



PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN
FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO

Código: FO-ID-015

Fecha: 13-Oct-20

Versión: 01

Página: 1 de 116

PROHIBIDA SU COPIA

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 2 de 116

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL CÁRNICO BOVINO EN EL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL AÑO 2022

DIANA CAROLINA MALLAMA GUERRERO
 JIMENA ALEXANDRA BENAVIDES RODRIGUEZ

PROHIBIDA SU COPIA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA
 IPIALES
 2022

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 3 de 116

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL CÁRNICO BOVINO EN EL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL AÑO 2022

DIANA CAROLINA MALLAMA GUERRERO
 JIMENA ALEXANDRA BENAVIDES RODRIGUEZ

Proyecto de grado presentado como requisito para optar por el Título de Contador Público

Asesor:
 Esp. HAROLD DELGADO GUERRERO
 Economista

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA
 IPIALES
 2022



PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN
FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO

Código: FO-ID-015

Fecha: 13-Oct-20

Versión: 01

Página: 4 de 116

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma presidente del jurado

Firma jurado

Firma jurado

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 5 de 116

DEDICATORIA

A DIOS por ser el pilar fundamental de nuestra existencia, por darnos la vida, la salud, la fortaleza, sabiduría e inteligencia para poder avanzar cada día en nuestro crecimiento tanto personal como profesional, por iluminar nuestra mente y ser el orientador en cada paso que damos, guiándonos siempre a ser mejores seres humanos.

Dedicamos también este trabajo a nuestras familias quienes son la motivación para superarnos día a día, agradecemos por su arduo esfuerzo y amor incondicional que sin importar las circunstancias siempre contamos con su apoyo, ánimo y motivación para nunca desfallecer en el intento y siempre perseverar y persistir por alcanzar nuestra felicidad con el logro de nuestras metas.

PROHIBIDA SU COPIA

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 6 de 116

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradecemos a la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño por abrir sus puertas para brindarnos una excelente formación profesional, igualmente a los docentes que con sus conocimientos y apoyo nos guiaron para seguir adelante con nuestra profesión.

Agradecemos también a nuestro asesor especialista Harold Delgado, por la orientación, dedicación y guía para concluir con éxito este proyecto de grado.

Y para finalizar expresamos nuestro profundo agradecimiento a todas las personas que fueron partícipes de nuestro estudio: establecimientos comerciales cárnicos bovino de la ciudad Ipiales, cámara de comercio, alcaldía municipal y demás entidades que, de una forma u otra, intervinieron en el desarrollo y culminación satisfactoria de este proyecto.

PROHIBIDA SU COPIA

	 PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 7 de 116

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN ANALITICO DE ESTUDIO – RAE	13
INTRODUCCIÓN	21
1. TITULO	23
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	24
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	24
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	25
2.3 JUSTIFICACIÓN.....	25
3. OBJETIVOS.....	27
3.1 OBJETIVO GENERAL	27
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	27
4. MARCO REFERENCIAL	28
4.1 MARCO CONTEXTUAL	28
4.1.1 Macro contexto: Sector comercio en la economía de Colombia.	28
4.1.2 Micro contexto: Sector comercial del Municipio del Ipiales.	35
4.2 MARCO TEÓRICO	41
4.2.1 Antecedentes.....	46
4.2.2 Referentes teóricos.....	47
4.2.2.1 Diagnóstico	47
4.2.2.2 Análisis PESTEL.....	48
4.2.2.3 Investigación de mercados	49
4.2.2.4 Teoría de las 4 P	50
4.2.2.5 La matriz de Boston Consulting Group	52
4.2.2.6 El análisis de las cinco fuerzas de Porter	54
4.3 MARCO CONCEPTUAL	57
4.4 MARCO LEGAL	59
5. DISEÑO DE ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	63
5.1 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	63
5.1.1 Línea institucional.....	63
5.1.2 Línea del programa.....	63
5.1.3 Sub-línea	63
5.2 ENFOQUE	63
5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	63
5.4 MÉTODO	64

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 8 de 116

5.5	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO INVESTIGATIVO.....	64
5.5.1	Determinación de la población.....	64
5.5.2	Fuentes de información	66
6.	INFORME DE RESULTADOS	68
6.1	ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	68
6.2	DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DEL SECTOR COMERCIALIZADOR DE CARNE BOVINA EN LA CIUDAD DE IPIALES.	86
6.3	ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DEL MERCADEO DE CARNE BOVINA.	89
6.4	ANÁLISIS DE CONDICIONES SOCIALES DEL SECTOR COMERCIALIZADOR DE CARNE BOVINA EN LA CIUDAD DE IPIALES.	95
6.5	ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS DEL SECTOR COMERCIALIZADOR DE CARNE BOVINA EN MUNICIPIO DE IPIALES.....	99
6.5.1	Matriz de Boston	99
6.5.2	Análisis de tendencias del mercado:.....	101
6.5.2.1	Rivalidad entre los competidores existentes.....	102
6.5.2.2	Poder de negociación de los proveedores.....	103
6.5.2.3	Poder de negociación de los clientes.....	104
6.5.2.4	Amenazas de nuevos competidores.....	105
6.5.2.5	Amenazas de productos sustitutos.....	105
	CONCLUSIONES	
	RECOMENDACIONES	
	BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFIA	
	ANEXOS	

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 9 de 116

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Indicadores de la ganadería de carne en los primeros 20 países productores.....	32
Tabla 2. Población bovina por municipio en el departamento de Nariño	34
Tabla 3. Indicadores productivos por orientación del hato y nivel de tecnología .	35
Tabla 4. Cámara de Comercio de Ipiales. Número de sociedades en la jurisdicción por actividad económica según estado de la matrícula. 2020 - 2021.....	39
Tabla 5. Cámara de Comercio de Ipiales. Suma de activos de las sociedades en la jurisdicción por actividad económica según estado de la matrícula. 2020 – 2021. (En millones de pesos corrientes)	40
Tabla 6. Estudios anteriores de referencia	42
Tabla 7. Normograma	59
Tabla 8. Listado carnicerías del municipio de Ipiales.....	64
Tabla 9. Genero.....	68
Tabla 10. Edad	69
Tabla 11. Estrato	70
Tabla 12. Nivel educativo	71
Tabla 13. Tipo de propiedad del local.....	72
Tabla 14. Número de personas a cargo	73
Tabla 15. Ingresos medios netos mensuales.....	74
Tabla 16. Régimen de salud.....	75
Tabla 17. Cotización a seguridad social	76
Tabla 18. Registro de cámara de comercio	77
Tabla 19. Actualización de RUT	78
Tabla 20. Registro de industria y comercio.....	79
Tabla 21. Permisos sanitarios.....	80
Tabla 22. Régimen tributario.....	81
Tabla 23. Número de trabajadores	82
Tabla 24. Abastecimiento de carne bovina	83
Tabla 25. Procedencia del abastecimiento de carne bovina.....	84
Tabla 26. Exhibición de lista de precios.....	85
Tabla 27. Precio de carne bovina vs. otros tipos de carnes	86
Tabla 28. Matriz de consolidación de datos FACTORES ECONÓMICOS	87
Tabla 29. Análisis de las 4p	90
Tabla 30. Matriz de consolidación de datos: Aspectos sociales	95

		Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 10 de 116

TABLA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Análisis FODA de la transición climática	29
Figura 2. Cadena de valor del ganado bovino colombiano	30
Figura 3. Mapa de Ipiales	36
Figura 4. Análisis PEST	49
Figura 5. Cuota de mercado.....	54
Figura 6. Modelo de las cinco fuerzas.....	55
Figura 7. Ciclo de vida del producto	100
Figura 8. Matriz de Boston del comercio de carne bovina en Ipiales.	100
Figura 9. Las 5 fuerzas de PORTER.....	102
Figura 10. Rivalidad entre los competidores existentes.....	102
Figura 11. Poder de negociación de los proveedores.....	103
Figura 12. Poder de negociación de los clientes.....	104
Figura 13. Amenazas de nuevos competidores.....	105
Figura 14. Amenazas de productos sustitutos.....	105

PROHIBIDA SU COPIA

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 11 de 116

TABLA DE GRAFICA

	Pág.
Gráfica 1. Genero	69
Gráfica 2. Edad.....	70
Gráfica 3. Estrato.....	71
Gráfica 4. Nivel educativo.....	72
Gráfica 5. Tipo de propiedad del local	73
Gráfica 6. Número de personas a cargo.....	74
Gráfica 7. Ingresos promedios.....	75
Gráfica 8. Régimen de salud	76
Gráfica 9. Cotización a seguridad social.....	77
Gráfica 10. Inscripción cámara de comercio.....	78
Gráfica 11. Actualización de RUT.....	79
Gráfica 12. Pago secretaría de hacienda	80
Gráfica 13. Permisos sanitarios.....	81
Gráfica 14. Régimen tributario.....	82
Gráfica 15. Número de trabajadores	83
Gráfica 16. Abastecimiento de carne bovina	84
Gráfica 17. Procedencia del abastecimiento de carne bovina	85
Gráfica 18. Exhibición de lista de precios	86

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 12 de 116

TABLA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato de encuesta a expendedores de carne de bovino de la ciudad de Ipiales.....	111
Anexo B. Lista de chequeo a expendedores de carne de bovino de la ciudad de Ipiales	115

PROHIBIDA SU COPIA

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 13 de 116

RESUMEN ANALITICO DE ESTUDIO - RAE

Programa académico	Contaduría Pública
Fecha de elaboración de RAE	18 de octubre del 2022
Autores	BENAVIDES RODRIGUEZ, Jimena Alexandra MALLAMA GUERRERO, Diana Carolina
Asesor	DELGADO GUERRERO, Harold
Título	DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL CÁRNICO BOVINO EN EL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL AÑO 2022.

PALABRAS CLAVES:

Crecimiento Económico: Hace referencia al incrementó que se presenta en la producción de bienes y servicios radicados en la economía y que se observa o determina de un periodo a otro. El cálculo de crecimiento se realiza de manera comparativa, estimando los resultados.

Competitividad: Capacidad o habilidad de mantener un producto en el mercado y aumentar su participación en mismo.

Diagnóstico: Hace referencia al análisis o estudio con el que se puede contar para determinar alguna situación especial y al tiempo se permita hacer identificación sobre sus tendencias.

Demanda: Es la cantidad de bienes o servicios que son solicitados en un mercado, teniendo en cuenta la economía y el precio de estos por parte de los clientes.

Faenamiento: Es el proceso que se realiza con el rigor sanitario para el sacrificio de un animal bovino, con el fin de generar la obtención de porciones de carne favorables para ser consumidas por las personas.

Ingresos: Habla sobre el incremento de los recursos económicos. Este concepto se relaciona con el contexto de activos y pasivos, puesto a que su vez hace referencia a la recuperación de los activos.

Oferta: Se reconoce como la cantidad de productos y/o servicios de las instituciones o los ofertantes pueden vender en un mercado, para ello se tiene en cuenta factores como el precio y el periodo tiempo en el cual se pueda ejecutar y que con ellos se pueda generar la satisfacción de necesidades por parte de los clientes.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 14 de 116

Productor: Aquella persona natural o jurídica que dirige la unidad productora agropecuaria y toma las principales decisiones sobre el cultivo de plantas, la cría de animales, las practicas agropecuarias, el uso sobre los medios de producción y la renta de los productos agropecuarios.

Salubridad: Palabra relativa al área de salud, considerado como el estado en el que se puede determinar en una persona, un completo bienestar en sus contextos físico mental y social.

UPA cárnica: Se refiere a las Unidades Productiva Agropecuarias cuya orientación productiva es la ganadería doble propósito y la producción de carne.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Después de enfatizar en la importancia que reviste esta actividad comercial para la economía del Municipio de Ipiales donde El Comercio al por Mayor y Menor está compuesto por 6.485 empresas de acuerdo a los registros de Cámara de Comercio de Ipiales y donde se tiene que solamente cerca de 44 establecimientos dedicados a la distribución de carne, cuentan con registro mercantil expedida por esta entidad, lo que nos lleva a inferir que existe algún grado de informalidad dentro del desarrollo del comercio de este producto cárnico de bovino en este municipio.

Por otra parte, de acuerdo a los informes de la oficina de Planeación Municipal y Urbanismo del Municipio de Ipiales el área geográfica urbana y rural está conformado por 148 Barrios y donde en cada barrio en promedio existen dos puntos de venta o expendio de carne en general donde la carne de bovino se considera, es una de las más demandadas dentro de la dieta alimenticia del municipio.

En cuanto a conocimientos previos que permitan conocer más a fondo a cerca de las condiciones tanto económicas sociales, y en general que describa la manera como se desarrolla la dinámica de este sector se tiene que por parte de la Alcaldía Municipal de Ipiales, Cámara de Comercio de Ipiales, u otro ente tanto público como privado no han adelantado estudio alguno que muestre las condiciones de carácter comercial, administrativo, legal y social de este sector más aún si se tiene en cuenta cada uno de estos aspectos, es necesario saber en qué forma se presenta la oferta y la demanda del bien así mismo de los precios, entender si la oferta y la demanda son determinantes de los precios del producto o si las disposiciones de gobierno son las que imperan dentro del sector para determinarlos; en los aspectos administrativos poder entender cómo se organiza este gremio en forma general, que tipo de registro mercantil utilizan desde el punto de vista de su figura jurídica más frecuente, y determinar así el grado de formalidad o informalidad; cumplimiento de las diferentes normas ambientales, laborales y administrativas entre otros aspectos; también los aspectos sociales que caracterizan y que le son propios del sector,

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 15 de 116

como por ejemplo generación de empleo, niveles de educación, edad, sexo, de las personas que desempeñan dicho comercio, son aspectos que no cuentan con datos e información actualizada que permita conocer de una manera detallada el estado situacional del sector.

Una de las principales observaciones que se puede hacer respecto a lo anterior es que si no se tiene información oportuna y pertinente de la dinámica y comportamiento de los sectores económicos no se puede dar lugar a los elementos claves acerca de acontecimientos futuros, es decir, predecir lo que podrá o no suceder, así como la consideración de escenarios alternativos, o diversas condiciones favorables o desfavorables relacionados con los comportamientos de los puntos de interés del sector, ya sea en lo interno o externo, en lo administrativo, económico o legal.

Es por eso que se plantea el desarrollo del presente trabajo basado en una metodología apropiada siguiendo los pasos y los criterios de la investigación que permitan una interpretación acercada a la realidad del desempeño del sector a través de la recopilación de datos e información suficiente para elaborar un informe que llene los vacíos de herramientas necesarias para tomar ciertas decisiones administrativas ya sea por parte de entidades públicas o privadas o por parte de los agentes directamente involucrados en este tipo de comercio.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo el estudio diagnóstico del sector comercial cárnico bovino del municipio de Ipiales permitirá conocer sus aspectos económicos, sociales y de tendencias en el desempeño de la actividad para el año 2022?

CONTENIDO

El proyecto de investigación titulado “DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL CÁRNICO BOVINO DEL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL AÑO 2022” está dividido en 6 capítulos, el primer capítulo corresponde a la descripción del título, en el segundo capítulo se hace la presentación del planteamiento del problema de investigación, en el tercer capítulo encontramos la formulación los objetivos, tanto general como específicos, en el cuarto capítulo se muestra el marco referencial, en el quinto capítulo se presenta el diseño del aspecto metodológico y en el sexto capítulo se encuentra el informe de resultados del proyecto, como respuesta al alcance de cada uno de los objetivos específicos planteados por la investigación como son:

- Descripción de las condiciones económicas de la actividad comercial de carne bovina en el municipio de Ipiales.

	 PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 16 de 116

- Análisis de las variables y componentes del mercado.
- Descripción de las condiciones sociales del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales.
- Análisis de las tendencias del mercado de carne bovina en el municipio de Ipiales.

Que en brevedad se logró mostrar su papel significativo en términos económicos que presenta este sector como generador de ingresos y como satisfactor de una necesidad tan vital como es la alimentaria. Así mismo los beneficios de carácter social son relevantes a la vez que contribuyen al bienestar desde la generación de beneficios laborales, participación incluyente de actores de diferentes edades, sexo, estratos sociales, entre otras variables, con características de mercados muy sensibles que requieren la participación de autoridades públicas para su regulación, y finalmente un mercado con tendencias de baja competencia de clientes y baja competencia de proveedores y comerciantes.

DISEÑO DE ASPECTO METODOLÓGICO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Línea de investigación institucional: Línea Empresarial.

Línea del programa: Desarrollo y gestión administrativa.

Sub línea: Creación y desarrollo empresarial.

Enfoque investigativo: Para el proyecto se tiene en cuenta el enfoque de tipo cuantitativo, teniendo en cuenta que para ello utiliza métodos en el que se permite la recolección y análisis de datos con el propósito de dar contestación a la pregunta de investigación, con técnicas incluidas como son la observación no estructurada, entrevistas abiertas a personas que trabajan o se encuentran involucradas en el sector, como también la revisión de documentos relacionados. Se considera como un adecuado procedimiento el enfoque cuantitativo, pues gracias a su efectividad se puede tener en cuenta la realidad de las empresas que trabajan en el sector, en este caso el de aquellas que comercializan la carne de bovino en el municipio de Ipiales.

Tipo de investigación: Teniendo en cuenta la investigación descriptiva se puede analizar y determinar el conjunto de componentes que hacen relación a un estudio diagnóstico en el sector cárnico, entre ellos los proveedores, los diferentes canales

	 PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 17 de 116

de distribución y el mercado en el que se desarrolla. Con ello se busca determinar las propiedades, características y perfiles de propietarios, trabajadores, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura, como también su comportamiento.

Método de investigación: Analítico para poder aplicar este método se tiene en cuenta la utilización de herramientas que ayudan al estudio diagnóstico de las relaciones esenciales y fundamentales en el objeto de estudio, en este caso, la comercialización de carne de bovino en el municipio de Ipiales.

Determinación del universo investigativo: 44 establecimientos legalmente registrados en cámara de comercio, dedicados a la actividad de distribución de producto de carne de bovino.

Fuentes de información:

Fuente primaria: Propietarios de los establecimientos comerciales.

Fuentes Secundarias: Revisión documental, libros revistas e internet.

CONCLUSIONES:

De la mejor manera se termina y se presente denominado “DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL CARNICO BOVINO EN EL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL AÑO 2022”, donde se ha desarrollo cada uno de los objetivos propuestos y a manera de conclusiones se tiene los siguientes hallazgos.

Con respecto al primer objetivo, con la ayuda de la aplicación de la encuesta, su respectiva tabulación y análisis se halló, que con base a los aspectos económicos se puede considerar a este sector muy importante para la economía de este municipio, por cuanto es ampliamente dinamizador de la economía como generador de fuentes de trabajo y de ingresos que nutren en buena medida a las instituciones públicas a través del pago de sus respectivos impuestos y tasas que son utilizadas para revertirlos en programas sociales en favor de la comunidad como inversión pública ya sea de infraestructura o gastos de funcionamiento pero siempre sirviendo como instrumento de dinámica de la economía en general propendiendo por la mejora permanente de las condiciones de vida de los habitantes.

El pago de los diferentes cánones de arrendamiento que como se pudo observar, la mayor parte de establecimientos no son dueños de sus locales, por lo tanto, esta actividad genera ingresos para sus dueños en forma de arrendamientos o del lucro que generan los recursos recibidos por los contratos de empeño o anticresis de estos locales.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 18 de 116

Se observa que esta actividad comercial de carne bovina en el municipio de Ipiales se provee en gran medida de la producción ganadera tanto de las fincas del municipio de Ipiales como de los municipios de la Ex-Provincia de Obando y otros municipios del Departamento de Nariño, convirtiéndose en un eslabón fundamental para el desarrollo de este sector ganadero que por cierto también es una de las actividades líderes en la economía para Nariño.

Con el desarrollo del segundo objetivo, utilizando la metodología de las 4Ps, análisis de mercado se logró identificar las características de las variables del mercado lo que permite concluir que el tamaño del mercado es amplio para la cobertura de 44 establecimientos, por cuanto la población urbana a la que está dirigida su atención cuenta con más de 120,000 habitantes y cerca de 27.468 hogares de acuerdo a los datos del Plan de Desarrollo del Municipio de Ipiales 2020 –2023, y que por tratarse de un producto de mucha incidencia en términos de salubridad y de mucho cuidado para el desarrollo del ser humano, se ejercen controles de carácter sanitario y por su sensibilidad con la demanda también existen controles en cuanto a la fijación de precios para este tipo de producto y dicho precio no se establece por acciones de las fuerzas de mercado (Oferta y Demanda), sino que es fijado por la autoridad municipal, a través de una lista de precios al público.

El tercer objetivo, los datos e información suministrada por la encuesta permitió encontrar los grandes aportes que realiza este sector desde el punto de vista de los aspectos sociales que le son propios a la actividad comercial de carne bovina en la ciudad de Ipiales y que es consecuente con los aportes en términos económicos, por cuanto se convierte en amplia generadora de empleo con amplios criterios de inclusión donde se vinculan tanto hombres y mujeres y posiblemente de otras manifestaciones sexuales, aunque en la encuesta no se pudo constatar este tema, pero lo cierto es que los hombres son los que en mayor medida se dedican a esta actividad, esto tal vez, porque la actividad es tediosa y requiere de más fuerza física para la movilidad del producto y consecuentemente a lo anterior la edad más ocupada en la activada son jóvenes que están entre los 25 años y 36 años.

El nivel educativo es muy importante resaltar, ya que en esta actividad se encuentran una buena población de personas que tienen formación profesional y técnica, y es muy poquita la población con estudios básicos primarios, lo que se convierte en una fortaleza para garantizar la prestación del servicio con eficiencia y responsabilidad.

Así mismo el objetivo cuarto, después de aplicar la metodología de análisis de las cinco fuerzas de Porter, permitió encontrar el comportamiento situacional y tendencial del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales, donde se pudo conocer claramente el tipo del producto su ciclo de vida y el tipo de mercado al que atiende y satisface en cuanto a la necesidad alimentaria, que su

		Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 19 de 116
PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO		

lento crecimiento está ligado al crecimiento poblacional estimado en un 0,5% mensual, la matriz de Boston nos permitió catalogar al producto carne de bovino como un producto VACA, por cuanto se considera un producto líder en el tema financiero del sector, en la medida que es el que más genera ingresos a los establecimientos de comercialización de carne de bovino, si se tiene en cuenta que los mismos, en procura de apalancarse financieramente también distribuyen otros tipos de carne como de cerdo, pollo y embutidos.

RECOMENDACIONES:

En referencia al **objetivo uno**, tomando como base la información de las 44 entidades que se encuentran registradas en Cámara de Comercio, y conociendo que Ipiales cuenta con cerca de 148 barrios, también se pudo constatar que existen barrios que tienen más de un establecimiento de comercialización de carne bovina, lo que permite inferir que existen varios establecimientos que no tienen registro mercantil y que posiblemente no tienen registro de Industria y Comercio y están ejerciendo esta actividad en condiciones ilegales, por cuanto **se recomienda** para próximos estudios tener en cuenta realizar un estudio de la actividad informal de comercio de carne bovina en el municipio de Ipiales.

Con respecto al **objetivo dos**, se tiene que el producto, el precio, la plaza y la promoción de este producto requieren siempre una permanente intervención por parte de las autoridades, por lo que se recomienda tener mucha atención en las variaciones y dinámicas que va teniendo, para no tener problemas en temas de precios, salud, especulación, entre otros aspectos.

En cuanto al **objetivo tres**, los comerciantes de carne bovina en el Municipio de Ipiales manifestaron haber tenido problemas en el año anterior y en algunas circunstancias en este año con respecto al desabastecimiento debido a que el Centro de Faenado Municipal, ha sido objeto de intervención por parte de Corponariño y el Instituto Departamental de Salud por incumplimiento de condiciones ambientales por parte de este centro de sacrificio, por lo que **se recomienda** a los actores directamente involucrados en la actividad de la cadena del valor del mercado de la carne bovina buscar acercamientos para motivar a las autoridades municipales para dar una solución definitiva a este problema, ya sea adjudicando los recursos para la respectiva construcción de un nuevo centro de sacrificio con el cumplimiento de los requerimientos legales.

Finalmente, el **cuarto objetivo** invita a recomendar estar atentos a todos los cambios y efectos que está produciendo la economía mundial con consecuencias inflacionarias ocasionadas por el encarecimiento de los insumos para la producción de carne y por ende afectando los precios de comercialización, los mismos que al final van en detrimento de la capacidad adquisitiva de los hogares, y **se recomienda**

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 20 de 116

entonces aplicar medidas encaminadas a buscar soluciones desde lo local para producir insumos con los recursos propios de la región, y para eso es necesario convocar a la voluntad política local para adelantar y facilitar las iniciativas privadas.

BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA

Mahecha, L., & Gallego, L. (2002). Situación actual de la ganadería de carne en Colombia y alternativas para impulsar su competitividad y sostenibilidad. Obtenido de Downloads/DialnetSituacionActualDeLaGanaderiaDeCarneEnColombiaYAlte-3242901%20(2).pdf

Porter, M. (1990). diamante de la competitividad. Obtenido de: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/03_09_Diamante_de_Competitividad.pdf.

GOMEZ DE CASTRO, A. M., VALLE, S. M., & NEVES, C. M. (2002). Cadena productiva: Marco conceptual para apoyar la prospección tecnológica. SCIELO.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 7ª Ed. México. Mc Graw Hill, 2013.

OSTERWALDER, Alexander. Generación de modelos de negocio. Stigma Edition, Suiza 2015.

