

VIABILIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN CARNE DE CABRO EN EL  
MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO, DEPARTAMENTO DEL META, COLOMBIA.



DANILO QUEVEDO ACUÑA  
MARCEL ALEJANDRO CRUZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS  
VILLAVICENCIO

2019

VIABILIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE CABRO EN EL  
MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO, DEPARTAMENTO DEL META, COLOMBIA.

DANILO QUEVEDO ACUÑA  
MARCEL ALEJANDRO CRUZ

Presentado para optar al título de: Administrador de Empresas Agropecuarias

Director  
MVZ MARIO FERNADO PRIETO DELGADILLO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS  
VILLAVICENCIO

2019

**Autoridades Académicas**

**Fray Juan Ubaldo LÓPEZ SALAMANCA O.P.**

Rector General

**Fray Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO O. P.**

Vicerrector Académico General

**Fray José Arturo RESTREPO RESTREPO O.P.**

Rector Sede Villavicencio

**Fray Fernando CAJICÁ GAMBOA O.P.**

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

**Esp. JULIETH ANDREA SERRA TOBÓN**

Secretaria de División Sede Villavicencio

**MIGUEL ANDRÉS RIVEROS ROMERO DECANO**

Facultad de administración de empresas agropecuarias

**Nota De Aceptación**

---

---

---

---

---

**MIGUEL ANDRES RIVEROS ROMERO**

**Decano de Facultad Administración de empresas agropecuarias**

---

**MARIO FERNANDO PRIETO DELGADILLO**

**Director Trabajo de Grado**

---

**ZULEIMA ROCIO MOLANO QUIJANO**

**Jurado**

**Villavicencio, febrero y 2019**

## **Agradecimientos**

Queremos agradecer a Dios, por permitirnos llegar a cumplir un objetivo que nos habíamos propuesto hace varios años atrás; a nuestros padres, maestros y amigos, por el apoyo a lo largo de este trabajo y de nuestras vidas.

Agradecemos al profesor Mario Fernando Prieto Delgadillo por ser nuestro maestro, guiándonos y acompañándonos a lo largo de este proceso, por su tiempo que dedicó a que este trabajo llegara a su culminación.

Gracias al profesor Cesar Arnulfo Hernández Herrera por el apoyo estadístico que nos permitió dar continuidad al trabajo de grado.

También quiero agradecer al profesor Jesús Alejandro Gartner Trejos, por contribuir a la iniciación de este trabajo.

Gracias por el apoyo que nos brindaron para culminar la meta propuesta.

## Contenido

	Pág.
Resumen.....	11
Introducción .....	13
1. Planteamiento del problema.....	15
1.1. Pregunta de la investigación.....	16
2. Objetivos.....	17
2.1. Objetivo General .....	17
2.2. Objetivo Específicos .....	17
3. Justificación .....	18
4. Marco conceptual.....	19
4.1. Carne caprina.....	19
4.2. Principales países consumidores de carne ovina y caprina .....	20
4.3. Principales países exportadores de carne ovina y caprina.....	20
4.4. Producción mundial carne caprina .....	21
4.5. Inventario caprino y ovino en Colombia.....	23
5. Marco legal .....	26
5.1. Decreto 1500 de 2007 .....	26
5.2. Resolución 072 de 2007 .....	26
5.3. Resolución 2905 de 2007 .....	26
5.4. Decreto 2278 de 1982 .....	26
5.5. Resolución 889 No 889 de 10 de Abril de 2003. ....	27
5.6. Adición a Resolución 889 de abril de 2003 .....	27
6. Marco ambiental .....	28
6.1. Decreto 2257 de 1986 .....	28
7. Metodología .....	29
7.1. Instrumentos.....	31
7.1.1. Diseño del instrumento clientes .....	31
7.1.2. Diseño del instrumento distribuidores .....	32
8. Matriz DOFA .....	33

9. Análisis de datos .....	35
9.1. Evaluación de clientes .....	35
9.1.1. Tabulación encuesta a clientes .....	35
9.1.2. Análisis de resultados clientes .....	37
10.2. Evaluación de proveedores .....	46
10.2.1. Tabulación encuesta a negociantes .....	46
10.2.2. Análisis resultados proveedores .....	48
Conclusiones .....	58
Referencias bibliográficas .....	61
Anexos .....	62

### Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Principales países consumidores de carne ovina y caprina.....	20
Tabla 2. Principales países exportadores de carne ovina y caprina .....	21
Tabla 3. Principales países importadores de carne fresca de ovejas y cabro.....	22
Tabla 4. Inventario caprino y ovino en Colombia .....	23
Tabla 5. Inventario de ovinos y caprinos por departamentos en Colombia.....	24
Tabla 6. Normatividad Resolución 889 No 889 de 10 de Abril de 2003.....	27
Tabla 7. Adición a Resolución 889 de Abril de 2003 .....	27
Tabla 8. Decreto 2257 de 1986 .....	28
Tabla 9. Tabulación encuesta a clientes .....	35
Tabla 10. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?.....	37
Tabla 11. Pregunta 2 ¿Le gustaría probar la carne de cabro? .....	38
Tabla 12. Pregunta 3 ¿Si le ofrecieran carne de cabro la consumiría? .....	40
Tabla 13. Pregunta 4 ¿Compraría carne de cabro si la vendieran en el mercado?.....	41
Tabla 14. Pregunta 4 ¿Alguna vez ha consumido carne de cabro?.....	42
Tabla 15. Pregunta 4 ¿Si la ha consumido, con qué frecuencia consume carne de cabro?.....	43
Tabla 16. Pregunta 5 ¿Qué tipo de carne prefiere consumir? .....	44
Tabla 17. Tabulación encuesta a negociantes .....	46
Tabla 18. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?.....	48
Tabla 19. Pregunta 2 ¿tiene conocimiento si se comercializa este tipo de carne en el municipio de Villavicencio? .....	50
Tabla 20. Pregunta 3 ¿ha consumido alguna vez este tipo de carne? .....	51
Tabla 21. Pregunta 4 ¿Conoce o ha escuchado hablar acerca de los beneficios de consumir este tipo de carne? .....	52
Tabla 22. Pregunta 5 ¿Vendería usted carne de cabro en su negocio? .....	53
Tabla 23. Pregunta 6 ¿De no venderla en su establecimiento, ¿cuál sería su motivo por el cual optaría por no vender este tipo de carne?.....	55
Tabla 24. Pregunta 7 ¿Considera usted que este tipo de carne se puede comercializar en el municipio de Villavicencio? .....	56

## Lista de gráficas

	Pág.
Grafica 1. Producción mundial carne caprina.....	22
Grafica 2. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?.....	38
Grafica 3. Pregunta 2 ¿Le gustaría probar la carne de cabro?, ?.....	39
Grafica 4. Pregunta 3 ¿Si le ofrecieran carne de cabro la consumiría?.....	40
Grafica 5. Pregunta 4 ¿Compraría carne de cabro si la vendieran en el mercado?.....	41
Grafica 6. Pregunta 5 ¿Alguna vez ha consumido carne de cabro? .....	42
Grafica 7. Pregunta 6 ¿Si la ha consumido, con qué frecuencia consume carne de cabro?.....	43
Grafica 8. Pregunta 7 ¿Qué tipo de carne prefiere consumir? .....	45
Grafica 9. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?.....	49
Grafica 10. Pregunta 2 ¿tiene conocimiento si se comercializa este tipo de carne en el municipio de Villavicencio? .....	50
Grafica 11. Pregunta 3 ¿ha consumido alguna vez este tipo de carne? .....	51
Grafica 12. Pregunta 4 ¿Conoce o ha escuchado hablar acerca de los beneficios de consumir este tipo de carne? .....	52
Grafica 13. Pregunta 5 ¿Vendería usted carne de cabro en su negocio?.....	54
Grafica 14. Pregunta 6 ¿De no venderla en su establecimiento, ¿cuál sería su motivo por el cual optaría por no vender este tipo de carne?.....	55
Grafica 15. Pregunta 7 ¿Considera usted que este tipo de carne se puede comercializar en el municipio de Villavicencio? .....	56

**Lista de Anexos**

Pág.

