestro producto. Con los aspectos legales cumplidos y el conocimiento de demanda real, iniciaremos la movilización de los animales que estén en condiciones adecuadas para ser ofrecido al mercado.

Previo al proceso de movilización de animales hacia el centro de acopio, realizaremos un proceso interno (fincas productoras) de selección y preparación de los potenciales animales a ser movilizados, a los mismos que se les registrará lo que nos permitirá conocer de forma aproximada su fecha de movilización, conociendo esa fecha para movilizar se tramita la guía de movilización en la institución correspondiente, continuando con la contratación de un vehículo (camión para transportar ganado vacuno), movilizar el (los) animal(es) desde la(s) finca(s) hasta un lugar de acceso

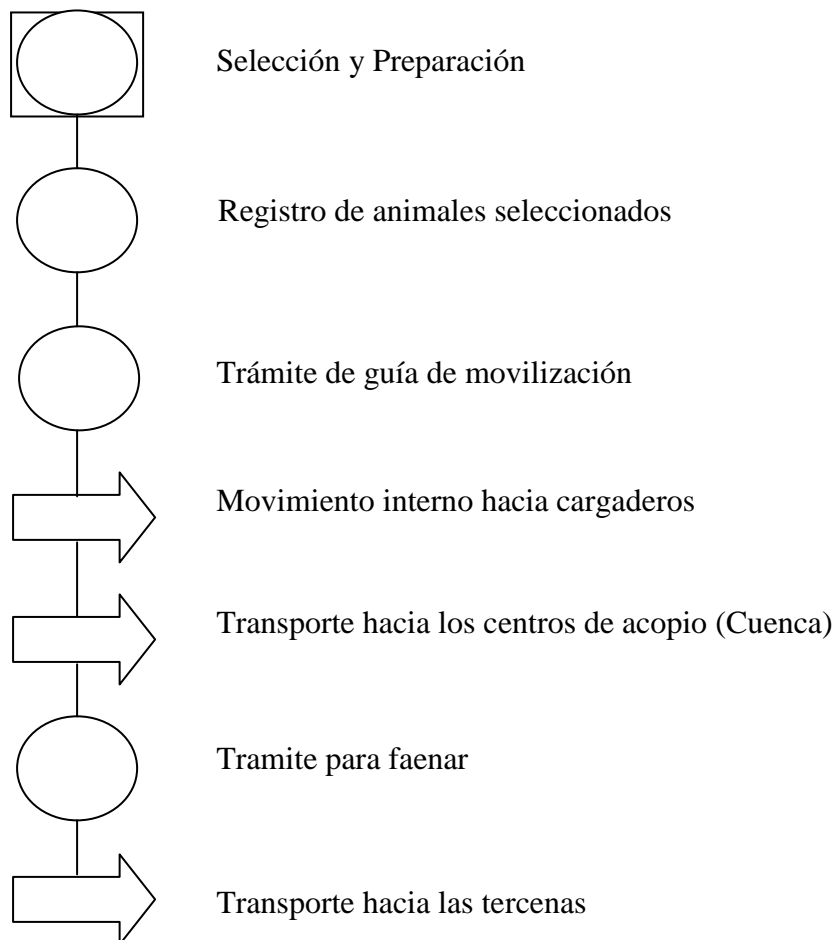
**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



para el vehículo contratado, transportar los animales vacunos hacia el centro de acopio (Cuenca), seguidamente continuar el proceso con el trámite para faenar y finalmente el traslado de los canales (carne y hueso), viseras y cuero hasta el lugar de entrega a los clientes (Tercenas, mercados, fabricas industrializadoras).