LONDOÑO, J, GONZALO, Juan. Las P's de Mercadeo. AD- minister, Universidad EAFIT, Medellín2008.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 21 de 116

INTRODUCCIÓN

El sector comercializador de carne bovina en el Municipio de Ipiales es considerado de mucha importancia en el desarrollo social y económico para la gran mayoría de la sociedad y del componente humano de quienes aquí habitan, en primer lugar por cuanto la necesidad alimentaria requiere de la distribución de este bien como lo es la carne de bovino que es esencial para el consumo de todos los hogares, como componente de la dieta alimenticia, a la vez que todos los individuos necesitan ingerir proteínas, vitaminas, grasas y minerales que están contenidas en este producto, entre otros elementos en mención y que son fundamentales dentro del desarrollo del cuerpo humano y para garantizar un desarrollo personal de forma saludable.

Así mismo, desde el punto de vista social, esta actividad se constituye en un determinante especial para el desarrollo de un grupo de personas con capacidades empresariales y de comercialización que de una u otra manera con sus diferentes características de sexo, edades, niveles de educación, estrato social, entre otros aspectos, dentro del Municipio de Ipiales, han influido para el desarrollo personal en cuanto a lo cultural, familiar y de generación de bienestar en la población directa e indirectamente afectada.

Por otra parte el estudio de este sector se realizó con el propósito de identificar la importancia del sector, destacando su aporte desde el punto de vista económico por cuanto la actividad de la comercialización de la carne bovina en el Municipio de Ipiales también es generadora de empleo a la vez que con ello es posible no solo incidir en los ingresos de las familias dedicadas a la actividad comercial, si no también convirtiéndose en una opción como generadora de renta o ingresos públicos en la medida que dependiendo del grado de formalización sea proveedora de tributos o erogaciones a favor del municipio.

Así pues, se consideró necesario adelantar el presente estudio diagnóstico de este sector económico de Ipiales para el año 2022, teniendo en cuenta la necesidad sentida de antecedentes que muestren el interés en el conocimiento y caracterización del sector comercial de carne bovina en este municipio con el fin de tener las bases sólidas que permitan conocer su situación actual en términos de sus aspectos económicos, sociales, de mercado y las tendencias del desarrollo de esta actividad, para tener así una información suficiente que identifique de forma detallada las características sociales y económicas de este sector y su proyección de tendencias futuras con respecto a las expectativas del mercado.

Este estudio diagnóstico requirió de la observación de algunos aspectos primordiales que le son propios de la dinámica de la actividad del comercio y

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 22 de 116

distribución de carne de bovino en este municipio como son: Aspectos económicos, aspectos sociales, aspectos del mercado y sus tendencias generales.

A continuación, se presenta el desarrollo de la investigación de la siguiente manera, dividida en correspondientes capítulos.

El primer capítulo corresponde a la descripción del título, en el segundo capítulo se hace la presentación del planteamiento del problema de investigación, en el tercer capítulo encontramos la formulación los objetivos, tanto general como específicos, en el cuarto capítulo se muestra el marco referencial, en el quinto capítulo se presenta el diseño del aspecto metodológico y en el sexto capítulo se encuentra el informe de resultados del proyecto, como respuesta al alcance de cada uno de los objetivos específicos planteados por la investigación como son:

- Descripción de las condiciones económicas de la actividad comercial de carne bovina en el municipio de Ipiales.
- Análisis de las variables y componentes del mercado
- Descripción de las condiciones sociales del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales.
- Estudio de las tendencias del mercado de carne bovina en el municipio de Ipiales.

Se cierra el informe con las respectivas conclusiones y recomendaciones: Que en brevedad se logró mostrar su papel significativo en términos económicos que presenta este sector como generador de ingresos y como satisfactor de una necesidad tan vital como es la alimentaria. Así mismo los beneficios de carácter social son relevantes a la vez que contribuyen al bienestar desde la generación de beneficios laborales, participación incluyente de actores de diferentes edades, sexo, estratos sociales, entre otras variables, con características de mercados muy sensibles que requieren la participación de autoridades públicas para su regulación, y finalmente un mercado con tendencias de baja competencia de clientes y baja competencia de proveedores y comerciantes, para luego, teniendo en cuenta estos hallazgos dejar plasmadas cuatro recomendaciones correspondientes a cada objetivo resuelto en este estudio.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 23 de 116

1. TITULO

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL CÁRNICO BOVINO EN EL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL AÑO 2022.

PROHIBIDA SU COPIA

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 24 de 116

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Después de enfatizar en la importancia que reviste esta actividad comercial para la economía del Municipio de Ipiales donde El Comercio al por Mayor y Menor está compuesto por 6.485 empresas de acuerdo a los registros de Cámara de Comercio de Ipiales y donde se tiene que solamente cerca de 44 establecimientos dedicados a la distribución de carne, cuentan con registro mercantil expedida por esta entidad, lo que nos lleva a inferir que existe algún grado de informalidad dentro del desarrollo del comercio de este producto cárnico de bovino en este municipio.

Por otra parte, de acuerdo a los informes de la oficina de Planeación Municipal y Urbanismo del Municipio de Ipiales el área geográfica urbana y rural está conformado por 148 Barrios y donde en cada barrio en promedio existen dos puntos de venta o expendio de carne en general donde la carne de bovino se considera, es una de las más demandadas dentro de la dieta alimenticia del municipio.

En cuanto a conocimientos previos que permitan conocer más a fondo a cerca de las condiciones tanto económicas sociales, y en general que describa la manera como se desarrolla la dinámica de este sector se tiene que por parte de la Alcaldía Municipal de Ipiales, Cámara de Comercio de Ipiales, u otro ente tanto público como privado no han adelantado estudio alguno que muestre las condiciones de carácter comercial, administrativo, legal y social de este sector más aún si se tiene en cuenta cada uno de estos aspectos, es necesario saber en qué forma se presenta la oferta y la demanda del bien así mismo de los precios, entender si la oferta y la demanda son determinantes de los precios del producto o si las disposiciones de gobierno son las que imperan dentro del sector para determinarlos; en los aspectos administrativos poder entender cómo se organiza este gremio en forma general, que tipo de registro mercantil utilizan desde el punto de vista de su figura jurídica más frecuente, y determinar así el grado de formalidad o informalidad; cumplimiento de las diferentes normas ambientales, laborales y administrativas entre otros aspectos; también los aspectos sociales que caracterizan y que le son propios del sector, como por ejemplo generación de empleo, niveles de educación, edad, sexo, de las personas que desempeñan dicho comercio, son aspectos que no cuentan con datos e información actualizada que permita conocer de una manera detallada el estado situacional del sector.

En todo este contexto será necesario identificar todos los aspectos positivos y negativos, tanto internos como externos que presentan los diferentes agentes que participan en el desarrollo de la actividad económica de la comercialización de carne bovina en el Municipio de Ipiales, es así como los conceptos de la administración, servirían para que de manera técnica y con el uso de los conceptos de la Planeación

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 25 de 116

Estratégica de Mercados se pueda realizar un diagnóstico que permita caracterizar este sector y a la vez poderle formular algunas recomendaciones que conlleven a su desarrollo permanente y sistemático.

Una de las principales observaciones que se puede hacer respecto a lo anterior es que si no se tiene información oportuna y pertinente de la dinámica y comportamiento de los sectores económicos no se puede dar lugar a los elementos claves acerca de acontecimientos futuros, es decir, predecir lo que podrá o no suceder, así como la consideración de escenarios alternativos, o diversas condiciones favorables o desfavorables relacionados con los comportamientos de los puntos de interés del sector, ya sea en lo interno o externo, en lo administrativo, económico o legal.

Es por eso que se plantea el desarrollo del presente trabajo basado en una metodología apropiada siguiendo los pasos y los criterios de la investigación que permitan una interpretación acercada a la realidad del desempeño del sector a través de la recopilación de datos e información suficiente para elaborar un informe que llene los vacíos de herramientas necesarias para tomar ciertas decisiones administrativas ya sea por parte de entidades públicas o privadas o por parte de los agentes directamente involucrados en este tipo de comercio,

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo el estudio diagnóstico del sector comercial cárnico bovino del municipio de Ipiales permitirá conocer sus aspectos económicos, sociales y de tendencias en el desempeño de la actividad para el año 2022?

2.3 JUSTIFICACIÓN

El estudio de mercados de forma estratégica ha tomado mucha importancia más aún cuando se vive momentos de mucha convulsión económica, política y social, donde las afectaciones a los diferentes sectores de la economía en general son cada día más frecuentes como por ejemplo las consecuencias dejadas por la Pandemia del COVID 19, donde el confinamiento paralizó todo el sistema económico con consecuencias muy devastadoras en lo social, los temas de desestabilidad de la paz mundial y las confrontaciones bélicas entre los países de Rusia y Ucrania, los comportamientos de los mercados de algunos productos determinantes para la economía como por ejemplo el petróleo y sus implicaciones en las cotizaciones de las diferentes divisas exige que de manera permanente se realice planeación de manera estratégica que permita tener una lectura más acorde a la realidad de los hechos y tener la capacidad de reacción a los acontecimientos de este mundo en permanente cambio.

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 26 de 116

Es así que el estudio diagnóstico del sector comercial de carne bovina en el Municipio de Ipiales se considera de gran utilidad no solamente como un trabajo académico sino que pueda servir como un instrumento de proyección sectorial en la medida de que el informe final sea utilizado como base para la implementación de estrategias y acciones a partir del conocimiento y presentación de las recomendaciones pertinentes y ajustadas a los resultados técnicos y estratégicos, fruto de esta investigación y poder así, establecer proyecciones de mejora, desarrollo y bienestar para quienes participan activamente de esta actividad económica.

Este trabajo pretende contribuir con un factor de innovación en la medida que al no existir estudios que se hayan desarrollado para alcanzar una descripción y caracterización de este sector, a partir de este estudio que es el resultado de un ejercicio metodológico y de investigación que cumple con los parámetros adecuados para poder explicar la realidad como se desempeña este sector, que será de mucha motivación y de referencia para los directamente e indirectamente involucrados en esta actividad.

Es así, que, a partir del informe del diagnóstico, los diferentes actores del sector tendrán la oportunidad de conocer su realidad y desplegar acciones encaminadas a modificar, ojalá que, para bien, acciones que los lleven a mejorar, y sacarle mejor provecho a su favor a partir de una mejor forma de hacer las cosas relacionadas con la comercialización de carne bovina en la ciudad de Ipiales.

La realización de este proyecto busca tener su trascendencia y dejar una huella del aporte académico sirviendo de base para la aplicación de los procesos de la investigación científica y que tanto como institución y estudiantes nos convirtamos en protagonistas de un cambio a través de un ejercicio de observación, análisis y procesamiento de datos que conlleven a identificar una serie de atributos positivos determinados como fortalezas y oportunidades de crecimiento que puedan ser sobre pesadas frente a un conjunto de aspectos negativos como debilidades y amenazas que posiblemente sean del contenido de este sector objeto de esta investigación, y con ello ser coautores del progreso social, en la medida que a partir de los resultados se apliquen estrategias para su desarrollo.

	 PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 27 de 116

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico del sector comercial cárnico bovino en el municipio de Ipiales, con el fin de conocer las tendencias del sector para el año 2022.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir las condiciones económicas del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales.
- Analizar las variables componentes del mercado comercializador de carne bovina en el municipio de Ipiales a través de la revisión de las 4 Ps.
- Describir las condiciones sociales del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales.
- Analizar las tendencias del mercado de carne bovina en el municipio de Ipiales.

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 28 de 116

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO CONTEXTUAL

4.1.1 Macro contexto: Sector comercio en la economía de Colombia.

La economía de Colombia es de ingresos medios y se destaca en el ámbito internacional por el importante crecimiento que ha experimentado en la última década en la exportación de mercancía y por el atractivo que ofrece a la inversión extranjera.

Es la cuarta economía más grande de América Latina, de tras Brasil, México y Argentina, en la clasificación internacional con más de 50 millones de habitantes, se encuentra dentro de las 30 mayores del mundo.

Hasta los años 50 e incluso hasta la década anterior, el principal medio de Colombia para obtener divisas se centró principalmente en las ventas externas de café, sin embargo, existen varios sectores que hicieron que Colombia fuera uno de los países más reconocidos por su producción, como son las esmeraldas y la floricultura, también se destacan los sectores de la industria automotriz, textiles y es un gran exportador de oro, zafiros y diamantes, entre otros productos.

Colombia participa en varias organizaciones y comunidades internacionales en busca de cooperación y consolidación de acciones para el desarrollo económico. A nivel global, forma parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

A nivel continental, es integrante de organizaciones como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Comunidad Andina de Naciones (CAN), la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y, de manera reciente, la Alianza del Pacífico.

Colombia produce el 1,2 % de la carne bovina del mundo, casi exclusivamente para consumo interno, es el 17º mayor productor mundial y el 4º regional y produjo 886 000 toneladas de carne bovina en 2018, lo que supone un aumento del 42 % con respecto a hace treinta años, en 2019 el 96 % de la carne bovina colombiana se consumió en el país y el 4 % se exportó a varios países de Oriente Medio, Rusia y Vietnam, entre otros.

Las exportaciones van creciendo lentamente y están limitadas por la calidad y las prácticas de higiene de Colombia. También son escasas las importaciones principalmente de Estados Unidos y Argentina, aunque están creciendo, y llegaron a USD 23 millones en 2019.

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 29 de 116

Figura 1. Análisis FODA de la transición climática

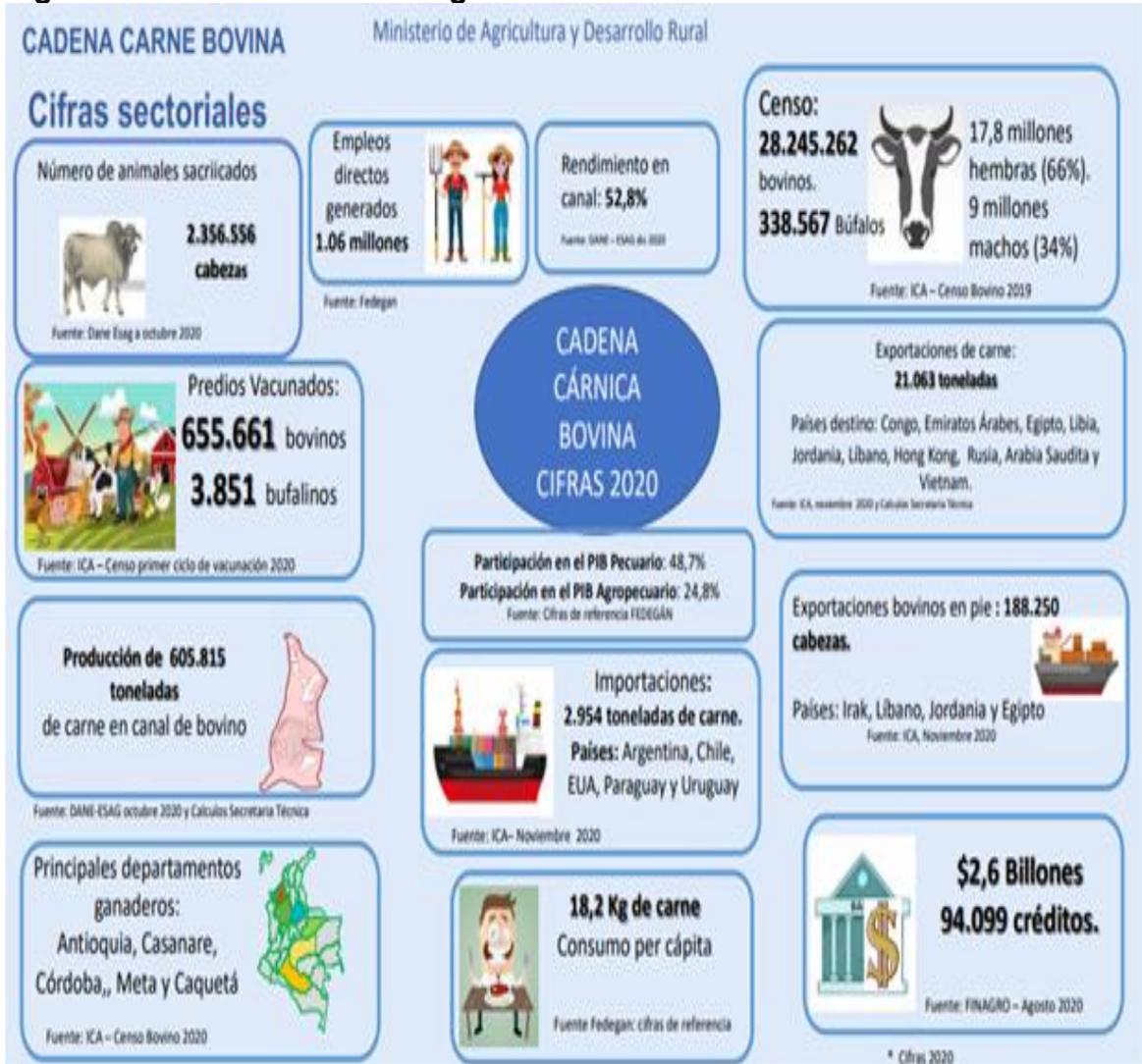
FACTORES INTERNOS DEL SECTOR		FACTORES EXTERNOS AL SECTOR	
DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)	
1	Los bajos márgenes de producción, especialmente de los productores	1	Los nuevos costos de las emisiones: Producción, transporte y desmonte
2	Los altos costos del transporte por unidad	2	Las restricciones al uso de la tierra y a la deforestación
3	Las considerables barreras culturales para cambiar las prácticas	3	La disminución del crecimiento de la demanda de productos de carna de vacuno
FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	El apoyo cultural y político a la ganadería	1	La agricultura sostenible, especialmente los sistemas silvopastoriles
2	El poder del mercado concentrado en las fases intermedias y posteriores de la cadena puede incentivar cambios a gran escala de las fases iniciales	2	El aumento de la productividad de los ranchos existentes
3	Horarios de atención	3	La conversión de tierras hacia cultivos de mejores márgenes económicos.

Fuente: Concordian.

La industria se caracteriza por sistemas extensos en tierras no aptas y Colombia tiene 34 millones de hectáreas de pastos, de los cuales el 28 % está clasificado como pastos no sometidos a ordenación, donde pastan 28 millones de cabezas de ganado en 655 661 pastizales, solo 15 millones de hectáreas de ese total de tierras se consideran aptas para la ganadería, la mayor parte de la producción se realiza en sistemas extensivos con bajas tasas de almacenamiento y baja productividad, y se basa principalmente en el pastoreo. En la producción de ganado en Colombia predominan los pequeños productores: la mitad tiene menos de 10 animales y la gran mayoría posee menos de 50 cabezas, solo el 1 % de los productores operan a escala comercial con más de 500 animales.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 30 de 116

Figura 2. Cadena de valor del ganado bovino colombiano



Fuente: DANE 2020

Los ranchos más pequeños suelen estar a cargo de campesinos agricultores de subsistencia y pobres con escaso acceso al capital y bajos márgenes.

Otros son operados a distancia por terratenientes adinerados como medio de reclamar la propiedad de esas tierras (incluso agregando y comprando ranchos desarrollados por campesinos en bloque) con un esfuerzo mínimo, para estos ricos rancheros, las operaciones rentables no son siempre la principal prioridad.

Los ranchos más pequeños son menos productivos y enfrentan a unos costos por cabeza un 50 % más elevados, o incluso más, los comerciantes intermediarios y

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 31 de 116

mayoristas tienen un importante poder de mercado, los compradores les pagan inmediatamente a estos intermediarios, pero estos se toman su tiempo para pagar a los vendedores.

Algunos intermediarios aprovechan esta dinámica para conceder préstamos a los vendedores de ganado (aplicando intereses), y a menudo ganan más con estos servicios de préstamo y dinero en efectivo que con los márgenes de los productos básicos los intermediarios llevan los animales a uno de los 507 mataderos autorizados (o les compran a estos), muchos de los cuales están cerca de las grandes ciudades, desde allí, la carne entra en las carnicerías o pasa al proceso de elaboración por conducto de 94 establecimientos de corte y empaque de carne, las ventas a los consumidores están dominadas por los carniceros locales que venden carne sin procesar.

El 80 % del ganado sacrificado y deshuesado se vende sin procesar, principalmente a través de carnicerías locales, como Koller, el 20 % se procesa y se vende en su mayoría a través de minoristas independientes y grandes supermercados, en especial del Grupo Éxito, las empresas elaboradoras de carne bovina Grupo Nutresa (17 % de la cuota de mercado) y Minerva Foods (4 % de la cuota de mercado) son las únicas empresas que cotizan en bolsa en la cadena de valor, la mayoría de los elaboradores tienen una cuota de mercado inferior al 1 %.

La pequeña industria de la carne bovina de Colombia es la segunda más intensiva en emisiones del mundo, al rededor del 43 % de las emisiones de gases de efecto invernadero de Colombia están relacionadas con la agricultura, la silvicultura y el cambio de uso de la tierra; casi el 30 % de esas emisiones están relacionadas con la fermentación entérica del ganado, y alrededor del 35 % con la deforestación (particularmente en Meta, Caquetá y Guaviare).

Colombia es reconocido como un país en el que se encuentra gran potencial en cuanto tiene que ver la producción de carne de bovino, ya que según datos remitidos por la FAO (Food and Agriculture Organization) o reconocido como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura; estima que el país se encuentra en el número 18 a nivel mundial, en producción de carne de bovino, para el año 2020, con la cifra de 885.929 toneladas de cabezas de ganado sacrificadas (Base de datos FAOSTAT), teniendo en cuenta que la lista se encuentra liderada por países como Estados Unidos, con un índice de 12,2 millones de toneladas, seguida por Brasil, con 9,9 millones; China, con 5,8 millones; Argentina, con 3,1 millones, Australia, con 2,2 millones y México con 2 millones.



Tabla 1. Indicadores de la ganadería de carne en los primeros 20 países productores

País No	Sacrificio 2018 (cabezas)	Producción 2018 (ton)	Hato para carne 2017 (cabezas)	Superficie agropecuaria 2017 (miles hectáreas)	Pastos 2017 (miles hectáreas)	Indicadores de productividad					
						Sacrificio o peso de la canal (kilos)	Carne / superficie agropecuaria (kilos)	Carne/ pastos (kilos)	Cabezas/ superficie agropecuaria	Cabezas/ pastos	Tasa de extracción (Sacrificio/Hato para carne)
1 Estados Unidos	33.703.400	12.219.203	93.704.600	405.552	245.115	363	30	50	0,23	0,38	0,36
2 Brasil	39.602.000	9.900.000	150.429.857	235.919	172.553	250	42	57	0,64	0,87	0,26
3 China	39.634.556	5.810.609	54.180.865	528.531	392.834	147	11	15	0,10	0,14	0,73
4 Argentina	13.452.831	3.066.000	37.347.651	148.700	108.500	228	21	28	0,25	0,34	0,36
5 Australia	7.913.300	2.219.103	23.557.969	371.837	340.763	280	6	7	0,06	0,07	0,34
6 Mexico	8.139.331	1.980.846	22.240.215	106.964	80.390	243	19	25	0,21	0,28	0,37
7 Rusia	7.942.509	1.608.136	11.251.519	216.249	93.000	202	7	17	0,05	0,12	0,71
8 Francia	4.606.676	1.436.358	17.309.920	28.698	9.234	312	50	156	0,60	1,87	0,27
9 Canadá	3.674.800	1.231.352	11.535.000	57.694	19.342	335	21	64	0,20	0,60	0,32
10 Alemania	3.482.219	1.123.452	11.053.076	16.687	4.715	323	67	238	0,66	2,34	0,32
11 Turquía	3.426.180	1.003.859	9.856.109	38.001	14.617	293	26	69	0,26	0,67	0,35
12 Sudafrica	3.420.027	1.003.214	9.067.372	96.341	83.928	293	10	12	0,09	0,11	0,38
13 Paquistán	5.032.531	985.000	22.200.000	37.003	5.000	196	27	197	0,60	4,44	0,23
14 India	9.202.631	947.873	92.551.766	179.721	10.258	103	5	92	0,51	9,02	0,10
15 Usbequistán	5.608.000	922.364	7.482.600	25.533	21.115	164	36	44	0,29	0,35	0,75
16 Reino Unido	2.811.000	922.000	9.003.600	17.466	11.336	328	53	81	0,52	0,79	0,31
17 Colombia	4.072.898	885.929	15.722.825	44.692	40.873	218	20	22	0,35	0,38	0,26
18 Italia	2.658.875	786.890	5.354.454	12.827	3.608	296	61	218	0,42	1,48	0,50
19 Nueva Zelanda	4.373.074	676.530	9.131.312	10.651	10.006	155	64	68	0,86	0,91	0,48
20 España	2.462.557	669.008	5.819.172	26.296	9.310	272	25	72	0,22	0,63	0,42
Total	205.219.395	49.397.726	618.799.880	2.605.361	1.676.497	241	19	29	0,24	0,37	0,33

Fuente: Autor a partir de bases de datos (FAO, FAOSTAT Ganadería Primaria, 2020)

	 PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 33 de 116

El país colombiano cuenta con una superficie en pastos bastante considerable, más o menos son 41 millones de hectáreas según información establecida por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) para el año 2021, lo que permite considerar acerca del potencial que tiene, enfocado al mejoramiento del sector cárnico, teniendo en cuenta que su muestra se enfoca también en el aprovechamiento de los suelos ocupados en pastos como parte de la alimentación del ganado.