Anexo 1. Evidencias ..... 62

## **Resumen**

La carne de cabro es un alimento que está siendo potencialmente comercializado a nivel mundial como un alimento para la seguridad alimentaria, esta carne se ha vuelto un producto importante para algunos mercados siendo un producto muy costoso por sus características nutricionales y su bajo contenidos de grasa, podemos evidenciar que la población de la ciudad de Villavicencio ha escuchado, conoce y han consumido carne de cabro, abriendo una posibilidad a la comercialización de los derivados de las explotaciones caprinas.

**Palabras claves:** Caprina cultura, Viabilidad comercial, Consumo, Comercialización de carne de Cabro, Granjas caprinas, Condiciones agro-climatológicas

### **Abstract**

Goat meat is a food that is being potentially commercialized worldwide as a food for food security, this meat has become an important product for some markets being a very expensive product due to its nutritional characteristics and its low fat content, we can show that the population of the city of Villavicencio has heard, knows and has consumed goat meat, opening a possibility to the commercialization of the derivatives of the goat farms.

## Introducción

La presente investigación se centra en determinar la viabilidad de la comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio, departamento del Meta. En este ejercicio investigativo se tiene en cuenta la cultura y tipo de aceptación que genera este producto.

El consumo de carne de cabro es un hábito poco realizado por las familias en nuestro país, por lo tanto, representa una pequeña participación en el mercado de este producto. Este tipo de carne es un producto que poco se ve en los mercados nacionales y las cadenas de supermercados, de tal manera puede ser una buena idea de negocio, ser un buen producto para su explotación y posterior comercialización en el mercado nacional, principalmente en la ciudad de Villavicencio. Al plantear esta posibilidad, se puede estar generando oportunidades en los mercados internacionales de los continentes de Europa, Asia y países del Medio Oriente, que consumen gran cantidad de carne de cabro. Esta oportunidad de negocio por su demanda puede ser un mercado favorable para la región.

No existen registros documentales sobre la comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio, pero en el departamento del Meta hace unos años era visible en los pueblos, la comercialización este tipo de carne y con más frecuencia se negociaba con animales en pie. Ante este antecedente no documentado, se requiere y pretende conocer si es viable la comercialización de carne de cabro en la ciudad para promover el comercio y generar oportunidades a emprendedores del municipio de Villavicencio, incursionando en dicho mercado.

A fecha de hoy entonces, es necesario identificar las posibilidades de cría, producción y comercialización de este producto. Por ejemplo, es evidente que los productores de hoy están aprovechando la alta demanda en el mercado, como la comercialización efectiva y las importaciones que se han ido sustituyendo; así se prevé un excelente futuro a esta actividad debido a que la geografía colombiana ofrece un enorme potencial y la oportunidad de dar un manejo a gran escala. La incorporación de tecnologías permiten a largo plazo la sinergia entre la producción, productividad y la manera de competir empresarialmente; el panorama es prometedor permitiendo la producción de animales domésticos que pueden pasar de ser un eslabón pasivo a ser activamente productivos y generadores de ingresos para quienes producen este tipo de explotaciones de especies menores, así lo menciono Castellanos, Rodríguez, Toro, & Luengas (2010).

De acuerdo con la información del sector ovino-caprino sobre la oportunidad de desarrollo, este trabajo se enfoca en una caracterización de la agro-cadena caprina, esto permitirá tener un conocimiento acerca del estado y la cultura hacia la aceptación de la carne de cabro en el mercado del municipio de Villavicencio (Meta), creando posiblemente articulaciones sociales y económicas, con el propósito de aportar conocimiento acerca de dicho producto. El fin último resulta generar oportunidades para la producción de dichos animales y comercialización de dicha carne. Este proyecto de investigación se enfoca hacia la recolección y análisis de datos, actividades comerciales y posterior desarrollo de estrategias regionales para generar una oportunidad en el mercado caprino del municipio de Villavicencio.

## 1. Planteamiento del problema

La comercialización de carne de Cabro en Colombia está potencialmente en desarrollo, aunque es un hábito poco común entre las familias de nuestro país en los últimos años se ha ido introduciendo en el mercado colombiano; poco a poco se han ido estableciendo granjas caprinas para crear una oferta a favor de la carne de cabro, se genera así una demanda en el consumo y abre la oportunidad para la producción nacional. Como se ha podido evidenciar en las noticias de los diferentes portales de información agropecuaria, la producción y comercialización de carne de cabro ha venido en aumento en Colombia.

La *vaca del pobre* así se considera despectivamente la oveja/cabro en Colombia, que está empezando a ser una oportunidad de negocio nacional e internacional. Un litro de leche pasteurizada de cabra se vende al consumidor final en Colombia a un precio que está por el orden de los \$5.000 COP y un kilo de carne en pie está entre \$4.000 y \$5.000 COP, esto frente a los \$3.500 COP, que vale en promedio el kilo de carne bovina en pie. Incluso hay cortes de corderos que llegan a valer hasta \$70.000 COP, el kilo.(JUAN FELIPE SIERRA SUÁREZ, 2014)

Si se encuentra la viabilidad en la comercialización de carne de cabro generaría oportunidades de desarrollo económico; se ve con buenos ojos el futuro productivo de la cadena caprina, el buen precio y la demanda en crecimiento. Los medios de comunicación han presentado noticias con optimismo y prevén la carne de cabro como una buena inversión a futuro.

Los caprino cultores y ovino cultores encuentran una oportunidad interesante de expansión en la producción de dichos animales. Anteriormente, la crianza, pues no había realmente producción, de estos animales era de subsistencia, ahora tienen una mayor oportunidad económica de cara a la competitividad del sector, afirma Juan Carlos Roldán Giraldo, propietario de la granja ovina Santa Sofía. "Empecé con 10 ovejas hace unos 10 años, rápidamente se me creció el hato pero no había muchas oportunidades con este mercado. Nos dedicamos a estudiarlo y detectamos que la raza Santa Inés era la mejor y descubrimos que el negocio está en vender carne tierna de animales hasta los tres meses, calidad que es reconocida por chefs extranjeros que llegan al país". (JUAN FELIPE SIERRA SUÁREZ, 2014)

En el municipio de Villavicencio, departamento del Meta, no se ha observado en las carnicerías y almacenes de cadena la comercialización de carne de cabro. A fecha de hoy, no se cuenta con

información de explotaciones intensivas de esta carne, siendo casi nula la información sobre la comercialización de carne de cabro, teniendo en cuenta que es un municipio que presenta todas las condiciones agroclimatológicas necesarias para realizar este tipo de explotaciones.

