

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

**ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DE CORTES DE
CARNE DE RES EN LA CIUDAD DE CATACAMAS, DEPARTAMENTO DE
OLANCHO.**

POR:

ELBA AMALIA MEJÍA MEJÍA

INFORME FINAL



CATACAMAS

OLANCHO

DICIEMBRE, 2023

ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DE CORTES DE
CARNE DE RES EN LA CIUDAD DE CATACAMAS, DEPARTAMENTO DE
OLANCHO.

POR:

ELBA AMALIA MEJÍA MEJÍA

CARLOS MANUEL ULLOA Ph. D.

Asesor principal

INFORME FINAL

DIAGNÓSTICO PRESENTADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE
AGRICULTURA COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

CATACAMAS

OLANCHO

DICIEMBRE, 2023

DEDICATORIA

Dedico la tesis a mis padres, por todo su amor, enseñanzas, paciencia y comprensión: a mi padre, David Mejía, que se convirtió un ejemplo a seguir y siempre me dio las fuerzas necesarias para seguir adelante, animándome a continuar con mis estudios; y a mi madre, Mevis Mejía, por ser más que una madre se convirtió en mi mejor amiga apoyándome en todas mis decisiones, su apoyo incondicional y por esa ternura con la que hoy llena mi corazón.

Dedico también mi tesis a mi Amada hija Amalia Belén Hernández, quien llena mi vida día a día con su amor y ternura, por ser tan especial y encantadora, con la esperanza de que el día de mañana se convierta en una excelente profesional.

Padres sé que están muy orgulloso de mi por haberlo logrado los amo tanto y siempre serán mi pilar fundamental de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A agradezco a Dios, por haberme brindado la oportunidad de cumplir con una más de mis metas y avanzar en mi vida profesional, ya que me supo guiar por el buen camino y me dio fuerzas para seguir superando todas y cada una de las adversidades y dificultades que se me presentaron, enseñándome a afrontarlos y no decaer en el intento.

A mis padres David Mejía y Mevis Mejía por ser el pilar fundamental de mi vida, a ellos que con sus consejos, ejemplo y enseñanza me orientaron por el buen camino, por brindarme apoyo y demostrarme ese amor incondicional y así a verme ayudado a cumplir uno de mis principales objetivos

A mi esposo Josué Hernández por estar a mi lado y siempre tener una palabra de aliento para que siga adelante y que no desmaye ante los problemas que se me presentaron. Te Amo

A la familia de mi esposo, por estar siempre a mi lado apoyándome, dándome ese amor como una hija más gracias por ese amor incondicional para mí y para mi hija.

A mi hermosa bebe Belén quien fue la inspiración para seguir adelante, con sus sonrisas de amor me dieron fuerzas para llegar a culminar con satisfacción esta etapa de mi vida y poder ser un ejemplo, para que luche por sus propósitos y nunca se rinda.

Gracias a mi familia que es lo más importantes en mi vida, que siempre estuvieron ahí para brindarme toda su ayuda por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba. Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes.

CONTENIDO

	Pág.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
LISTA DE CUADROS	vii
LISTA DE FIGURAS	viii
LISTA DE ANEXOS	ix
RESUMEN	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS	2
2.1 Objetivo general	2
2.2 Objetivos específicos	2
III. REVISIÓN DE LITERATURA	3
3.1 Antecedentes	3
3.2 Ganadería	4
3.2.1 Tipos de ganado bovino	5
3.2.2 Sistemas de producción	6
3.2.3 Hábitat de desarrollo vacuno	8
3.3 Ganadería a nivel mundial	9
3.3.1 Producción pecuaria en Honduras	10
3.4 Comercio	11
3.4.1 Comercio después de la pandemia	11
3.4.2 Comercio cárnico bovino	12
3.5 Estudio de mercado	13
3.5.1 Elementos del estudio de mercado	13
3.6 Oferta	14
3.6.1 Oferta de productos bovinos en Honduras	14
3.6.2 Oferta de carne de res	15

3.7 Demanda	16
3.7.1 Demanda de carne bovina	16
3.7.2 Demanda de productos bovinos en Honduras	17
3.8 Cadena de valor	17
3.8.1 Canal de distribución.....	18
IV. MATERIALES Y MÉTODO.....	19
4.1 Descripción del lugar de investigación	19
4.2 Materiales y equipo.....	20
4.3 Diseño de la investigación	20
4.4 Enfoque y alcance de la investigación	20
4.5 Población	20
4.5.1 Muestra.....	20
4.6 Desarrollo de la investigación.....	21
4.7 Análisis de datos	22
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	23
5.1 Perfil del consumidor	23
5.2 Demanda	26
5.2.1 Resumen demanda de cortes de res	29
5.4 Canales de distribución	34
5.6 Análisis FODA	35
5.6 Estrategias de comercialización (Demanda).....	36
5.7 Estrategias de comercialización (Oferta)	37
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
BIBLIOGRAFÍA	40
ANEXOS	45

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Razas bovinas más explotadas en Honduras	5
Cuadro 4. Resultados prioridad del Análisis FODA.....	36
Cuadro 2. Factores estratégicos para la demanda de carne de res.....	37
Cuadro 3. Factores estratégicos para la oferta de carne de res.....	37

LISTA DE FIGURAS

Figura 2. Mapa del municipio de Catacamas	19
Figura 3. Género y ocupación de los encuestados.....	23
Figura 4. Edad del encuestado.....	24
Figura 5. Ingreso mensual de los encuestados.....	24
Figura 6. Número de personas que habitan por casa.	25
Figura 7. Consumo de carne de res	26
Figura 8. Frecuencia de consumo de carne de res	26
Figura 9. Cantidad de carne por compra	27
Figura 10. Características esperadas del producto	27
Figura 11. Tipos de cortes de res preferidos	28
Figura 12. Lugar de adquisición del producto.....	28
Figura 13. Preferencia en la presentación de la carne	29
Figura 14. Cargo del encuestado	30
Figura 15. Cortes de carne de res más distribuidos	30
Figura 16. Frecuencia de compra para distribuidores	31
Figura 17. Cantidad de carne comprada por los distribuidores	31
Figura 18. Preferencia de compra del distribuidor	32
Figura 19. Características del producto que prefieren los distribuidores	32
Figura 20. Lugar de adquisición del producto por los distribuidores.....	33
Figura 21. Canales de distribución de carne.....	34

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a los consumidores de cortes de carne de res.....	46
Anexo 2. Encuesta dirigida a los distribuidores de cortes de carne de res.....	49
Anexo 3. Aplicación de las encuestas	53

Elba Amalia, MM. (2023). Estudio de mercado sobre la comercialización de cortes de carne de res en la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho, Honduras, CA. Diagnóstico. Licenciada en Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Nacional de Agricultura, Catacamas, Olancho, Honduras. 65 pág.

RESUMEN

Esta investigación se realizó bajo la modalidad de diagnóstico partiendo del objetivo general de realizar un estudio de mercado sobre la comercialización de cortes de carne de res en la ciudad de Catacamas. Esta se llevó a cabo utilizando un diseño no experimental-transversal con un enfoque mixto, es decir, que incluyó técnicas cuanti-cualitativas. Se aplicaron 382 encuestas en la zona urbana de Catacamas, con la finalidad de determinar la demanda de cortes de carne de res en la ciudad. Se determinó el perfil de los consumidores, quienes están en edades mayormente de 20 a 40 años, siendo padres y madres de familia dedicados a oficios varios. Se determinó la demanda de carne de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas con un 93% de consumidores, siendo de 59,520 libras por semana. La oferta de carne de res en el mercado de Catacamas, se determinó con el 100% de los negocios estudiados, que son los 69 negocios que distribuyen la carne y cortes de res, obteniendo una oferta de 55,125 libras por semana, quedando 4,395 libras de demanda no cubierta por los actuales distribuidores, lo que representa un 7.39% de la demanda total. Se hizo un análisis sobre los canales de distribución de cortes de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas, determinando los siguientes elementos como principales: productor, rastro municipal, mercado municipal y consumidor final. Basado en la oferta, demanda y el FODA aplicado por medio de las encuestas, se crearon una serie de estrategias que van desde el tipo de cortes que más deben comercializarse, las características exigidas por consumidores y distribuidores, el tipo de empaque, los puntos de venta más estratégicos y la publicidad adecuada para llegar al sector de mercado correcto.

Palabras clave: oferta, demanda, canal de distribución, estrategias, FODA.

I. INTRODUCCIÓN

La crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19 está afectando la ganadería bovina. Los primeros impactos y las medidas de mitigación a corto plazo se han hecho visibles en todos los eslabones de las cadenas de valor de carne y leche. Aunque la magnitud total de la emergencia se verá con el paso del tiempo, se vislumbran en su mayoría impactos negativos, que afectarán el rendimiento de las cadenas de valor mencionadas en el futuro cercano. Pero no todo es adverso: pueden observarse también tendencias positivas, algunas de las cuales ayudarán a sobrellevar la crisis, y contribuirán en la consolidación de un sistema alimentario más resistente (Burkart, 2020).

En Honduras el sector agropecuario lidera la generación de ingresos por divisas, de acuerdo a datos del (BCH), el Producto Interno Bruto Agrícola (PIBA) registró un comportamiento positivo durante 2010-2014, esto debido a los niveles de producción de los cultivos (Café) y la cría de ganado vacuno. De acuerdo a lo anterior la ganadería es de mucha importancia para la economía del país, se encuentra diseminada en los 18 departamentos y es uno de los principales medios de vida de las familias hondureñas. Sin embargo, los sistemas de producción existentes en el país se caracterizan por ser extensivos con implementación de prácticas inadecuadas y ocasionar efectos negativos al ambiente (CATIE, 2016).

Siendo el sector agropecuario bovino de gran importancia para nuestro país, es indispensable su estudio. Principalmente la forma en la que se mueve dentro del mercado nacional en la actualidad y cómo ha evolucionado con la pandemia del covid-19. Por tanto, el propósito de esta investigación fue desarrollar un estudio de mercado sobre los cortes de carne de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado sobre la comercialización de cortes de carne de res en la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

2.2 Objetivos específicos

Determinar la demanda existente y potencial de cortes de carne de res en el mercado urbano de la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

Analizar la oferta existente y potencial de los cortes de carne de res en el mercado urbano de la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

Describir los canales de distribución existentes en la actualidad para la comercialización de cortes de carne de res en el mercado urbano de la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

Elaborar una serie de estrategias basadas en un análisis FODA de la oferta y demanda de cortes de carne de res en el mercado urbano de la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Antecedentes

En los últimos doce mil años, la ganadería ha evolucionado a través de la selección realizada por las comunidades humanas y la adaptación a nuevos entornos. Los historiadores creen que cabras y ovejas fueron las primeras especies animales en ser domesticadas por el ser humano. Con posterioridad, hace unos 9.000 años, se domesticó al cerdo. La vaca fue el último animal importante en ser domesticado, hace unos 8.000 años, en Turquía o en Macedonia. Probablemente sólo entonces se descubrió la utilidad nutritiva de la leche. También se utilizaba la leche de cabra, de oveja, de cierva y de camella (Myers, 2020).

El origen del ganado bovino en América se remonta a la historia de la conquista española. En el año 1521 se inicia la llegada de bovinos a tierra firme, que, tras un proceso de evolución, generará una gran diversidad de razas adaptadas al nuevo medio. Los bovinos criollos americanos (*Bos taurus*) procedentes de España descendían directamente del Aurochs salvaje (*Bos primigenius*), que fue domesticado durante la revolución agrícola en el periodo neolítico. Sevilla tenía adjudicada la exclusividad para organizar los viajes oficiales a América, aunque hay autores que afirman que también salieron barcos desde Galicia (Villalobos, 2020).