Según datos suministrados por la misma estadística, Colombia mantiene un hato ganadero o inventario en el sector de la carne de 15,7 millones de cabezas de ganado, lo que lo convierte en el 10º país del mundo.

Según el ICA, teniendo en cuenta el censo pecuario realizado en el año 2021, determina lo siguiente. “El número de predios a nivel nacional se redujo en 1,0%, respecto al total de predios del año anterior, y es consistente con la reducción en el número total de cabezas de ganado bovino.

De los 633.408 predios en el país, el 70,0% se concentra en diez departamentos del país de Boyacá (14,0%), Cundinamarca (13,1%), Antioquia (10,4%), Nariño (7,3%), Santander (6,7%), Córdoba (5,0%), Tolima (3,9%), Cauca (3,4%), Norte de Santander (3,1%) y Bolívar (3,1%).¹

¹ Instituto Colombiano Agropecuario ICA, censo pecuario nacional 2021

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 34 de 116

Tabla 2. Población bovina por municipio en el departamento de Nariño

MUNICIPIO	TERNERA S < 1 AÑO	TERNERO S < 1 AÑO	HEMBRAS 1 - 2 AÑOS	MACHOS 1 - 2 AÑOS	HEMBRAS 2 - 3 AÑOS	MACHOS 2 - 3 AÑOS	HEMBRAS > 3 AÑOS	MACHOS > 3 AÑOS	TOTAL BOVINOS
PASTO	4.497	2.921	5.430	3.656	4.642	1.933	13.130	447	36.656
ALBAN	23	38	95	158	3	117	143	0	577
ALDANA	1.641	600	1.153	366	966	128	4.582	10	9.446
ANCUYA	135	104	117	115	150	109	336	49	1.115
ARBOLEDA	120	135	147	103	221	145	470	107	1.448
BARBACOAS	22	53	31	176	102	42	79	0	505
BELEN	198	265	249	194	115	83	511	1	1.616
BUESACO	1.265	950	1.280	1.371	1.567	2.075	3.584	266	12.358
COLON	103	200	234	177	94	58	363	1	1.230
CONSACA	211	191	283	519	60	386	631	50	2.331
CONTADERO	927	741	888	690	1.223	355	1.488	32	6.344
CORDOBA	890	836	720	677	1.058	292	874	46	5.393
CUASPUD	1.626	841	1.209	536	646	145	5.101	57	10.161
CUMBAL	5.109	2.727	4.020	1.478	1.895	491	18.356	66	34.142
CUMBITARA	820	440	1.019	335	968	189	1.119	162	5.052
CHACHAGUI	406	311	563	619	498	459	933	163	3.952
EL CHARCO	321	354	102	106	176	205	1.025	41	2.330
EL PEÑOL	203	163	159	65	401	77	796	154	2.018
EL ROSARIO	171	158	228	246	205	145	738	122	2.013
EL TABLON DE GOMEZ	359	310	366	773	334	1.370	944	106	4.562
EL TAMBO	467	405	563	358	859	308	1.801	295	5.056
FUNES	254	206	501	566	1.155	1.107	555	124	4.468
GUACHUCAL	4.765	1.419	4.530	725	2.489	296	18.365	48	32.637
GUAITARILLA	946	672	1.090	726	886	414	2.480	150	7.364
GUALMATAN	513	375	471	202	179	63	1.796	6	3.605
ILES	1.229	1.049	1.270	1.608	1.285	964	2.389	145	9.939
IMUES	466	457	630	445	331	240	1.256	109	3.934
IPIALES	3.634	2.927	3.674	2.673	3.024	972	8.902	165	25.971
LA CRUZ	530	597	602	520	323	372	1.952	116	5.012
LA FLORIDA	550	619	618	578	751	460	1.563	99	5.238
LA LLANADA	430	367	249	239	153	108	820	18	2.384
LA TOLA	75	84	18	0	15	0	202	10	404
LA UNION	448	366	368	250	588	157	1.040	77	3.294
LEIVA	379	366	627	482	391	541	1.198	122	4.106
LINARES	137	83	358	208	253	124	454	72	1.689
LOS ANDES	296	248	266	59	568	93	695	154	2.379
MAGÜI	0	61	2	94	45	13	160	0	375
MALLAMA	484	518	1.012	1.631	541	1.256	1.706	156	7.304
MOSQUERA	52	58	0	25	0	0	106	5	246
NARIÑO	170	166	173	274	255	158	437	19	1.652
OLAYA HERRERA	56	351	59	51	49	255	1.502	61	2.384
OSPINA	863	798	1.041	844	350	354	2.340	63	6.653
FRANCISCO PIZARRO	154	185	114	287	7	0	754	23	1.524
POLICARPA	403	635	555	611	800	360	1.159	164	4.687
POTOSI	1.356	1.284	1.218	1.278	1.596	399	2.999	73	10.203
PROVIDENCIA	214	186	208	189	161	71	735	14	1.778
PUERRES	855	763	838	1.004	518	546	2.029	46	6.599
PUPIALES	3.215	1.000	2.373	614	1.818	202	11.061	27	20.310
RICAUARTE	145	161	234	591	170	231	994	70	2.596
ROBERTO PAYAN	76	84	0	0	182	15	306	70	733
SAMANIEGO	537	607	761	631	708	261	1.768	74	5.347
SANDONA	386	279	524	1.007	555	493	940	34	4.218
SAN BERNARDO	340	375	320	199	387	560	1.123	121	3.425
SAN LORENZO	636	447	461	490	797	280	1.809	294	5.214
SAN PABLO	267	226	343	399	261	180	898	66	2.640
SAN PEDRO DE CARTAGO	326	290	422	220	125	125	761	56	2.325
SANTA BARBARA	105	110	4	25	20	10	302	95	671
SANTACRUZ	429	527	565	669	841	262	1.161	21	4.475
SAPUYES	2.140	558	1.803	388	1.285	419	7.035	62	13.690
TAMINANGO	324	261	371	158	360	98	1.254	142	2.968
TANGUA	1.216	794	1.635	1.306	1.993	1.020	4.623	280	12.867
SAN ANDRES DE TUMACO	878	736	804	715	768	490	2.750	344	7.485
TUQUERRES	3.559	2.335	3.327	2.090	2.484	626	9.887	62	24.370
YACUANQUER	500	453	584	528	577	657	1.814	268	5.381

Fuente: Fedegán-FNG. Oficina de Investigaciones Económicas. Consensos ganaderos regionales, (Grupos focales)

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 35 de 116

Mediante la tabla 2, de acuerdo al censo establecido se encuentra que el municipio de Ipiales ocupa el tercer lugar de población bovina, después de Guachucal y Cumbal.

En cuando concierne al departamento de Nariño, también se presentan unos indicadores, de acuerdo con las características que presentan los bovinos en cuanto tiene que ver a la cría y engorde.

Tabla 3. Indicadores productivos por orientación del hato y nivel de tecnología

Orientación	Indicador	Nivel tecnológico	% de productores
Cría	Tasa de Natalidad	Bajo: por debajo del 50%	65%
		Medio: entre 51 y 55%	30%
		Alto: Más 55%	5%
	Capacidad de carga (UGG/ha/año)	Bajo: Menos de 0,4 Medio: Entre 0,5 y 0,7 Alto: Mayor a 0,7	
Engorde	Ganancia diaria de peso	Bajo: entre 101 y 200 grs	60%
		Medio: entre 201 y 300 grs	35%
		Alto: entre 301 y 400 grs	5%
	Edad al sacrificio (meses)	Bajo: Entre 37 y 42 Medio: Entre 31 y 36 Alto: Menos de 36	

Fuente: Fedegán-FNG. Oficina de Investigaciones Económicas. Consensos ganaderos regionales, (Grupos focales)²

4.1.2 Micro contexto: Sector comercial del Municipio del Ipiales.

Ipiales es la segunda ciudad del departamento de Nariño, cuenta con una población de más de 141.863 habitantes y cerca de 30.000 habitantes flotantes, entre nacionales y extranjeros, que la visitan en forma continua debido a las expectativas comerciales que ofrece la zona. Su superficie es de 1707 kilómetros cuadrados, su clima promedio de 10 °C, cuya altura sobre el nivel del mar está por los 2898 metros.³

² Fedegán-FNG. 2014. Bases para el Plan de Acción. Grupo focal Nariño

³ IPITIMES. Turismo-Ipiales. Conozca la ciudad de las nubes verdes. Disponible en: <http://www.ipitimes.com/culturayturismo.htm> (22.09.2016; 5:00 p.m.)

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 36 de 116

Figura 3. Mapa de Ipiales



Fuente: hpsicosocial.blog.com.co

Situación geográfica. El Municipio de Ipiales, se encuentra ubicado al sur de la región andino- amazónica del Departamento de Nariño formando parte de la meseta de Túquerres e Ipiales y de la Cordillera Centro Oriental.

Sus límites se encuentran considerados como:

Al norte: con los Municipios de: Pupiales, Gualmatan y El Contadero.

Sur: Con el Ecuador.

Occidente: con los Municipios de: Aldana, Carlosama y la República del Ecuador.

Oriente: con los Municipios de: Puerres, Córdoba, Potosí y el Departamento del Putumayo.

Superficie: 1707 km.²

Altitud: 2898 m s. n. m.

Extensión. El espacio geográfico del municipio de Ipiales, tiene una extensión aproximada de 164.600 Has, presenta una topografía ondulada y altamente quebrada por encontrarse en inmediaciones de la cordillera centro oriental,

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 37 de 116

encontrando accidentes orográficos como los cerros: La Quinta, Troya, francés, Negro y Páramo Palacios.⁴

Economía.

Sector Agrícola: Dentro del sector en mención, se destaca el trabajo agrícola, como también la ganadería y la extracción de madera. Estas actividades económicas se caracterizan por ser explotadas en un predominante minifundio, basado en la pequeña parcela, cuya producción está dirigida a la comercialización en la región y a nivel extra regional, utilizándose el excedente para consumo de las familias.

Los cultivos predominantes, según el número de hectáreas dedicadas a éstos son: papa, trigo cebada y maíz. Se considera de mayor importancia el cultivo de papa, en el cual Ipiales cumple con la función de acopio y mercadeo regional. Sin embargo, como parte alterna, también se destaca el de la floricultura, que tiene un buen propósito en la producción y comercialización.

La producción de flores en el municipio de Ipiales, posee algunas características especiales que han sido muy favorables para su desarrollo en la parte temporal, logrando como sector uno de los más prometedores panoramas en cuanto se refiere a la perspectiva de algunos locales que han sido posicionados por inversionistas y conocedores del medio.

Se determina que la región, mantiene un ámbito geográfico y climático que dispone un buen desarrollo en cuanto al sector de la floricultura, tanto en su perspectiva de producción como de la comercialización, en ello, presenta ventajas competitivas frente a otras regiones del país que no pueden ofrecer estos productos. La condición especial le permite el desarrollo de diferentes flores, con alto rendimiento y calidad, lo que hace que se destaque con ventaja en su propósito.

Se considera que, en Ipiales, existen áreas para cultivo de flores donde se desarrollan procesos de diversificación de productos, pretendiendo ganar reconocimiento en los clientes potenciales. Se producen variedad de flores, teniendo en cuenta que los cultivos de rosas y de claveles ocupan las mayores áreas, pues son consideradas las de mayor demanda entre los consumidores o quienes las utilizan para los diferentes eventos que se han considerado. Se estima que un porcentaje de la producción es comercializado o se destina a las diferentes regiones que comprende el municipio, a Pasto, Tumaco e incluso y como zona de frontera, al Ecuador.

⁴ Plan de ordenamiento territorial del Municipio de Ipiales. p. 8-9

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 38 de 116

Sector Comercio: Dada su localización, Ipiales se caracteriza por el gran dinamismo en este sector, puesto que por ser parte de la zona sur occidental del país y ser considerado como zona de frontera, permite que se desarrolle el intercambio de diferentes productos con el país ecuatoriano, sin embargo, se encuentra con algunas desventajas que afectan considerablemente a la industria local.

Es relevante la importancia del sector agrícola, ya que es uno de los elementos más importantes de la economía en la región y generador de actividades relacionadas con el comercio, y por ende de empleo e ingresos, los cuales incrementan la dinámica social, económica y cultural de la ciudad y de la región. Actualmente se ha determinado por parte de la información de la Cámara de Comercio, que en el Municipio de Ipiales existen cerca de diecisiete productores comerciales del sector floricultor que desarrollan su actividad y que se encargan de atender mediante floristerías el mercado local y regional. Se tiene en cuenta que existen algunos productores que trabajan sin utilizar elementos o tecnología adecuada, siendo considerada una actividad secundaria a los demás productos de campo, en la generación de ganancias.

Como era de esperarse, el año 2021, para la actividad económica de los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales, al igual que en Colombia y Nariño, significó un periodo de recuperación y crecimiento. En términos generales, las renovaciones crecieron cerca de 7,7%, las matrículas aumentaron en 8,0% y, aunque en términos relativos las cancelaciones se acrecentaron en 17,7%, en términos absolutos el valor (314) es inferior al crecimiento de las renovaciones y matrículas (1.100).

La anterior dinámica se refleja en los activos, donde el valor corriente de los mismos para las renovaciones creció un 8,8% y para las matrículas presentó un aumento de 2,9%. Las ramas de actividad económica que más sustentaron el crecimiento de las renovaciones fueron: Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; Construcción; Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; y Educación; mientras que, en el tema de las matrículas, las actividades económicas que más crecieron fueron: Transporte y almacenamiento; Actividades financieras y de seguros; Actividades de servicios administrativos y de apoyo. Por su parte, las actividades que tuvieron mayores cancelaciones están relacionadas con Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; e Industrias manufactureras.

Cabe destacar que las actividades que mayor aporte a los activos totales de la jurisdicción son: Construcción; comercio al por mayor y al por menor; reparación de

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 39 de 116

vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; y Actividades financieras y de seguros (tabla 4 y tabla 5).

Por otro lado, como se ha reconocido en otras publicaciones de la Cámara de Comercio de Ipiales, el tejido empresarial de la jurisdicción esta apalancado principalmente en las microempresas, especialmente ligadas a las actividades de: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Otras actividades de servicios; Alojamiento y servicios de comida; e Industrias manufactureras.

Tabla 4. Cámara de Comercio de Ipiales. Número de sociedades en la jurisdicción por actividad económica según estado de la matrícula. 2020 - 2021

Actividades económicas	Renovados		Matriculados		Cancelados	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
	Recuento		Recuento		Recuento	
(A) Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	112	137	47	35	20	42
(B) Explotación de minas y canteras	11	14	-	-	2	7
(C) Industrias manufactureras	777	848	148	201	102	121
(D) Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	-	-	-	4	-	2
(E) Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades	32	32	2	10	4	5
(F) Construcción	170	189	43	46	26	28
(G) Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	6.012	6.485	1.491	1.602	1.006	1.193
(H) Transporte y almacenamiento	417	493	120	42	33	49
(I) Alojamiento y servicios de comida	1.256	1.327	322	373	249	225
(J) Información y comunicaciones	222	235	56	35	50	38
(K) Actividades financieras y de seguros	372	383	33	61	23	83
(L) Actividades inmobiliarias	72	71	20	17	3	8
(M) Actividades profesionales, científicas y técnicas	311	320	93	91	49	51
(N) Actividades de servicios administrativos y de apoyo	140	146	36	94	24	27
(O) Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	6	6	-	-	1	1
(P) Educación	52	68	16	32	9	15
(Q) Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	178	191	36	42	39	33

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 40 de 116

(R) Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	234	224	36	72	61	73
(S) Otras actividades de servicios	1.008	1.095	213	174	70	82
(T) Actividades de los hogares en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como	2	2	-	-	-	2
(U) Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales	-	-	1	-	-	-
Subtotal	11.384	12.266	2.713	2.931	1.771	2.085

Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales. Procesados con datos del Registro Mercantil.

Tabla 5. Cámara de Comercio de Ipiales. Suma de activos de las sociedades en la jurisdicción por actividad económica según estado de la matrícula. 2020 – 2021. (En millones de pesos corrientes).

Actividades económicas	Renovados		Matriculados	
	2020	2021	2020	2021
	Activos	Activos	Activos	Activos
	Total	Total	Total	Total
(A) Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.680,5	6.127,4	285,0	215,3
(B) Explotación de minas y canteras	5.547,6	7.320,9	0,0	0,0
(C) Industrias manufactureras	85.608,5	80.209,9	833,1	898,8
(D) Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (E) Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades	0,0	0,0	0,0	22,0
(F) Construcción	65.499,4	66.098,4	10,0	23,9
(G) Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	171.843,0	200.050,7	1.689,9	1.781,8
(H) Transporte y almacenamiento	576.879,3	658.651,7	10.625,1	12.818,0
(I) Alojamiento y servicios de comida	229.220,9	238.955,9	4.772,3	4.044,5
(J) Información y comunicaciones	27.961,6	32.118,9	1.128,3	1.354,0
(K) Actividades financieras y de seguros	35.108,7	38.062,3	2.336,6	192,5
(L) Actividades inmobiliarias	637.245,4	676.792,1	294,1	644,2
(M) Actividades profesionales, científicas y técnicas	22.836,0	22.668,8	246,0	62,7
(N) Actividades de servicios administrativos y de apoyo	15.569,5	17.764,4	851,9	1.270,1
(O) Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	2.214,8	3.915,6	109,6	458,2
(P) Educación	52,2	52,6	0,0	0,0
(Q) Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	1.103,3	1.381,8	35,5	472,7
	84.562,8	92.080,1	655,0	703,0

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 41 de 116

(R) Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	4.794,9	6.009,3	60,1	805,3
(S) Otras actividades de servicios	92.616,5	95.516,9	244,1	225,4
Actividades de los hogares en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como	4,0	0,0	0,0	0,0
Actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales	0,0	0,0	1.087,2	0,0

Subtotal **2.062.349,1** **2.243.777,4** **25.263,7** **25.992,2**

Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales. Procesados con datos del Registro Mercantil.

Según el tipo de sociedad, el tejido empresarial de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales, tanto en renovaciones como en matriculas se sustenta en las personas naturales, los establecimientos de comercio, las entidades sin ánimo de lucro, y las Sociedad por Acciones Simplificada. Luego, al realizar un análisis por activos totales, los establecimientos de comercio, las sociedades anónimas, y las sociedades por acciones simplificadas aportan más de 85% del total de montos reportados.

Por otra parte, de los datos reportados al registro mercantil, las personas naturales se concentran en las microempresas, al igual que las entidades sin ánimo de lucro, y las sociedades por acciones simplificadas.

En lo que concierne al componente empresarial se observa que a 2021 existen 6.012 empresas que se encuentran registradas en Cámara de Comercio que se dedican a actividades de comercio al por mayor y menor pero solo 44 de ellas hacen parte al comercio de productos cárnicos de bovino, es decir que su participación dentro de todo el tejido empresarial de Ipiales, el comercio de carne bovino es muy pequeña, pero aún así, contribuye en gran medida a resolver una necesidad básica alimentaria como es el suministro de proteínas y otros elementos contenidos en las características químicas de la carne .

4.2 MARCO TEÓRICO

4.2.1 Antecedentes. Para el propósito de este estudio, el cual se encuentra relacionado con el diagnóstico del sector comercial de carne de bovino en el Municipio de Ipiales, se referencian algunas investigaciones que contienen información relevante que coadyuvaran a la realización de la siguiente investigación entre los más relevantes tenemos:

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
	Versión: 01	
	Página: 42 de 116	

Tabla 6. Estudios anteriores de referencia

Nombre del proyecto	CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE CARNE BOVINA DE REPUBLICA DOMINICANA
Objetivo General	<p>Desarrollar una caracterización del mercado de la carne bovina en República Dominicana, que permita conocer la necesidad del mercado y compartir información más actualizada, que sea base de preparación del sector agropecuario en el mundo para buscar la penetración de este mercado en un futuro.</p> <p>Por medio del desarrollo de esta investigación, se pretende recopilar en un solo documento la información, estadísticas, posibilidades, necesidades, análisis de mercado y datos que ayuden en la toma de decisión de exportar y comercializar carne bovina en República Dominicana. Se quiere identificar y dar a conocer por medio de este estudio las condiciones de producción y abastecimiento en las que se encuentra República Dominicana, ya que los estudios que se encuentran no son recientes y no permiten definir o precisar si requieren carne bovina o si simplemente no la necesitan porque el consumidor no lo exige o porque su producción es suficiente para autoabastecerse.</p>
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el estado actual de la producción y del mercado; es decir, si logra producir lo que demanda el consumidor, si tienen necesidades para un mejor abastecimiento, el impacto del medioambiente sobre la producción, si la producción ganadera es eficiente o deficiente y conocer sus debilidades y fortalezas para poder identificar las necesidades y generar interés para ingresar a este mercado. • Determinar el perfil del consumidor en República Dominicana, conocer sus preferencias, su frecuencia en el consumo de carne, su nivel de ingresos y zonas que habitan; con el fin de determinar si las condiciones del consumidor le permiten al distribuidor del mercado de la carne bovina, exigirse para obtener un producto de mejor calidad y mayor cantidad. • Conocer el proceso de la cadena de distribución, la rotación de la carne bovina por cuenta de los

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 43 de 116

	<p>distribuidores de este país, con el fin de identificar claramente los motivos por los cuales requieren abastecerse de otros países.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el crecimiento poblacional y turístico que incide en el consumo de carne. • Identificar el trabajo realizado por el Estado en beneficio de la producción ganadera y la comercialización de la carne de res.
<p>Conclusiones.</p>	<p>Después de verificar toda la información adquirida podría concluirse que ingresar en el mercado de carne bovina en República Dominicana es posible por la flexibilidad en las condiciones y requisitos que en la actualidad permiten negociar; en un futuro no muy lejano será complicado mantener el mercado de carne bovina ya que es un país que está haciendo su mayor esfuerzo tanto desde el estado como desde los productores, por abastecerse y por buscar realizar en poco tiempo exportaciones de carne bovina a Estados Unidos principalmente; es un país que tiene la ventaja de contar con el TLC con Estados Unidos y esto les permite ingresar a este mercado más fácilmente.</p> <p>En los últimos años, Estados Unidos se ha convertido en un alto importador de carne de acuerdo con las estadísticas encontradas en el estudio, cuando ha sido gran exportador, pero debido a las crisis y al precio de la carne ha tenido que buscar abastecerse del exterior. Oportunidad que está aprovechando el Estado para mejorar sus procesos, para buscar apoyar a los productores con mejores tecnologías, que sirvan de punto de partida a la mejora del sector. A pesar de que República Dominicana no es un país exportador, si es uno de los productores principales de carne bovina en Centro América, de acuerdo con las estadísticas encontradas, situación que lo pone también en ventaja en esta región costera al momento de mejorar la calidad, la producción, los precios y la distribución de la carne de res.</p>

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 44 de 116

Recomendaciones	<p>Estas recomendaciones van dirigidas tanto a la forma, metodología, análisis y al tipo de investigación realizado, con el fin de abarcar globalmente todo lo que pueda servir como precedente a la realización de una investigación similar.</p> <p>A pesar de que el tema de la carne bovina en algunos países del mundo es de fácil consulta y se obtiene de diferentes fuentes confiables, además que la información es actualizada por ser una de las actividades más importantes para la economía de diversos país; esta investigación fue difícil porque temas sobre el mercado de carne bovina en República Dominicana no son tan comunes, lo que permite recomendar estudios, realizar investigaciones periódicas sobre el sector porque es una actividad importante en el país dominicano y no cuenta con un estado del arte amplio. No se encuentra investigaciones relevantes ni cifras concretas.</p>
Efecto sobre el proyecto de investigación	<p>Este estudio de caracterización de carne bovina en la República Dominicana, sirve como referencia de algunos aspectos teóricos como metodológicos para el desarrollo del presente trabajo.</p>
Nombre del proyecto	<p>Tendencias de mercado y comercialización de ganado bovino en La Primavera Vichada en el periodo 2018-2019.</p>
Objetivo General	<p>Conocer las tendencias de mercado y comercialización en relación con la venta del ganado bovino en pie, en el municipio de La Primavera, Vichada, durante el periodo 2018 - 2019.</p>
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar factores que determinan el precio o coste en la comercialización del ganado bovino en pie para la venta en el municipio de La Primavera, Vichada. • Establecer la estructura de costos de la producción de ganado bovino en pie, en el municipio de La Primavera, Vichada. • Analizar la demanda y la oferta del ganado bovino en pie, en el municipio de La Primavera, Vichada.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
	Versión: 01	
	Página: 45 de 116	

	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los costos de la fluctuación en el mercado, en relación con el coste en la venta de ganado bovino en pie en Colombia.
Conclusiones.	<p>Se realizó una entrevista semiestructurada así mismo unas encuestas a los diferentes ganaderos de la región de la Primavera vichada y se encontró e identifico la tendencia y comercialización se logró extraer mucha información valiosa para el documento de investigación determinando diferentes factores los cuales influyen en la venta y comercialización de ganado bovino allí en la región , además de analizar los factores que determinan el precio o coste para la comercialización del ganado, se investigó en las diferentes veredas analizando las respuestas de la mayoría de personas se puede evidenciar en los resultados obtenidos que la mayoría de estas personas encuestadas tienen un nivel de conocimiento y experiencia bastante amplio en el sector ganadero están al tanto de las tendencias de mercado que hoy en día cambian drásticamente de un momento a otro.</p> <p>Además se hallaron factores que determinan el precio y coste en la comercialización de ganado allí muchos ganaderos argumentan que las vías de acceso son muy pocas la distancia como uno de los factores demográficos muy importantes en cuanto a la consecuencia directamente en los costos, por lancha o en camión las diferentes circunstancias para poder comercializar el ganado es bastante compleja estas personas demuestran un gran conocimiento y logística para poder ejercer esta labor, la investigación fue muy profunda en los temas que abarcan la estructura de costos o producción del ganado ya que se obtuvo información muy importante que ayudo al desarrollo de esta investigación muchos ganaderos tenían proyectado los costos para la producción hasta el más mínimo detalle como la calidad de la tierra o pasto , las cercas , los insumos, vacunas etc. se utilizó una gran cantidad de información muy importante teniendo en cuenta los resultados de las entrevista semiestructurada de allí se identificaron muchos factores importantes para la cría y producción del ganado, Así mismo en cuanto a la oferta</p>

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
	Versión: 01	
	Página: 46 de 116	

	<p>y demanda allí en la región se entrevistaron compradores y al mismo productor del ganado determinando factores claves que influyen directamente en la demanda y oferta del ganado bovino como influyen las condiciones climáticas para oferta el ganado y en que parte o región del país se concentra la mayor venta de ganado desde allí de la Primavera, muchas personas argumentan que los costos de transporte se elevan de acuerdo a las diferentes circunstancias climáticas y deben acogerse a ellas así mismo ellos compran el ganado para diferentes fines se halló que unos crían para ceba, para levante, para producción es decir cada ganadero tiene planeado estratégicamente la cría de estos semovientes.</p>
<p>Recomendaciones</p>	<p>Se recomienda a los productores de ganado bovino en el municipio de La Primavera, Vichada, llevar un formato de BALANCE GENERAL (control de los gastos vs ingresos) para que puedan evidenciar las ganancias o pérdidas en la producción de ganado bovino.</p> <p>Mejorar las praderas (pasturas) y la calidad de pureza en la raza, para producir semovientes robustos y ser competitivos en el mercado en cuanto a precio y demanda.</p>
<p>Efecto sobre el proyecto de investigación</p>	<p>El estudio “Tendencias de mercado y comercialización de ganado bovino en La Primavera Vichada en el periodo 2018-2019 “será de mucho interés para el desarrollo del presente proyecto por cuando coadyubará como referente en el alcance del cuarto objetivo de este estudio.</p>

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Así mismo se encontró un estudio, que se considera de mucha utilidad e importancia para tomar como referente de este trabajo por cuanto tiene dentro de su desarrollo información muy pertinente como caracterización macro contextual que nos lleva a entender de forma general, la forma situacional y característica del sector de producción y comercialización de carne bovina en nuestro país, desarrollando una serie de variables tanto en términos económicas y de mercado como son la oferta y la demanda en Colombia, comportamiento de los precios, como de los costos de los insumos, la estructura tanto productiva y la estructura de la cadena logística de comercialización de la carne bovina en el país, y también cuenta este estudio con una información detallada de los conceptos sociales de afectación como solución a

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 47 de 116

los problemas de bienestar en sus componentes de la contribución en la calidad de vida de quienes participan en la dinámica y desarrollo de esta cadena productiva del sector cárnico de bovino en Colombia, el estudio en referencia se titula como:

“ANÁLISIS SITUACIONAL CADENA CÁRNICA BOVINA EN COLOMBIA”. Y corresponde a un trabajo adelantado por parte del Ministerio de Agricultura y el programa UPRA. En el año 2020, con un enfoque para determinar los desafíos del sector en cuanto a:

- Desempeño económico y productivo del sector.
- Desempeño de la gestión ambiental para el sector.
- Desempeño y gestión social del sector.