De antaño, los abuelos tenían la costumbre de sacrificar un animal una vez al año y hacer un festín familiar, en la actualidad no conocemos si esta cultura se ha perdido o se mantiene, y puede aprovecharse como una oportunidad empresarial en el municipio de Villavicencio.

Es difícil saber si se puede comercializar este tipo de carne en el municipio, ya que en ningún establecimiento comercial se encuentra a la venta carne de dicha especie, para determinar si es viable es necesario hacer una investigación, aportando conocimiento e información que pueda servir para que empresas sean creadas o incursionen en al mercado de la carne de cabro en municipio de Villavicencio, departamento del Meta.

### **1.1. Pregunta de la investigación**

¿Es viable la comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio, departamento del Meta, Colombia?

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo General**

□ Determinar la Viabilidad de la comercialización de la carne de cabro en el municipio de Villavicencio departamento del Meta, Colombia, con el fin de establecer información sobre la aceptación de una nueva carne que está siendo potencialmente consumida y comercializada a nivel mundial.

### **2.2. Objetivo Específicos**

- Establecer por medio del análisis DOFA las oportunidades y fortalezas, e identificar amenazas y debilidades para la comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio.
- Determinar las necesidades de los clientes potenciales y oportunidades de la comercialización de carne de cabro, con el fin de diseñar las estrategias para el logro de los objetivos.
- Definir los requerimientos técnicos y legales para la correcta comercialización de carne de cabro en Villavicencio.

### **3. Justificación**

Con esta investigación se pretende conocer si es viable comercializar carne de cabro, teniendo en cuenta que las personas habitantes del municipio de Villavicencio, Meta consumían carne de cabro y contaban con algunas cabezas para el mantenimiento familiar, hoy en día no se observa la venta de este tipo de carne en el mercado del municipio de Villavicencio.

Culturalmente en el municipio de Villavicencio, las generaciones antiguas tenían como costumbre en festividades sacrificar animales para el consumo familiar, las especies más empleadas son: los caprinos, los ovinos y los cerdos; hoy en día se ha encontrado producción extensiva en los alrededores del municipio pero no se conoce la comercialización de carne de cabro, hace unos años la cultura permitía la comercialización de estos animales en pie para el sacrificio y manejo al gusto de los consumidores, ocasionando que no se lleven registros alguno de comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio.

Como resultado de dicha investigación se pretende aportar información sobre la comercialización de la carne de cabro para generar estrategias de mercadeo, conocer el estado cultural de este tipo de carne en esta región del país, para así poder promover la creación de empresa en el sector caprino y brindar oportunidades económicas a los habitantes de Villavicencio, con nuevas oportunidades de productos que se demandan en los mercados nacionales e internacionales. La carne de cabro es muy apetecida en los mercados internacionales por sus características nutricionales y bajos contenidos de grasa.

Este proyecto de investigación se enfoca hacia la recolección y análisis de datos, actividades comerciales y posterior desarrollo de estrategias regionales para generar una oportunidad en el mercado caprino del municipio de Villavicencio.

## **4. Marco conceptual**

### **4.1. Carne caprina**

La carne caprina se destina principalmente al consumo local y la mayoría de esta se vende en mercados regionales. Debido al crecimiento demográfico mundial de las zonas urbanas presentada en el transcurso de los últimos 30 años y la urbanización de la población procedente de las zonas rurales, se presentó un cambio en los hábitos alimenticios entre las personas hacia el consumo, principalmente, de carne proveniente de aves de corral, cerdos y otras carnes de bajo precio, presentando en muchas ocasiones una mejor imagen que la carne de cabra.

Debido a la percepción de la población urbana sobre la carne caprina, relacionada con la dificultad en la preparación y cocción, la baja innovación en los productos derivados, existe un consumo bajo. Sin embargo, la cantidad producida de la misma, está creciendo debido al crecimiento demográfico, y presenta oportunidades gracias a la buena imagen ecológica de la carne de cabra, la imagen saludable, la tendencia cultural hacia el consumo de alimentos naturales; las recientes crisis alimentarias y la cultura hacia el uso de carne de cabra con fines religiosos, han hecho que la carne de cabra sea consumida en casi todos los países del planeta.

Esta evolución ha modificado completamente la organización del sector cárnico caprino; en muchos países desarrollados y en desarrollo, las cabras y sus crías son vendidas a través de muchos canales informales de los mercados urbanos. El sector cárnico caprino es muy poco organizado, pero varias observaciones muestran que, en Asia y África, particularmente, la demanda de carne caprina se está incrementando.

Tanto la carne ovino - caprina tiene una baja participación en la producción mundial de carnes (5%) y en el volumen total de carne comercializada entre países (3,5% sin incluir el comercio intra Unión Europea, UE). En cuanto al volumen de comercio exterior con relación a su producción, la carne ovina y caprina muestra un mayor protagonismo, ya que se exporta el 6% de lo que se produce, más que la carne de cerdo (5%) pero por debajo de la carne vacuna (11%) y la de aves (11%)(MUÑOZ, G. 2006, reportado por MADR y Tecnos, 2010) (Moncada, 2012).

#### 4.2. Principales países consumidores de carne ovina y caprina

Según un estudio realizado por ICON Group Ltd, (2005, tomado de Agenda Prospectiva, 2010), la demanda latente de carne fresca de ovino y carne de cabra se estima que fue de US \$5.700 millones en 2005. Sin embargo, la distribución de la demanda latente en el mundo, no es uniforme entre las regiones; en la tabla 1 se muestra el mercado potencial para carne fresca de cordero, carnero y carne de cabra, donde se puede ver que tres continentes abarcan el 82,65 % del total mundial como potencial de mercado global en cuanto a los productos mencionados.

**Tabla 1. Principales países consumidores de carne ovina y caprina**

*Mercado potencial para carne fresca de cordero y carnero y carne de cabra.*

Región	Demanda latente US \$	Porcentaje global
Asia	1.819	31,9
Norteamérica y el Caribe	1.457	25,6
Europa	1.436	25,2
Latino América	463	8,1
Medio Oriente	231	4,1
África	223	3,9
Oceanía	71	1,3
<b>Total</b>	<b>5.700</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Philip M. Parker, INSEAD, (2005), reportado por MADR y Tecnos, 2010.

#### 4.3. Principales países exportadores de carne ovina y caprina

Al hacer el análisis de la participación en las exportaciones mundiales de carne ovina y caprina, se tiene que las exportaciones se concentran en seis países: Nueva Zelanda, Australia, Reino Unido, Irlanda, Bélgica y España. Como se observa en la tabla 2.