En países sudamericanos, como Argentina, el origen de la cría ganadera y el gusto por el consumo de carne es anterior incluso a la conformación del Estado, como tal. Las primeras vacas descendieron desde el epicentro del Virreinato del Perú hacia el actual territorio argentino a mediados del siglo XVI. Se iniciaba así la expansión de la ganadería en las amplias llanuras pampeanas donde, gracias a las abundantes pasturas en un clima bondadoso, se mejorarían en el siglo XIX las razas británicas Angus, Hertford y Shorthorn. Los primeros

cerdos, traídos de Europa, llegaron en la misma época a través del territorio brasileño (Bolsa de Comercio de Rosario, 2021).

Para 2006, en Honduras, la ganadería representaba el uso de la tierra más importante en el país. De 1,532,907 ha en pasturas, el 92% de los productores ganaderos poseían el 52% del área y del 56% del ganado. El 8% restante poseían el 48% del área y 44% del hato general de ganado. El 92% de los propietarios de ganado y pasturas poseían menos que 50 ha. Por tanto, una buena parte de la producción pecuaria ocurría en fincas pequeñas. Se estima que existían aproximadamente 100,000 fincas ganaderas. En el sector pecuario el número de cabezas de ganado había disminuido de 2, 286,000 en 1990 a 1, 859,737 en el 2001 (Pérez, 2016).

3.2 Ganadería

La estructura de la ganadería en la actualidad puede definirse por las mercancías, esto es, los productos animales que entran en el mercado. Resulta difícil separar a los trabajadores dedicados a la ganadería de los que se ocupan de otras actividades de la agricultura. Las actividades de pastoreo, como las que se dan en gran parte de África, y las grandes operaciones realizadas en enormes instalaciones, como las de los Estados Unidos, han afirmado la diferencia entre la ganadería y la agricultura (Myers, 2020).

El principal rol de la ganadería es proporcionar una fuente segura de proteínas para una población mundial en rápido crecimiento con el fin de contribuir a la seguridad alimentaria. Los patrones de consumo en las economías industrializadas y emergentes han llevado a una intensificación de la ganadería y a un mercado de alimentos más globalizado, lo que ha provocado enormes cambios en el uso de tierras agrícolas, praderas y pastos, sistemas de producción altamente intensivos y a un tráfico mundial de alimentos y productos animales (Teixeira, 2020).

3.2.1 Tipos de ganado bovino

Las diferentes razas de las especies ganaderas, que constituyen el patrimonio zoogenético de la ganadería, están ligadas de forma indivisible a un sistema de producción y de explotación que es propio del medio en que viven, destacando, en el caso de las razas autóctonas, por sus sistemas de producción tradicionales, que requieren animales que, aunque menos productivos, gozan de características funcionales muy valiosas, que los convierten en singulares en sus lugares de producción y que permiten avanzar hacia una necesaria sostenibilidad (Camacho, 2016).

En el ámbito de producción bovina nacional, se muestran las principales razas bovinas de leche y carne explotadas:

Cuadro 1. Razas bovinas más explotadas en Honduras

RAZA		DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN
Pardo suizo	Es una raza con gran desarrollo genético especializada en producir los mayores volúmenes de leche, caracterizada por sus sólidos totales y proteínas como lo exige hoy el mercado.		
Holstein	Es un animal eficiente en la producción de leche, sus volúmenes de producción son tan altos que se le identifica como las vacas más lecheras del mundo		
Jersey	Es un animal pequeño de color café parejo. Es una raza eficiente en la producción de leche y por su alto		

	porcentaje de grasa láctea, mantequilla por excelencia.	
Brahman	Esta raza se adapta tanto en zonas tropicales, como en aquellas templadas. Aporta rusticidad, adaptabilidad y vigor híbrido al cruzarse con razas de origen europeo.	
Brangus	Es una raza productora de carne derivada de cebú, por cruzamientos entre el ganado cebuino y el Angus en distintas proporciones.	
Charolais	Raza de gran capacidad productora de carne. Presenta una gran masa muscular, con abundante manto de carne, en los cuartos posteriores.	

Fuente: (SAG, 2017).

3.2.2 Sistemas de producción

En los sistemas de producción bovina se refiere que cada una de ellas presenta características propias, de acuerdo a las condiciones climatológicas, agroecológicas, tecnológicas de las unidades de producción (UP) y las características socioeconómicas de los productores. La forma tradicional del ganadero de explotar su ganado, genera mayor acercamiento entre el productor y su explotación. También ha generado que este tenga por costumbre analizar los eventos como la producción, reproducción, sanidad, manejo, economía, alimentación entre otros (Crúz, 2020).

Para que los sistemas de producción de rumiantes sean competitivos, es necesario rehabilitar las áreas con pasturas degradadas que tienen potencial para el uso ganadero intensivo, liberando aquellas que tienen mayor vocación para otros propósitos, como es la conservación

y la producción de servicios ecosistémicos. En las áreas rehabilitadas, debe mejorarse el manejo y la eficiencia de uso intensivo de los recursos productivos (ie, suelos, agua, animales, pastos, leñosas y cultivos) para aumentar la productividad de los sistemas pastoriles, mixtos (cultivos-animales) o silvopastoriles, pero al mismo tiempo mejorando la resiliencia al cambio climático, aumentando la captura de carbono y reduciendo las emisiones (BID, 2019).

Entre estos sistemas diferenciados destacan, tanto por su importancia como por sus características radicalmente diferentes, los sistemas ganaderos extensivos que, a su vez presentan una gran diversidad de planteamientos, desde el pastoreo móvil a sistemas silvopastorales que aprovechan paisajes complejos de pastos, cultivos y vegetación leñosa. Cada vez resulta más claro que los distintos sistemas de producción ganadera proveen a las sociedades que los acogen con diferentes bienes y servicios, requiriendo por tanto planteamientos diversos que no pueden gestionarse bajo los mismos criterios (Alibés, 2020).

La ganadería de armonización es un sistema de producción rentable basado en prácticas que respetan el medio ambiente, el bienestar animal y la salud de personas, animales y plantas; conservan la fertilidad de la tierra y las especies de pastos nativos mediante la utilización óptima de los recursos naturales; evitan el uso de sustancias químicas contaminantes y protegen los hábitats y especies de fauna y flora de la región. Ayuda a los ganaderos a definir cómo llegar a su estancia ideal poco a poco y en equilibrio con la naturaleza. Conocer y mapear la estancia desde un contexto de paisaje y oferta forrajera, permite definir de qué manera vamos a manejar el hato (Mercado, 2019).

Dentro de los principales sistemas de producción más utilizados por parte de los productores ganaderos, se encuentran:

a) Sistema extensivo: Es aquel que mantiene animales de escasa productividad, rústicos y no seleccionados para una única aptitud, en un medio desfavorable para un cultivo rentable y del que sin embargo depende para su alimentación y con unas exigencias mínimas de capital

y de mano de obra especializada. Se desarrollan en superficies de pastizales o dehesas y en zonas elevadas y áridas o bien montañosas, y utilizan biotipos ambientales con gran poder de adaptación y bajos parámetros reproductivos.

b) Sistema intensivo: Se caracteriza por un control completo sobre los animales seleccionados para una determinada aptitud, aportando los medios necesarios (alimentación, mano de obra instalaciones, etc.) para posibilitar la maximización de las producciones. Se caracterizan por una superficie adecuada al número de animales explotados, con buena capacidad forrajera. Utilizan biotipos constitucionales, con alta capacidad transformadora y altos parámetros reproductivos (García, 2016).

3.2.3 Hábitat de desarrollo vacuno

La pérdida de biodiversidad es uno de los mayores retos a los que nos enfrentamos hoy en día. La actividad humana está causando una pérdida de especies a tasas hasta 114 veces más altas de lo que habría sido en circunstancias evolutivas naturales. Muchos ecosistemas que nos proporcionan recursos esenciales y servicios ecosistémicos también pueden disminuir. La conservación y el uso sostenible de la biodiversidad es esencial para mantener los servicios de los ecosistemas, la producción agraria y, en última instancia, la nutrición humana y la calidad de vida (Teixeira, 2020).

Los cambios de uso de la tierra ha sido un proceso estafa continuo como resultado del crecimiento de la población y la colonización de nuevas áreas, entre otros factores. Los análisis históricos de estos cambios muestran que después de la independencia de la mayoría de los países - antes de 1850 - comenzó a crecer el área destinada a pastos (Figura 1), mayormente a gastos de los bosques tropicales caducifolios de hoja ancha, y los cambios se hicieron bastante más importantes a inicios del Siglo XX, cuando también se empezó a perturbar el bosque tropical siempre verde de hoja ancha (BID, 2019).

La ganadería, la producción animal en general, constituye un ámbito de gran relevancia de cara al cambio climático, como demuestra el interés mediático que ha suscitado el tema en los últimos tiempos llegando a generarse confusión y rechazo a la ganadería. La cría productiva de animales domésticos es, por un lado, una actividad emisora de gases de efecto invernadero (GEI) y, por el otro, un sector, a priori, vulnerable ante el cambio climático y necesaria para la conservación de los ecosistemas piscícolas y nuestra alimentación. Los efectos climáticos han resultado ser especialmente intensos en las actividades agrarias. En el caso de la ganadería, el cambio climático además tiene gran relevancia para el bienestar y la salud de los animales que se crían (Alibés, 2020).

La ganadería acarrea en los últimos años el estigma sobre su impacto en el cambio climático antropogénico, en particular tras la publicación de dos informes, en 2006 y 2013, por parte de la FAO. Las acusaciones climáticas, tanto en algunos trabajos científicos⁶ como en la prensa, suelen estar centradas además en la emisión de metano por la fermentación de la celulosa que consumen los animales y por el cambio de uso del suelo. Ambos factores se asocian en estas narrativas principalmente a la ganadería extensiva (Muñoz, 2020).

3.3 Ganadería a nivel mundial

En 2017, la población mundial ganadera tuvo una tendencia positiva, sin embargo, todas las especies tuvieron tasas positivas (Aves, 2.5%, Caprinos, 1.0%, Porcinos, 0.9% y Vacunos, 0.5%) mientras que la población de ovinos tuvo una tasa negativa (-0.1%). En general, de los países con mayor población ganadera, se observa que los países asiáticos y algunos de Latinoamérica tienen tasas de crecimiento positivas, mientras que en la Unión Europea y Norteamérica, la tasa es negativa (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017).

La ganadería tiene una importancia clave para América Latina y el Caribe, y es una fuente de alimentos básicos para la seguridad alimentaria de su población. Más de 1 billón de personas a nivel mundial dependen del sector ganadero, y el 70% de los 880 millones de pobres rurales que viven con menos de USD 1.00 por día dependen al menos parcialmente

de la ganadería para su subsistencia. América Latina, con sus extensas áreas de pasturas, un régimen climático favorable y un uso racional de insumos, que incluye granos (cereales, soya) y fertilizantes, cuenta con todos los ingredientes naturales para ser un importante productor pecuario, para satisfacer las demandas de alimentos y garantizar la seguridad alimentaria regional y mundial (FAO, 2022).

3.3.1 Producción pecuaria en Honduras

En 1993 Honduras contaba con un hato ganadero de 2.1 millones de cabezas, el cual fue disminuido a 1.7 millones de cabezas en 1999 tras el paso del Huracán Mitch y para el 2008 llegó a 2.5 millones de cabezas y alrededor de 96,622 fincas. En términos porcentuales a lo largo de casi 10 años el hato ganadero ha crecido un 68% lo cual confirma una vez más la vocación ganadera con la cual cuenta el país. La región con más aptitudes para la producción de ganado es la Nor-Oriental que incluye el departamento de Olancho, la cual tiene una densidad poblacional ganadera de aproximadamente 453,294 cabezas y 18,684 explotaciones ganaderas (Ramírez, 2009).