Haciendo una revisión a este documento se observa de gran interés no solamente la información contenida en él, sino que se considera como una guía fundamental para determinar las tendencias generales de muchas variables tanto económicas y sociales que le afectan al sector a nivel nacional para de una forma apropiada y bajo las metodologías de análisis de esta investigación se puedan referenciar las tendencias del sector comercial cárnico bovino en el Municipio de Ipiales.

Partiendo de la necesidad de contar con un proceso detallado encaminado hacia el logro de las metas y objetivos que se plantean dentro de la investigación del sector comercial de carne de bovino de la ciudad de Ipiales, se tendrá en cuenta la siguiente Guía Metodológica que cuenta con un componente práctico y sencillo para abordar, los alcances de cada uno de los objetivos propuestos en esta investigación que nos permita la construcción y selección de sus estrategias de desarrollo del sector.

4.2.2 Referentes teóricos

4.2.2.1 Diagnóstico: Dentro de las características especiales para la realización de un proceso de investigación se encuentra el estudio encaminado al diagnóstico, el cual se identifica como una propuesta en la que se incluyen diferentes características, en este caso relacionado con la cadena productiva del sector de la carne de bovino, el propósito es rescatar o tener en cuenta todos los aspectos que se consideren importantes para resaltar, entre ellos el análisis político, económico, tecnológico y legal el análisis de la dinámica y situación de la estructura comercial de carne bovina en el Municipio de Ipiales así mismo de la influencia de las entidades y personas que se inciden directa e indirectamente del desempeño del mismo sector.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 48 de 116

Para Beltrán y Casasbuenas (2015), reconocen en su estudio que: “el diagnóstico proviene de un “término de origen etimológico griego conformado por los prefijos diag que significa a través de y gnosis que se refiere a conocimiento o apto para conocer, es decir conocer a través de o por medio de” Esta definición hace referencia al análisis o estudio con el que se puede contar para determinar alguna situación especial y al tiempo se permite hacer identificación sobre sus tendencias, así se puede decir que el diagnóstico no establece la determinación de acciones, sino que por medio del estudio se pueden identificar situaciones factibles en la que determine la posibilidad de la intervención o transformación.

De acuerdo con los autores Álvarez & Sierra (2004) consideran que: “el diagnóstico “es el resultado final o temporal de la tendencia del comportamiento del objeto de estudio que deseamos conocer, en un determinado contexto-espacio-tiempo, a través de sus funciones y principios que lo caracterizan como tal. La explicitación y presentación del diagnóstico en un documento no es sólo descriptiva, sino que también es explicativa y genera pronósticos”⁵

Es así como para abordar el desarrollo de los objetivos específicos de la investigación se tendrá en cuenta el enfoque PESTEL para tener como referente teórico y metodológico en el abordaje de la caracterización económica, política, social y de condiciones de legalidad como se viene desempeñando el sector comercial de carne bovino.

4.2.2.2 Análisis PESTEL: Valorado por distintos autores, este análisis plantea describir el ambiente externo de las organizaciones por sus factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales. Ward (2005) destaca, por ejemplo, que puede revelar restricciones sobre probables acciones a ejecutar, que facilita el descubrimiento de nuevos mercados o nichos y que además analiza los aspectos tecnológicos que permiten la mejora de procesos internos a lo largo de toda la cadena de valor. Otros autores como Dess (2011) y Lawrence (2012), señalan que algunas Pymes son más vulnerables a cambios en variables económicas, por lo que una subida de tasas de interés podría afectar por ejemplo al sector inmobiliario. A su vez, el análisis de variables socio-demográficas permite satisfacer eficientemente las necesidades de los consumidores conforme oscilen las tendencias de las variables respectivas. Así, por ejemplo, el estilo conservador o vanguardista hacia el cual se incline un grupo específico de clientes en una cadena del comercio al detalle o minorista (Retail), puede ser monitoreado por varias vías. Si éstos son de carácter estacionario, la aplicación de encuestas en locales comerciales facilita la captura y el procesamiento de información.

⁵ Álvarez de Zayas C. & Sierra L., V. La Solución de Problemas Profesionales (Metodología de la Investigación Científica). Grupo Editorial Kipus. Cuarta Impresión. Cochabamba, Bolivia. 2004.

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 49 de 116

Figura 4. Análisis PEST



Fuente: CAMELLERI MARX, Casey. Marketing digital. Disponible en: <https://www.semrush.com/>

Así mismo, para complementar y reforzar de manera teórica y metodológicamente el proceso de investigación se tendrá en cuenta otros planteamientos o factores de interés para adelantar este trabajo de investigación de mercados que a continuación se muestra.

4.2.2.3 Investigación de mercados. La investigación o análisis de mercado es el proceso de evaluar e identificar los factores y condiciones internas y externas de una industria o sector de la economía, y dentro de un nicho específico. La información clave que se obtiene con un análisis de mercado es:

- Evaluación del tamaño del mercado;
- Identificación de las tendencias de crecimiento;
- Definición y aprendizaje del público objetivo;
- Detalles del panorama competitivo;
- Identificación de los objetivos comerciales.

Realizar un análisis de mercado permite a las empresas, a los sectores económicos o las industrias mantenerse al tanto de las últimas tendencias, los hábitos de compra de la audiencia, las tecnologías en evolución y la actividad de la competencia y permite a las empresas descubrir:

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 50 de 116

- Qué productos y servicios ya son populares en tu mercado objetivo;
- Qué competidores tienen un marketing mix más eficiente para ofrecer productos y servicios;
- Si existen brechas y oportunidades dentro de tu nicho, que te permitirán ajustar tus productos y servicios para captar clientes;
- Qué otros factores fuera de la competencia y la demanda pueden afectar el éxito o el fracaso de tu sector.

Además de estos beneficios, la investigación de mercado proporciona un enfoque basado en datos para crear un plan realista y de alto impacto. Esto permite tomar mejores decisiones, y emplear mejores estrategias comerciales y de marketing. Técnicas de análisis de mercado para crear una estrategia de marketing sólida.

4.2.2.4 Teoría de las 4 P. Las cuatro P hace referencia a un concepto que se ejerce en el desarrollo del marketing mix el cual, en su momento, fue propuesto por Jerome McCarthy en 1960, esta teoría se encuentra relacionada en el análisis de cuatro (4) variables, como son (producto, precio, plaza y promoción), esto con el fin de llevar los productos y/o servicios de una forma más eficiente ante quienes se consideran como clientes y así poder cumplir con las metas que sean propuestas por parte de la empresa. Teniendo en cuenta el objeto del presente estudio, el concepto de las 4p no se tendrá en cuenta desde el entorno relacionado con el marketing sino desde el objeto de la comercialización.

Producto: Se refiere a todo tipo de bien, servicio o idea que tiene la característica de ser ofrecido en el mercado y que se formula con el propósito de poder satisfacer las necesidades de los consumidores o clientes. Por ello, los beneficios que se tienen en cuenta en relación con los productos son más importantes que sus características.

Cada producto tiene un ciclo de vida que se puede determinar de acuerdo a cuatro fases (introducción, crecimiento, madurez y declive), cada una relacionada con diferentes estrategias.

Para este estudio el producto que se tiene en cuenta y parte del análisis la carne bovina, la cual se considera como parte fundamental en la dieta alimenticia de la población de Ipiales por el contenido nutritivo y alimenticio que esta tiene y los aportes de nutrientes que le generan al individuo que la consume en su desarrollo corporal principalmente en lo que respecta a su masa muscular.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 51 de 116

Precio: El precio hace referencia al pago de acuerdo a la cantidad de productos que requiere el cliente. Este aspecto cobra importancia ya que por ello se determinan los beneficios o utilidades que se permitan para la empresa.

Al tenerlo en cuenta, se debe relacionar el valor que el cliente debe de pagar para poder adquirir el producto.

Los precios de este tipo de producto no obedecen su comportamiento a las condiciones del mercado, sino que son precios que los fija el estado.

Plaza: En cuanto hace referencia a la plaza se tiene en cuenta las características del lugar donde el producto se presenta para su oferta para su consumo o adquisición, es decir, hace referencia a las decisiones que se encuentren relacionadas con el traslado del producto desde el sitio donde se realiza la producción hasta el de consumo o distribución.

En cuanto al sistema de distribución deberá tenerse en cuenta las diferentes variables en referencia a las características del producto y del mercado, los costos en que se incurra por la distribución o los recursos disponibles, entre otros. Además, se trata de decisiones a largo plazo.

Para este estudio la plaza hace referencia a los 44 establecimientos de comercio que se dedican al sector de la comercialización de carne bovina en la zona urbana de la ciudad de Ipiales.

Promoción: La promoción se refiere a los diferentes métodos que se utilizan con el propósito de permitir el reconocimiento del producto por parte del público, clientes o consumidores.

Las características de información y comunicación sobre los productos incluyen actividades relacionadas con la publicidad, la propaganda, venta personal, promoción, el marketing directo o las relaciones públicas.

De acuerdo al estudio, las bondades que reclama como variables a tener en cuenta dentro del proceso comercialización de carne bovina en el municipio de Ipiales son: Mantener buenas condiciones en la cadena de frío para la conservación del producto, garantizar las condiciones de higiene y salubridad, condiciones de corte.

Se puede tener en cuenta que la clasificación de las 4p como variables del mercadeo, se constituyen como una herramienta para facilitar la caracterización y compaginar lo académico y lo práctico. El ejercicio de determinación de este aspecto del marketing, busca dar respuesta a aquellos interrogantes que nacen al pretender determinar la propuesta de valor del negocio y además de cómo puede

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 52 de 116

significar una ayuda para resolver el conjunto de necesidades que pueda presentar el consumidor, además mediante este propósito se hace un análisis sobre la manera en que se va a ofrecer el producto, teniendo para su fin factores que se constituyen como decisivos para un éxito en las ventas, como lo son el precio y la plaza.

Las 4p “facilitan la comprensión y el análisis, al descomponer un fenómeno en sus partes. Esta descomposición en partes permite explicar diferencias en el mercadeo de distintos productos y planear el mercadeo de un producto en particular. De la misma manera, permite evaluar la forma en que una organización se está desempeñando en las distintas funciones”.⁶

4.2.2.5 La matriz de Boston Consulting Group

Análisis de mercado: Identificar las tendencias del mercado y la tasa de crecimiento.

No deberías parar una vez hayas identificado el tamaño del mercado, ya que nunca es constante. El crecimiento y las tendencias del mercado son datos esenciales que se debe revisar, de manera constante, para ajustar las estrategias comerciales y de marketing.

La tendencia de crecimiento del mercado se refiere a un aumento en el tamaño del mercado o las ventas generales dentro de un nicho en un período de tiempo.

Debes considerar esta tendencia a lo largo del proceso de análisis de mercado para comprender qué tan rápido crece el mercado, cuál es su potencial de crecimiento y si está en alza o en declive.

Para estimar el crecimiento de un mercado, puedes observar indicadores como la tendencia de la industria año tras año (Y o Y), cambios en la cantidad de clientes y la cantidad de compras por cliente (datos de informes internos o de la industria o el sector).

Ahora pongamos atención a una técnica ampliamente utilizada, que permite reunir todos los datos con información útil para tu negocio:

La matriz de Boston Consulting Group junto a la herramienta de Market Explorer. Desarrollada en 1968, la matriz BCG es un esquema que ayuda a las grandes corporaciones a administrar su cartera. Y también, a priorizar presupuestos

⁶ LONDOÑO, J, GONZALO, Juan. Las P's de Mercadeo. AD- minister, Universidad EAFIT, Medellín.2008

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 53 de 116

y operaciones en múltiples unidades de negocios según el crecimiento y las cifras de cuota de mercado.

La matriz BCG puede ser utilizada por cualquier empresa o sector, grande o pequeña, ya que su lógica se aplica para priorizar segmentos de clientes, productos, servicios, canales de marketing, mercados (GEO) y marcas.

También usaremos la herramienta de Market Explorer de SEMrush para recopilar todos los datos de mercado necesarios para construir una matriz BCG para el Sector comercial de carne bovina en el Municipio de Ipiales.

En la herramienta Market Explorer, las cifras de crecimiento del tráfico pueden indicar potencialmente un interés creciente en la categoría del producto de carne bovina o del negocio comercial del sector, y la cuota de tráfico puede implicar cuota de mercado.

Para construir una matriz de Boston Consulting Group, se debe proceder:

- **Recopilando todos los datos necesarios sobre el crecimiento y la cuota del mercado.** Primero, deberás recopilar datos sobre tu cuota de mercado y la tasa de crecimiento de las empresas o unidades comerciales del sector, unidades comerciales o segmento de clientes, etc.

Con la herramienta de Market Explorer, podemos ver cuál es la participación específica del comercio de carne bovina dentro del contexto general del mercado comercial, del Municipio de Ipiales y de la relación y comportamiento con otros competidores.

- **Aplicar los datos a la matriz BCG y prioriza tus esfuerzos comerciales y de marketing.** La línea horizontal de la matriz BCG representa la participación de mercado, y su línea vertical representa la tasa de crecimiento. Lo que debemos hacer ahora es colocar cada uno de nuestros elementos de investigación dentro de la casilla designada, y ver cómo se clasifican en términos de participación de mercado y crecimiento.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 54 de 116

Figura 5. Cuota de mercado



Fuente: CAMELLERI MARX, Casey. Marketing digital. Disponible en: <https://www.semrush.com/>

La definición de BCG para los términos dentro de la matriz es:

- Los establecimientos mascota representan unidades productivas con una tasa de crecimiento baja y una participación de mercado baja.
- El signo de interrogación se refiere a establecimientos con una pequeña cuota de mercado, pero con altas tasas de crecimiento.
- La estrella indica que un establecimiento tiene una participación de mercado alta y una tasa de crecimiento alta.
- Los productos vaca son negocios con altas cuotas de mercado, pero con menores expectativas de crecimiento.

Ciertamente, no siempre será obvio en qué categoría clasificar los establecimientos. Obtener una visión detallada de los competidores.

4.2.2.6 El análisis de las cinco fuerzas de Porter. Para obtener ventaja sobre tus competidores, debes comprender tu panorama competitivo para encontrar el mejor de tu marca en el mercado. El análisis de las cinco fuerzas de Porter ofrece una base sólida para analizar no solo a competidores, sino también a factores que afectan a la competencia. Desde nuevos participantes hasta rivales existentes y productos/servicios adicionales que quizás no hayas considerado.

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 55 de 116

El análisis de las cinco fuerzas de Porter evalúa la oportunidad y el riesgo en función de cinco factores esenciales de la industria:

- Intensidad del panorama competitivo;
- Nivel de poder de los proveedores;
- Costos de entrada/salida del comprador;
- Amenaza de productos sustitutos;
- Acceso al mercado para nuevos participantes.

Figura 6. Modelo de las cinco fuerzas



Fuente: CAMELLERI MARX, Casey. Marketing digital. Disponible en: <https://www.semrush.com/>

Intensidad del panorama competitivo. Lo primero que debes analizar es la intensidad de la competencia dentro de tu nicho. La información clave que debes recopilar en esta etapa son:

- El nivel de competencia dentro del mercado;
- Principales competidores;
- Una visión clara de tu estrategia competitiva.

Con un enfoque basado en datos, utilizaremos la herramienta de Market Explorer para obtener una visión general del panorama competitivo del sector Comercial de carne bovina en la ciudad de Ipiales.

Se selecciona a los principales competidores y se puede profundizar y echar un vistazo a más rivales. Sin embargo, para una mirada detallada, siempre es una buena idea reducir el alcance de la investigación.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 56 de 116

El análisis de audiencia junto con un simple análisis competitivo muestra oportunidades y amenazas de tus competidores.

Nivel de poder de los proveedores. Este factor examina el poder que un proveedor podría tener sobre tu negocio.

Cada una de las empresas aportarán información sobre sus proveedores y otras áreas tendrán información sobre los siguientes factores que debes considerar para evaluar una posible amenaza de dependencia excesiva de los proveedores:

- El número de proveedores dentro del mercado.
- Las características de los proveedores existentes: cuantos más se conozca de los proveedores, más poder de negociación o seguridad tendrá el sector.

Costos de entrada/salida del comprador. Los consumidores también pueden tener cierto poder de negociación sobre tu sector. Si bien esto parece un factor centrado en el cliente, debes analizar tu panorama competitivo una vez más para determinar los costos de entrada y salida del comprador.

El tamaño general de la audiencia, el número de competidores, sus precios y los factores de calidad serán importantes cuando estés adaptando tu negocio o sector y tus estrategias de marketing.

Esta publicación te ayudará a encontrar las tácticas adecuadas que te permitirán:

- Analizar el desempeño general de tus competidores;
- Echar un vistazo a sus estrategias publicitarias;
- Identificar las estrategias de, contenido y relaciones públicas de tus rivales;
- Revelar la actividad en los canales de promoción y publicidad comercial.

Amenaza de productos sustitutos. Además de vigilar a los competidores y sus estrategias de marketing, también debe ser consciente del hecho de que podrías estar compitiendo con productos sustitutos. Un competidor indirecto podría estar afectando tu rentabilidad o estabilidad del sector a medida que tus clientes cambian a otro producto o servicio diferente.

Normalmente, un producto sustituto puede ser una amenaza si:

- Se vende por un precio más bajo, pero con función o calidad similar.
- Ofrece un precio similar, pero es de mayor calidad o es más funcional.

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 57 de 116

Acceso al mercado para nuevos participantes

- Este factor considera lo fácil o difícil que es entrar en el mercado para las unidades empresariales con productos sustitutos. Si bien puedes estar preparado con tu análisis de mercado, este factor requiere un monitoreo continuo del mercado.

Técnica adicional para analizar el panorama competitivo:

- El Mapeo de percepción competitivo puede ayudarte a evaluar cómo los clientes perciben un determinado producto o servicio y evaluar las fortalezas y debilidades de marcas parecidas dentro de un nicho determinado.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

Bienestar económico: Se considera como una parte de las ciencias relacionadas con la economía, entre su propósito se ocupa de aspectos como la eficiencia económica y al bienestar social. Puede ser parte también del beneficio de la riqueza derivada del aspecto de la producción.

Cadena cárnica bovina: La cadena cárnica bovina está integrada por los productores primarios o ganaderos, los comercializadores de ganado, las plantas de beneficio de ganado, la industria procesadora de alimentos, los distribuidores mayoristas y minoristas de carne y alimentos procesados, los restaurantes y los consumidores. (Santana, Camacho, & Otros, 2009).

Cámara de Alimentos: Grupo de trabajo conformado por las empresas de este sector para adelantar actividades y gestiones gremiales que propendan por la competitividad y la sostenibilidad de las empresas del sector.

Capacidad de carga: Cabezas de ganado bovino para carne de res por hectárea.

Centro de sacrificio: Se considera al lugar en donde se trasladan o llevan a las especies animales, en este caso el ganado, el cual ha sido tenido en cuenta como apto para el consumo humano, por lo tanto, se procede al sacrificio y disposición de sus carnes en establecimientos donde puedan llegar al cliente final.

Competitividad: Capacidad o habilidad de mantener un producto en el mercado y aumentar su participación en el mismo.

Crecimiento económico: Hace referencia al incremento que se presenta en la producción de bienes y servicios radicados en la economía y que se observan o determinan de un periodo a otro. El cálculo de crecimiento se realiza de manera comparativa, estimando los resultados.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 58 de 116

Demanda: Es la cantidad de bienes o servicios que son solicitados en un mercado, teniendo en cuenta la economía y el precio de estos por parte de los clientes.

Empleo: Se considera como la actividad, labor o trabajo que tras su ejecución permite la generación de un ingreso monetario como contraprestación. Se presume como la acción que generan las empresas de generar empleabilidad o contratación de personal para el beneficio laboral y el pago por el mismo.

Faenamiento: Este es el proceso que se realiza con el rigor sanitario para el sacrificio de un animal bovino, con el fin de generar la obtención de porciones de carne favorables para ser consumidas por las personas.

Ingresos: Habla sobre el incremento de los recursos económicos. Este concepto se relaciona con el contexto contable de activos y pasivos, puesto que a su vez hace referencia a la recuperación de los activos.

Investigación científica: Indaga lo que realmente está sucediendo en el proceso a investigar y el porqué; es decir que de alguna forma da reconocimiento al problema. Es una actividad que tiene por fin la de observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. Según Tamayo, nos dice que es “un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”.⁷

Madre cabeza de familia: Hace especial referencia al ser de sexo femenino que se ha convertido en madre y que por cierta condición se ve en la obligación de brindar sustento económico, social o afectivo a sus hijos o al hogar que ha conformado, cumple con la obligación de cuidar y mantener su familia.

Oferta: Se reconoce como la cantidad de productos y/o servicios que las instituciones o los ofertantes pueden vender en un mercado, para ello se tienen en cuenta factores como el precio y el periodo de tiempo en el cual se pueda ejecutar y que con ello se pueda generar la satisfacción de necesidades por parte de los clientes.

Productor: aquella persona natural o jurídica que dirige la Unidad Productora Agropecuaria y toma las principales decisiones sobre el cultivo de plantas, la cría de animales, las prácticas agropecuarias, el uso sobre los medios de producción y la venta de los productos agropecuarios.

⁷ Tamayo, M. El proceso de la investigación científica. Ed. Limusa. México. 2003

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 59 de 116

Salubridad: Palabra relativa al área de la salud, considerado como el estado en el que se puede determinar en una persona, un completo bienestar en sus contextos físico, mental y social.

UPA cárnica: Se refiere a las Unidades Productivas Agropecuarias cuya orientación productiva es la ganadería doble propósito y la producción de carne.