**Tabla 2. Principales países exportadores de carne ovina y caprina***Principales países exportadores de carne fresca de ovejas y cabras, 2007.*

Posición mundial	Exportadores	Valor exportado Miles de USD	Cantidad Exportada 2007 Ton	Tasa crecimiento anual en valor* entre 2003-2007	Tasa crecimiento anual en cantidad** entre 2003-2007	% Participación
	Mundo	4.364.589	1.070.755	9	5	100
1	Nueva	1.746.350	420.207	7	3	40,01
2	Australia	1.090.430	338.160	13	9	24,98
3	Reino Unido	363.548	68.333	5	-1	8,33
4	Irlanda	238.197	50.229	7	3	5,46
5	Bélgica	174.643	22.796	9	5	4
6	España	113.220	24.495	6	3	2,59
48	Colombia	280	170	-11	-17	0,01

Fuente: cálculos del Centro de Comercio Internacional (CCI) basados en estadísticas de COMTRADE, tomado de TRADE MAP®, consultado en Noviembre de 2008. \* Miles de USD. \*\* Toneladas. Tomado de MADR y Tecnos, 2010

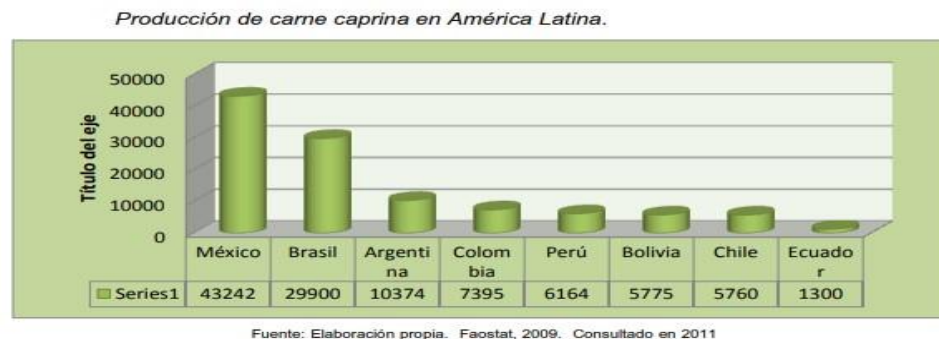
En América Latina los principales países exportadores de carne ovina son Uruguay con 18.520 Toneladas, seguido por Argentina con 5.771 y Chile con 4.461 toneladas en el año 2008. (FAOSTAT, 2008. Consultado en 2011). Con respecto a la carne caprina en América Latina, el país líder es Argentina, con 172 Toneladas para el año 2008. (FAOSTAT, 2008. Consultado en 2011).

#### 4.4. Producción mundial carne caprina

En cuanto a la producción de carne de cabra, los volúmenes transados son significativamente menores a los de la especie ovina. La producción tiene un crecimiento sostenido, aunque para el año 1995 tuvo un decrecimiento atípico según (Moncada, 2012)

En el análisis por países, en total 179 manifiestan ante la FAO que desarrollan actividades productivas en esta línea. De estos, catorce concentran en promedio para el período, algo más del 70% de la participación en la producción mundial. China, India y Pakistán lideran la producción en el mundo. China participa con cerca del 50% de la producción mundial, además su participación se ha ido incrementando, fenómeno contrario a lo que pasa en los demás países. La India ha cedido participación, pues pasa de cerca de 18% en 1980 a menos del 10% en el año 2007. Pakistán ha mostrado fluctuaciones, sin embargo, no ha dejado de formar parte del grupo de líderes. (Moncada, 2012)

El siguiente grupo está compuesto por Nigeria, Bangladesh, Sudán, Brasil y Grecia. Los dos últimos finalizando período con cerca de un punto porcentual en la participación. Con respecto a la producción de carne caprina en América Latina (gráfica 1), el país que se encuentra en primer lugar es México con 43.242 Toneladas, seguido por Brasil con 29.900 y luego por Argentina con 10.374 Toneladas, siendo Colombia el cuarto país en producir carne caprina, llegando a producir 7.395 toneladas para el año 2011.



*Grafica 1. Producción mundial carne caprina, Adaptado de*

*Tabla 3. Principales países importadores de carne fresca de ovejas y cabro.*

*Principales países importadores de carne fresca de ovejas y cabras, 2007.*

Posición mundial	Importadores	Valor importado Miles de USD	Cantidad Importada 2007 Ton	Tasa crecimiento anual en valor*entre 2003-2007	Tasa crecimiento anual en cantidad**entre 2003-2007	% participación
	Mundo	4.312.832	1.004.121	9	4	100
1	Francia	691.013	128.856	4	-1	16,02
2	Reino Unido	559.670	114.282	6	0	12,98
3	Estados	517.647	93.827	8	5	12
4	Alemania	300.774	39.179	11	6	6,97
5	Bélgica	295.696	37.102	8	3	6,86
142	Colombia	110	9		112	0

Fuente: cálculos del Centro de Comercio Internacional (CCI) basados en estadísticas de COMTRADE, tomado de TRADE MAP®, consultado en noviembre de 2008. \* Miles de USD. \*\* Toneladas. Tomado de MADR y Tecnos, 2010.

*NOTA: Cantidad de carne fresca de oveja y cabra importada, Adaptado de*

Como observamos, la carne de cabro tiene una comercialización a nivel mundial con indicadores de consumo considerables. Es una carne apetecible por varios mercados como lo son Francia, Reino Unido, Estados Unidos, Alemania entre otros muchos países. El beneficio de la producción de estos animales ha venido en crecimiento, el valor de la carne a aumentado por sus características nutricionales y su demanda se ha expandido a muchos países. Las culturas hoy en día tienen muy buena aceptación por este producto y sus derivados.

#### 4.5. Inventario caprino y ovino en Colombia

Según la FAO (2006), se reporta a Colombia en el puesto N° 63 dentro de los países con mayor inventario de ovinos y en el puesto 67 para el caso de los caprinos. En la tabla 4 se observa que la población de ovinos duplica la de caprinos.

*Tabla 4. Inventario caprino y ovino en Colombia*

*Inventario nacional en ovinos y caprinos 1999-2008.*

<b>Año</b>	<b>Ovinos (cabezas)</b>	<b>Caprinos (cabezas)</b>
1999	2.195.600	1.114.900
2000	2.288.000	1.185.000
2001	2.256.030	1.135.507
2002	2.044.670	1.104.980
2003	2.500.000	1.120.000
2004	2.830.718	1.140.000
2005	3.332.993	1.160.000
2006	3.300.000	1.180.000
2007	3.400.000	1.200.000
2008	3.400.000	1.200.000

Fuente: FAO, 2010. Tomado de MADR y Tecnos, 2010.

**NOTA:** Cantidad de cabezas de ovino y caprinos Adaptado de (FAO, 2010)

De acuerdo con los datos presentados por FAO en 2010, el inventario en ovinos presenta un incremento de 3,5% anual al comparar el período del año 1999 al año 2008, y el inventario de caprinos presenta un incremento inferior de 0,71% en el mismo período. Para el año 2008, el censo del Instituto Colombiano Agropecuario –ICA-, reporta 1.297.118 ovinos y 577.298 caprinos a nivel nacional, cerca de la mitad del inventario reportado por la FAO, para el mismo año. Según el censo del ICA, el departamento de La Guajira posee los mayores inventarios de animales, 30,9% de ovinos y 42,6% de caprinos del total nacional. En la tabla 5, se muestra el inventario ovino y caprino por departamento y la participación de cada uno en el inventario nacional. (Moncada, 2012)

En la Tabla 5 se aprecia detalladamente el número de cabezas para ovinos y caprinos por cada uno de los departamentos de Colombia.