### DIAGRAMA DEL PROCESO DE LOS ANIMALES QUE VAN A SER COMERCIALIZADOS



**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



## CAPITULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1.- Conclusiones

- Se encontraron sistemas de Comercialización tradicionales que se implantaron desde los inicios de la venta del excedente de la producción ganadera, por medio de Comerciantes Locales quienes trasladaban los animales hacia ferias y camales donde son ofrecidos a otros comerciantes o Introdutores.
- La especialización en el cálculo del peso sumado a la experticia desarrollada por los comerciantes de este producto para colocar en los centros de acopio ha hecho que los pequeños y medianos Productores sean los más afectados por el pago de valores que no satisfacen los requerimientos mínimos de producción de estos animales.
- Encontramos sistemas oligopólicos desarrollados e implantados por familias que acaparan los canales de comercialización en el principal centro de acopio del Austro (Camal y Feria de la ciudad de Cuenca), donde un Comerciante es quien compra el animal bovino en pie y ofrece a un Introdutor quien tiene intereses y/o parentesco familiar con el anterior, este último entrega a tercenistas en los mercados, a las fábricas industrializadoras u otras tiendas tercenistas, quienes también tiene parentesco familiar con quienes les entregan los productos. De esta forma también el Intermediario Local es atrapado en esta forma de comercialización.
- Concluimos finalmente mencionando que en el estudio realizado a pesar de los inconvenientes encontrados, los cálculos realizados y los hallazgos determinados, se cumplen los objetivos trazados al inicio, como fue el de: “Mejorar los ingresos económicos de los productores de ganado vacuno de carne por medio de la eliminación de las cadenas de intermediación”. Identificando la

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



problemática, elaborando cuadros de cálculos, que incentiven la Organización de los Productores de Ganado de carne en el Cantón Santiago de Méndez. Con estos antecedentes creemos que es factible crear una Organización Jurídica por cuanto los ingresos anuales (USD. 110.806,08), cubren los costos anuales (USD. 31.246,38) generando un excedente (USD. 79.559,70), con el excedente que se generaría (USD. 79.559,70) serviría para reinvertir y mejorar la actividad ganadera del Cantón, tanto en cantidad cuanto en calidad y mejor aprovechamiento de recursos.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



#### 4.2.- Recomendaciones

- Realizar un censo de población ganadera de carne para que nos permita tener un número real de animales y poder mejorar la negociación y oferta en los centros de acopio.
- Mejorar el cuidado de la piel de los animales por cuanto es una debilidad observada por los Intermediarios e Introdutores, lo que hace que el precio de los animales bovinos del Cantón tengan un precio menor al potencialmente pagado, en caso de mejorar dicha deficiencia, el precio se incrementaría hasta en USD. 0,03 centavos por libra.
- Investigar y desarrollar sistemas de Comercialización eliminando cadenas de intermediación que encarece el producto hacia el consumidor final o en su defecto hace que se reduzca los ingresos para los Productores.
- Los excedentes calculados en el cuadro ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO del punto 3.6, destinar a mejorar la actividad ganadera en el Cantón, investigando y desarrollando tecnologías que permitan competir de forma más eficiente.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



4.3. Anexos

Anexo 1.

ENTREVISTA A INTRODUCTORES DEL CAMAL DE LA CIUDAD DE CUENCA

Nombre (opcional):.....

Fecha:.....

1.- Compra ganado bovino del Cantón Santiago de Méndez o Región Amazónica?

Si ..... No ..... Cantidad: {Día .....} (Semana) ..... (Mes .....)

En caso de responder afirmativamente. Que le motiva a comprar el ganado de este lugar?

En caso de responder negativamente. Cual es el motivo por el cual no lo compra?

.....

2.- Cual o cuales cree usted que son los aspectos positivos de los animales bovinos del Cantón Santiago de Méndez o Región Amazónica?

.....

Y que aspectos se debería mejorar para mayor satisfacción suya al comprar los animales bovinos de este lugar?

.....

3.- Cual es el precio que usted paga actualmente por los animales bovinos del Cantón Santiago de Méndez o Región Amazónica?

Por libra USD. ....

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



4.- Precio que estaría dispuesto a pagar por estos animales en caso de mejorar los aspectos por usted observados de los animales de este lugar de procedencia?

Por libra USD. ....

5.- Cuantos animales bovinos del Cantón Santiago de Méndez o Región Amazónica faenaría?

Diario ..... Semana ..... Mes .....