La ganadería en Honduras se caracteriza por su falta de especialización, con un sistema productivo de un bajo nivel tecnológico y baja productividad. Las principales limitaciones que han frenado el desarrollo de la ganadería en Honduras, son: estacionalidad en la disponibilidad de alimentos, sistemas de manejo tradicionales, deficiencias en sanidad, costos de producción altos por precios de los insumos, limitado acceso al crédito, altos márgenes de intermediación en el mercado, ausencia de un sistema de registro ganadero, políticas inadecuadas al sector ganadero y ausencia de un sistema de calidad de productos (CATIE, 2016).

Los datos del Banco Central de Honduras, indican que la importancia del sector agrícola ha disminuido en la economía nacional, del 20% del PIB en 1990 al 12% en los últimos cinco años. Los sistemas de producción ganadera se han caracterizado por una baja productividad, probablemente debido a la alimentación deficiente del ganado con pasturas naturales de baja

a moderada productividad. Dados los escenarios de cambio climático esperados para el país y la ocurrencia de sequías prolongadas, estos sistemas de producción tradicionales son extremadamente vulnerables (Canu, 2018).

3.4 Comercio

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales, entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio de forma habitual, como las sociedades mercantiles (Arteaga, 2021).

3.4.1 Comercio después de la pandemia

La contracción que registró en 2020 el volumen del comercio mundial de bienes a causa de la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) fue la primera desde la ocurrida en 2009 como producto de la crisis financiera mundial. No obstante, su magnitud fue mucho menor: un -5,3% frente a un -12,6%, respectivamente. Tras registrar en mayo de 2020 el mayor descenso interanual desde el inicio de la pandemia (-16,9%), el comercio mundial de bienes ha tenido una marcada recuperación (CEPAL, 2021).

En 2021 la mayoría de las economías avanzadas han registrado un repunte tras la recesión, que fue inducido para poner freno a los efectos de la pandemia. Su principal reto es la dirección y la naturaleza del crecimiento económico a medio y largo plazo, tanto para evitar los retrocesos en materia de políticas que empañaron el decenio posterior a la crisis financiera global como para avanzar definitivamente hacia un sistema energético con cero emisiones de carbono, de conformidad con los objetivos del Acuerdo de París (Naciones Unidas, 2021).

A pesar de la incertidumbre que aún impone la pandemia y del dispar ritmo en la vacunación, el aumento de los precios internacionales de los productos básicos y la recuperación económica de algunos de los principales demandantes de productos de la región determinaron una revisión de las proyecciones de crecimiento de la economía por parte de diferentes organismos internacionales. Al respecto, tanto el FMI como la CEPAL coinciden en que la recuperación de la región será más lenta de la que experimentará la economía mundial (ALADI, 2021).

La creación de resiliencia económica requiere comprender los desafíos y oportunidades de índole económica, así como la capacidad de prever, evaluar y gestionar los riesgos. Aunque el comercio puede propagar y amplificar las conmociones, puede ayudar a los países a prepararse para ellas, hacerles frente y recuperarse. Las condiciones iniciales, la naturaleza de la conmoción y las decisiones en materia de políticas, en particular el grado de diversificación, son elementos importantes para determinar la función que desempeñará el comercio (OMC, 2022).

3.4.2 Comercio cárnico bovino

El crecimiento de la población mundial, sumado al aumento del consumo per cápita de fuentes de proteína animal en las economías emergentes generan un desafío de magnitud para toda la cadena de valor de alimentos, y dentro de ésta, la provisión de carne de bovinos presenta sus propios retos y particularidades. Sin embargo, situaciones tales como el tamaño del hato ganadero, baja industrialización y por ende “cultura de carne”, la reducción en consumo frente al crecimiento de consumo de aves donde la industrialización ha crecido en los últimos años, baja rentabilidad (ESPAE -ESPOL, 2016).

En 2019, la producción mundial de carne bajó a 325 millones de toneladas (Mt), debido sobre todo al impacto de la peste porcina africana (PPA) en la República Popular China. El brote de PPA se propagó también en varios países africanos y de Europa Central, en algunos países de Asia Oriental: República Popular Democrática de Corea, Corea y Mongolia, así como en

algunos del Sudeste asiático: Camboya, Indonesia, República Democrática de Lao, Myanmar, Filipinas, Timor-Leste y Vietnam. Se estima que la producción de carne de China disminuyó 10% en 2019, lo cual refleja una contracción de por lo menos 21% de la producción de carne de cerdo, que en parte se compensó con los mayores volúmenes de producción de otros tipos de carnes (OCDE-FAO, 2020).

3.5 Estudio de mercado

Un estudio de mercado permite conocer las características clave de la audiencia y competencia antes del lanzamiento de un servicio o producto. Debemos previamente revisar las características del sector al que queremos entrar, tanto antes de empezar a invertir en el desarrollo del producto como en campañas o estrategias de publicidad. Sin información, sin datos o sin un estudio que nos permita conocer las posibilidades que tenemos, estaremos arriesgando demasiado, sin poder entender las necesidades reales de las personas y sin conocer las posibilidades de éxito (Ferrer, 2021).

3.5.1 Elementos del estudio de mercado

Según (Calderón, 2019), los principales elementos del estudio de mercado se concentran en:

- 1. Necesidad:** Insatisfacción producida por no tener algo.
- 2. Demanda:** Cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.
- 3. Oferta:** Cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.
- 4. Intercambio:** Obtención de algo deseado, que pertenece a otra persona, a cambio de algo que ella desea.
- 5. Mercado:** Se puede entender como el lugar donde se realizan intercambios, pero en nuestro caso utilizaremos este término como el conjunto de compradores y vendedores de un producto.

6. Marketing: Conjunto de técnicas destinadas a conocer el entorno de la empresa y a identificar las oportunidades que este ofrece a las mismas.

3.6 Oferta

El lado de la oferta de un mercado se refiere normalmente a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. Cuando se analiza la oferta de un bien, se mantienen constantes todos los factores que pueden influir en su comportamiento, con excepción del precio del bien. La cantidad ofrecida de un bien o servicio es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender. En el comportamiento de la oferta pueden intervenir varios factores, tales como: el precio del bien, los precios de los factores, la tecnología, las expectativas y el número de vendedores (USMP, 2020).

La fórmula utilizada para determinar la demanda (Economipedia, 2019), es la siguiente:

$$Q_X = F(P_X, P_I, T, E)$$

En donde:

Q_X : Cantidad del bien X

P_X : Precio del bien X

P_I : Precio de los insumos

T : Tecnología

E : Estados de la economía

3.6.1 Oferta de productos bovinos en Honduras

En 2015, Honduras pasaba por una crisis de desabastecimiento de ganado que afectaba a su cadena de producción de carne de res, sobre la cual se hicieron muchas especulaciones para tratar de entender su origen. Para ayudar a solventar la escasez de carne de res en Honduras,

un gran número de políticas debieron definirse con el fin de establecer programas de desarrollo ganadero apropiados. Estos incluyeron temas como la reproducción, el desarrollo de pastos, programas veterinarios, sistemas agrícolas mejorados, el transporte y las políticas económicas que incluían incentivos a la producción en cuanto a finanzas y estructuras de comercialización (Leiva, 2015).

La producción nacional de ganado en pie está sustentada sobre un estimado de 1.04 millones de cabezas de ganado bovino, un aproximado de 55 empresas que se dedican a la cría y engorde de estos animales, en paralelo con miles de pequeños productores dedicados a la ganadería de subsistencia. A nivel nacional se registra un total de 52 rastros (49 municipales y 3 privados)²⁰ para el destace de carne. En 2014, la producción nacional de carne de bovino fue de 38.6 millones de libras. Las exportaciones representan un bajo porcentaje en relación a la oferta nacional, en 2014 ascendieron solamente al 0.003% de la producción local (FAO, 2021).

3.6.2 Oferta de carne de res

La oferta de carne de res consiste en productos tales como tajo, costilla, carne molida, lomo y filete entero principalmente. También se comercializan las vísceras principalmente bofes, vaso, cola de res, corazón, hígado, lengua, testículos de toro, mondongo, ubre y riñones; principalmente en las carnicerías de pueblo y en los mercados municipales. También se comercializa a nivel de carnicerías, restaurantes, supermercados y mercados locales principalmente. El producto se vende por libra y no existe hasta la fecha oferta de carne de res con algún tipo de diferenciación. El producto se exhibe en bandejas de acero inoxidable (en carnicerías y supermercados), se vende por peso y se empaca en hojas de papel periódico o bolsas plásticas (CATIE, 2016).

En los primeros nueve meses de 2020 el principal exportador de la región continuó siendo Nicaragua, con \$398 millones, seguido de Costa Rica, con \$84 millones, Panamá, con \$24 millones, Honduras, con \$16 millones y Guatemala, con \$4 millones. Por su parte El Salvador

no registró exportaciones significativas. Para el período en cuestión las ventas hondureñas aumentaron 111% en términos interanuales, las panameñas 58%, las costarricenses 27% y las nicaragüenses 12%. En el caso de las exportaciones guatemaltecas, se reportó una merma de 30% (Central América, 2021).

3.7 Demanda

La demanda está compuesta por el conjunto de compradores que están dispuestos a adquirir bienes a diferentes precios. Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo. Entre ellos se puede considerar: el precio del bien, el ingreso del consumidor, el precio de los bienes relacionados con dicho bien, los gustos, preferencias del consumidor, las expectativas futuras del consumidor, entre otros (USMP, 2020).

3.7.1 Demanda de carne bovina

A diferencia de la revolución verde, que fue estimulada por la oferta, la “revolución ganadera” está siendo impulsada por la demanda. Se entiende por revolución ganadera los cambios tecnológicos que se están dando para enfrentar la demanda mundial de carne. La producción de carne en los países en desarrollo crecerá unas cuatro veces más rápido que en los países desarrollados. En el año 2020, estas naciones producirán 60% de la carne y 52 % de la leche del mundo. China encabezará la producción de carne y la India, la de leche. La población de los países desarrollados deriva un promedio del 27% de sus calorías y el 56% de su proteína de productos de origen animal (Hernández, 2020).

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 incrementa 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 (ESPAE -ESPOL, 2016).

Para responder a esos incrementos en demanda, en la mayoría de los casos ha primado la expansión de las áreas dedicadas a pastos, generalmente a expensas del bosque, pues los incrementos en eficiencia productiva (es decir, cabezas por hectárea) han sido limitados. Es más, en muchos casos estos se han visto limitados por la degradación de las pasturas, como resultado de decisiones inadecuadas en el manejo. En otros casos la expansión de la ganadería a nuevas áreas ha sido el resultado del desplazamiento de esta por otras actividades agrícolas, como es el caso de la producción de soja y de palma aceitera en varios países de Suramérica y algunos de Mesoamérica (BID, 2019).

3.7.2 Demanda de productos bovinos en Honduras

La carne y la leche provenientes de la ganadería sostenible son muy cotizadas en el mercado internacional. La demanda de carne de vacuno alimentado con pasto ha crecido a un ritmo anual del 25-30% en la última década, al mismo tiempo que el consumo de carne de vacuno per cápita de productos de carne tradicionales sigue disminuyendo. La principal razón obedece a los beneficios que este tipo de producto tiene para la salud, ya que el ganado alimentado con pasto tiene un menor contenido de grasa y menos calorías - 65% menos de grasa y 50% menos de calorías de acuerdo con Mark Spagnola, Gerente de Grupo de la Carne de merchandising de Wegmans Food Markets (CATIE, 2016).