**Tabla 5. Inventario de ovinos y caprinos por departamentos en Colombia.**

*Inventario departamental para las especies ovina y caprina en Colombia, en el año 2008.*

<b>Departamento</b>	<b>Ovinos (Cabezas)</b>	<b>Participación (%)</b>	<b>Caprinos (Cabezas)</b>	<b>Participación (%)</b>
Amazonas	247	0,02	102	0,02
Antioquia	13.395	1,03	6.812	1,18
Arauca	12.250	0,94	1.590	0,28
Atlántico	6.854	0,53	3.354	0,58
Bolívar	26.416	2,04	4.407	0,76
Boyacá	144.864	11,17	56.875	9,85
Caldas	2.836	0,22	822	0,14
Caquetá	28.687	2,21	4.082	0,71
Casanare	30.930	2,38	3.131	0,54
Cauca	21.370	1,65	3.744	0,65
Cesar	78.493	6,05	36.120	6,26
Chocó	1.899	0,15	68	0,01
Córdoba	93.746	7,23	5.099	0,88
Cundinamarca	84.787	6,54	19.155	3,32

**Tabla 5. Continuación**

Guainía	45	0,001	45	0,01
Guaviare	2.993	0,23	107	0,02
Huila	11.490	0,89	14.070	2,44
La Guajira	401.162	30,93	246.025	42,62
Magdalena	118.197	9,11	65.578	11,36
Meta	24.577	1,89	6.278	1,09
Nariño	16.259	1,25	865	0,15
Norte de Santander	24.214	1,87	19.382	3,36
Putumayo	4.905	0,38	766	0,13
Quindío	997	0,08	528	0,09
San Andrés y Providencia	169	0,01	179	0,03
Risaralda	858	0,07	296	0,05
Santander	61.611	4,75	59.409	10,29
Sucre	29.170	2,25	2.986	0,52
Tolima	45.715	3,52	14.233	2,47
Valle del Cauca	5.410	0,42	1.097	0,19
Vaupés	0	0	0	0
Vichada	1.273	0,10	93	0,02
<b>Total Nacional</b>	<b>1.297.118</b>	<b>100,00</b>	<b>577.298</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario –ICA-, 2010. Tomado de MADR y Tecnos, 2010.

**NOTA:** Cantidad de cabezas de ovino y caprinos y su participación por departamentos en Colombia, Adaptado de (ICA, 2010)

En esta tabla 5 se observa la cantidad de caprinos registrados ante el ICA, siendo la guajira el mayor productor y con más cabezas de ganado caprino, seguido por Santander y Boyacá, siendo estos tres departamentos los que tienen el mayor porcentaje de animales a nivel nacional para el año 2010.

## **5. Marco legal**

FEDEGÁN ha enfocado su acción al apoyo para que los requisitos sanitarios que se deben cumplir en las plantas de beneficio de animales de abasto público para consumo humano. Esta constante observación facilita la modernización del sistema de beneficio de animales en el país, acorde con las exigencias de los mercados tanto nacionales como internacionales, a favor de los consumidores de productos cárnicos.

### **5.1. Decreto 1500 de 2007**

Por la cual se establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de Carne, Productos Cárnicos Comestibles y derivados Cárnicos destinados para el consumo humano.

### **5.2. Resolución 072 de 2007**

Por la cual se establece el manual de buenas prácticas de manejo para la producción y obtención de piel de ganado bovino y bufalino.

### **5.3. Resolución 2905 de 2007**

Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne y productos cárnicos comestibles de la especie bovina y bufalina destinados para el consumo humano.

### **5.4. Decreto 2278 de 1982**

Por la cual se reglamenta parcialmente el título V de la Ley 09 de 1979 en cuanto al sacrificio de animales de abasto público o para consumo humano y el procesamiento, transporte y comercialización de su carne.

### 5.5. Resolución 889 No 889 de 10 de Abril de 2003.

**Tabla 6. Normatividad Resolución 889 No 889 de 10 de Abril de 2003.**

ARTICULO 1	Requisitos sanitarios para productores de bovinos, ovinos, caprinos bufalinos para sacrificio con destino a la exportación.
ARTICULO 2	Todas las fincas productoras deben estar registradas ante el Instituto Colombiano Agropecuario ICA.
ARTICULO 3	Del cumplimiento de requisitos sanitarios exigidos por el ICA.
ARTICULO 4	Animales de sacrificio con destino de exportación debe haber permanecido 120 días en el predio registrado.
ARTICULO 5	Procedimientos (ICA, 2016) diseñados a evitar el sufrimiento y maltrato.
ARTICULO 6	El medio de transporte será precintado.
ARTICULO 7	Del transporte y sus respectivos permisos.
ARTICULO 8	De los productos a exportar deben pasar por el Médico Veterinario del ICA Expedición respectiva Certificado de Inspección Sanitaria.
ARTICULO 9	Las fincas tendrán un plazo de dos años para cumplir los requisitos.
ARTICULO 10	El registro del predio se hará efectivo mediante Resolución ICA, con vigencia de dos años, vencido el periodo se debe retomar el proceso.
ARTICULO 11	El ICA llevara a cabo revisiones periódicas a efectos de comprobar que se esta cumpliendo lo establecido , delo contrario el registro será revocado y el Médico Veterinario y Zootecnista autorizado por el ICA podrá ser sancionado.
ARTICULO 12	La presente rige desde la Resolución No 537 de Marzo de 2002 y todas las disposiciones que le sean contrarias.

**NOTA:** Artículos relacionados con las condiciones de producción de bovinos, ovinos, caprinos y bufalinos, Adaptado (ICA, 2016).

De otro lado, la Resolución ICA No 322 del 24 de Febrero de 2004 por la que se adiciona un párrafo a la resolución 889 de abril de 2003 (Ver tabla 6). Por la cual se establecen requisitos sanitarios para las fincas que produzcan bovino, ovinos, caprinos y bufalinos para sacrificio con destino a la exportación.

### 5.6. Adición a Resolución 889 de abril de 2003

**Tabla 7. Adición a Resolución 889 de Abril de 2003**

ARTICULO 1	Adicionar el artículo segundo de la resolución 889 del 10 de Abril de 2003 el siguiente párrafo: "PARAGRAFO -Cuando el país de destino exija requisitos Sanitarios menores a los establecidos en esta resolución, el ICA procederá a certificarlos de ese modo."
ARTICULO 2	La presente Resolución rige a partir de la fecha de su publicación y adiciona la resolución.

**NOTA:** Artículos relacionados con las condiciones de producción de bovinos, ovinos, caprinos y bufalinos, Adaptado (ICA, 2016).

## 6. Marco ambiental

En este marco se hace referencia al Decreto 2257 de 1986, por el cual se Reglamentan Parcialmente los Títulos VII y XI de la Ley 09 de 1979, en cuanto a investigación, Prevención y Control de la Zoonosis (Alcaldía de Bogotá, 2016). A continuación, se relacionan los Artículos del Decreto 2257 de 1986, en la Tabla 6.