**PREGUNTA OPCIONAL**

6.- Precios al que usted comercializa los productos de los animales bovinos del Cantón Santiago de Méndez o Región Amazónica?

Carne (Lbs) USD..... Viseras (U.) USD ..... Cuero (U.) USD ..... Otro  
.....

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**Anexo 2.**

**ENTREVISTA A PRODUCTORES.**

1.-) Que Tipo de ganado produce?

De carne ..... De leche ..... Mixto .....

2.-) A quien vende sus animales?

Comerciante local ..... Comerciante en ferias ..... Otro .....

Especifique

3.-) Donde vende sus animales?

Finca ..... Feria de ..... Camal de ..... Otro

4.-) Cual cree usted que es el peso de los animales que vende?

Aproximadamente                      Lbs.                      Realmente                      Lbs.

5.-) Cual es el precio al que usted vende sus animales?

Aproximadamente a USD.                      Realmente a USD.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova





**Anexo 3.**

**ENTREVISTA A COMERCIANTES.**

1.-) Cuantos animales vacunos compra para ferias y camales y su frecuencia?

Diario                      Semanal                      Mes

2.-) Animales de cuantas libras compra para vender en ferias y/o camales?

Máximo                      Lbs.                      Mínimo                      Lbs.

3.-) Cual es el precio por libra al que usted compra los animales para ferias y camales?

Aproximadamente USD                      por libra.                      Realmente USD                      por libra

4.-) En que lugar vende sus animales para feria y camales?

Feria de    Camal de

**Anexo 4.**

- ANEXO 1 DIGITAL EMURPLAG
- ANEXO 2 DIGITAL CONEFA
- ANEXO 3 DIGITAL [www.ministerioderelacioneslaborales](http://www.ministerioderelacioneslaborales)

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



#### 4.4.- Bibliografía

- **Carmen Tenezaca Zhunio:** El Mercado Ganadero y su Comercialización en la  
**Miriam Usina Pérez** ciudad de Gualaquiza, Universidad de Cuenca, Tesis 1997.
  
- **Lyndon O. Brown:** Comercialización y Análisis del mercado. Primera Edición.
  
- **Philp Kotler:** Dirección de Mercadotecnia. Octava Edición.
  
- **Juan M. Martínez Sánchez:** Introducción General al Marketing.  
**Emilio Jiménez**
  
- **Doris Molina Córdova:** “Manual de costos de producción de carne de ganado vacuno aplicación práctica: finca La Soledad, Universidad de Cuenca, Tesis 1999.  
**Mery Valverde Luzuriaga**
  
- **INEC.**

#### INTERNET:

- [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)
- [www.ciberdocencia.gob.pe/archivos/Desarrollando\\_una\\_conciencia\\_tributaria](http://www.ciberdocencia.gob.pe/archivos/Desarrollando_una_conciencia_tributaria).
- [www.monografías.com](http://www.monografías.com)

#### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CURSO DE GRADUACION DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**ESQUEMA DE TESIS.**

**POSTULANTE(S):** Haydee Carolina Espinoza Sánchez y René Oswaldo Molina Córdova.

**TEMA:** “Plan de Gestión de Venta y Logística Comercial de Ganado Vacuno de Carne en el Cantón Santiago de Méndez”

**IMPORTANCIA:** La producción ganadera de carne tiene importancia sustancial en el desarrollo del Cantón Santiago de Méndez, actualmente su producción es artesanal, al sogueo con escasas fincas productoras que están realizando esfuerzos por mejorar su crianza por medio de establos; el sistema de reproducción es en su generalidad por medio del monte natural, con esfuerzos también por mejorar con el sistema de inseminación artificial. Entonces es también de importancia el sistema de comercialización ya que los principales centros de consumo están en las vecinas provincias del Azuay y Guayas.