3.8 Cadena de valor

Las cadenas productivas son sistemas constituidos por actores interrelacionados a través de una sucesión de operaciones, de producción, transformación y comercialización de un producto en un entorno determinado. Las cadenas productivas son estructuras que existen desde hace mucho tiempo y pueden renovarse a partir de nuevas conceptualizaciones y relaciones de mercado (Calderón, 2019).

La carne hace parte fundamental de la dieta humana al ser una de las fuentes de proteína con más alta estima (22.33 % de su composición). Por su parte, la ganadería es aún la actividad que más aporta al producto interno bruto (PIB) del sector agropecuario, de manera que un mejoramiento en su cadena de abastecimiento tiene importantes efectos en el incremento en la productividad y, en consecuencia, un significativo impacto social y económico, lo que justifica económica y socialmente el desarrollo de este trabajo (López, 2020).

3.8.1 Canal de distribución

Un canal de distribución, es la forma en que llegan los productos desde el fabricante hasta el usuario final, y se puede dividir en dos tipos:

1. Canal indirecto: cuando el fabricante deja la venta en manos de intermediarios. Ejemplo: acopiadores, distribuidores mayoristas, comercios minoristas.

2. Canal directo: cuando el fabricante es el propio distribuidor. Ejemplo: una emprendedora que fabrica dulces y tiene su propio local de venta. Ese local propio puede ser en el lugar donde envasa, en su casa, en una feria franca o puede ser un puesto de venta en una ruta o un lugar donde se junte gente. También puede vender a pedido, o recorrer comercios y oficinas o casa por casa para ofrecer su mercadería (IICA, 2017).

IV. MATERIALES Y MÉTODO

4.1 Descripción del lugar de investigación

La investigación se llevó a cabo en la zona urbana de la ciudad de Catacamas. El municipio cuenta con una extensión territorial aproximada de 7,173 km², está conformado por 15 aldeas y 557 caseríos registrados en el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2013. La población es de 129,328 personas la cual está compuesta por 63,425 hombres y 65,903 mujeres. Con una población en el área urbana de 57,681 personas y en el área rural de 71,647 personas (INE, 2019).

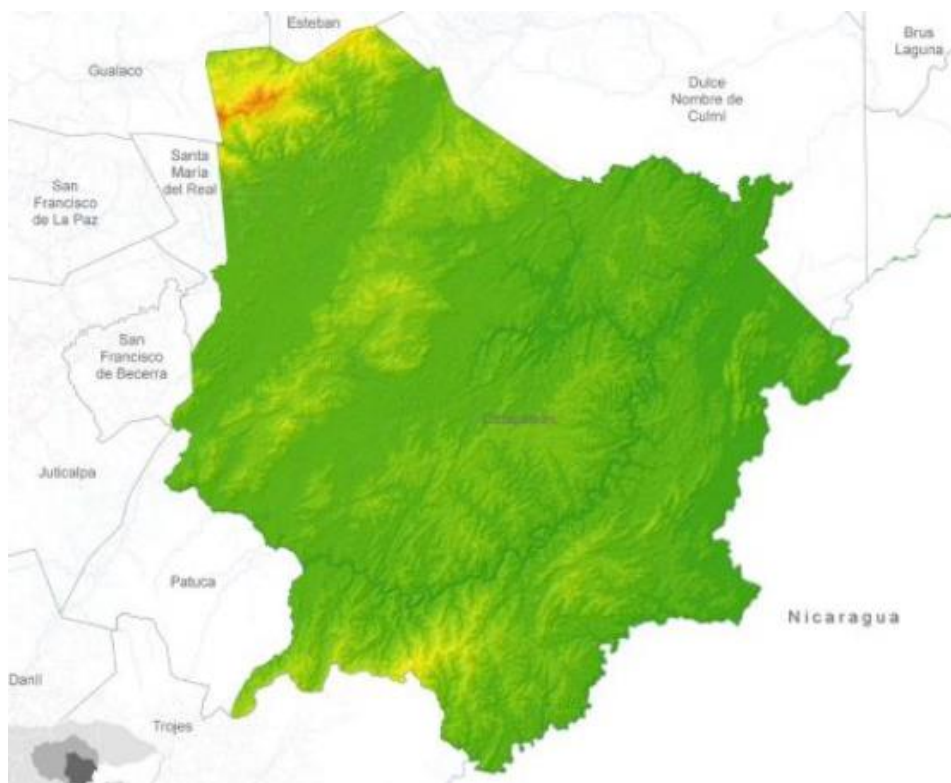


Figura 1. Mapa del municipio de Catacamas

Fuente: (Atlas municipal, 2022)

4.2 Materiales y equipo

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron los siguientes materiales: papel blanco, papelones blancos, lápices, tablero, libreta, pizarra, marcadores; y; el siguiente equipo: computadora, teléfono celular, medio de transporte.

4.3 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, por lo que no se aplicó ningún tipo de arreglo experimental. Su corte fue transversal, ya que su desarrollo se llevó a cabo en el tiempo establecido para la investigación.

4.4 Enfoque y alcance de la investigación

El enfoque de la investigación es de carácter mixto a partir del cual se combinaron técnicas cualitativas y cuantitativas en donde se analizaron factores de logística utilizados para la comercialización de cortes de carne de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas. Así mismo, el alcance de la investigación fue netamente descriptivo.

4.5 Población

El número de habitantes en la zona urbana con los que cuenta la ciudad de Catacamas, es de 57,681 personas (INE, 2019).

4.5.1 Muestra

Debido a que el número de pobladores es conocido y es mayor a 10,000, la muestra a utilizar se calculó por medio de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)} =$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de ocurrencia

q=Probabilidad de no ocurrencia

e= Error maestral (Espinoza, 2019).

Por tanto:

$$n = \frac{57,681 \cdot 1.96^2 (0.5) (0.5)}{(57,681 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 (0.5) (0.5)} = 382 \text{ encuestas}$$

Se aplicaron 382 encuestas en la zona urbana de Catacamas, con la finalidad de determinar la demanda de cortes de carne de res en la ciudad.

Actualmente existen 69 distribuidores de cortes de carne de res en la ciudad, por lo que fueron tomados en cuenta para determinar la oferta de los cortes de carne de res.

4.6 Desarrollo de la investigación

Para el desarrollo de la investigación, fue necesario realizar un amplio trabajo de campo, el cual se describe de la siguiente manera:

- Socialización de la investigación, esta consistió en la presentación de la encuesta ante las autoridades que fueron parte del proceso de investigación.

- Visitas en el lugar donde se realizó la investigación, en determinada fecha se hicieron visitas de campo donde se buscó verificar algunos aspectos relevantes a la investigación, además se indicó el interés y propósito de la investigación.
- Recolección de información, mediante la aplicación de la encuesta a los elementos de estudio como ser los consumidores y distribuidores de cortes de carne de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas.

4.7 Análisis de datos

Una vez aplicado el instrumento de investigación (encuesta), se procedió a la tabulación y análisis de las mismas. Esto se hizo por medio del programa estadístico SPSS, mismo que arrojó la información agrupada y, por medio de gráficos estadísticos, se desarrolló la interpretación de la información obtenida, posteriormente se redactaron los resultados, las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se desarrolló la investigación para conocer la oferta, demanda y canales de distribución de los cortes de res en la ciudad de Catacamas. Tomando estos datos como punto de partida se preparó una serie de estrategias para optimizar el flujo de ventas de los distribuidores.

5.1 Perfil del consumidor

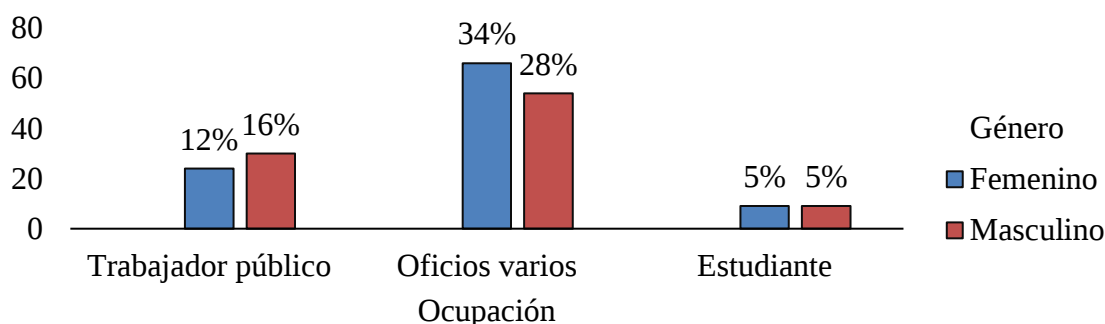


Figura 2. Género y ocupación de los encuestados

Según la información recabada, el 51% de los encuestados, pertenecen al género femenino, mientras que un 49% pertenecen al género masculino. La predominancia femenina es leve; sin embargo, es importante tener la opinión individual de ambos géneros acerca de los cortes de res que se comercializan en la ciudad de Catacamas.

Entre tanto, el 62% de los encuestados tiene mayor variación dentro de las ocupaciones, en donde se encuentran carpinteros, constructores, jornaleros, amas de casa y otros relacionados con oficios. Mientras que, el 28% tienen una ocupación relacionada con la atención pública, en donde entran docentes, médicos, bomberos, policías, entre otros; y un 10% se dedican al estudio, pero también mantienen trabajos parciales o de medio tiempo.

Para las características que en este trabajo se pretenden cubrir, la muestra poblacional estudiada entrega la información necesaria para dar un análisis más completo en cuanto a la demanda de cortes de carne de res en la ciudad de Catacamas.

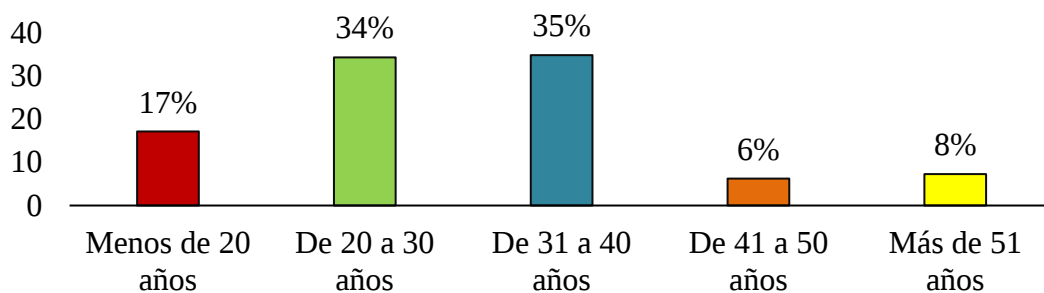


Figura 3. Edad del encuestado

De los 382 consumidores consultados en la ciudad de Catacamas, el 35% que, en este caso, es el porcentaje más alto, está entre los 31 y 40 años; el 34% están entre los 20 y los 30 años, el 17% cuentan con una edad menor a los 20 años, el 8% tiene más de 50 años, mientras tanto, un 6% de los encuestados tienen entre 41 y 50 años.

Si bien es cierto, el mayor porcentaje de los encuestados radica entre los 20 a 40 años; cabe mencionar, que el 100% están dentro de la edad para formar parte de la PEA (Población Económicamente Activa), por lo que toda la información recabada es útil para los propósitos de la presente investigación.