### 6.1. Decreto 2257 de 1986

**Tabla 8. Decreto 2257 de 1986**

ARTICULO 1	De conformidad con los artículos 594 y 597 de la Ley 09 de 1979 , el presente decreto regula actividades relacionadas con la investigación , prevención y control de zoonosis
ART. 2,3,4	VIGILANCIA EPIDEMIOLOGICA: Observación, Investigación, recolección y divulgación de la información epidemiológica. VIGILANCIA PERSONAL: Supervisión y vigilancia a personas y animales enfermos
ART.6,7,8	Funciones y normas.
ART. 9,10,11,12	Organización, Funciones.
ART. 14-28	De vigilancia.
ART. 29-60	De la prevención, diagnóstico y control de zoonosis.
ART. 61,62,63	De la importación y exportación de animales, subproductos de animales y productos de uso y consumo veterinario.
ART.64-91	De las autorizaciones, las licencias sanitarias, los permisos, salvoconductos, registros y certificados.
ART. 92-158	De las medidas de seguridad, los procedimientos y las sanciones.

Fuente: (Alcaldía de Bogotá, 2016).

**NOTA:** *Artículos relacionados con la investigación, Prevención y Control de la Zoonosis, Adaptado (Alcaldía de Bogotá, 2016).*

## 7. Metodología

Este tipo de estudio es descriptivo en modalidad subjetiva consiste en observar y registrar los hechos o fenómenos físicos que se producen en la vida cotidiana de las personas residentes en la ciudad de Villavicencio, para analizarlos y obtener conclusiones acerca de los mismos, para ello buscaremos dar respuesta a los objetivos planteados

- Por medio del análisis DOFA identificar amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas para la comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio.
- Conocer las necesidades de los clientes con respecto al consumo de carne de cabro y oportunidades de la comercialización de esta carne con el fin de diseñar las estrategias para generar oportunidades empresariales, se procederá por determinar la población a estudiar, generando datos los cuales se analizarán para entregar una conclusión y resultados.
- Aportar los requerimientos técnicos y legales para la correcta comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio.

En este proyecto se va utilizar un método de Investigación exploratoria que consiste en determinar la aceptabilidad de la comercialización de carne de cabro en los ciudadanos y expendedores de carnes en el municipio de Villavicencio, Meta.

### Población objetivo

- Determinar cuántas carnicerías hay en Villavicencio
- Determinar cuántas familias hay de los estratos 3-4-5-6

En la metodología de esta investigación se va seleccionar 2 tipos de muestras para poder determinar el grado de aceptación tanto de las carnicerías y supermercados como de los ciudadanos.

### Tamaño de la muestra:

1-) carnicerías y centros de expendio:  $n = NZ^2 PQ$

$$Z^2PQ+(N-1) E^2$$

En la Cámara de Comercio de Villavicencio se encuentran registrados 396 negocios con permiso para comercializar carne, nos basamos en estos datos para poder tomar la muestra a investigar.

Margen de confianza 90% = Z=1,96

Margen de error 10%

N= 396 carnicerías en Villavicencio n=

$$396 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50$$

$$1,96^2 * 0,50 * 0,50 + (396-1) * 0,10^2$$

$$E = 10\% = 77$$

2-) consumidores:

$$\begin{array}{l} \nearrow Z = 1,65 \\ \rightarrow E = 10\% \end{array}$$

El número de personas por hogar en Villavicencio es de 3,7 según la proyección del DANE para el 2018 es superar los 480.000 habitantes en la ciudad de Villavicencio, probablemente llegando a 130.000 familias. (Alirio & Villarraga, 2005)

N= 130.000 familias promedio al 2018. 102.795 familias según DANE censo 2005

Villavicencio Meta Colombia n=

$$130000 * 1,65^2 * 0,50 * 0,50$$

$$1,65^2 * 0,50 * 0,50 + (130000 - 1) * 0,10^2 n=$$

68

## 7.1. Instrumentos

### 7.1.1. Diseño del instrumento clientes

Edad: \_\_\_\_\_

1- ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?

- Si
- Algunas veces
- Nunca

2- ¿Le gustaría probar la carne de cabro?

- Si
- De pronto
- No

3- ¿Si le ofrecieran carne de cabro la consumiría?

- Si
- Probablemente
- Nunca

4- ¿Compraría carne de cabro si la vendieran en el mercado?

- Si
- Probablemente
- No

5- ¿Alguna vez ha consumido carne de Cabro?

- Si
- Alguna vez
- No

6- ¿Si la ha consumido, con qué frecuencia consume carne de cabro?

- 4 veces por semana
- 2 veces a la semana
- 1 vez al mes
- Cada 2 meses o mas

7- ¿Qué tipo de carne prefiere Consumir?

- Res
  - Cerdo
  - Pollo
  - Cabro
  - Otra ¿Cuál?
-

### 7.1.2. Diseño del instrumento distribuidores

Edad: \_\_\_\_\_

1- ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?

- Si
- Algunas veces
- Nunca

2- ¿Tiene conocimiento si se comercializa este tipo de carne en el municipio de Villavicencio?

- Si
- No
- Jamás he escuchado

3- ¿Ha consumido alguna vez este tipo de carne?

- Si
- Probablemente
- Nunca

4- ¿Conoce o ha escuchado hablar acerca de los beneficios de consumir este tipo de carne?

- Si
- Probablemente
- No

5- ¿Vendería usted carne de cabro en su negocio?

- Si
- De pronto
- No

6- ¿De no venderla en su establecimiento, ¿cuál sería su motivo por el cual optaría por no vender este tipo de carne?

- No se vendería
- La gente no la conoce
- La cultura de la gente está basada en el consumo de carne de res, pollo y cerdo
- Sería un mal negocio

7- ¿Considera usted que este tipo de carne se puede comercializar en el municipio de Villavicencio?

- Si
- No

## 8. Matriz DOFA

A continuación, se muestra la matriz DOFA que identifica y analiza las oportunidades y amenazas para la comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio, viabilizando una estrategia para los comerciantes de carnicerías como una oportunidad de expansión de los mercados de la carne caprina.

FODA	Positivos	Negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis Externo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>OPORTUNIDADES</b></li> <li>Beneficios para la salud que trae consumir carne de cabro</li> <li>Es una carne magra y de buena textura</li> <li>Se comercializa a nivel mundial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>AMENAZAS</b></li> <li>Precio elevado de la carne</li> <li>Preferencia por otras carnes</li> <li>El bajo precio de otras carnes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis Interno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>FORTALEZAS</b></li> <li>Nutrientes de la carne de cabro</li> <li>Es una carne baja en grasas</li> <li>La carne de cabro se vende en los restaurantes lujosos de países desarrollados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>DEBILIDADES</b></li> <li>Desconocimiento de la comercialización de carne de cabro (no hay en el mercado)</li> <li>baja producción de cabras</li> </ul>

**Estrategias y Acciones DO:** La cultura y la aceptación de productos derivados de los cabros no son muy reconocidos en el mercado colombiano, aunque en los últimos años se ha venido popularizando y está habiendo aceptación para el consumo de la carne de cabro.

**Estrategias y Acciones DA:** Por falta de carne en el mercado, el precio de esta carne es alto, su poca comercialización hace que conseguir este tipo de carne suba más los precios.