**ACTUALIDAD:** Actualmente existe una cadena de intermediación que encarece el producto hacia el consumidor final o en su defecto hace que el ingreso para el productor sea limitado por la existencia de esta cadena de intermediación (comerciantes). Actualmente se da la siguiente cadena de distribución desde el productor hasta el consumidor final; **Productor**, **Comerciante 1** quienes compran en las fincas productoras, **Comerciante 2** persona que compra en los camales de Cuenca (Azuay) y Milagro (Guayas) y estos a los tercenistas y/o empresas industrializadoras.

**FACTIBILIDAD:** Desde el punto de vista teórico, es factible porque se aplicarán conceptos fundamentales de mercadeo aplicados a la producción, los cuales han sido utilizados y aprendidos durante el paso de nuestros estudios. A través de este estudio se podrá tener un conocimiento de cómo es el comportamiento del mercado frente al consumidor, y nuestro objetivo las cadenas de comercialización.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



Desde el punto de vista metodológico, la realización de esta monografía se justifica porque los métodos, procedimientos y técnicas que se manejarán coinciden con los recomendados para diagnosticar un estudio de mercado como lo es el presente estudio, permitiendo una vinculación de lo conceptual con la aplicación.

Desde el punto de vista operativo, se justifica nuestro trabajo porque servirá como una herramienta de apoyo para las empresas ganaderas que podrá ser utilizada para aprovechar oportunidades que se den dentro del mercado y de la misma manera a ofrecer beneficios a los consumidores, lo que permitirá la optimización de los recursos que gestiona la empresa.

### **OBJETIVOS BASICOS:**

#### **➤ Objetivo General**

Mejorar los ingresos económicos de los productores de ganado vacuno de carne por medio de la eliminación de las cadenas de intermediación.

#### **➤ Objetivos Específicos.**

- Identificar la problemática de la comercialización de ganado vacuno de carne en la zona.
- Formular un conjunto de recomendaciones tendientes a desarrollar sistemas de comercialización directa hacia los principales mercados de consumo del producto.
- Promover, Incentivar y fortalecer la asociatividad de productores de ganado vacuno de carne en la zona.
- Elaborar un estudio de costos e ingresos que sirvan de base y orientación para la comercialización.

### **CAPITULOS PRINCIPALES:**

#### **I. Aspectos Conceptuales.**

##### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



- 1.1. El Mercado.
  - 1.1.1 Definición e Importancia del Mercado
  - 1.1.2. Elementos del Mercado.
- 1.2. Comercialización.
  - 1.2.1 Elementos que intervienen.
  - 1.2.2. Canales de Distribución.

## **II. Realidad del Sistema.**

- 2.1. La Ganadería.
  - 2.1.1 La Ganadería en el Cantón Santiago de Méndez.
  - 2.1.2 Importancia.
- 2.2. Población Bovina en el Cantón Santiago de Méndez.
- 2.3. Cantidad de vacunos movilizados hacia los principales mataderos(camales)  
para ser faenados.
- 2.4. Cantidad de animales vacunos faenados en el principal camal de la ciudad de  
Cuenca y el porcentaje de participación que ofrecen los productores del Cantón  
Santiago de Méndez.

## **III Propuesta al Plan de Gestión de Venta y Logística Comercial de ganado vacuno de carne en el Cantón Santiago de Méndez.**

- 3.1. Análisis del sistema de venta por medio de comisionistas.
  - 3.1.1. Cantidad de animales vacunos ofrecidos al principal centros de acopio (Camal y Feria) de la ciudad de Cuenca.
- 3.2. Principales Costes.
  - 3.2.1 Transporte y Movilización hacia los mataderos (camales)
  - 3.2.2. Coste de Faena miento
  - 3.2.3. Coste de transporte hacia los mercados
- 3.3. Precio

### **Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova



- 3.4. Consolidación de Ingresos y Gastos.
- 3.5. Demanda o Población objetivo en la ciudad de Cuenca.
- 3.6. Formación de una Organización Jurídica.

#### **IV Conclusiones y Recomendaciones.**

- 4.1. Conclusiones.
- 4.2. Recomendaciones.
- 4.3. Anexos.
- 4.4. Bibliografía.

**Autores:**

Haydee Carolina Espinoza Sánchez  
René Oswaldo Molina Córdova