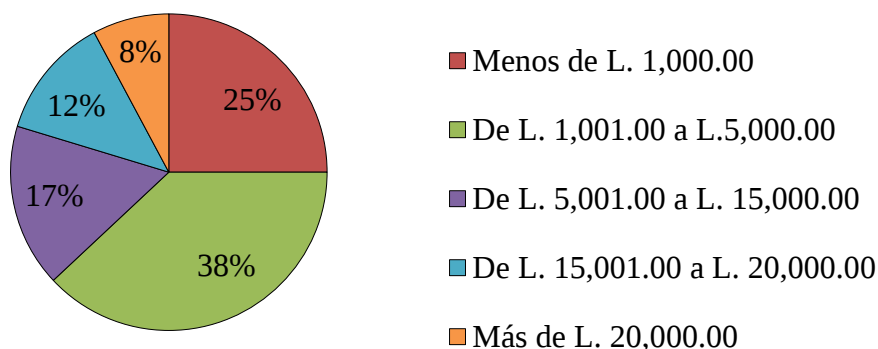


Figura 4. Ingreso mensual de los encuestados

De los encuestados, un 38% indicó obtener de entre L. 1,001.00 a L. 5,000.00 al mes, el 25% afirmó recibir menos de L. 1,000.00 mensuales como ingreso, mientras que un 17% obtienen un ingreso que va desde los L. 5001.00 a L15,000.00; no obstante, el 12% tiene un ingreso regular de L. 15,001.00 a L. 20,000.00 y, por último, un 8% recibe más de L. 20,000.00 mensuales.

La tendencia es clara y el poder adquisitivo se ve distribuido de manera poco uniforme, sin embargo, el principal objetivo o cuota de mercado a alcanzar, deben ser aquellos hogares en donde, al menos, el salario logre cubrir las principales necesidades básicas.

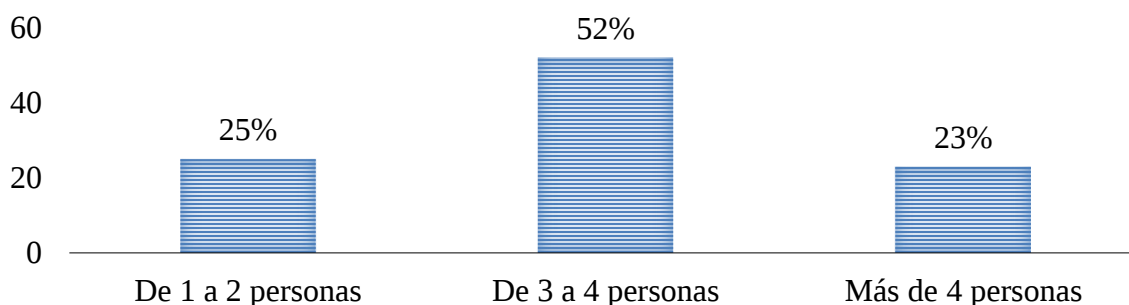


Figura 5. Número de personas que habitan por casa.

El 52% viven en hogares habitados de entre 3 a 4 personas, el 25% de los encuestados pertenecen a hogares conformados por 1 o 2 personas y un 23% son hogares se conforman con más de 4 personas.

Hogares de entre 3 a 4 personas son los más predominantes, lo que puede tener influencia en la cantidad de consumo de carne de res, por lo que es un factor que se debe tomar en cuenta y con la importancia necesaria para este estudio y su aplicación en el mercado de Catacamas.

Los consumidores aquí estudiados radican en edades mayormente de 20 a 40 años, siendo padres y madres de familia dedicada a oficios varios, proveniente de hogares conformados por 4 miembros y con ingresos menores a L. 5,000.00. Estas características son las que definen el perfil socioeconómico de la muestra poblacional analizada en esta investigación.

5.2 Demanda

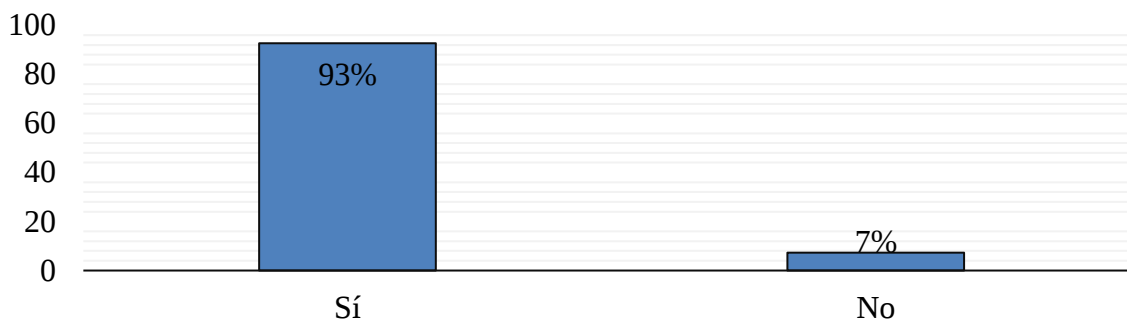


Figura 6. Consumo de carne de res

De las 382 encuestas aplicadas, 382 fueron contestadas, por lo que es necesario decir, que el porcentaje usado para estos datos está elaborado con base en el 100% de la muestra. El 93% afirmó consumir carne de res, mientras que un 7% manifestó que no (Figura. 6).

El porcentaje a favor del consumo de carne de res es bastante alto, y aunque hay un 7% que manifestó no consumirla, es importante mencionar que no la consumen por recomendación médica.

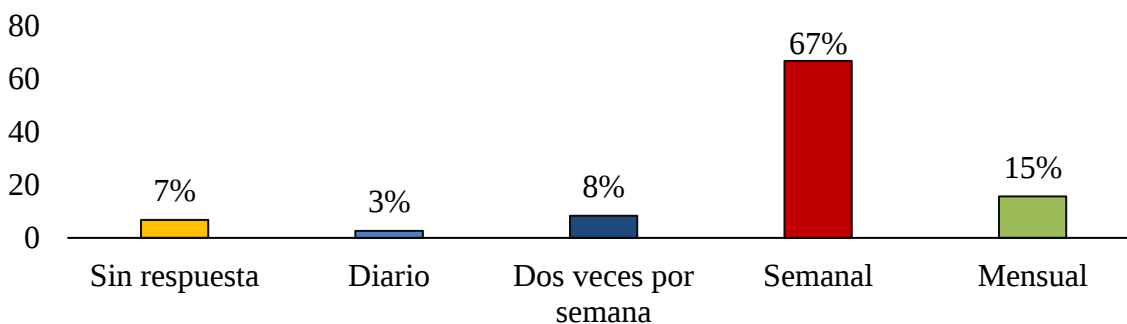


Figura 7. Frecuencia de consumo de carne de res

Sobre la frecuencia de consumo de carne de res (figura 7), el 67% de los encuestados la consume de forma semanal, un 15% de forma mensual, el 8% dos veces por semana y un 3% diariamente.

La tendencia de consumo se ve mayormente favorecida para las compras semanales. Las familias, culturalmente, tratan de dar diversidad a sus alimentos, por lo que no es extraño ver esta tendencia que, de hecho, es favorecedora, ya que se asume que semanalmente existiría una demanda sin falta.

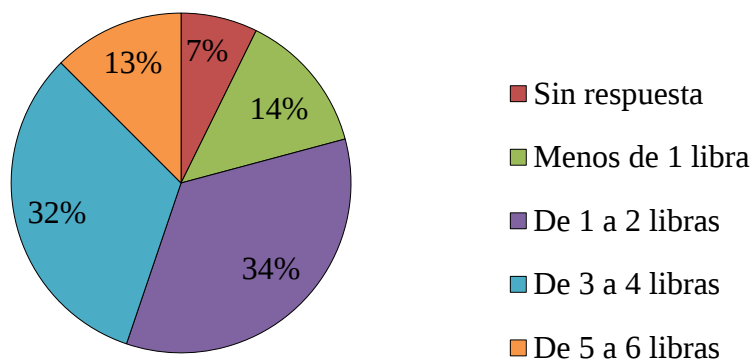


Figura 8. Cantidad de carne por compra

El 34% de los encuestados (Figura 8) manifestó adquirir entre una y dos libras de carne con cada compra, el 32% compra de entre 3 a 4 libras cada vez, mientras que el 14% compra menos de una libra y el 13% compra de cinco a seis libras en cada ocasión. Un 7% no dio respuesta porque aseguraron que su compra puede variar, dependiendo de la ocasión.

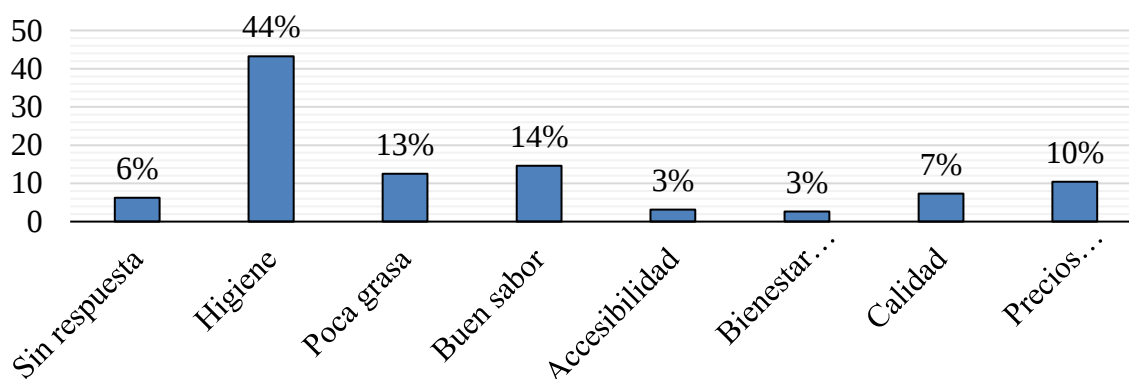


Figura 9. Características esperadas del producto

La higiene con un 44% (Figura 9) fue la opción que más seleccionaron las personas encuestadas entre el total de características esperadas en el producto adquirido, seguido de buen sabor con 14% y poca grasa con 10%, respectivamente. Claro está que, con la pandemia que se vivió en 2020, es normal que las personas se preocupen más todavía por la higiene del producto que va a consumir.

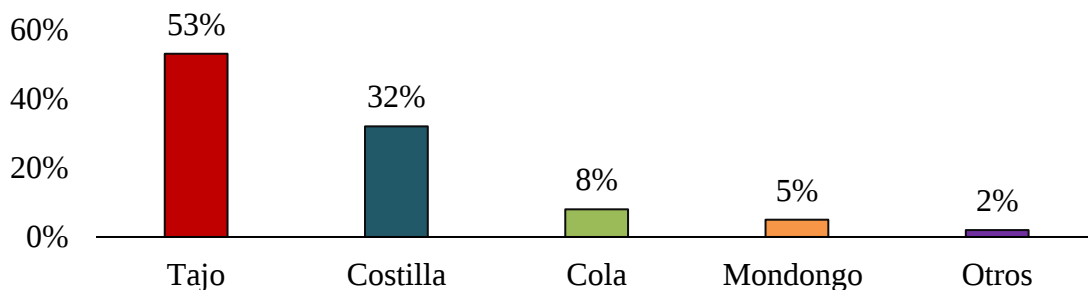


Figura 10. Tipos de cortes de res preferidos

El tajo con un 53% (Figura 10) y la costilla con un 32% presentan los mayores porcentajes en preferencia de los tipos de corte para su consumo, seguidos de cola con un 8%, el mondongo con un 5% y el 2% indicó que otros.

Algunos de los encuestados pudieron mencionar otros tipos de cortes de res que consumen, pero lo hacen de forma muy esporádica y ocasional, por lo que se tomó a bien no incluirlos en los cortes preferidos para mayor efecto en la información de consumo.