4.4 MARCO LEGAL

Para ello se deben de tener en cuenta algunos reglamentos relacionados con el tema, entre ellos los que se destacan en el presente normograma:

Tabla 7. Normograma

NORMA	VIGENTE O NO VIGENTE	FECHA DE EXPEDICIÓN	RESEÑA
Ley 9	Si	24 de enero de 1979.	Ley dedicada a dictar normas sanitarias para múltiples ámbitos; desde la protección del medio ambiente y el suministro de agua, pasando por el saneamiento de las edificaciones y los alimentos hasta los medicamentos, defunciones y artículos de uso doméstico. El Título V se destaca en la presente revisión al proponer disposiciones para los mataderos y el transporte de carnes. A este título le siguieron sus respectivos decretos reglamentarios, los cuales determinaron el sendero para el mercado de la carne en relación con las medidas sanitarias.
Decreto 2162	Si	1 de agosto de 1983.	Reglamenta parcialmente el Título V: Producción, procesamiento y expendio de productos cárnicos procesados.
Decreto 1290	Si	22 de junio de 1994.	Reglamenta el artículo en mención indicando el carácter científico y tecnológico que debe tener la institución, además establece los objetivos y las

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 60 de 116

NORMA	VIGENTE O NO VIGENTE	FECHA DE EXPEDICIÓN	RESEÑA
			funciones donde se destaca la inspección y vigilancia tanto de establecimientos productores como de comercializadores, además de certificar las buenas prácticas de los establecimientos.
Decreto 3149	Si	13 de septiembre de 2006.	Por el cual se dictan disposiciones sobre la comercialización, transporte, sacrificio de ganado bovino y bufalino y expendio de carne en el territorio nacional.
Ley 1122	Si	9 de enero de 2007.	Fortalece al INVIMA, pues se le otorga la competencia exclusiva de la inspección vigilancia y control de la producción y el procesamiento de alimentos, plantas de beneficio de animales, centros de acopio y procesadoras.
Decreto 1500	Si	4 de mayo de 2007.	Establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne y Productos Cárnicos Comestibles, destinados para el Consumo Humano y se fijaron los requisitos sanitarios y de inocuidad.
Decreto 4837	Si	24 de diciembre de 2008.	Por el cual se adoptan medidas transitorias sobre tratamiento de ganado en pie de la especie bovina, considerando que es objetivo nacional recuperar el hato ganadero con el fin de fortalecer la oferta exportable de carne y productos cárnicos.
Resolución 2674,	Si	22 de julio de 2013.	Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 61 de 116

NORMA	VIGENTE O NO VIGENTE	FECHA DE EXPEDICIÓN	RESEÑA
numeral 2 del artículo 37			para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos; y los requisitos para la notificación, permiso o registro.
Decreto 340	Si	03 de agosto de 2016.	Por el cual se autoriza el plan de racionalización de plantas de beneficio animal PRPBA para el departamento de Nariño. Para que se utilicen eficientemente los recursos utilizados en la prestación del servicio de beneficio, teniendo en cuenta el aspecto sanitario, ambiental, económico y social.
Plan decenal Dhana 2020 – 2029	Si	03 de julio de 2020.	El plan ha sido producto de un proceso de articulación entre diferentes actores que, de productores, la representación de los jóvenes, las mujeres y hombres, haciendo del proceso de construcción del Plan una experiencia de auténtica participación ciudadana y comunitaria.
Decreto 138	Si	23 de diciembre de 2021.	Por medio del cual se establece el Calendario Tributario para la vigencia fiscal 2022 en el Municipio de Ipiales y se dictan otras disposiciones; como la de expedir el Calendario Tributario para la vigencia fiscal 2022 por parte de la Administración Municipal, en el cual se fijen los lugares, fechas y plazos para el pago del impuesto de industria y

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 62 de 116

NORMA	VIGENTE O NO VIGENTE	FECHA DE EXPEDICIÓN	RESEÑA
			Comercio y su Complementario de Avisos y Tableros; Retención en la Fuente a Título de industria y Comercio; Publicidad Exterior Visual; Degüello de Ganado Menor.
Acuerdo Municipal 032	Si	23 de diciembre de 2021	El concejo Municipal de Ipiales en este acuerdo establece en el Art. 115 establecer las tarifas de industria y comercio, sin incluir el impuesto complementario de avisos y tableros, según la actividad, por lo que determina que, de acuerdo con la descripción económica, el procesamiento de conservación de carne y productos cárnicos deberá pagar una tarifa por mil de 4.9.

Fuente: esta investigación, año 2022

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 63 de 116

5. DISEÑO DE ASPECTOS METODOLÓGICOS

5.1 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

5.1.1 Línea institucional. Empresarial.

5.1.2 Línea del programa. Desarrollo y Gestión Administrativa.

5.1.3 Sub-línea: Creación y Desarrollo Empresarial.

5.2 ENFOQUE

Cuantitativo: Para el proyecto se tiene en cuenta el enfoque de tipo cuantitativo, teniendo en cuenta que para ello utiliza métodos en el que se permite la recolección y análisis de datos con el propósito de dar contestación a la pregunta de investigación, con técnicas incluidas como son la observación no estructurada, entrevistas abiertas a personas que trabajan o se encuentran involucradas en el sector, como también la revisión de documentos relacionados.

Se considera como un adecuado procedimiento el enfoque cuantitativo, pues gracias a su efectividad se puede tener en cuenta la realidad de las empresas que trabajan en el sector, en este caso el de aquellas que comercializan la carne de bovino en el municipio de Ipiales, según (Hernández-Sampieri et al., 2010; Quintana-Peña, 2008) dicen que: “el enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento guiarse por el contexto, la situación, los recursos de que dispone, sus objetivos y el problema de estudio.”⁸

5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva: Teniendo en cuenta la investigación descriptiva se puede analizar y determinar el conjunto de componentes que hacen relación a un estudio diagnóstico en el sector cárnico, entre ellos los proveedores, los diferentes canales de distribución y el mercado en el que se desarrolla. Con ello se busca determinar las propiedades, características y perfiles de propietarios, trabajadores, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura, como también su comportamiento.

⁸ HERNÁNDEZ-SAMPIERI, R., FERNANDEZ-COLLADO, C., & Baptista-Lucio, M. del P. (2010). Metodología de la investigación (5ta ed.). México, D.F.: McGraw-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 64 de 116

En cuanto a la investigación descriptiva, se puede decir que: “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos” (Tamayo, 2003, p. 46), además Tamayo (2003), citando a Abouhamad, nos explica que de los tipos de investigación histórica, descriptiva y experimental considerados como la categorización clásica y más conocida dependen gran variedad de tipos de investigación, que muchas veces se llegan a confundir con algunos tipos de diseño por llevar igual nombre que aquéllos, lo cual crea confusión. Entre los tipos de investigación no mencionados existen: investigación correlacional, estudio de caso, investigación ex post facto sobre hechos cumplidos, investigación comparada, investigación de mercados, investigación evaluativa, investigación cualitativa, investigación de acción participativa, investigación etnográfica, etc.⁹

5.4 MÉTODO

Método Analítico: Para poder aplicar este método se tiene en cuenta la utilización de herramientas que ayudan al estudio diagnóstico de las relaciones esenciales y fundamentales en el objeto de estudio, en este caso, la comercialización de carne de bovino en el municipio de Ipiales.

5.5 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO INVESTIGATIVO.

5.5.1 Determinación de la población: La población a quien va dirigida el estudio diagnóstico, son las empresas registradas en Cámara de Comercio dedicadas a la actividad de distribución de productos de carne de bovino.

Teniendo en cuenta que el número de empresas pertenecientes al comercio de productos cárnicos de bovino de acuerdo a Cámara de Comercio de Ipiales corresponden a 44 empresas para lo cual no se tendrá en cuenta el diseño de la muestra ya que se procederá a recolectar los datos a través de un censo poblacional.

Tabla 8. Listado carnicerías del municipio de Ipiales

RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
FAMA CENTAVO MENOS	Ipiales	Cra. 7 No. 25-00
FAMA LA FAVORITA	Ipiales	Cra. 6 No. 17-54
FAMA PUENES	Ipiales	Cra. 7 No. 29-350
FAMA LA VICTORIA	Ipiales	Cra. 6 No- 6-16
SURTI FRESKA	Ipiales	CRA. 5 No. 18-04

⁹ TAMAYO Y TAMAYO, M. (1999). Aprender a investigar. Módulo 5: El proyecto de investigación. Aprender a Investigar (3ra ed.). Santa Fe de Bogotá, D.C., Colombia: ARFO Editores Ltda.

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 65 de 116

RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
FAMA BLANQUITA	Ipiales	CARRERA 2 NO. 78 - 60 BARRIO LOS CHILCOS
FAMA LA MATINATA	Ipiales	CALLE 15 NRO. 6-21
EXPENDIO EL BUEY NO 2	Ipiales	CALLE 7A NRO. 7 -01 ALFONSO LOPEZ
SURTICARNES LA AVENIDA	Ipiales	CR 6 CL 4 NRO. 6 - 11 AV LAS LAJAS
FRIGO CARNES EL CEBU	Ipiales	CLL 17 N0.3N - 47 BRR OBRERO
SURTICARNES LA SUPREMA	Ipiales	CARRERA 6 NRO. 04-17 AV. LAS LAJAS
FAMA EL CHARCO	Ipiales	CR 6 NO. 0-153 BRR EL CHARCO
FAMA PRIMAVERAL EL CENTRO	Ipiales	CARRERA 7 CALLE 27 NRO. 26 D-30 B/ CUATRO ESQUINAS
CARNICERIA MABUEY	Ipiales	CRA 13 NO. 24B-20 B/ MANZANO
SURTICARNES TOTORAL	Ipiales	CRA. 5 NRO. 5N-10
LA BOINA ROJA CENTRO	Ipiales	CARRERA 1 NO. 17-70 BARRIO OBRERO
EXPENDIO DE CARNES LA PROVINCIA	Ipiales	CARRERA 5 No 21-67 BARRIO PANAM
FAMA SIN NOMBRE M.G.	Ipiales	CR 5 NRO. 6-31 BRR GOLGOTA
FAMA DOÑA ANITA	Ipiales	CLL 12 NO. 10A - 13 B/ BENJAMIN HERRERA
FAMA MISTARES	Ipiales	CRA 6D NRO. 26-16 B/KENEDY
EXPOCARNES CARNE DE CALIDAD	Ipiales	CARRERA 7 NRO. 27-197 PUENES
FAMA DON EMILIO	Ipiales	CARRERA 6B NO. 27-31 B/ SAN JOSE
LA FAMA BT	Ipiales	CRA 7 N0. 26 - 94 B/ KENNEDY
FAMA EL BAQUERO IPIALES	Ipiales	CALLE 11 NO. 7 - 31 BARRIO SEMINARIO
DISTRIBUIDORA DE CARNES LA 8ª JT.	Ipiales	CRA 8 N0. 7-56
FAMA AL CORTE	Ipiales	Manzana 6 Casa 8 Barrio Camilo Torres
EXPENDIO DE CARNE SAN FELIPE	Ipiales	CARRERA 5 N0. 14-41
FAMA MADRIGAL	Ipiales	CARRERA 9 NO. 12A - 55 B/ JOSE ANTONIO GALAN
FAMA EL VOLADERO	Ipiales	CARRERA 2 No. 3 - 75 BARRIO CENTENARIO

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 66 de 116

RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
FAMA LA MACARENA IPIALES	Ipiales	CARRERA 1A 3 A 37 B/ CENTENARIO
FAMA LA GARANTIA CNA	Ipiales	CRA 7 N0 11 – 15
FAMA PABLITO	Ipiales	VDA LAS CRUCES AV PANAMERICANA
CARNICERIA LA ÑAPA	Ipiales	CLL 29A No. 7 - 71 B/ PUENES
CARNES DON FELIPE	Ipiales	CARRERA 7 CON CALLE 7 ED. JUAN PABLO II
CARNES NARIÑO	Ipiales	CARRERA 11 CALLE 13 - 55 BARRIO BENJAMIN HERRERA
FAMA MANANTIAL	Ipiales	CARRERA 6 # 4-65 AV LAS LAJAS
SURTICARNES LA MERCED	Ipiales	CARRERA 7 NO. 29 - 195 BARRIO PUENES
FAMA CALIDAD EN CARNES J.L	Ipiales	CRA 1 NO. 4-37 B/ CENTENARIO
FAMA LOS CHILCOS	Ipiales	BRR LOS CHILCOS AV PANAMERICANA
FAMA LA AVENIDA CENTENARIO	Ipiales	CRA 1 N0. 12A - 120 B/ CENTENARIO
SUPER CARNES DE LA GRANJA	Ipiales	CALLE 22 NRO. 4-08 B/ SAN VICENTE
TERCENA SAN JOSE	Ipiales	CARRERA 10 No. 10 - 36 BARRIO PALERMO
FAMA DON JAIMITO CC	Ipiales	CRA 1 N0. 17A - 32 B/ OBRERO
FAMA LA NOBILLONA	Ipiales	BR PRIMAVERA CASA 83

Fuente: Esta investigación. Año 2022

5.5.2 Fuentes de información

Fuentes primarias: Las fuentes primarias corresponde a la información que se pueda recolectar por parte de la investigación a través de encuestas que se le apliquen a los diferentes actores directos e indirectos que participan en la actividad comercial de carne de bovino en el Municipio de Ipiales, como propietarios de los establecimiento, clientes o consumidores de carne de bovino, funcionarios de las entidades públicas que tienen influencia directa en el desempeño de este sector, así como también de la observación directa que se realice a los diferentes establecimientos y la forma de interactuar los agentes del sector comercial cárnico de bovino en Ipiales.

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 67 de 116

Fuentes secundarias: Las fuentes secundarias que se tendrán en cuenta hacen parte de toda la información que se encuentra consignada en libros, revistas, en internet y folletos publicados por los diferentes autores que se hayan dedicado al desarrollo de contenidos que coadyuben a la realización de esta investigación.

PROHIBIDA SU COPIA

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 68 de 116

6. INFORME DE RESULTADOS

6.1 ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El desarrollo de este diagnóstico se desarrolló teniendo en cuenta las empresas que se dedican a la comercialización de carne bovina ubicadas en el Municipio de Ipiales y que se encuentran debidamente registradas en Cámara de Comercio y que para tal efecto y con base a la información suministrada por dicha entidad, se da cuenta que en Ipiales existen 44 registros de entidades, dedicadas al desarrollo del Comercio al por menor de Carne Bovina, para lo cual se procedió a levantar la información pertinente aplicando la encuesta respectiva en la visita presencial que se realizó a cada uno de los 44 establecimientos referidos con anterioridad en su domicilio comercial correspondiente, así mismo se levantó una lista de chequeo para determinar otros detalles que por considerarlos de tratamiento especial, se procedió a obtenerlos a través de la observación directa en el establecimiento visitado.

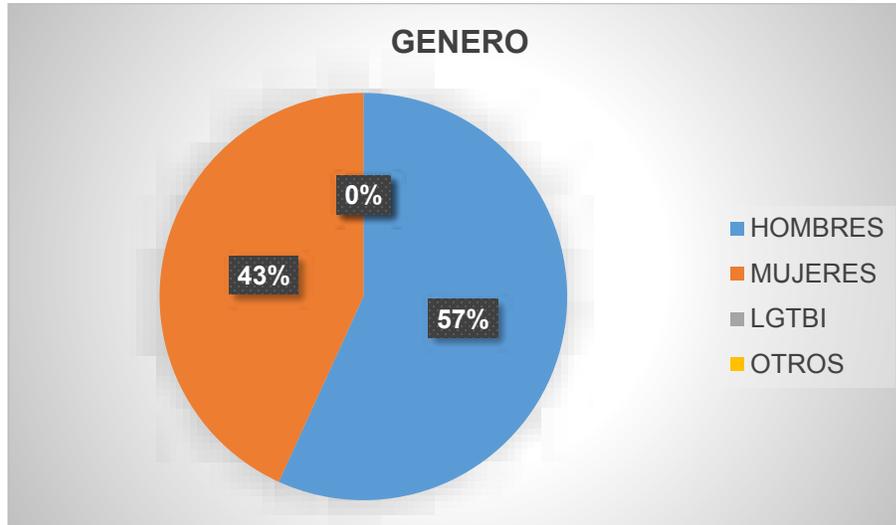
A continuación, se presentan los resultados de las cuarenta y cuatro (44) encuestas realizadas de manera presencial, como parte de la visita e investigación a las empresas en mención, con el fin de realizar su caracterización y analizar diversos aspectos propios de este sector.

Tabla 9. Genero

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOMBRES	25	57%
MUJERES	19	43%
LGTBI	0	0%
OTROS	0	0%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 1. Genero



Fuente: Esta investigación. Año 2022

De las cuarenta y cuatro personas que fueron encuestadas, 25 son hombres correspondientes al 56% del total de la encuesta, mientras que 19 son mujeres que corresponden al 44%.

No existen dentro de las encuestadas personas que se identifiquen como pertenecientes a la población LGTBI u otro tipo de género.

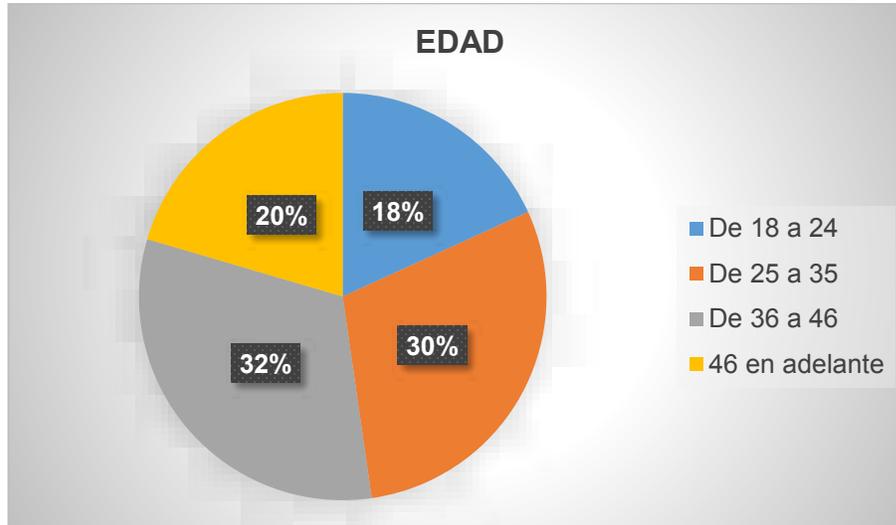
Así mismo se observa que esta actividad que en otros tiempos fuera una actividad de ocupación de mano de obra femenina, en la actualidad es desarrollada en mayor medida por mano de obra masculina, quizá se deba al gran desarrollo del mercado y a los volúmenes del producto que se distribuyen en el municipio, así mismo por el peso que significa la movilización del mismo entro de los locales de comercio que también han venido mostrando ampliación en sus áreas y su sistema de tecnificación para desarrollar esta tipo de comercio.

Tabla 10. Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 24	8	19%
De 25 a 35	13	30%
De 36 a 46	14	32%
46 en adelante	9	19%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 2. Edad



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Con respecto a los parámetros de edad de las personas dedicadas al comercio de carne bovina se tiene que existe una población relativamente joven dedicada al comercio de carne bovina en la ciudad de Ipiales, es así que entre 18 años y 46 años representa cerca del 81% de todas las personas que realizan esta actividad, y el 19% son mayores de 46 años.

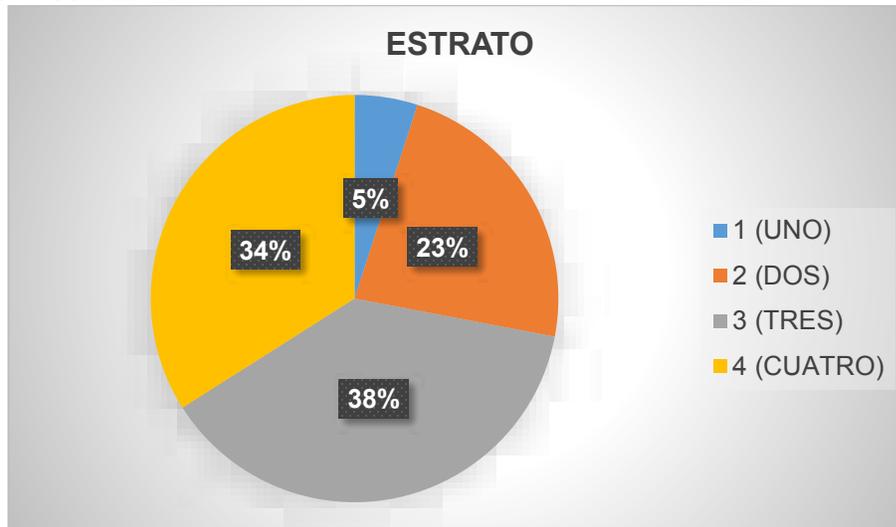
De ello se puede destacar que el 19% son jóvenes que no superan los 24 años de edad, seguidos por el 30% de población que llegan a los 35 años y 32% podríamos decir que lo componen personas con más experiencia en la actividad y que se acercan a los cincuenta años de edad.

Tabla 11. Estrato

ESTRATO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 (UNO)	2	5%
2 (DOS)	10	23%
3 (TRES)	17	38%
4 (CUATRO)	15	34%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 3. Estrato



Fuente: Esta investigación. Año 2022

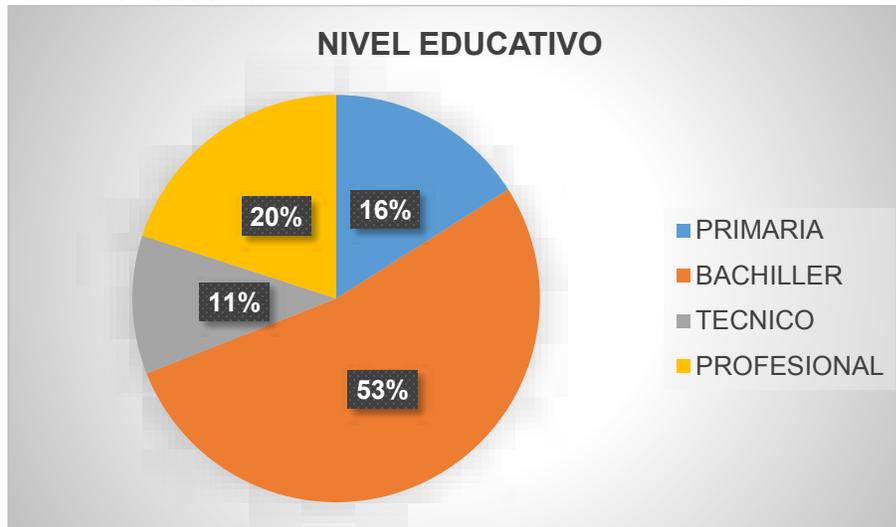
El estudio indica que los establecimientos dedicados al comercio de carne bovina y legalmente registrados en Cámara de Comercio se ubican en su gran mayoría en el sector céntrico y comercial de la ciudad de Ipiales, y es así que se tiene que el 38% de los mismos están ubicados en el estrato tres, seguido del 34% de los establecimientos que se ubican en el estrato cuatro, mientras que el 23% se encuentran en el estrato dos y solo el 5% está ubicado en el estrato uno, lo que determina que considerando que Ipiales tiene 144 barrios registrados en la Secretaría de Urbanismo de la Alcaldía Municipal de Ipiales, existe una cantidad considerable de establecimientos que no cuentan con registro de Cámara de Comercio, y se presumiría que se desempeñan con cierto grado de informalidad.

Tabla 12. Nivel educativo

NIVEL EDUCATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRIMARIA	7	16%
BACHILLER	23	53%
TECNICO	5	11%
PROFESIONAL	9	20%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 4. Nivel educativo



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Con referencia al nivel académico de las personas dedicadas al comercio de carne bovina se observa que mayor parte de la población correspondiente al 53% tiene un nivel de formación de preparación secundaria, seguido del 20% de personas que han incursionado en carreras de formación profesional, pero que por motivos laborales y de comercio, se han dedicado a este tipo de comercio, seguidamente del 18% de la población que escasamente solo cuentan con una formación académica de primaria y finalmente el 11% cuentan con una formación técnica en diferentes disciplinas y que por la escasez de oferta laborales se han dedicado a esta actividad.

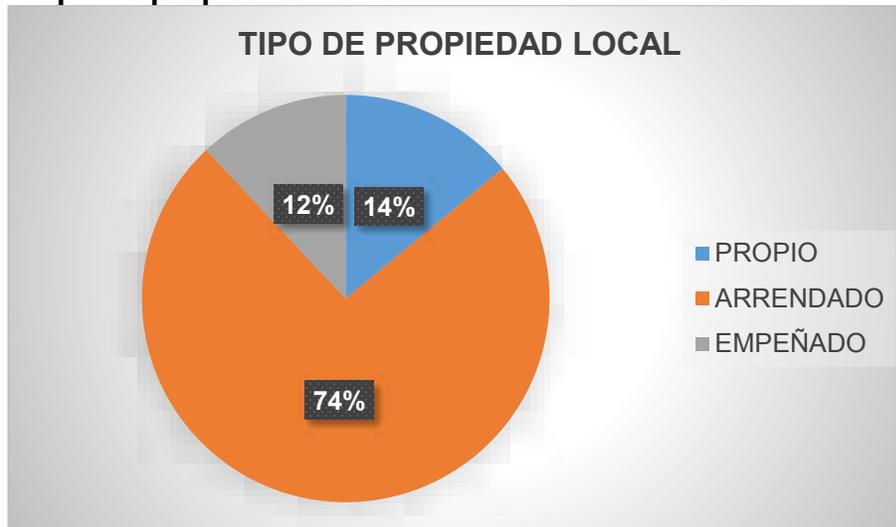
Tabla 13. Tipo de propiedad del local

TIPO DE VIVIENDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROPIO	6	14%
ARRENDADO	31	74%
EMPEÑADO	7	12%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 73 de 116

Gráfica 5. Tipo de propiedad del local



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Consultado a los comerciantes de carne bovino en la ciudad de Ipiales a cerca del tipo de propiedad del local donde desarrollan su actividad se tiene que en su gran mayoría de los establecimientos tienen ocupando sus locales pagando un canon de arrendamiento mensual en un 74% de ellos, mientras que el 14% tienen propiedad sobre sus locales y finalmente el 12% hacen uso de sus locales a través de un contrato de empeño.