**Estrategias y Acciones FO:** La baja cantidad de grasa y su calidad de nutrientes la carne de cabro es una de las mejores carnes, consumir este tipo de carne trae beneficios para la salud. La carne de cabro es una proteína que el cuerpo humano asimila mucho mejor que otras carnes.

**Estrategias y Acciones FA:** El precio de la carne de cabro es costosa, pero es considerada como una carne gourmet por su bajo contenido de grasa y en algunos lugares su precio puede subir al ser transformado en un producto listo para el consumidor, Con la carne de cabro se pueden hacer muchos tipos de platos y con gran aceptación al consumo a nivel mundial hace que sea un producto muy comercial.

## 9. Análisis de datos

En este capítulo se muestran los resultados con los parámetros y los criterios que permitieron realizar la aplicación del instrumento o encuesta a los clientes o consumidores de cárnicos en la ciudad de Villavicencio.

### 9.1. Evaluación de clientes

#### 9.1.1. Tabulación encuesta a clientes

Tabla 9. Tabulación encuesta a clientes

Edad	Pregunta 1	Pregunt a 2	Pregunt a 3	Pregunta 4	Pregunt a 5	Pregunta 6	Pregunta 7	
25		1		1		1		1
19	1		1		1		1	1
17		1		1		1		1
21		1	1		1		1	
23		1		1		1		1
26		1		1		1		1
28		1		1		1		1
33	1		1		1		1	
36	1		1		1		1	
43		1		1		1		1
48	1		1		1		1	
52	1		1		1		1	
50	1		1		1		1	
31	1		1		1		1	
26		1		1		1		1
14		1		1		1		1
42	1		1		1		1	
39		1		1		1		1
27		1		1		1		1
17	1		1		1		1	
15		1		1		1		1
35		1		1		1		1
26		1		1		1		1
29		1		1		1		1

Tabla 9. Continuación

53	1			1			1			1					1		1		
31	1			1			1			1					1	1			
39	1			1			1			1					1	1			
35	1			1			1			1			1		1		1		
32			1			1	1			1			1		1	1			
25	1			1			1			1			1		1		1		
23			1		1			1		1			1		1			1	
26			1	1			1			1			1		1		1		
26			1	1			1			1			1		1		1		
22	1			1			1			1			1		1		1		
24	1			1				1		1			1		1			1	
24			1	1			1			1			1		1	1			
28	1			1			1			1			1		1			1	
45	1			1			1			1			1		1				1
27	1			1			1			1			1		1		1		
26	1			1			1			1			1		1		1		
38			1			1		1		1			1		1				1
23		1			1		1			1			1		1	1			
27	1				1		1			1			1		1				1
58	1			1			1			1			1		1		1		
19	1			1			1			1			1		1		1		
28			1		1			1		1			1		1		1		
33			1		1			1		1			1		1			1	
36	1				1			1		1			1		1		1		
43	1			1			1			1			1		1	1			
48	1			1			1			1			1		1		1		
52		1		1				1		1			1		1		1		
50			1			1		1		1	1				1			1	
31	1			1			1			1			1		1			1	
26			1	1			1			1		1			1	1			
14	1				1		1			1			1		1	1			
42		1		1				1		1			1		1	1			
39		1			1		1			1			1		1			1	
27			1			1			1	1			1		1			1	
17	1			1				1		1			1		1		1		
49			1	1			1			1			1		1	1			
59	1				1		1			1			1		1	1			
41		1			1			1		1			1		1		1		
28	1			1				1		1	1				1			1	
36	1			1			1			1		1			1				1
45	1			1			1			1			1		1				1
15			1	1			1			1			1		1	1			
14			1		1		1			1			1		1		1		

**Tabla 9. Continuación**

<b>22</b>	1			1			1			1			1				1			1				
<b>Total</b>	3	1	2	39	24	5	39	23	6	2	2	1	21	8	39	0	0	1	5	2	2	2	0	6
	3	1	4							4	9	5						1	7	0	1	1		6
	68			68			68			68			68			68			68					

**NOTA:** Relación de la manera en que respondieron los encuestados, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018

Luego de tabular estadísticamente cuadro 1, comenzamos la evaluación de los clientes de las carnicerías. Los resultados están divididos en siete partes las cuales darán la respuesta a los objetivos planteados: en total se encuestaron 68 personas, la muestra se tomó aleatoriamente en las calles frente a las carnicerías, la media de edad de los encuestados 31,8 años, con una mediana de 32 años, las personas que tienen mayor frecuencia en las carnicerías tiene una edad de 26 años, la población joven es la que más compra carne con una moda de 10% de los encuestados.

El primer instrumento aplicado a la muestra incluyo preguntas cerradas las cuales tenían un valor y una caracterización la cuales nos permitía medir la opinión de las personas a las cuales se les aplico el instrumento.

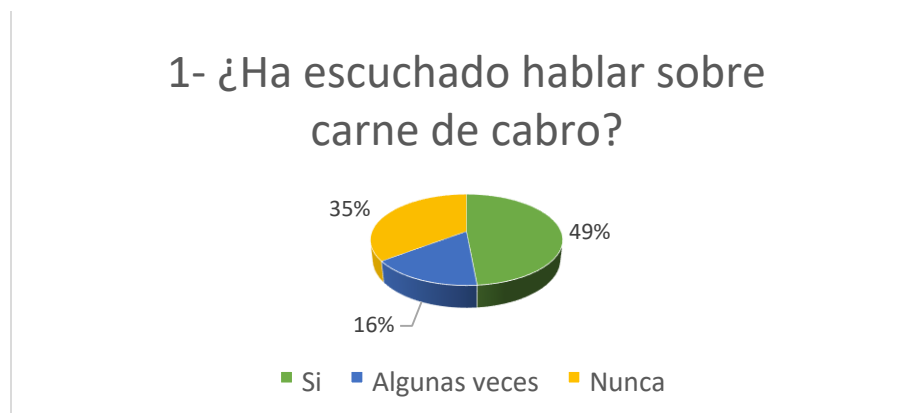
A continuación, presentamos el análisis de los resultados

### 9.1.2. Análisis de resultados clientes

**Tabla 10. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
1-1.99	Si	33	49%	Alta	3
2-2.99	Algunas Veces	11	16%	Media	2
3-3.99	Nunca	24	35%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 2. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?, Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

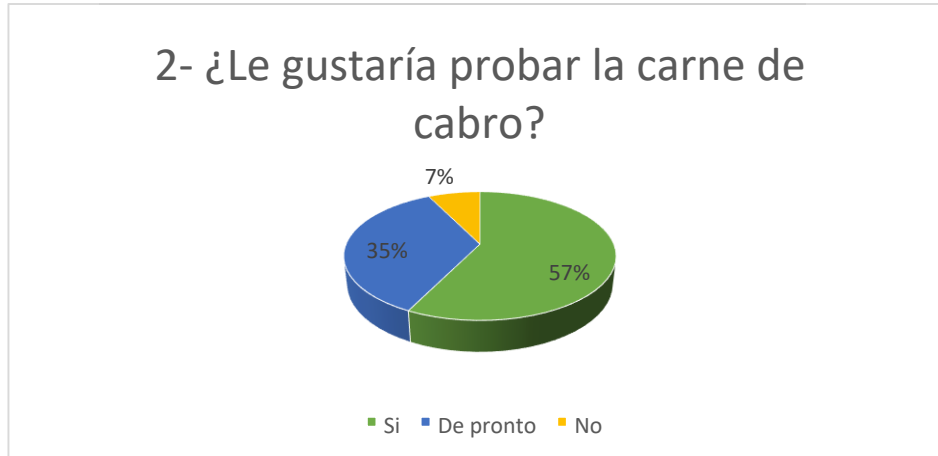
La pregunta 1, cuadro número 2 la componen tres ítems: *sí*, *algunas veces* y *nunca*; las personas encuestadas tienen una tendencia del 49% a que sí han escuchado hablar de la carne de cabro, seguido de un 35% de personas que nunca han escuchado hablar de esta carne mientras que en menor proporción con un 16% de la población asegura que alguna vez ha escuchado hablar de este tipo de carne.