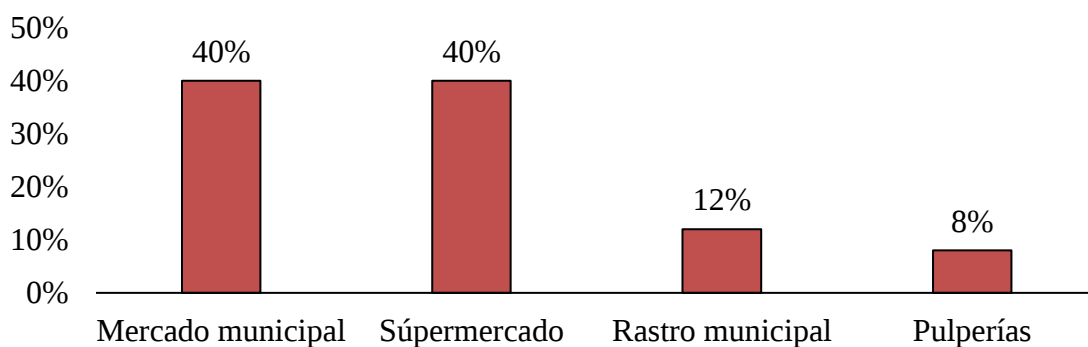


Figura 11. Lugar de adquisición del producto

El mercado municipal con un 40% y supermercados también con un 40% (Figura 11), son los principales lugares en donde los consumidores prefieren adquirir sus productos derivados de la res. El rastro municipal con un 12% y las pulperías con un 8%, son los lugares que las personas optan con menor preferencia para adquirir sus productos.

Analizando cada respuesta, puede darse a entender claramente que a las personas les preocupa la higiene de lo que consumen, puesto que, si bien es cierto, el mercado municipal encabeza esta tendencia, pero también lo hacen los supermercados, los cuales manejan precios un poco más altos a cambio de la seguridad alimentaria en sus productos y darles confianza a sus consumidores.

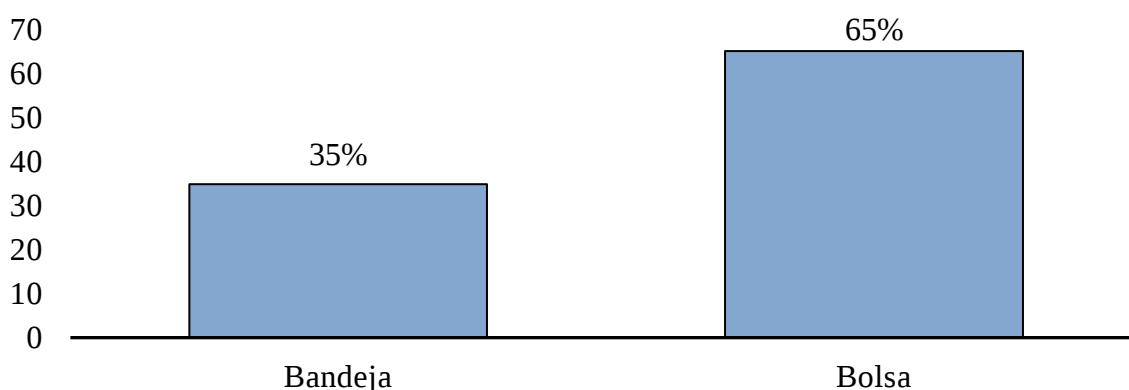


Figura 12. Preferencia en la presentación de la carne

El 65% de los encuestados manifestaron preferir su producto en bolsa y el 35% mencionó que preferían que fuera en bandeja. Si bien, la bandeja puede marcar características de estética e higiene, la mayoría de personas optó por la bolsa dada su versatilidad.

5.2.1 Resumen demanda de cortes de res

En síntesis de los resultados expresado anteriormente, se logra determinar que el 93% de los encuestados consumen carne de res, por otro lado, el 32% indicó que consumen con una frecuencia de 4 libras semanales.

5.3 Oferta

Se consultó a 69 distribuidores de carne de res, ubicados en la zona urbana de la ciudad de Catacamas sobre la oferta de carne de res y se obtuvieron los siguientes resultados:

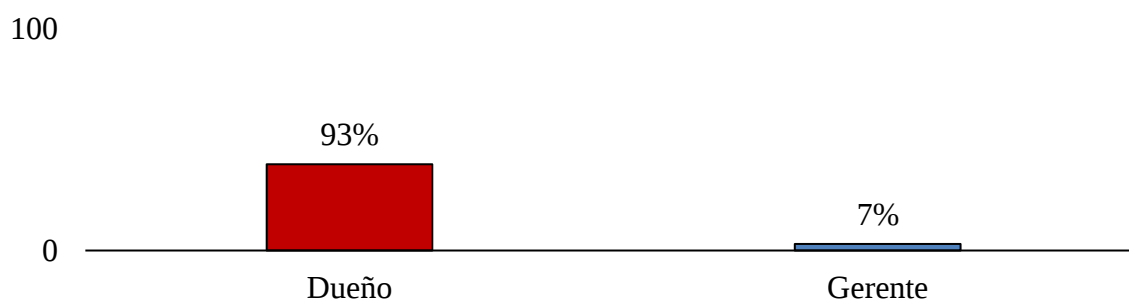


Figura 13. Cargo del encuestado

El 93% de los encuestados (Figura 13) son dueños del negocio estudiado, mientras que el 7% son los gerentes administrativos de los mismos.

En ambos casos, la información brindada fue de primera mano y de plena credibilidad para este estudio, por lo que ese criterio se toma como satisfactorio. Además, el 100% de los distribuidores consultados, afirmaron vender carne de res en sus respectivos negocios.

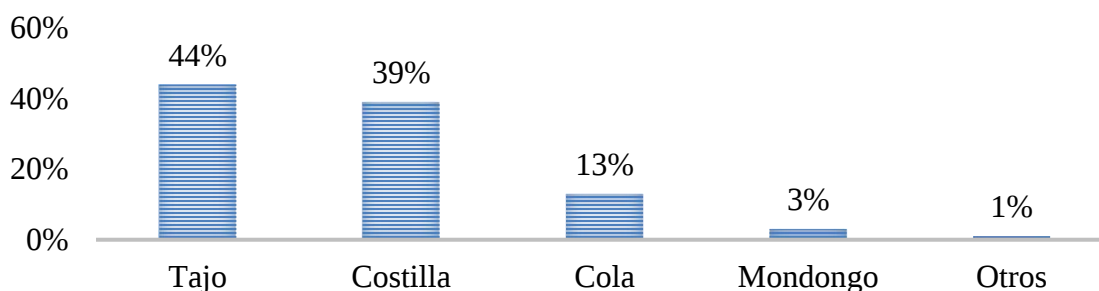


Figura 14. Cortes de carne de res más distribuidos

Según la información obtenida, el tajo, con un 44% (Figura 14) y la costilla, con un 39%, son los cortes más solicitados por los consumidores, siguiendo la cola con un 13%, el mondongo con un 3% y otros tipos de cortes con un 1%.

Al comparar estos resultados de la oferta (Figura 14) con los resultados de la demanda (Figura 10), se puede apreciar claramente que existe relación entre ambas observándose que el tajó y la costilla son los dos cortes de preferencia.

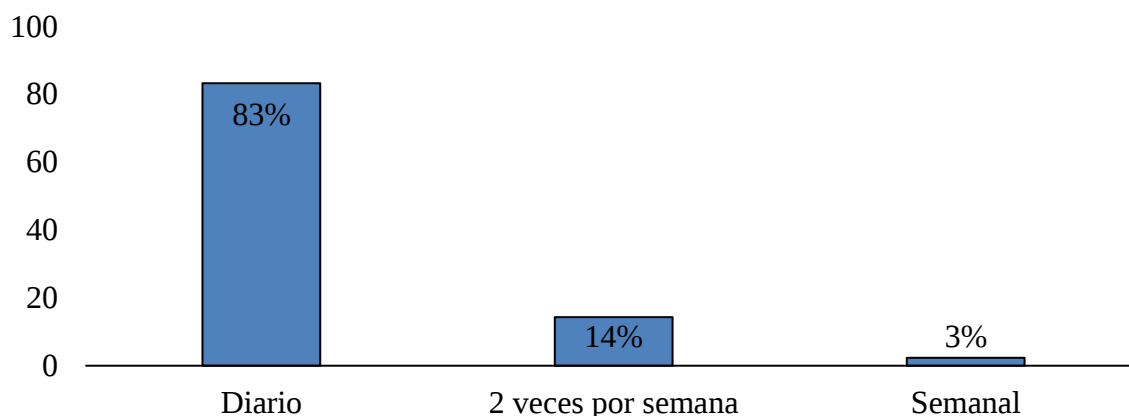


Figura 15. Frecuencia de compra para distribuidores

De los 69 distribuidores encuestados, el 83% indicó que suele abastecerse con carne de res diariamente (Figura 15), un 14% lo hace dos veces por semana y un 3% lo hace semanalmente.

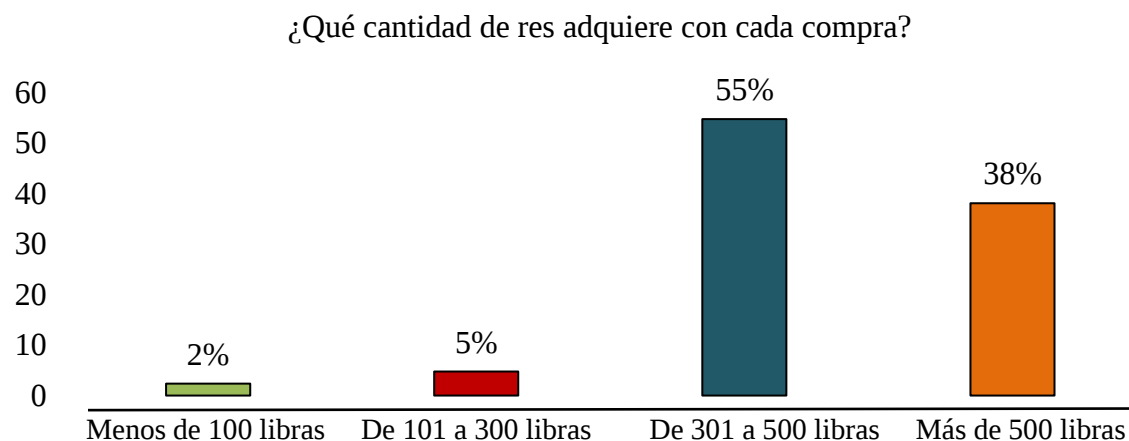


Figura 16. Cantidad de carne comprada por los distribuidores

El 55% de los distribuidores, indicaron que en cada compra adquieren de 301 a 500 libras de carne de res (Figura 16), el 38% indicó que compra más de 500 libras, mientras que otro 7% compra menos de 300 libras. Con la frecuencia de compra y la cantidad en libras que

demandan estos distribuidores, habría que valorar hasta dónde se puede cubrir la cuota de mercado o si, en dado caso, se puede suplir en su totalidad.

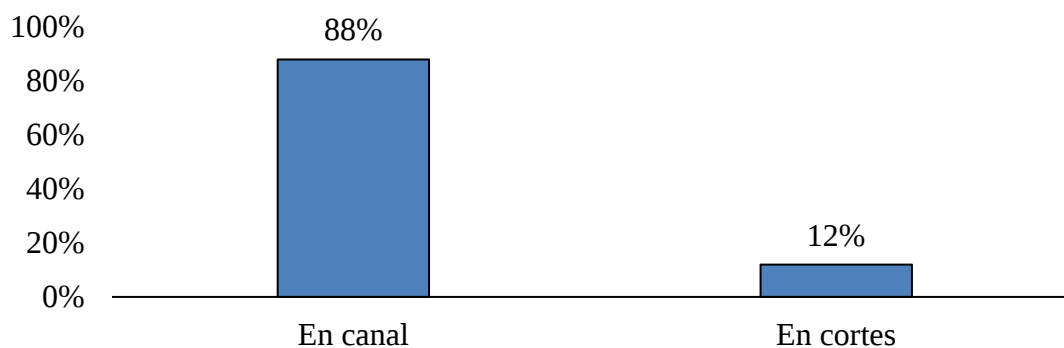


Figura 17. Preferencia de compra del distribuidor

Los distribuidores mencionaron que preferían adquirir la carne de res en canal, en un 88% (Figura 17), mientras que el 12% prefiere obtenerla en cortes ya separados.