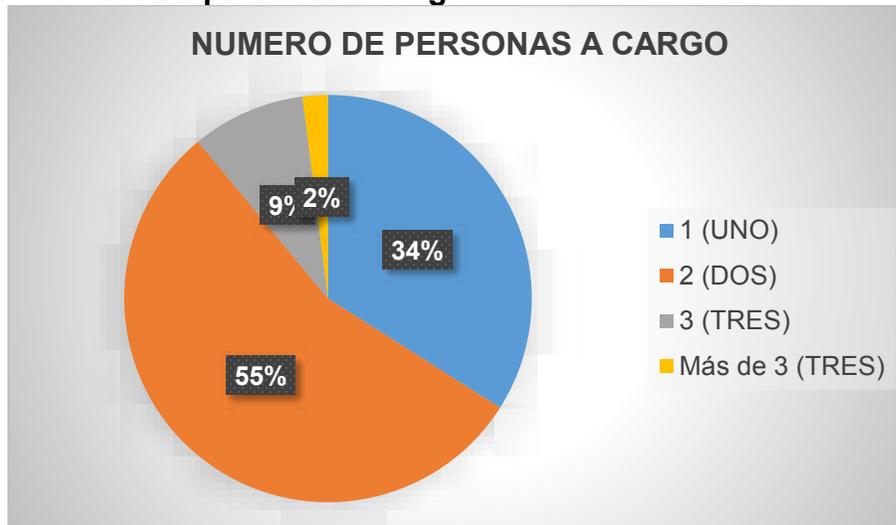
Como se puede observar el acceso a la propiedad de las instalaciones de comercio de carne bovina en la ciudad de Ipiales es pronunciadamente escasa, lo que hace que los costos de operación se eleven y que de una u otra manera estos costos se transfieran al precio del producto.

Tabla 14. Número de personas a cargo

NÚMERO DE PERSONAS A CARGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 (UNO)	15	34%
2 (DOS)	24	55%
3 (TRES)	4	9%
Más de 3 (TRES)	1	2%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 6. Número de personas a cargo



Fuente: Esta investigación. Año 2022

El estudio permite observar que la gran mayoría de las personas que desarrollan la actividad de comercialización de carne bovina en la ciudad de Ipiales tienen dos personas a cargo, representado por el 55% del total, seguida por establecimientos que dependen de esta actividad, con una persona a cargo con el 34% de ellos, así mismo el 9% tienen a cargo tres personas y solo el 2% de ellas tienen más de tres personas a cargo.

Tabla 15. Ingresos medios netos mensuales

INGRESOS PROMEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1.000.000 - \$2.000.000	7	15%
\$2.000.001 - \$3.000.000	18	40%
\$3.000.001 - \$4.000.000	13	28%
más de \$4.000.000	6	17%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 7. Ingresos promedios



Fuente: Esta investigación. Año 2022

El estudio muestra que los ingresos promedio de las personas que desarrollan actividad en la comercialización de carne bovina en la ciudad de Ipiales, el 40% de la población obtiene unos ingresos netos promedios entre \$ 2'000.000 y \$ 3'000.000, seguido por el 30% de la misma que obtienen unos ingresos entre \$ 3'000.000 y \$ 4'000.000, y el 14% tienen ingresos superiores a \$ 4'000.000, mientras que el 16% tienen ingresos que están entre \$ 1'000.000 y \$2'000.000. De lo anterior se puede inferir que esta actividad es buena generadora de ingresos y que garantiza la estabilidad en el mercado desde el punto de vista financiero.

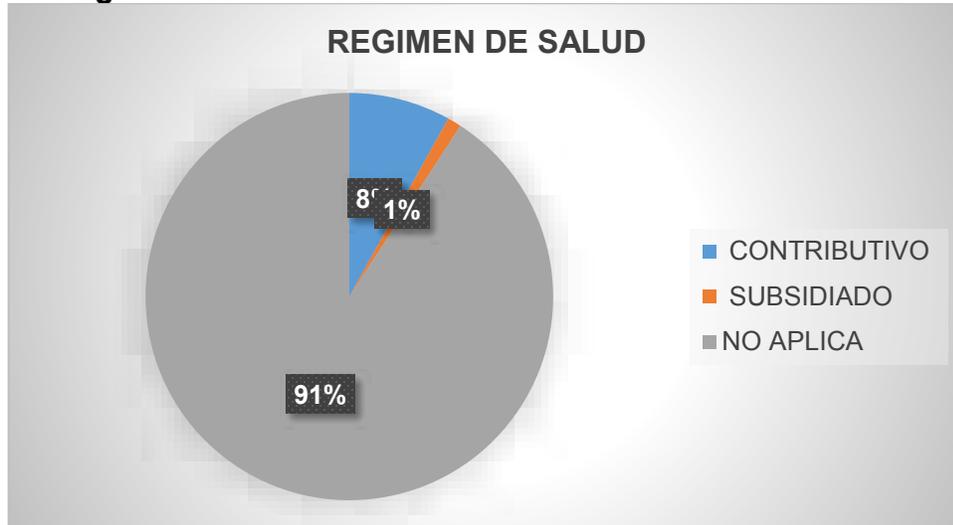
Tabla 16. Régimen de salud

RÉGIMEN DE SALUD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONTRIBUTIVO	35	80%
SUBSIDIADO	5	11%
NO APLICA	4	9
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 76 de 116

Gráfica 8. Régimen de salud



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Al ser consultados los propietarios de los establecimientos comercializadores de carne bovina en la ciudad de Ipiales se conoció que el 80% de los establecimientos están afiliados al régimen contributivo de salud, mientras que el 11% no son cotizantes directos y que son beneficiarios o tienen régimen subsidiado, mientras que el 4% no tienen ningún tipo de afiliación a salud.

Tabla 17. Cotización a seguridad social

COTIZACIÓN A SEGURIDAD SOCIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	80%
No	9	20%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 9. Cotización a seguridad social



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Con respecto a la información obtenida se tiene que el 80% de los propietarios de los establecimientos comercializadores de carne bovina en la ciudad de Ipiales cotizan a salud y pensión, mientras que el 20% no realizan la correspondiente cotización y pago de esta obligación legal.

Lo anterior demuestra que, a pesar de tener registro de Cámara de Comercio, no es un factor suficiente para demostrar los niveles de formalidad que tienen algunas unidades empresariales de la ciudad.

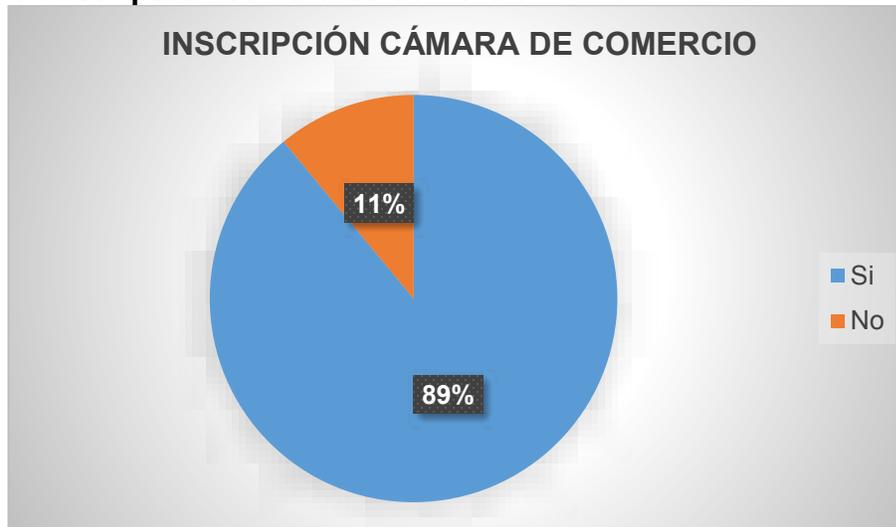
Tabla 18. Registro de cámara de comercio

INSCRIPCIÓN EN CÁMARA DE COMERCIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	39	89%
No	5	11%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 78 de 116

Gráfica 10. Inscripción cámara de comercio



Fuente: Esta investigación. Año 2022

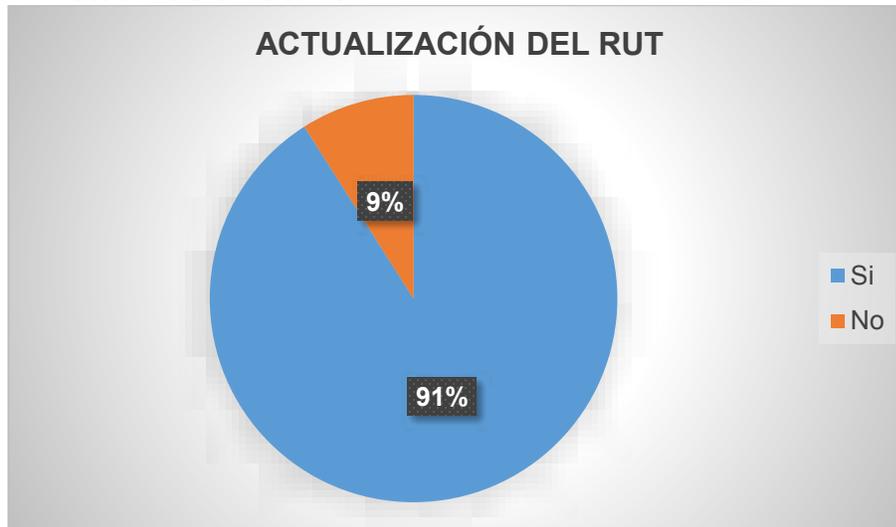
Como resultado de la encuesta se logró constatar que, si bien los 44 establecimientos se encuentran registrados ante Cámara de Comercio, no todas han realizado la renovación del registro a fecha 31 de marzo de 2022, por lo cual se puede observar que el 89% se encuentran al día, mientras que el 11% no tienen actualizado el registro mercantil.

Tabla 19. Actualización de RUT

ACTUALIZACIÓN DE RUT	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	91%
No	4	9%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 11. Actualización de RUT



Fuente: Esta investigación. Año 2022

El estudio muestra que el 91% de los establecimientos dedicados a la comercialización de carne bovina en la ciudad de Ipiales correlacional mente con la actualización del Registro Mercantil, han realizado la actualización del Rut, mientras que el 9% no cuentan con dicha actualización.

Tabla 20. Registro de industria y comercio

REGISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	91%
No	4	9%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 12. Pago secretaría de hacienda



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Así mismo se puede observar que mientras no se tiene actualizado el Rut, estos establecimientos dedicados a la comercialización de carne bovina en la ciudad de Ipiales en un porcentaje equivalente al 9% no tienen registro de Industria y Comercio expedido por la Secretaría de Hacienda del Municipio de Ipiales actualizado al año 2022, mientras el cumplimiento efectivo a este deber comercial y administrativo lo cumplen en una gran mayoría igual al 91%.

Tabla 21. Permisos sanitarios

PERMISOS SANITARIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	100%
No	0	0%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

	<p>PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</p> <p>FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO</p>	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 81 de 116

Gráfica 13. Permisos sanitarios



Fuente: Esta investigación. Año 2022

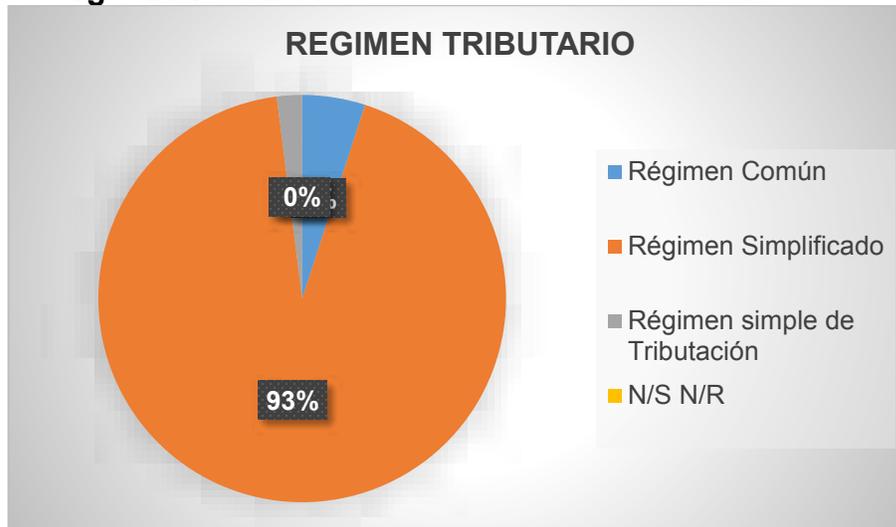
Mediante las encuestas realizadas, se determina que las 44 (cuarenta y cuatro) entidades el 100% de las mismas cuentan con los permisos sanitarios, el cual les permite ejecutar su trabajo relacionado con la comercialización de carne bovina en el Municipio de Ipiales.

Tabla 22. Régimen tributario

RÉGIMEN TRIBUTARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Régimen Común	2	5%
Régimen Simplificado	41	93%
Régimen simple de Tributación	1	2%
N/S N/R	0	0%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 14. Régimen tributario



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Con base a la información obtenida a través de las encuestas se conoce que el 93% de los establecimientos dedicados a la comercialización de carne bovina en el municipio de Ipiales llevan su contabilidad y tributación bajo los parámetros del régimen simplificado, mientras que el 5% hacen parte del régimen común, mientras que el 2% hacen parte del régimen simple de tributación.

Tabla 23. Número de trabajadores

NUMERO DE TRABAJADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 (UNO)	2	5%
2 (DOS)	26	59%
3 (TRES)	9	20%
4 (CUATRO) o más	7	16%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 15. Número de trabajadores



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Los resultados de la encuesta muestran que las empresas dedicadas a la comercialización de carne bovina en el municipio son grandes generadoras de empleo en nuestra ciudad y se tiene que el 59% de ellas por lo menos ocupan dos trabajadores en sus labores, seguidas del 20% de las mismas que ocupan tres trabajadores y el 16% ocupan más de cuatro trabajadores y solo el 5% ocupa un trabajador, aun así, el sector es ampliamente generador de empleo para la ciudad de Ipiales.

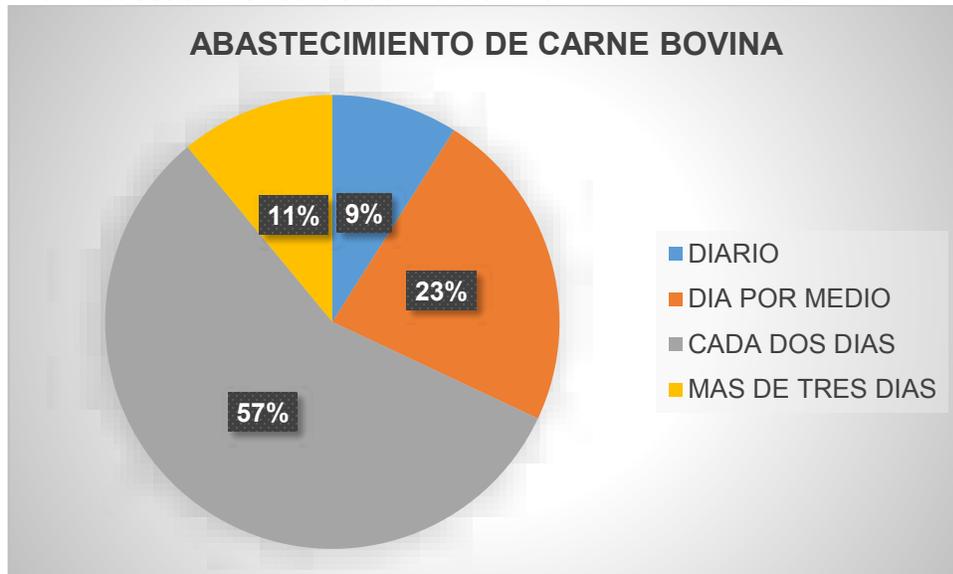
Tabla 24. Abastecimiento de carne bovina

ABASTECIMIENTO DE CARNE BOVINA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	4	9%
DIA POR MEDIO	10	23%
CADA DOS DIAS	25	57%
MAS DE TRES DIAS	5	11%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 84 de 116

Gráfica 16. Abastecimiento de carne bovina



Fuente: esta investigación, año 2022

En referencia a la frecuencia de abastecimiento de carne bovina por parte de los establecimientos dedicados a la comercialización de este producto se tiene que el 57% lo realizan cada dos días, mientras que el 23% lo realizan pasando un día, el 11% lo realizan pasando 3 días y el 9% lo realizan diariamente.

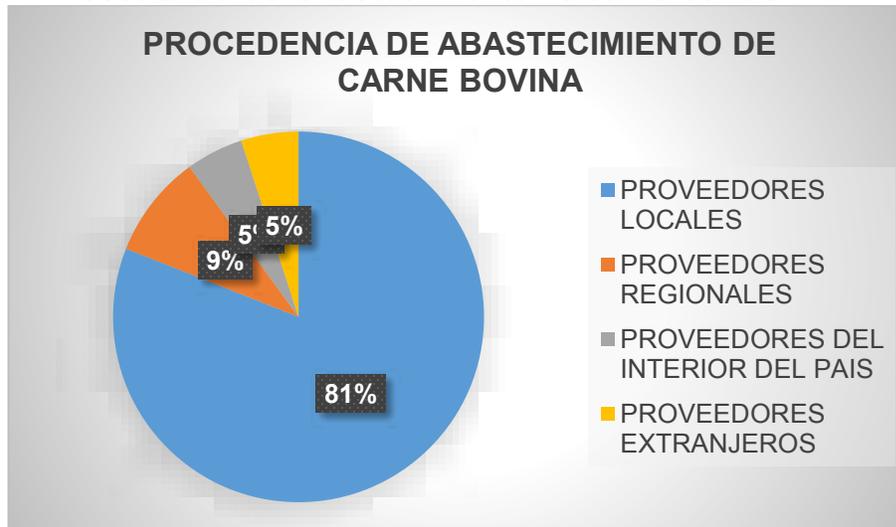
Se puede inferir de lo anterior que por tratarse de un producto altamente perecedero el abastecimiento deben hacerlo en un corto tiempo, por cuanto los consumidores tienen amplia aceptación por una carne fresca y con buena presentación para su consumo.

Tabla 25. Procedencia del abastecimiento de carne bovina

ABASTECIMIENTO DE CARNE BOVINA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROVEEDORES LOCALES	36	81%
PROVEEDORES REGIONALES	4	9%
PROVEEDORES DEL INTERIOR DEL PAIS	2	5%
PROVEEDORES EXTRANJEROS	2	5%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 17. Procedencia del abastecimiento de carne bovina



Fuente: Esta investigación. Año 2022

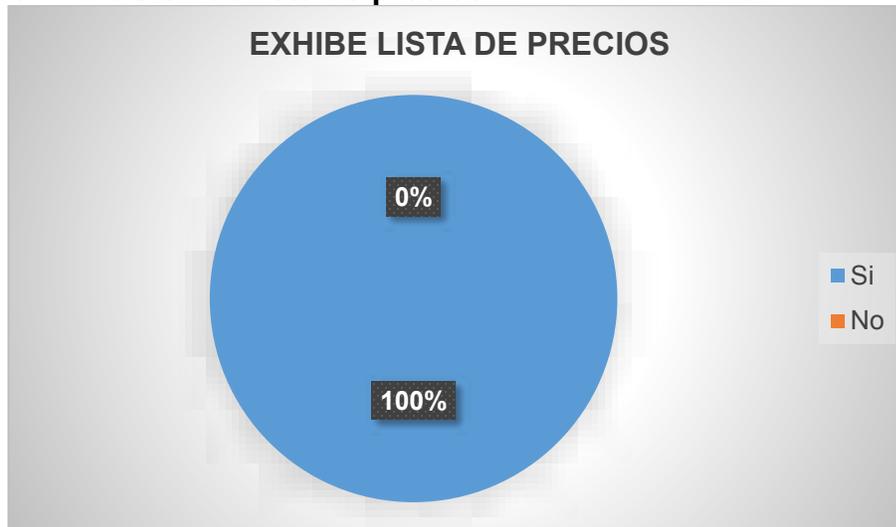
Consultados los expendedores de carne bovina del municipio de Ipiales responden con un porcentaje del 81% afirmando que el principal surtidor es Centro de Faenado de Ganado del Municipio de Ipiales, el 9% responde que reciben el producto proveniente de centros de faenado de otros municipios de la Ex Provincia de Obando, mientras que el 5% afirman comprar el producto a proveedores del interior del país, y el 5% restante lo adquieren de proveedores del Ecuador, a veces carne que entra de manera ilegal al país.

Tabla 26. Exhibición de lista de precios

EXHIBE LISTA DE PRECIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	100%
No	0	0%
TOTAL	44	100%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Gráfica 18 Exhibición de lista de precios



Fuente: Esta investigación. Año 2022

De la información anterior se puede observar que la totalidad de los establecimientos visitados tienen exhibido para el público la lista de precios expedida por la oficina de Protección al Consumidor adscrita a la secretaria de Hacienda del Municipio de Ipiales.

Tabla 27 Precio de carne bovina vs. Otros tipos de carnes

TIPOS DE CARNE	PRECIO POR KILO
CARNE BOVINA	\$ 22.000
CARNE DE POLLO	\$ 18.500
CARNE DE PESCADO	\$ 32.000
CARNE DE CERDO	\$ 26.000

Fuente: Esta investigación. Año 2022

6.2 DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DEL SECTOR COMERCIALIZADOR DE CARNE BOVINA EN LA CIUDAD DE IPIALES.

Para conocer las condiciones económicas del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales, fue necesario recolectar la información necesaria en cuanto a estas características por medio de una encuesta. A continuación, se muestra la consolidación de datos obtenidos a partir de la encuesta los mismos que permiten caracterizar los establecimientos comercializadores de carne bovina en la Ciudad de Ipiales.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 87 de 116

Tabla 28. Matriz de consolidación de datos FACTORES ECONÓMICOS.

PREGUNTA	RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inscripción en Cámara de Comercio	Si	39	89%
	No	5	11%
Actualización de RUT	Si	40	91%
	No	4	9%
Registro de Industria y Comercio	Si	40	91%
	No	4	9%
Permisos sanitarios	Si	44	100%
	No	0	0%
Régimen tributario al que pertenece	Régimen Común	2	5%
	Régimen simplificado	41	93%
	Régimen simple de tributación	1	2%
	N/S N/R	0	0%
Número de trabajadores contratados	1 (uno)	2	5%
	2 (dos)	26	59%
	3 (tres)	9	20%
	4 (cuatro) o más	7	16%
Abastecimiento de Carne bovina	Diario	4	9%
	Pasando un día	10	23%
	Pasando dos días	25	57%
	Mas de tres días	5	11%
Ingresos promedio mensuales	\$1.000.000 - \$2.000.000	7	15%
	\$2.000.001 - \$3.000.000	18	40%
	\$3.000.001 - \$4.000.000	13	28%
	más de \$4.000.000	6	17%
Exhibición de lista de precios	Si	44	100%
	No	0	0%
Proveedores de Carne	Proveedores locales	36	81%
	Proveedores regionales	4	9%
	Proveedores nacionales	2	5%
	Proveedores Internacionales	2	5%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

Con base a la información así sintetizada permiten realizar un análisis de manera mucho más general de la situación económica como se viene desarrollando la actividad comercializadora de carne bovina en la ciudad de Ipiales para el año 2022, y se argumenta lo siguiente:

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 88 de 116

Que si ciertamente las empresas encuestadas tienen su Registro Mercantil, o que se encuentran en los registros de Cámara de Comercio no todas ellas han realizado su actualización para el año en curso del estudio, que de igual manera, existen algunas entidades que tienen actualizado su Registro en Cámara de Comercio, pero no lo han hecho ante la Alcaldía Municipal en la Secretaria de Hacienda en lo correspondiente al Registro y pago del Impuesto de Industria y Comercio del presente año, o algunas no han realizado su actualización del Rut ante las oficinas de la Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales “DIAN”.

De lo anterior se induce que existen unos fondos financieros que están pendientes por definir su curso normal para saldar tanto las cuentas en los balances tanto de los empresarios como también en los balances de las entidades encargadas de realizar el respectivo recaudo de los impuestos o tasas correspondientes a las diligencias de la actualización de los respectivos certificados.

Se observa que la Secretaría de Salud, si viene cumpliendo con las visitas permanentes a este tipo de entidades ya que los comerciantes en su totalidad cuentan con sus respectivos registros sanitarios expedidos por esta entidad, y se manifiesta por parte de los encuestados que además de las autoridades locales se tiene visitas por parte del Instituto Departamental de Salud y concluimos entonces que la responsabilidad en cuanto a salubridad y cumplimiento de las condiciones sanitarias que exige la distribución de este tipo de producto muy necesario dentro de la dieta alimentaria para la población del municipio de Ipiales, es el resultado conjunto tanto de autoridades locales y regionales con la colaboración de los propietarios de los establecimientos comerciales de carne bovina, asegurando así la salud para los clientes que en cierto modo son la mayor parte de los hogares de la ciudad de Ipiales.

Por otra parte, y considerando que se trata de un producto muy perecedero, la rotación del producto en su gran mayoría deben hacerlo a más tardar, cada tres días como máximo, por cuanto, de lo contrario el producto comienza a perder sus condiciones óptimas de consumo y los distribuidores asumirían las responsabilidades y consecuencias al presentarse eventos negativos de los clientes como consecuencia del consumo del producto en mal estado.

Así mismo el alto grado de rotación del producto, permite entender, que este producto es altamente demandado por los hogares de la ciudad, y esto explica entonces la generación de buenos ingresos que han permitido un cierto crecimiento de varios establecimientos y la mejora permanente en las condiciones locativas de estos establecimientos y la competencia entre quienes quieren entrar en este sector tienen que hacerlo a través de brindar un buen servicio y tener una vitrina que brinde garantías de salubridad y seguridad higiénica del producto, más que del precio en sí, porque hay que entender aquí, que el estudio indica que se trata de un producto

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 89 de 116

que el precio no corresponde en su fijación, a las fuerzas de mercado, es decir de oferta y demanda, sino, que el precio es un precio regulado por el gobierno municipal a través de la oficina de la Secretaria de Hacienda y su dependencia de Protección al Consumidor, quien emite un listado de precio de venta al público, no solamente de carne bovina, sino de todas las carnes que los establecimientos denominados “FAMAS”, o “CARNICERIAS” deben hacer obediencia al cumplimiento a estas disposiciones administrativas de carácter municipal.

Económicamente y como resultado de la alta demanda del producto y su gran rotación lo que le permite generar no solamente ingresos para sus propietarios sino que parte de ellos son destinados al pago de varios trabajadores a quienes este sector le viene brindando una oportunidad laboral y de generador de bienestar para los hogares que cada uno de ellos representa, esto mirándolo de forma de generación directa, pero hay que tener en cuenta que la tabla también muestra que la gran mayoría de los proveedores del producto corresponden a proveedores locales y regionales, lo que muestra que indirectamente el beneficio se traslada también a la gran cantidad de productores de ganado bovino no solamente del Municipio, sino, de todos los municipios del sur y de todo el Departamento de Nariño, y de muchos más agentes indirectos que participan en esta cadena de producción y distribución del producto cárnico, como son desde quien produce los concentrados por ejemplo, hasta de las personas que se dedican a la ganadería y el transporte en general; en fin, de manera sucinta, se diría que los beneficios económicos son muy amplios tal cual se trata demostrar a través del desarrollo de esta investigación.

6.3 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DEL MERCADEO DE CARNE BOVINA.

Estas son los cuatro componentes que de acuerdo a los planteamientos de uno de los estudiosos de los temas del Marketing como lo es Jerome McCarty, fueron expuestos como elementos esenciales que determinan el comportamiento y la dinámica del mercado de los productos.

Para cuestión de este diagnóstico se logró sintetizar en los siguientes resultados de descripción en cuanto a cada uno de estos elementos que componen las 4Ps., y así poder conocer cómo se dinamiza el sector de la comercialización de carne bovina en el municipio de Ipiales, a partir de esta perspectiva de estudio.

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 90 de 116

Tabla 29. Análisis de las 4p

VARIABLE	ANÁLISIS
PRODUCTO	<p>La carne de res o bovina se caracteriza por ser una carne magra con un gran poder nutricional, ya que posee un alto contenido de proteínas de gran calidad y es rica en agua. Por este motivo, es una de las primeras carnes que pueden empezar a ingerir ya en la infancia, a partir de los 6 o 7 meses de vida.</p> <p>Aporta fundamentalmente proteínas de calidad, minerales, entre los que se destaca el hierro, fácilmente absorbible y utilizable, además de otros como zinc, magnesio, potasio, fósforo, selenio y vitaminas del grupo B respectivamente B12.</p> <p>Además, es un ingrediente de gran importancia en la alimentación humana. Su gran riqueza nutritiva se debe fundamentalmente a su elevado contenido en proteínas de alto valor biológico, pero, por otro lado, es uno de los alimentos más perecederos debido a su alto contenido en agua, composición y pH, lo que favorece la alteración y contaminación microbiana, pudiendo constituir un riesgo para la salud.</p> <p>Las alteraciones de las propiedades de la carne son debidas a su propia composición y a su interacción con factores físicos o químicos como la luz, la temperatura o el aire. Las más frecuentes son: enmohecimiento, putrefacción y coloraciones anormales, algunas pueden ser causa de enfermedad.</p> <p>Por otro lado, la carne puede contaminarse con agentes físicos, químicos o biológicos en cualquier punto de la cadena alimentaria, por lo que deben establecerse controles a lo largo de toda ella y fomentar las buenas prácticas de manipulación de todos los individuos implicados en su camino "del establo a la mesa".</p> <p>El almacenamiento de las carnes crudas de res o bovina, ya sea en el matadero, en la industria o en los centros de comercio de carne bovina en la ciudad de Ipiales, como en cualquier parte, debe hacerse en perfectas condiciones de higiene y, por supuesto, sin romper en ningún momento la cadena de frío.</p> <p>Deben aplicarse las siguientes pautas de almacenamiento:</p>

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 91 de 116

VARIABLE	ANÁLISIS
	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar que los productos estén en contacto directo con el suelo. • No almacenar las carnes frescas junto con otros productos (productos curados, frutas y verduras, etc.). • Permitir una circulación de aire adecuada en las cámaras. • No superar los tiempos de almacenamiento recomendados. • Aplicar un programa de limpieza y desinfección de las cámaras y locales. • Vigilar que las cámaras mantengan la temperatura exigida.
PRECIO	<p>La carne de res es uno de los productos más afectados por la inflación que durante los meses recientes ha afectado a Colombia, al punto que este alimento ha desaparecido de la mesa de muchas familias de ingresos bajos.</p> <p>Y aunque las alzas han sido generalizadas en la mayoría de alimentos, incluso otras carnes como cerdo, pescado y pollo, en el caso de la carne de res los incrementos han alcanzado hasta un 50%, según las quejas de los consumidores y reportes del comercio.</p> <p>El presidente de la Asociación Frigoríficos de Colombia, Álvaro Urrea, aseguró en Al Campo, de Caracol Radio, que estas alzas desbordadas son el producto de las exportaciones de ganado, las cuales, asegura, no tienen precedentes en la historia de la ganadería en el país.</p> <p>Según estudios de esta asociación, el precio por kilo ha tenido aumento del 53,8%, pues mientras en 2020 el promedio estaba en \$24.958 pesos por kilo, en diciembre de 2021 llegó a \$38.409 pesos por kilo.</p> <p>Estas alzas continuarán, si el gobierno no adopta medidas que regulen estas exportaciones, especialmente de ganado vivo, afirmó el directivo de la Asociación Frigoríficos de Colombia:</p>

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
	FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 92 de 116

VARIABLE	ANÁLISIS
	<p>Oscar Cubillos, economista y jefe de la Oficina de Planeación e Investigaciones Económicas de la Federación Colombiana de Ganaderos (Fedegan), afirmó que, al igual que lo sucedido con otros alimentos, las alzas han sido provocadas por el mayor costo de los insumos importados, la crisis mundial de contenedores, el proceso de recuperación económica, entre otros.</p> <p>Teniendo en cuenta este tipo de comportamientos en cuanto al precio de estos productos que son tan vitales para la vida de los ciudadanos, el gobierno nacional establece medidas de control de precios con el fin de evitar especulaciones en el mercado que vayan en detrimento de la capacidad adquisitiva de los demandantes de estos productos, que como se ha dicho anteriormente, son muchos de los hogares de los diferentes hogares del país, y obviamente para los consumidores de Ipiales es por eso que es deber de las Alcaldías de cada municipio velar por la estabilización de los precios de los bienes que hacen parte de la canasta familiar y a través de la oficinas de protección al consumidor de la Alcaldía Municipal de Ipiales se expiden las listas de precios y para el caso de los productos cárnicos como ya se mencionó fue expedida la lista de precios para este producto fijándose para este caso su precio en \$22.000, precio que ha sido afectado como ya se conoció por todos los factores referidos y sufriendo un incremento de aproximadamente del 40% con respecto al año 2020.</p>
PLAZA	<p>Para hacer referencia a la PLAZA, se tuvo como punto de referencia las características demográficas del Municipio de Ipiales, por cuanto se constituye en el nicho de mercado donde se desempeña y desarrolla las actividades comercializadoras de Carne bovina, y por supuesto que cada uno de sus habitantes de una u otra manera dentro de su dieta alimenticia necesita consumir proteínas y todos los componentes que contiene la carne bovina, por ello se extractó la siguiente información contenida en el Plan de Desarrollo del Municipio de Ipiales 2020-2023 “HABLAMOS CON HECHOS”, del actual gobierno municipal, y se tiene que, el casco urbano de Ipiales, está conformado por alrededor de 148 barrios distribuidos en diez (10) sectores normativos basados Plan Básico de Ordenamiento Territorial - PBOT vigente, que consideró las características sociales de sus habitantes, intereses comunes, similitud de necesidades, situación geográfica e importancia económica.</p>

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
	Versión: 01	
	Página: 93 de 116	

VARIABLE	ANÁLISIS
	<p>Ipiales, en el año 2019 tenía una población de 151.533 habitantes; de ellos, el 49.4% (74.834) son hombres y el restante 50.6% (76.699), mujeres. La relación hombre-mujeres se ha mantenido estable durante el decenio; para el último año por cada 97,6 hombres, hay 100 mujeres. Ipiales por parte de la región andina presenta la mayor concertación de poblacional, con alturas menores a 3.000 msnm.</p> <p>El 74,1% de la población se concentra en la cabecera municipal y el 25,9% en las zonas rurales según proyecciones DANE para el año 2019. En el periodo 2009 – 2018, la tasa anual de crecimiento fue del 2,3%, siendo del 3.0%, en el área urbana y del 0,6% en el sector rural; todas ellas superiores al promedio nacional, información que ejerce una incidencia directa en las políticas, planes y programas oficiales, en la asignación de recursos por parte de la nación y, en general, en todo el devenir económico y social del municipio.</p> <p>El grado de urbanización del municipio de Ipiales se concentra por encima del 73% que corresponde a 112.350 habitantes con respecto a la población total.</p> <p>Número de viviendas y hogares: tanto en el área urbana, como en el sector rural, el número de hogares supera al número de viviendas. Esta información se cuantificó para el año 2018.</p> <p>Área urbana Número de viviendas: 20.223 Número de hogares: 27.468</p> <p>Con base a esta información se puede inferir que se precisa el tamaño de mercado que es atendido por los 44 establecimientos de comercialización de carne bovina en la ciudad de Ipiales.</p>
PROMOCIÓN	<p>Los conceptos de la promoción llevaron a realizar una interpretación de las condiciones claves de éxito que se deben tener en cuenta para llegar con el producto en las condiciones más óptimas, no solo de precio y tiempo, sino de las especificaciones técnicas de higiene y salubridad que están contenidas en los procesos de almacenamiento y distribución de la carne de bovino y es por eso que se ha podido constatar que tanto el almacenamiento de la carne como la distribución</p>



VARIABLE	ANÁLISIS
	<p>y venta se realizan en perfectas condiciones de higiene y respetando siempre las temperaturas establecidas para el producto, la estiba se observa que es adecuada lo mismo que las vitrinas y congeladores, encontrarse en buen estado de limpieza, desinfección en la mayor parte de los establecimientos visitados.</p> <p>Y, en general, el trabajo en términos generales constató que dentro de las capacitaciones que han recibido los distribuidores y manipuladores de carnes, han hecho hincapié en los siguientes ítems:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mantener un alto grado de higiene personal: ropa exclusiva y limpia, lavarse bien las manos, evitar prácticas que puedan ser causa de contaminación como fumar, comer, etc., proteger.• Los cortes y heridas, y observar actitudes higiénicas.• Mantener los equipos, utensilios y superficies en perfectas condiciones de conservación y limpieza.• Todas las superficies donde se manipulen carnes deben ser de materiales impermeables y fáciles de limpiar y desinfectar. No debe utilizarse la madera.• Todas las estructuras de apoyo (mesas, carros, bandejas...) han de conservarse en perfecto estado y se lavaron y desinfectaron periódicamente.• Utilizar utensilios y superficies diferentes para manipular materias primas y productos terminados o limpiarlos y desinfectarlos previamente.• Mantener una higiene escrupulosa de locales y almacenes.• Aplicar un plan adecuado de limpieza y desinfección.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 95 de 116

VARIABLE	ANÁLISIS
	<ul style="list-style-type: none"> • En los locales de elaboración no deben encontrarse cartones, ropas de calle o cualquier otro objeto ajeno a la actividad y que pueda ser causa de contaminación. • Evitar el contacto con el suelo. • Almacenar los condimentos y aditivos en lugar seco y protegidos.

Fuente: Esta investigación. Año 2022

6.4 ANÁLISIS DE CONDICIONES SOCIALES DEL SECTOR COMERCIALIZADOR DE CARNE BOVINA EN LA CIUDAD DE IPIALES.

Tabla 30. Matriz de consolidación de datos: Aspectos sociales.

PREGUNTA	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Número de encuestados	44		100%
Género	HOMBRES	25	56%
	MUJERES	19	44%
	LGTBI	0	0%
	OTROS	0	0%
Edad	De 18 a 24	8	19%
	De 25 a 35	13	30%
	De 36 a 46	14	32%
	46 en adelante	9	19%
Estrato	1 (uno)	2	5%
	2 (dos)	10	23%
	3 (tres)	17	38%
	4 (cuatro)	15	34%
Nivel educativo	PRIMARIA	7	16%
	BACHILLER	23	53%
	TÉCNICO	5	11%
	PROFESIONAL	9	20%
Personas a cargo	1 (UNO)	15	34%
	2 (DOS)	24	55%
	3 (TRES)	4	9%
	Más de 3 (TRES)	1	2%
Número de trabajadores	1 (UNO)	2	5%
	2 (DOS)	26	59%
	3 (TRES)	9	20%

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 96 de 116

PREGUNTA	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	4 (CUATRO) o más	7	16%
Ingresos promedio	\$1.000.000 - \$2.000.000	7	15%
	\$2.000.001 - \$3.000.000	18	40%
	\$3.000.001 - \$4.000.000	13	28%
	más de \$4.000.000	6	17%
Cotización a seguridad social	Si	35	80%
	No	9	20%

Fuente: Esta investigación. Año 2022

El diagnóstico de los componentes sociales del sector comercializador de carne bovina en el municipio de Ipiales es importante realizar dentro de este estudio para enfatizar en variables como son la participación de la población por sexo, así mismo por edad, como también los niveles de educación, y algo que es propicio tener en cuenta es el tema de la pobreza que en cierta medida está íntimamente relacionada con la generación de oportunidades laborales, la determinación de ingresos tanto directos como indirectos y las posibilidades a los accesos a la atención de salud y al aseguramiento de unos ingresos futuros, una vez se hayan culminado con la etapa laboral de estas personas vinculadas a estas actividades con la proyección de una futura pensión; son entre otros aspectos que es menester entrar a presentar sus resultados.

A partir de la encuesta aplicada a los 44 establecimientos comerciales del sector se tiene que existe una mayor participación de hombres quienes están al frente del desarrollo de estas actividades, lo que si se hace una revisión y la indagación a los mismos encuestados quienes manifiestan que por tratarse de una actividad donde hay la necesidad de aplicar mucha fuerza para la movilidad del producto, es indispensable la colaboración o la participación directa de la mano de obra masculina, más cuando si se tiene en cuenta que los niveles de urbanización han crecido de forma muy pronunciada y la demanda a la que hay que atender está en un crecimiento que requiere de contratar personas fuertes para atender a los clientes de este mercado, es así que se encuentra una participación de 56% de hombres frente al 44% de mujeres, porcentaje que se podría decir, no se aleja tanto de una equivalencia en paridad.

Seguidamente en el tema de la ocupación de la población dedicada a esta actividad comercial de carne bovina se tiene que consecuentemente quizá a las condiciones de la actividad descritas anteriormente, en el tema por edad, es ocupada personas que están dentro de un rango de edad de 18 a 46 años la población con mayor participación resaltando que entre 24 y 36 años considerada una población joven participan en suma con un 62% es decir mucho más de la mitad de la población es

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 97 de 116

joven con una vitalidad total que permiten desarrollar la actividad de manera ágil y eficiente cumpliendo todas las expectativas tanto del mercado, como también de carácter administrativo, legal y tecnológicas para llegar con un producto óptimo a sus clientes.

Con respecto al componente del estrato donde se desarrolla esta actividad, se puede observar que la mayor parte de establecimientos dedicados a esta actividad están ubicados en su gran mayoría en el sector céntrico de la ciudad, es decir en el área más comercial de Ipiales, abarcando los estratos tres y cuatro como los de mayor frecuencia; es así que el 38% están ubicados en el estrato tres, mientras que el 34% están en el estrato cuatro, como vemos en suma el 72% de la población comercial están ocupando estratos altos de la ciudad, donde efectivamente se goza de las mejores condiciones de afluencia de público, de más dinámica de intercambio de bienes y servicios y por otro lado también una buena dotación de los servicios públicos como acueducto, alcantarillado y energía eléctrica y redes de comunicación telefónica y de internet, todo lo anterior obviamente influyendo en la dinámica de venta, como también en los costos de arrendamiento y pagos de servicios que deben asumir estos establecimientos.

Así mismo se observa que el 23% se encuentran en el estrato dos y solo el 5% en el estrato uno, lo que lleva a cuestionar la situación de la cobertura de toda la población por cuanto se dejaría abierta la posibilidad de considerar que si en Ipiales existen 148 barrios y están inscritos en Cámara de Comercio 44 establecimientos se concluiría entonces que existan muchos barrios sin tener cobertura del servicio del comercio de carne bovina para el resto de barrios, cosa que dentro de una observación adelantada por este estudio se pudo constatar que existen establecimientos de varios barrios que no tienen su respectivo Registro de Cámara de Comercio y el cumplimiento de otras disposiciones de carácter legal y ambiental como de salubridad entre otros aspectos, temas que consideramos deben ser tenidos en cuenta para próximos estudios para complementar el aquí expuesto.

Dentro del análisis de las condiciones académicas y el nivel de estudio que ostenta la población dedicada a la actividad de comercialización de carne bovina en el municipio de Ipiales, se tiene que en su mayor parte de las personas que ejercen esta actividad cuentan con una formación escolar de bachilleres con una participación del 53%, pero lo que si llama la atención aquí es que el 20% de su población han incursionado en una formación académica profesional, encontramos así a personas que adquirieron sus títulos de administradores, contadores públicos, ingenieros de sistemas y otros temas referidos al comercio exterior entre otras titulaciones que afirman tener los encuestados, pero que por circunstancias de la vida y a la falta de oportunidades, han tenido la necesidad de dedicarse a este tipo de negocio que algunos lo han retomado como herencia de sus familiares, y otros por motivación a las expectativas mismas del negocio, por otra parte se tiene que

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 98 de 116

también existen personas que han adelantado estudios con titulación de Técnicos con un porcentaje del 11% mientras que con estudios básicos primarios existe una población igual al 16%.

Un tema social muy relevante dentro del desarrollo de las actividades económicas está la generación del bienestar familiar referida para este caso como es la determinación de la transferencia de los beneficios a terceras personas que dependen de quienes desempeñan una determinada actividad, y se tiene que el 55% de la población, con los ingresos que obtienen, con ello se alimentan y se suplen las necesidades de por lo menos dos personas más, seguido por el 25% que con estos ingresos benefician a una personas y 13% transfieren sus beneficios a más de tres personas y solamente el 7% tiene una transferencia para más de tres persona; como se observa es una actividad ampliamente de generación de bienestar, esto solamente tomando como referencia a las personas directamente involucradas en el comercio de carne bovina, pero como ya se mencionó la cadena de valor de este mercado es mucho más amplio y por supuesto, todos los beneficios que aquí se generan.

Es así como se tiene que, la comercialización de carne bovina en el Municipio de Ipiales es un bien generador de empleo y este estudio muestra que en el 59% de los establecimientos se encuentran vinculados por lo menos dos personas como colaboradoras de estos negocios, un 20% generan más de tres soluciones de empleo, el 16% más de cuatro soluciones de fuente de empleo y el 5% por lo menos es generador de un empleo.

Y los beneficios sociales como se referenció anteriormente, tienen una afinidad con la generación de los ingresos que presenta esta actividad que por cierto más de la mitad de estos negocios generan buenos dividendos, como se muestra que el 40% de estos negocios tienen ingresos netos entre \$ 2'000.000 y \$ 3'000.000, seguidos por el 28% de quienes tienen ingresos entre \$ 3'000.000 y \$ 4'000.000, ingresos que dentro de un promedio laboral para nuestra ciudad superan a cualquier escalafón de ingresos laborales profesionales, lo que permite inferir que este tipo de actividad es una buena alternativa económica para ocupar tanto recursos financieros, humanos e infraestructurales para que a través de la solución de una necesidad se generen otro tipo de beneficios.

Finalmente se contrasta todo este análisis desde los alcances de los parámetros sociales, con respecto al cumplimiento de la cotización que realizan los propietarios de los centros de comercio de carne bovina en la ciudad de Ipiales en lo que corresponde a Salud y Pensión, donde por un lado les permite a ellos y a sus empleados tener acceso a los servicios de salud, necesidad que en tiempos de pandemia y postpandemia, ha requerido en gran medida su respectiva afiliación, ya que los grados de contagio tanto del COVID 19 como de las enfermedades

	 PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 99 de 116

consecuentes a estos contagios ha requerido de una atención médica especializada y que mejor saber que la totalidad de los aquí involucrados de una u otra manera tienen acceso a los servicios de salud el 35% siendo cotizantes directos y el 9% siendo beneficiarios para acceder a estos servicios aprovechando la afiliación de un familiar cercano. Así mismo la cotización a pensión se convierte en un seguro por así decirlo, de vida para afrontar la vejez de quienes se dedican durante su vida productiva al desarrollo de esta actividad.

6.5 ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS DEL SECTOR COMERCIALIZADOR DE CARNE BOVINA EN MUNICIPIO DE IPIALES

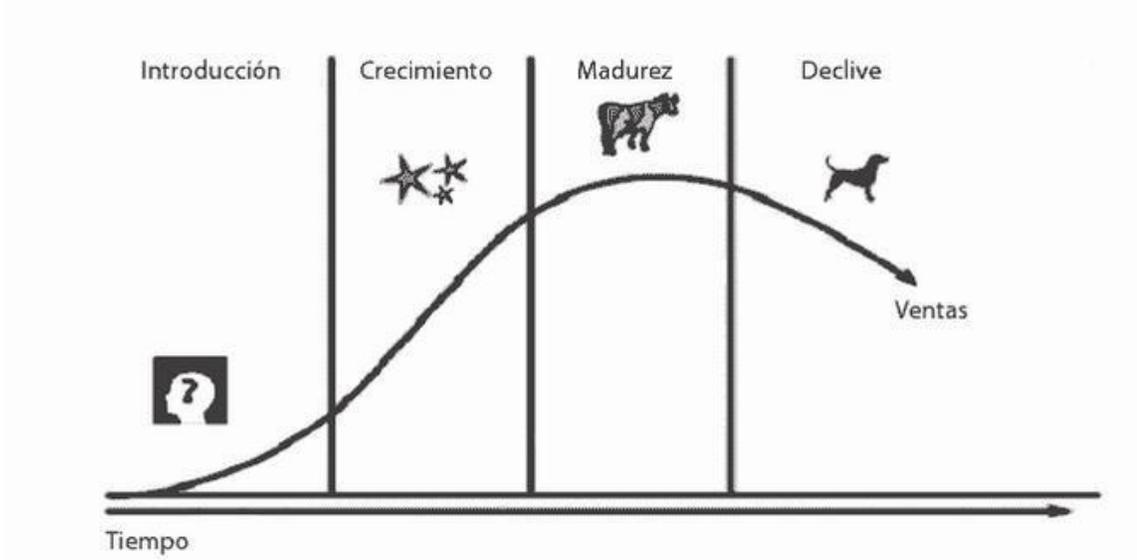
6.5.1 Matriz de Boston. Utilizando los conceptos de la Matriz de Boston o también conocida como matriz de crecimiento-participación, permite un análisis estratégico de la cartera o ingresos del negocio del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales o, dicho de otra forma, de la combinación de productos o servicios que son más rentables dentro de este nicho de mercado.

Dimensiones que además tienen una estrecha relación con el ciclo de vida del producto. Por eso, es importante conocer la definición de cada etapa y analizarla bajo la perspectiva que cruza la matriz BCG y las etapas de ciclo de vida del producto (Carne Bovina), como veremos a continuación.

Antes de relacionar la matriz BCG con las etapas del ciclo de vida del producto; "CARNE BOVINA", es importante recordar qué significa esto.

El ciclo de vida de la carne bovina está relacionado con el conjunto de procesos que le son propios a la cadena de comercialización de la carne de bovino, desde su producción, sacrificio, transporte y comercialización en el mercado o expendios de carne como el estudio lo muestra. Esta herramienta se considera como muy importante por cuanto nos permite establecer en que cuadrante de la matriz se encuentra ubicado el sector de comercialización de carne bovina, para que a partir de ello se puedan tomar decisiones o aplicar estrategias por parte de quienes están interviniendo como agentes comercializadores de este producto, como, por ejemplo para incidir en el mercado con políticas de precios, políticas de publicidad o expandir, o con estrategias de desarrollo del mercado entre otras decisiones empresariales.