Las razones por las cuales la mayoría de los distribuidores prefieren comprar la carne en canal es por el gran flujo de ventas por día que ellos tienen y por el porcentaje de dinero que se ahorran cuando compran en canal debido a que por ser cantidades mayores el precio por libra les sale más barato.

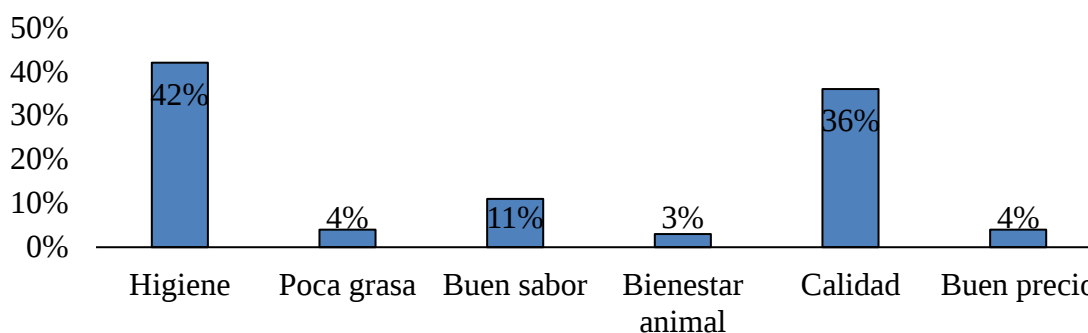


Figura 18. Características del producto que prefieren los distribuidores

El 42% de los encuestados (Figura 18) prefieren obtener productos con buena higiene, en segundo lugar, está la exigencia de la calidad con un 36%, luego con un 11% el buen sabor.

Las características como buen precio, bienestar animal y poca grasa representan menos del 5% cada uno. Este es el orden de importancia que le dan los distribuidores a las características del producto al momento de la compra para obtener mayores beneficios en su posterior distribución. Es importante mencionar que los distribuidores, al igual que los consumidores, le dan la misma importancia a las características que debe cumplir el producto, resaltando dos requisitos para la distribución y consumo de los cortes de res, como lo son la higiene y la calidad.

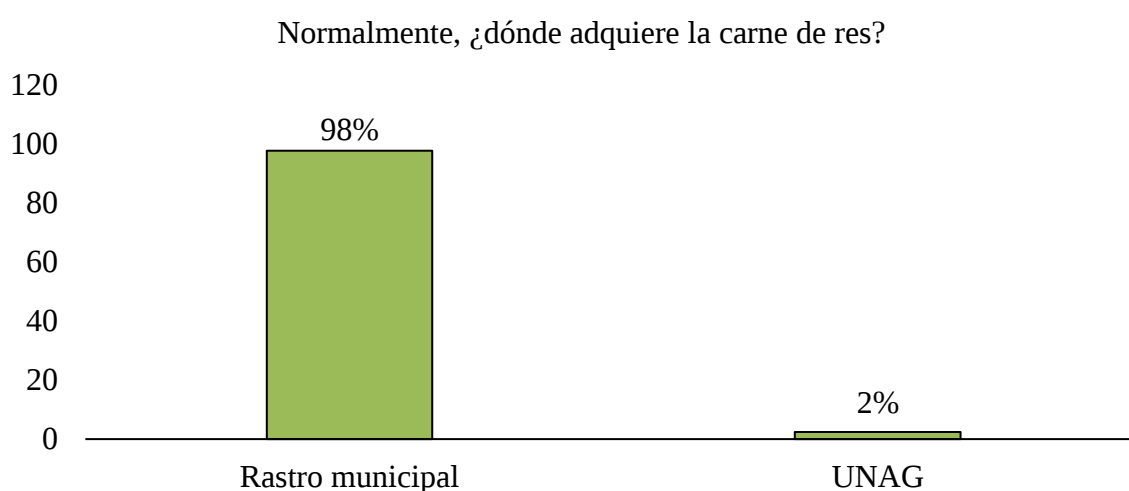


Figura 19. Lugar de adquisición del producto por los distribuidores

El rastro municipal con un 98% (Figura 19) es el lugar donde los distribuidores mayormente adquieren la carne de res. Como es de conocimiento local, el rastro ha venido funcionando desde hace varios años, supliendo la demanda de los consumidores y distribuidores de carnes en la ciudad de Catacamas. La UNAG se muestra como una opción, aunque solamente representa el 2%, razón por la cual es importante realizar los estudios necesarios para que la UNAG pueda posicionarse como distribuidor de productos cárnicos en el mercado de Catacamas.

5.4 Canales de distribución

Los canales de distribución utilizados para llegar al distribuidor y al consumidor final, se presenta de la siguiente forma:



Figura 20. Canales de distribución de carne

La ganadería bovina de carne es una de las principales actividades del sector agropecuario, que se desarrolla a lo largo y ancho de Honduras, principalmente en las zonas rurales. Desempeña un papel fundamental desde los enfoques económico y social, contribuyendo a la oferta nacional de carne. Además, es la principal fuente de divisas del sector. La producción de carne bovina se lleva a cabo principalmente en dos tipos de sistemas: el especializado sólo en la producción de carne y el sistema de doble propósito donde se obtiene leche y carne simultáneamente, este último se desarrolla en su mayoría en las regiones tropicales aportando aproximadamente el 46% de la carne que se consume en el país y concentrando el 45% del inventario bovino nacional.

Para el logro de una mayor fuerza comercial, se requiere que los ganaderos de Catacamas y alrededores adopten prácticas empresariales en la producción ganadera, esto significa, un mayor grado de formalización organizacional en el sector. Por otro lado, se deben asegurar de que la inocuidad alimentaria sea siempre una alta prioridad para los productores. Además de identificar las prácticas para la prevención de enfermedades animales y los programas de vigilancia, asegurando que los posibles riesgos se reduzcan al mínimo. Asimismo, deben detectar rápidamente cualquier problema y rastrearlo hasta su origen para aplicar medidas correctivas inmediatas. Por otro lado, el rastro municipal está destinado a la matanza de animales para el consumo humano, cuyas instalaciones deben cumplir con una serie de legislaciones y estar correctamente adecuadas para trabajar de forma adecuada y conseguir una matanza higiénica, de este se genera el abastecimiento y distribución para el mercado municipal, que es el encargado de llegar hasta el consumidor final.

5.6 Análisis FODA

De acuerdo al análisis FODA aplicado a los distribuidores de carne de res, en el cuadro 2 se muestran los siguientes factores de prioridad:

Cuadro 2. Resultados de prioridad del Análisis FODA.

FACTOR	RANGO	FACTOR	RANGO
Servicio al cliente	4	Suficiente personal	2
Agilidad	3	Ambiente	3
Calidad	4	Conocimiento del producto	3
Precio	3	Presentación	4
Ubicación	3	Diversidad de productos	3
Iluminación	2	Música clima	1
Limpieza	4	Señalización	2
Promociones	3	Formas de pago	3
Uniforme	2		

Fuente: Elaboración propia.

Al priorizar los factores que influyen en la compra del consumidor, se hace hincapié en los elementos de mayor relevancia como ser: el servicio al cliente, la calidad, la limpieza y la presentación. Con esto, se conoce mejor el segmento poblacional al que se llega y se estudia lo que se necesita para alcanzar a nuevos mercados, dentro o fuera de la ciudad o el departamento.

5.6 Estrategias de comercialización (Demanda)

La demanda de carne de res se estableció con el 93% de los consumidores encuestados, en su mayoría, prefieren comprar tajo y costilla de res. La frecuencia con la que la compran es de forma semanal y radica entre las 3 y las 5 libras por semana.

La mayoría de las personas espera que esta carne sea tratada con las medidas de higiene necesarias para el consumo humano, mientras que su venta se da más en el mercadeo municipal y supermercados.

Para que la demanda de carne de res sea satisfecha, el producto debe presentar las siguientes características que el consumidor prefiere (cuadro 3).

Cuadro 3. Factores estratégicos para la demanda de carne de res.

FACTOR	EXIGENCIA DEL MERCADO
Mayor producción de:	Tajo, costilla, cola
Características del producto:	Higiene, calidad
Empaque:	Bolsa
Puntos de venta:	Mercado municipal, supermercados
Publicidad:	Redes sociales y televisión

Fuente: Elaboración propia.

5.7 Estrategias de comercialización (Oferta)

La oferta de carne de res se estableció con un 100% de los encuestados, siendo los propios dueños de las carnicerías, mismas que compran la carne diariamente para su posterior distribución. Su rango de compra está establecido entre 151 a más de 200 libras de carne, la cual es adquirida en un 98% al rastro municipal de la ciudad de Catacamas.

Para que la oferta de carne de res sea satisfecha, el producto debe presentar las siguientes características que el distribuidor prefiere (cuadro 4)

Cuadro 4. Factores estratégicos para la oferta de carne de res.

FACTOR	EXIGENCIA DEL MERCADO
Libras diarias por distribuidor:	300 libras
Características del producto:	Higiene y calidad
Forma de adquisición:	En canal
Publicidad:	Redes sociales y televisión

Fuente: Elaboración propia.

VI. CONCLUSIONES

Se determinó el perfil de los consumidores, mismos que radican en edades mayormente de 20 a 40 años, siendo padres y madres de familia dedicados a oficios varios, proveniente de hogares conformados mayormente por 4 miembros y con ingresos menores a L. 5,000.00. Estas características definen el perfil socioeconómico de la muestra poblacional analizada.

Se estableció la demanda de carne de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas con un 93% de consumidores, con una exigencia de 59,520 libras por semana. La demanda representa el total de producto exigido por los consumidores en el mercado en Catacamas.

La oferta de carne de res en el mercado de Catacamas, se estableció con el 100% de los negocios estudiados, que son los 69 negocios que distribuyen la carne y cortes de res, obteniendo una oferta de 55,125 libras por semana, quedando 4,395 libras de demanda no cubierta por los actuales distribuidores, por tanto, un 7.39% de la demanda total.

Se hizo un análisis sobre los canales de distribución de cortes de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas, determinando que los principales elementos son los siguientes: productor, rastro municipal, mercado municipal y consumidor final. EL ganadero o productor lleva su ganado al rastro municipal, mismo que se encarga de distribuir a los carniceros del mercado municipal y estos, posteriormente distribuyen la carne al consumidor final que, en este estudio, es la población urbana de la ciudad de Catacamas.

Basado en la oferta, demanda y el FODA obtenidos por medio de las encuestas, se crearon una serie de estrategias que van desde el tipo de cortes que más deben comercializarse, las características exigidas por consumidores y distribuidores, el tipo de empaque, los puntos de venta más estratégicos y la publicidad adecuada para llegar al sector de mercado correcto.

VII. RECOMENDACIONES

Tomar en cuenta los gustos de los consumidores, mismos que van cambiando con el tiempo, por lo que es necesario estar en constante estudio de los mismos para innovar los productos al gusto popular.

Establecer reglas de higiene y presentación a empleados que están a cargo de los establecimientos de distribución, además de brindar un proceso de capacitación sobre cómo atender mejor a los clientes.