Figura 7. Ciclo de vida del producto



Fuente: Researchgate.

Figura 8. Matriz de Boston del comercio de carne bovina en Ipiales.



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Los establecimientos dedicados a la comercialización de carne bovina en la ciudad de Ipiales para satisfacer las necesidades de consumo de carne y para diversificar sus fuentes de ingresos, también han tomado la decisión de distribuir simultáneamente otros tipos de carne, como, por ejemplo: carne de cerdo, carne de pollo y embutidos considerando esto como un comportamiento general.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 101 de 116

Sin duda la carne de bovino se consideraría el **PRODUCTO -VACA**, ya que se considera un producto totalmente consolidado que proporciona para el sector la mayor cantidad de ingresos, es la actividad principal y líder que tiene la mayor atención por parte de los clientes a la hora de consumir un producto cárnico.

La consideración de producto VACA, muestra que es un producto con bajas tendencias de crecimiento del mercado como tal, en el sentido de desarrollar una expansión local del mercado, ya toda la población se encuentra atendida, sin perder de vista que el crecimiento poblacional obviamente que determina un cierto grado de crecimiento y tomando como referencia el Estudio Socio Económico realizado por la Cámara de Comercio de Ipiales en el año 2020 se tiene que:” El municipio de Ipiales para el año 2010 contaba con una población de 110004 habitantes, mientras que para el año 2020 la población total del municipio fue de 115.836 habitantes lo que representa un crecimiento general del 5% con respecto al 2010”, es decir que cada año en promedio crece a razón de 0,5%, que sería la tasa de crecimiento aproximado del mercado por atender por parte de los comerciantes de carne bovina en el municipio de Ipiales.

Por otra parte, se tiene que la carne de cerdo se considera un producto estrella, pues el sector lo considera también como un producto que le genera sostenibilidad financiera y le permite equilibrar la balanza financiera en tiempos de crisis de la producción de carne bovina.

Así pues, la carne de pollo se constituye como el producto interrogante, se encuentra dentro del mercado en crecimiento, pero podría convertirse en producto estrella si se le realiza estrategias de desarrollo del mercado, o por el contrario, convertirse en un producto perro.

Finalmente, los embutidos se por su alto contenido en grasas y por la desconfianza que tiene el público sobre la calidad de la carne y de los elementos utilizados para su producción, no tienen un amplio reconocimiento o aceptación en el mercado y por ello es considerado como un producto perro, por ello son pocas las cantidades de comercialización de este producto que comparten con la comercialización de carne de bovino en estos centros de comercialización.

6.5.2 Análisis de tendencias del mercado:

5 fuerzas de PORTER. Para tener una mejor descripción sobre las tendencias del sector se utilizó al análisis de las cinco fuerzas de Porter, lo cual permitió realizar las siguientes consideraciones:

Figura 9. Las 5 fuerzas de PORTER.



Fuente: Esta investigación. Año 2022

6.5.2.1 Rivalidad entre los competidores existentes.

Figura 10. Rivalidad entre los competidores existentes.



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Como se determinó en los parámetros metodológicos del trabajo, son 44 los establecimientos debidamente registrados en Cámara de Comercio de Ipiales, distribuidos en la parte urbana de esta ciudad, departiendo entre ellos una cuota alta de mercado, ya que la mayor parte de hogares de la ciudad demandan este producto en proporciones superiores a otros productos cárnicos dentro de la dieta diaria de los hogares, así mismo la inversión requerida para iniciar una nueva unidad de este negocio requiere de una inversión considerable en cuanto se necesita unas adecuaciones locativas y dotación de equipos de refrigeración y de corte y conservación de estos productos cárnicos lo que dificulta el ingreso a nuevos competidores, así mismo los costos fijos de administración, arrendamiento y servicios públicos también se convierten en otra barreras de entrada para nuevos competidores, y los costos variables representados en la cantidad de compra para el suministro del producto son también obstáculo, por cuanto los centros de faunado y sacrificio de la región en sí no abastecen todo el suministro del producto y hay la necesidad de traerlo desde el interior del país y esto no es fácil para personas que

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 103 de 116

no tienen experiencia en este negocio, y entre si, entre quienes realizan la actividad de comercio de este producto, no tienen mayor diferenciación por producto en el mercado, pero si por su servicio y tal vez por la ubicación y cercanía para los consumidores finales que son los hogares.

6.5.2.2 Poder de negociación de los proveedores.

Figura 11. Poder de negociación de los proveedores.



Fuente: Esta investigación. Año 2022

La cantidad de proveedores de carne de bovino en la ciudad de Ipiales como se había mencionado anteriormente corresponden a productores de ganado bovino de la región en su gran mayoría, pero el problema radica en la eficiencia de los centros de sacrificio que no dan abasto para aumentar la oferta ya que este surte el producto a casi todos los municipios de la Ex Provincia de Obando y difícilmente que un nuevo negocio pueda acceder a una cuota de su participación, la capacidad de integración vertical entre quienes hacen parte del sector es fuerte, ya que todavía existen algunos comerciantes oriundos de la ciudad que por tradición familiar se han dedicado a esta actividad y entre ellos se colaboran y mantienen todavía un grado de asociatividad de expendedores de carne, mientras que otra gran porción de los mismos son del interior del país y que por su cultura más abierta y social también mantiene un alto grado de integración y colaboración entre estos actores del comercio de carne bovina.

En cuanto a la diferenciación de proveedores casi que no existe mayor diferencia por cuanto quienes se dedican a la producción de ganado en pie lo hacen con los mismos conocimientos y las mismas técnicas para el desarrollo desde la cría, levante y ceba de los bovinos, pero si podría existir algo de diferencia cuando el producto viene del interior del país, pues las condiciones de cría, levante y ceba podrían diferenciar en tanto el clima, alimentación y técnica aplicado en el proceso de producción de esta carne por lo general son más avanzadas.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 104 de 116

6.5.2.3 Poder de negociación de los clientes.

Figura 12. Poder de negociación de los clientes.



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Se tiene que en la ciudad de Ipiales cuenta con 148 barrios que albergan 27,468 familias donde el poder de negociación de los clientes podríamos decir que es muy bajo por cuanto solo existen 44 puntos de comercialización de carne de bovino y si no fuera por la intervención del gobierno municipal a través de la oficina de Protección al Consumidor hubiera abusos por parte de estos expendedores pues como se trata de un producto de primera necesidad y de una oferta del producto que se ubica dentro de los límites de las necesidades de los consumidores estaría siendo objeto de especulación por eso la negociación en precio y medida exacta en favor de los clientes es garantizada por esta intervención de las autoridades de la administración pública del municipio. En cuanto a la capacidad de integración de los clientes también se la considera baja, no existe una asociación de usuarios o demandantes del producto que luche por una mejora en las condiciones de la comercialización del producto en términos de precios y calidad, por ejemplo.

Se podría afirmar que existen algunos productos sustitutos a la carne de bovino como ya se mencionó algunos establecimientos los distribuyen también como carne de cerdo, carne de pollo, embutidos, carne de pescado y productos del mar, entre otros, lo que hace que en tiempos de escasez o de precios altos el consumidor, tiene alternativas para solucionar cualquier crisis, es decir que el producto en estos términos sería sensible a las condiciones de calidad, precios o atención por parte de los centros de comercio de carne de bovino igualmente el público sabe y entiende del comportamiento de la dinámica del comercio de este producto y de inmediato puede reaccionar a cualquier cambio brusco que se presente.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 105 de 116

6.5.2.4 Amenazas de nuevos competidores.

Figura 13. Amenazas de nuevos competidores.



Fuente: Esta investigación. Año 2022

La amenaza de nuevos competidores es muy baja como ya se trató de explicar anteriormente, aunque no se trata de una actividad de economía de escala, si su calidad de economía de alcance no permite que nuevos competidores fácilmente lleguen al negocio por cuanto se requiere de experiencia, calidad de inversión y asumir las barreras de carácter legal para su constitución y puesta en funcionamiento, aunque no son tan complicadas pero si están sujetos a visitas y controles por parte de las entidades sanitarias que buscarán permanentemente que se garanticen las condiciones de salubridad y de calidad del producto, por cuanto es muy sensible en la salud de los consumidores de este producto.

6.5.2.5 Amenazas de productos sustitutos.

Figura 14. Amenazas de productos sustitutos.



Fuente: Esta investigación. Año 2022

Como amenaza fuerte se tendría el auge que se proyecta por la oferta y consumo de carne de pollo que por su economía y por la crisis económica que vive el mercado, el público en cierta medida ha balanceado su dieta con el consumo de carne de pollo, seguidamente se tiene que los embutidos y enlatados se proyectan como productos sustitutos perfectos para reemplazar la dieta de carne de bovino.

Considera el estudio como una amenaza al consumo de productos vegetarianos, existe alguna población que por temas de salud y de control en temas de obesidad y de hipertensión, así como de diabetes, no consumen carne y reemplazan este consumo por vegetales.

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 106 de 116

CONCLUSIONES

De la mejor manera se termina y se presente denominado “DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL DE CARNE DE BOVINO EN EL MUNICIPIO DE IPIALES PARA EL AÑO 2022”, donde se ha desarrollo cada uno de los objetivos propuestos y a manera de conclusiones se tiene los siguientes hallazgos.

Con respecto al primer objetivo, Con la ayuda de la aplicación de la encuesta, su respectiva tabulación y análisis se halló, que con base a los aspectos económicos se puede considerar a este sector muy importante para la economía de este municipio, por cuanto es ampliamente dinamizador de la economía como generador de fuentes de trabajo y de ingresos que nutren en buena medida a las instituciones públicas a través del pago de sus respectivos impuestos y tasas que son utilizadas para revertirlos en programas sociales en favor de la comunidad como inversión pública ya sea de infraestructura o gastos de funcionamiento pero siempre sirviendo como instrumento de dinámica de la economía en general propendiendo por la mejora permanente de las condiciones de vida de los habitantes.

El pago de los diferentes cánones de arrendamiento que como se pudo observar, la mayor parte de establecimientos no son dueños de sus locales, por lo tanto, esta actividad genera ingresos para sus dueños en forma de arrendamientos o del lucro que generan los recursos recibidos por los contratos de empeño o anticresis de estos locales.

Se observa que esta actividad comercial de carne bovina en el municipio de Ipiales se provee en gran medida de la producción ganadera tanto de las fincas del municipio de Ipiales como de los municipios de la Ex-Provincia de Obando y otros municipios del Departamento de Nariño, convirtiéndose en un eslabón fundamental para el desarrollo de este sector ganadero que por cierto también es una de las actividades líderes en la economía para Nariño.

Con el desarrollo del segundo objetivo. Utilizando la metodología de las 4Ps, análisis de mercado se logró identificar las características de las variables del mercado lo que permite concluir que el tamaño del mercado es amplio para la cobertura de 44 establecimientos, por cuanto la población urbana a la que está dirigida su atención cuenta con más de 120,000 habitantes y cerca de 27.468 hogares de acuerdo a los datos del Plan de Desarrollo del Municipio de Ipiales 2020 –2023, y que por tratarse de un producto de mucha incidencia en términos de salubridad y de mucho cuidado para el desarrollo del ser humano, se ejercen controles de carácter sanitario y por su sensibilidad con la demanda también existen controles en cuanto a la fijación de precios para este tipo de producto y dicho precio no se establece por acciones de las fuerzas de mercado (Oferta y Demanda), sino que es fijado por la autoridad municipal, a través de una lista de precios al público.

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 107 de 116

El tercer objetivo. Los datos e información suministrada por la encuesta permitió encontrar los grandes aportes que realiza este sector desde el punto de vista de los aspectos sociales que le son propios a la actividad comercial de carne bovina en la ciudad de Ipiales y que es consecuente con los aportes en términos económicos, por cuanto se convierte en amplia generadora de empleo con amplios criterios de inclusión donde se vinculan tanto hombres y mujeres y posiblemente de otras manifestaciones sexuales, aunque en la encuesta no se pudo constatar este tema, pero lo cierto es que los hombres son los que en mayor medida se dedican a esta actividad, esto tal vez, porque la actividad es tediosa y requiere de más fuerza física para la movilidad del producto y consecuentemente a lo anterior la edad más ocupada en la activada son jóvenes que están entre los 25 años y 36 años.

El nivel educativo es muy importante resaltar, ya que en esta actividad se encuentran una buena población de personas que tienen formación profesional y técnica, y es muy poquita la población con estudios básicos primarios, lo que se convierte en una fortaleza para garantizar la prestación del servicio con eficiencia y responsabilidad.

Así mismo el **objetivo cuarto.** Después de aplicar la metodología de análisis de las cinco fuerzas de Porter, permitió encontrar el comportamiento situacional y tendencial del sector comercializador de carne bovina en la ciudad de Ipiales, donde se pudo conocer claramente el tipo del producto su ciclo de vida y el tipo de mercado al que atiende y satisface en cuanto a la necesidad alimentaria, que su lento crecimiento está ligado al crecimiento poblacional estimado en un 0,5% mensual, la matriz de Boston nos permitió catalogar al producto carne de bovino como un producto VACA, por cuanto se considera un producto líder en el tema financiero del sector, en la medida que es el que más genera ingresos a los establecimientos de comercialización de carne de bovino, si se tiene en cuenta que los mismos, en procura de apalancarse financieramente también distribuyen otros tipos de carne como de cerdo, pollo y embutidos.

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 108 de 116

RECOMENDACIONES

En referencia al objetivo uno, tomando como base la información de las 44 entidades que se encuentran registradas en Cámara de Comercio, y conociendo que Ipiales cuenta con cerca de 148 barrios, también se pudo constatar que existen barrios que tienen más de un establecimiento de comercialización de carne bovina, lo que permite inferir que existen varios establecimientos que no tienen registro mercantil y que posiblemente no tienen registro de Industria y Comercio y están ejerciendo esta actividad en condiciones ilegales, por cuanto se **recomienda** para próximos estudios tener en cuenta realizar un estudio de la actividad informal de comercio de carne bovina en el municipio de Ipiales.

Con respecto al objetivo dos, se tiene que el producto, el precio, la plaza y la promoción de este producto requieren siempre una permanente intervención por parte de las autoridades, por lo que se recomienda tener mucha atención en las variaciones y dinámicas que va teniendo, para no tener problemas en temas de precios, salud, especulación, entre otros aspectos.

En cuanto al objetivo tres, los comerciantes de carne bovina en el Municipio de Ipiales manifestaron haber tenido problemas en el año anterior y en algunas circunstancias en este año con respecto al desabastecimiento debido a que el Centro de Faenado Municipal, ha sido objeto de intervención por parte de Corponariño y el Instituto Departamental de Salud por incumplimiento de condiciones ambientales por parte de este centro de sacrificio, por lo que se **recomienda** a los actores directamente involucrados en la actividad de la cadena del valor del mercado de la carne bovina buscar acercamientos para motivar a las autoridades municipales para dar una solución definitiva a este problema, ya sea adjudicando los recursos para la respectiva construcción de un nuevo centro de sacrificio con el cumplimiento de los requerimientos legales.

Finalmente, **el cuarto objetivo invita a recomendar** estar atentos a todos los cambios y efectos que está produciendo la economía mundial con consecuencias inflacionarias ocasionadas por el encarecimiento de los insumos para la producción de carne y por ende afectando los precios de comercialización, los mismos que al final van en detrimento de la capacidad adquisitiva de los hogares, y **se recomienda** entonces aplicar medidas encaminadas a buscar soluciones desde lo local para producir insumos con los recursos propios de la región, y para eso es necesario convocar a la voluntad política local para adelantar y facilitar las iniciativas privadas.

		PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	Código: FO-ID-015
		FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Fecha: 13-Oct-20
			Versión: 01
			Página: 109 de 116

BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFIA

Mahecha, L., & Gallego, L. (2002). Situación actual de la ganadería de carne en Colombia y alternativas para impulsar su competitividad y sostenibilidad. Obtenido de Downloads/DialnetSituacionActualDeLaGanaderiaDeCarneEnColombiaYAlte-3242901%20(2).pdf

Porter, M. (1990). diamante de la competitividad. Obtenido de: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/03_09_Diamante_de_Competitividad.pdf.

GOMEZ DE CASTRO, A. M., VALLE, S. M., & NEVES, C. M. (2002). Cadena productiva: Marco conceptual para apoyar la prospección tecnológica. SCIELO.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 7ª Ed. México. Mc Graw Hill, 2013.

OSTERWALDER, Alexander. Generación de modelos de negocio. Stigma Edition, Suiza 2015.

LONDOÑO, J, GONZALO, Juan. Las P's de Mercadeo. AD- minister, Universidad EAFIT, Medellín 2008.

PROHIBIDA SU COPIA



PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN
FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO

Código: FO-ID-015

Fecha: 13-Oct-20

Versión: 01

Página: 110 de 116

ANEXOS

PROHIBIDA SU COPIA

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 111 de 116

Anexo A. Formato de encuesta a expendedores de carne de bovino de la ciudad de Ipiales

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

Estudio diagnóstico del sector cárnico bovino en el municipio de Ipiales para el año 2022

Objetivo: recolectar la información necesaria en cuanto al estudio diagnóstico del sector cárnico bovino en el municipio de Ipiales

Fecha: ___ / ___ / ___
Nombre: _____
Dirección o barrio: _____

CUESTIONARIO

		MUJER	<input type="checkbox"/>
		HOMBRE	<input type="checkbox"/>
GENERO:		PREFIERO NO DECIRLO	<input type="checkbox"/>
		OTROS	<input type="checkbox"/>
		DE 18 A 24	<input type="checkbox"/>
		DE 25 A 35	<input type="checkbox"/>
EDAD:		DE 36 A 46	<input type="checkbox"/>
		DE 46 EN ADELANTE	<input type="checkbox"/>
NACIONALIDAD:		COLOMBIANO	<input type="checkbox"/>
		EXTRANJERO	<input type="checkbox"/>
PAÍS DE PROVENIENCIA:		<input type="text"/>	
ESTRATO:		1 (UNO)	<input type="checkbox"/>
		2 (DOS)	<input type="checkbox"/>



PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN
FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO

Código: FO-ID-015

Fecha: 13-Oct-20

Versión: 01

Página: 112 de 116

	3 (TRES)	<input type="checkbox"/>	
	4 (CUATRO)	<input type="checkbox"/>	
NIVEL EDUCATIVO:	PRIMARIA	<input type="checkbox"/>	
	BACHILLER	<input type="checkbox"/>	
	PROFESIONAL	<input type="checkbox"/>	
	TECNICO	<input type="checkbox"/>	
	PROPIA	<input type="checkbox"/>	
TIPO DE PROPIEDAD DE LOCAL	ARRENDADA	<input type="checkbox"/>	
	ANTICRES	<input type="checkbox"/>	
	OTRO	<input type="checkbox"/>	
		UNA (1)	<input type="checkbox"/>
NÚMERO DE PERSONAS A CARGO:		DOS (2)	<input type="checkbox"/>
		TRES (3)	<input type="checkbox"/>
		MÁS DE 3	<input type="checkbox"/>
INGRESOS PROMEDIO MENSUALES		\$ 1.000.000 - 2.000.000	<input type="checkbox"/>
		\$ 2.000.001 - 3.000.000	<input type="checkbox"/>
		\$ 3.000.001 - 4.000.000	<input type="checkbox"/>
		MAS DE \$4.000.000	<input type="checkbox"/>
TIPO DE CONTRATO OPS O CONTRATO LABORAL		CONTRATO LABORAL	<input type="checkbox"/>
		PRESTACIÓN DE SERVICIOS	<input type="checkbox"/>
RÉGIMEN DE SALUD		POR OBRA	<input type="checkbox"/>
		CONTRIBUTIVO	<input type="checkbox"/>
		SUBSIDIADO	<input type="checkbox"/>
		NINGUNO	<input type="checkbox"/>
COTIZACIÓN A SEGURIDAD SOCIAL		SI	<input type="checkbox"/>
		NO	<input type="checkbox"/>
TELÉFONO:	<input type="text"/>		



CORREO ELECTRÓNICO:		<input type="checkbox"/>
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:		<input type="checkbox"/>
CC/ NIT:		<input type="checkbox"/>
REPRESENTANTE LEGAL:		<input type="checkbox"/>
DIRECCIÓN:		<input type="checkbox"/>
ACTIVIDAD ECONÓMICA:	COMERCIO	<input type="checkbox"/>
	OTROS	<input type="checkbox"/>
SE ENCUENTRA INSCRITO EN CÁMARA DE COMERCIO:	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
HA ACTUALIZADO SU RUT	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
TIENE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO ACTUALIZADA	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
HA REALIZADO PAGO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
PERTENECE O HA SIDO AGREGADO A ALGUNA ASOCIACIÓN DEL SECTOR	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
CUENTA CON LOS PERMISOS SANITARIOS:	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE PERTENECE:	REGIMEN COMÚN	<input type="checkbox"/>
	REGIMEN SIMPLIFICADO	<input type="checkbox"/>
	REGIMEN SIMPLE DE TRIBUTACIÓN	<input type="checkbox"/>
	N/S N/R	<input type="checkbox"/>
CUANTAS PERSONAS TRABAJAN EN SU NEGOCIO:	1 (UNO)	<input type="checkbox"/>
	2 (DOS)	<input type="checkbox"/>
	3 (TRES)	<input type="checkbox"/>
	4 (CUATRO) O MÁS	<input type="checkbox"/>
CUANTO TIEMPO LLEVA SU NEGOCIO EN EL MERCADO:		<input type="checkbox"/>
TIPO DE LOCAL:	PROPIA	<input type="checkbox"/>



PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN
FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO

Código: FO-ID-015

Fecha: 13-Oct-20

Versión: 01

Página: 114 de 116

	ARRENDADA	<input type="checkbox"/>
	OTRO	<input type="checkbox"/>
	DIARIO	<input type="checkbox"/>
	PASANDO UN DIA	<input type="checkbox"/>
CON QUÉ FRECUENCIA SE ABASTECE DE CARNE DE BOVINO PARA LA VENTA:	PASANDO DOS DIAS	<input type="checkbox"/>
	PASANDO TRES DIAS	<input type="checkbox"/>
	MAS DE TRES DIAS	<input type="checkbox"/>
PROCEDENCIA DEL SUMINISTRO A QUIEN COMPRA	PROVEEDORES LOCALES	<input type="checkbox"/>
	PROVEEDORES REGIONALES	<input type="checkbox"/>
	PROVEEDORES EXTRANJEROS	<input type="checkbox"/>
CUAL ES EL PRECIO DE VENTA DE LA CARNE DE BOVINO: POR LIBRA		<input type="text"/>
POR KILO		<input type="text"/>
TIENE LISTA DE PRECIOS EXPEDIDA POR LA OFICINA PRECIOS Y MEDIDAS (PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR)	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
UTILIZA MAQUINARIA PARA EL CORTE DE CARNE	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
CUENTA CON ELEMENTOS DE PROTECCIÓN Y EXTINTOR BOMBEROS	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>
USTED CONOCE SI EN NARIÑO HAY EMPRESAS EXPENDEDORAS DE CARNE DE BOVINO:	SI	<input type="checkbox"/>
	NO	<input type="checkbox"/>

AGRADECEMOS SU ATENCIÓN

	PROCESO INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATO: PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO	Código: FO-ID-015
		Fecha: 13-Oct-20
		Versión: 01
		Página: 115 de 116

Anexo B. Lista de chequeo a expendedores de carne de bovino de la ciudad de Ipiales

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

Estudio diagnóstico del sector cárnico bovino en el municipio de Ipiales para el año 2022

Objetivo: recolectar la información necesaria en cuanto al estudio diagnóstico del sector cárnico bovino en el municipio de Ipiales

LISTA DE CHEQUEO	OBSERVACIÓN
INSTALACIONES	<input checked="" type="checkbox"/>
PISO VENTANAS	<input type="checkbox"/>
UTILIZA GUANTES	<input checked="" type="checkbox"/>
ILUMINACIÓN	<input type="checkbox"/>
MALOS OLORES	<input checked="" type="checkbox"/>
ASEO	<input type="checkbox"/>
LISTA DE PRECIOS VISTA AL PUBLICO	
FOTO	<input checked="" type="checkbox"/>
SI NO LA TIENE PREGUNTA PRECIO	<input type="checkbox"/>
ELEMENTOS:	
GUANTES	<input checked="" type="checkbox"/>
PRESENTACIÓN	<input type="checkbox"/>
INDUMENTARIA PERSONAL	<input checked="" type="checkbox"/>
USO CUCHILLOS	<input type="checkbox"/>
CAMARA DE COMERCIO VISTA AL PUBLICO	<input checked="" type="checkbox"/>
BOMBEROS CERTIFICADO	<input type="checkbox"/>
CERTIFICADO SANIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>



LETRERO

AVISO AL PUBLICO

ESTADO DE LA CARNE COLOR OLOR

ORGANIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTO

COMO RECIBE EL DINERO:

TIENE CAJERO

RECIBE EL DINERO CON LAMANO

DOTACION: SERVICIOS PUBLICOS

AGUA

ENERGIA

VENTA EXCLUSIVA DEL PRODUCTO:

EN LOCAL

COMPARTIDO

PROHIBIDA SU COPIA