Dar a conocer los productos de la empresa a través de los medios de mayor difusión hoy en día, los cuales son redes sociales y televisión. Además de crear una marca que agregue valor a los productos y que, los mismos, logren establecerse en el mercado y la fidelidad de los consumidores.

Existe una demanda semanal insatisfecha de 4,395 libras de carne de res, por tanto, es factible que la tienda de ventas de la UNAG aproveche este margen insatisfecho y haga crecer su segmento poblacional.

BIBLIOGRAFÍA

- ALADI. (28 de Octubre de 2021). Tendencias del Comercio. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de https://www2.aladi.org/biblioteca/Publicaciones/ALADI/Secretaria_General/SEC_di/2900/2988.pdf
- Alibés, J. (2020). Ganadería y cambio climático: un acercamiento en profundidad. Fundación Entretantos y Plataforma por la Ganadería Extensiva y el Pastoralismo. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de http://www.ganaderiaextensiva.org/wp-content/uploads/2020/03/CuadernoEntretantos6_GanaderiayCC.pdf
- Arteaga, W. (2021). Gestión del sector agricultura al 2021: Hacia un desarrollo sostenible. Universidad de Lima. 10 pp. Recuperado el 12 de Febrero de 2022, de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/2410/Arteaga_Dona_yre_William.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Atlas Municipal. (2022). Catacamas (en línea). Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://inparsa.net/atlas/?q=node/250>
- BCH. (2021). Informe de Estabilidad Financiera. Banco Central de Honduras. Recuperado el 12 de Febrero de 2022, de <https://www.bch.hn/estadisticos/EF/LIBINFORMEIEF/IEF%20Junio%202021.pdf>
- BID. (2019). Intensificación sostenible de los sistemas ganaderos frente al cambio climático en América Latina y el Caribe: estado del arte. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Intensificaci%C3%B3n_sostenible_de_los_sistemas_ganaderos_frente_al_cambio_clim%C3%A1tico_en_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe_Estado_del_arte..pdf

- Bolsa de Comercio de Rosario. (2021). La importancia de la ganadería para la economía argentina. Informativo Semanal. AÑO XXXIX - N° Edición 2004. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://www.bcr.com.ar/es/print/pdf/node/86178>
- Burkart, S. (2020). COVID-19 y el sector ganadero bovino en Colombia: Desarrollos actuales y potenciales, impactos y opciones de mitigación. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/CIAT%20DT%20No.%20498%20%281%29.pdf>
- Calderón, J. (2019). Estructura y función de la cadena productiva de carne de bovino en la ganadería ejidal de Tecpatán, Chiapas, México. 16(2): 45-61 ISSN 0188789-0. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <http://www.ucol.mx/revaia/portal/pdf/2012/mayo/4.pdf>
- Canu, F. A. (2018). NAMA para un sector ganadero bajo en carbono y resiliente al clima en Honduras. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://unepdtu.org/wp-content/uploads/2018/01/honduras-livestock-spanish-final.pdf>
- CATIE. (2016). Sistema de Monitoreo de la Plataforma de Ganadería: Revisión y actualización del plan estratégico y plan de acción de corto y mediano plazo para el desarrollo de la Ganadería Sostenible en Honduras. Mi Ambiente +. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de https://repositorio.credia.hn/bitstream/handle/123456789/280/sistema_de_monitoreo_de_la_plataforma_de_ganaderia_revision_y_actualizacion_del_plan_estrategico_y_plan_de_accion_de_corto_y_mediano_plazo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CATIE. (2016). Estudio de mercado para carne y leche de sistemas sostenibles - Fase Inicial - CARTA DE ACUERDO Mi Ambiente+ con Programa Ganadería y Manejo del Medio Ambiente – GAMMACATIE Tegucigalpa, Honduras. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de https://repositorio.credia.hn/bitstream/handle/123456789/334/estudio_de_mercado_para_carne_y_leche_de_sistemas_sostenibles.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Central América. (2021). Carne bovina: Ventas centroamericanas crecen 16%. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Carne_bovina_Ventas_centroamericanas_crecen_24
- Crúz, M. (2020). Análisis del Sistema Bovino de la unidad de producción La Trinidad en la comunidad Anito del Municipio de Paiwas de la región autónoma de la costa caribe sur (RACCS) durante el período enero-marzo 2020. Tesis, Universidad Nacional Agraria, Camoapa, Boaco, Nicaragua. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://cenida.una.edu.ni/Tesis/tnl10c957.pdf>
- Espinoza, I. (2019). curso de metodología de la investigación (en línea). Recuperado el 24 de Enero de 2022, de http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/Discapacidad/Escolares/Criterios.de.Muestreo.Rev.IE_31_Oct_17.pdf
- FAO. (2022). Producción pecuaria en América Latina y el Caribe Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://www.fao.org/americas/prioridades/produccion-pecuaria/es/>
- García, A. (2016). Teoría económica de la producción ganadera (en línea). Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/14_13_06_Teoria_economica.pdf
- Hernández, J. (2020). ALC y el crecimiento de la demanda mundial de carne (en línea). Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <http://repiica.iica.int/docs/B0459e/B0459e.pdf>
- INE. (2019). Catacamas, Olancho: Origen del municipio (Documento en línea). Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://www.ine.gob.hn/V3/imagen-doc/2019/08/catacamas-olancho.pdf>
- Mercado, L. N. (2019). Guía práctica para Ganadería de Armonización: La ganadería sostenible para el Beni. Primera Edición, 2019. Recuperado el 13 de Febrero de 2022,

de <http://armoniabolivia.org/wp-content/uploads/2020/01/Gu%C3%ADa-Ganader%C3%ADa-Sostenible-baja.pdf>

Muñoz, A. (2020). La ganadería y su contribución al cambio climático La ganadería y su contribución al cambio climático. Publicación bajo licencia Creative Commons. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://www.tierra.org/wp-content/uploads/2020/09/Informe-Ganaderia-Cambio-climatico-Amigos-de-la-Tierra.pdf>

Myers, M. (2020). Ganadería y cría de animales (en línea). Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+70.+Ganader%C3%ADa+y+cr%C3%ADa+de+animales>

Naciones Unidas. (2021). Informe sobre el comercio y el desarrollo 2021. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2021overview_es.pdf

OCDE-FAO. (2020). OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2020-2029 Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/498ef94e-es.pdf?expires=1644788180&id=id&accname=guest&checksum=C4FEBD66C0E9E8689154DF84FB426808>

OMC. (2022). El papel del comercio en la resiliencia económica (en línea). Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr21_s/04_wtr21_s.pdf

Pérez, E. (2016). Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de http://ciat-library.ciat.cgiar.org/articulos_ciat/tropoleche/books/Evolucion_Ganaderia_Bovina_Paises_America_Central.pdf

Ramírez, J. (2009). Evolución de la Ganadería Bovina en Países de América Central: Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/208/1/AGN-2009-T031.pdf>

- SAG. (2017). Principales razas bovinas de leche y carne de Honduras. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://dicta.gob.hn/files/2007,-Principales-razas-ganado-bovino,-F.pdf>
- Teixeira, C. (2020). Ficha Técnica de Biodiversidad. Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://fundacionglobalnature.org/wp-content/uploads/2020/01/ganaderia.pdf>
- Villalobos, A. (2020). Origen del ganado bovino en América y sus relaciones con otras razas I Recuperado el 13 de Febrero de 2022, de <https://rumiantes.com/origen-ganado-bovino-america-sus-relaciones-otras-razas/>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a los consumidores de cortes de carne de res

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



El propósito del presente material de recolección de información, es para determinar la demanda existente de cortes de carne de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

Instrucciones: en cada apartado, tendrá una serie de opciones de las cuales tendrá que elegir la que más se relacione con su situación actual.

DATOS GENERALES

1. Género

- a) Femenino____
- b) Masculino____

2. Edad

- a) Menos de 25 años____
- b) De 25 a 40 años____
- c) Más de 40 años____

3. ¿Cuál es un estimado de sus ingresos mensuales?

- a) Menos de L. 5,000.00____
- b) De L. 5,000.00 a L. 10,000.00____
- c) De L. 10,000.00 a L. 15,000.00____
- d) Más de L. 15,000.00____

4. ¿De cuántos integrantes se compone su hogar?

- a) Menos de 3 integrantes____
- b) De 3 a 5 integrantes____
- c) Más de 5 integrantes____

5. ¿Cuántos de los integrantes de su hogar trabajan actualmente?

- a) Un integrante____
- b) Dos integrantes____
- c) Tres integrantes____
- d) Más de 3 integrantes____

DEMANDA

6. ¿Consume productos cárnicos de res?

- a) Sí____
- b) No____

7. ¿Con qué frecuencia compra productos cárnicos de res?

- a) Diariamente____
- b) Semanalmente____
- c) Mensualmente____
- d) Sólo en ocasiones especiales____

8. ¿Qué cantidad de productos cárnicos de res adquiere con cada compra?

R/ _____libras

9. ¿Qué característica le interesan más al momento de su compra?

- a) Calidad____
- b) Precio____
- c) Higiene____

d) Buena atención____

10. ¿Qué cortes de res compra mayormente?

a) Tajo____

b) Costilla____

c) Cola____

d) Mondongo____

e) Lomo____

f) Otro: _____

11. ¿Dónde compra normalmente sus productos cárnicos de res?

a) En el mercado municipal____

b) En el supermercado____

c) En la pulpería____

12. ¿Considera que el precio que paga, es justo?

a) Sí____

b) No____

13. ¿Qué presentación preferiría para los productos?

a) En bolsa____

b) En bandeja____

GRACIAS POR SU COLABORCIÓN

Anexo 2. Encuesta dirigida a los distribuidores de cortes de carne de res

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



El propósito del presente material de recolección de información, es para determinar la oferta existente de cortes de res en la zona urbana de la ciudad de Catacamas, departamento de Olancho.

Instrucciones: en cada apartado, tendrá una serie de opciones de las cuales tendrá que elegir la que más se relacione con su situación actual.

DATOS GENERALES

1. Cargo del encuestado

a) Dueño____

b) Gerente____

GENERALIDADES DEL PRODUCTO

2. ¿En su negocio distribuyen carne de res?

a) Sí____

b) No____

3. ¿Qué tipos de cortes de res distribuye?

- a) Tajo____
- b) Costilla____
- c) Cola____
- d) Mondongo____
- e) Lomo____
- f) Otro: _____

4. ¿Con que frecuencia se abastece de carne de res?

- a) Diariamente____
- b) Semanalmente____
- c) Mensualmente____

5. ¿Qué cantidad de carne de res adquiere con cada abastecimiento?

_____libras

6. La carne que adquiere, ¿la adquiere por corte o en canal?

- a) Corte____
- b) Canal____

7. ¿Qué corte prefieren sus clientes?

- a) Tajo____
- b) Costilla____
- c) Cola____
- d) Mondongo____
- e) Lomo____
- f) Otro: _____

8. ¿Qué espera del producto adquirido?

- a) Higiene____
- b) Poca grasa____
- c) Buen sabor____
- d) Accesibilidad____
- e) Bienestar animal____
- f) Calidad____

9. ¿Cómo prefiere la presentación de los productos cárnicos de res?

- a) Bandeja____
- b) Bolsa____

10. ¿Normalmente, donde adquiere los productos cárnicos de res?

- a) Rastro Municipal____
- b) El Corral____
- c) UNAG____
- d) Otros _____

11. ¿Cuál de las siguientes opciones le motivaría para distribuir mayor cantidad de productos cárnicos de res?

- a) Condiciones de pago____
- b) Precio____
- c) Sabor____
- d) Calidad____

12. Basado en su experiencia de compra en los lugares donde se abastece de carne de res, se le solicita llenar el siguiente cuadro con las características de dichos establecimientos:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Aplicación de las encuestas