Según lo analizado, la carne de cabro es un nuevo producto que está invadiendo los mercados globales; los consumidores de cárnicos así lo manifiestan de acuerdo a los resultados. Esta población ha escuchado hablar de la carne de cabro y hay una alta favorabilidad puesto que, la gente conoce este producto. Se identificó que son bajas las probabilidades de que este producto no se conozca en la ciudad de Villavicencio. Estos son realmente factores a favor para incorporar un nuevo producto en esta zona del país, así haya conciencia que la cultura es fiel al consumo de carne de res con su plato típico de la región: carne a la llanera; aunque la población encuestada acepta que hay más tipos de carne que pueden llegar a ser consumidas en la ciudad de Villavicencio.

**Tabla 11. Pregunta 2 ¿Le gustaría probar la carne de cabro?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
1-1.99	Si	39	57%	Alta	3
2-2.99	De pronto	24	35%	Media	2
3-3.99	No	5	7%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>		

**NOTA: Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**



**Grafica 3. Pregunta 2 ¿Le gustaría probar la carne de cabro?, ?, Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

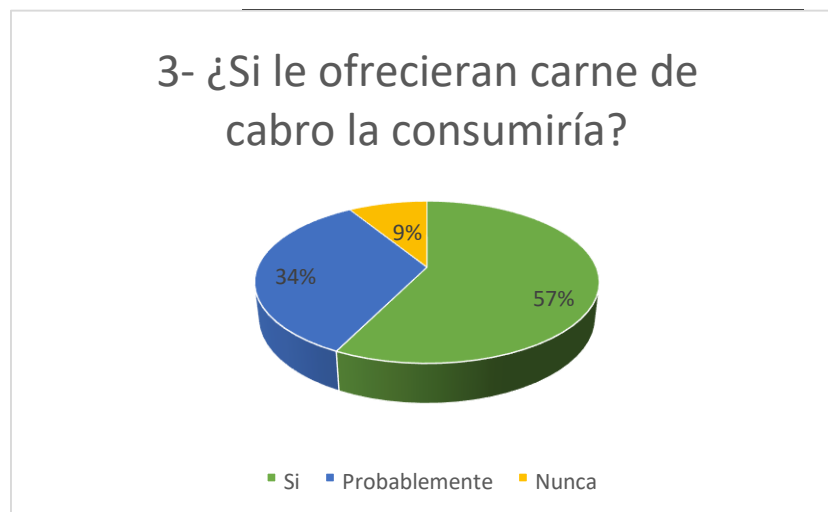
La pregunta 2 grafica 3 está compuesta por tres ítems: *Sí, de pronto, no*. Los resultados arrojan una evidencia favorable, pues el 57% de la población dijo que *sí* le gustaría probar este tipo de carne mientras que un 7% dijo que *no* le interesaba probar o consumir la carne de cabro; en mediana proporción con un 35% de los encuestados dijeron que *de pronto* les gustaría probar la carne de cabro.

En la tabla número 11 se ha visto que las personas encuestadas proporcionaron en los datos un reflejo de una alta favorabilidad frente a la carne de cabro. Con más de un 93% de los encuestados, se demuestra una probabilidad media-alta de consumir la carne de cabro, y abre así más posibilidades de que esta carne pueda tener un mercado y la respectiva comercialización; también fueron pocas las personas que dijeron que *no* consumirían este tipo de carne, siendo una categoría baja casi nula, cuestión a favor ya que las personas de la ciudad tienden a consumir otras carnes alternativas a la de la cultura al consumo de carne de res.

**Tabla 12. Pregunta 3 ¿Si le ofrecieran carne de cabro la consumiría?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
1-1.99	Si	39	57%	Alta	3
2-2.99	Probablemente	23	34%	Media	2
3-3.99	Nunca	6	9%	Media	1
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 4. Pregunta 3 ¿Si le ofrecieran carne de cabro la consumiría? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

En la pregunta 3 igualmente está compuesta por tres ítems: *Sí, probablemente, nunca*; como se evidencia en la gráfica 4, el 57% de la población dijo que *sí* consumiría carne de cabro si se la ofrecieran, mientras que un 34% de la población señaló que *probablemente* consumiría carne de cabro y un 9% dijo que *no* consumiría este tipo de carne si se la ofrecieran.

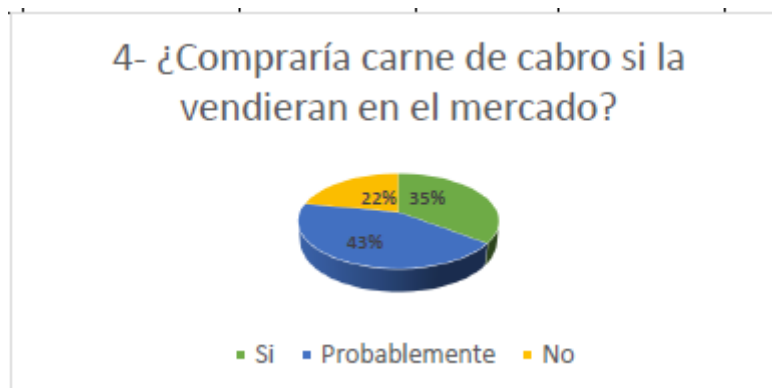
Según los objetivos planteados, la población encuestada tiene una alta favorabilidad hacia el consumo de carne. En el cuadro 4 se observa que es muy viable ofrecer la carne de cabro. Según lo visto, tiene un gran potencial de aceptación por la población encuestada. La cultura llanera tiene un grado alto de aceptación hacia la carne de cabro, lo cual sería muy viable poder llegar a comercializar esta carne en el municipio de Villavicencio. Hay en un porcentaje bajo personas que no consumen este tipo de carne luego no afectaría la viabilidad de la comercialización de este tipo

de carne. En definitiva, se ha visto un gran potencial, ya que las personas están dispuestas a probar y consumir este tipo de carne, esto abre las puertas para la comercialización de carne de cabro.

**Tabla 13. Pregunta 4 ¿Compraría carne de cabro si la vendieran en el mercado?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
1-1.99	Si	24	35%	Alta	3
2-2.99	Probablemente	29	43%	Media	2
3-3.99	No	15	22%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 5. Pregunta 4 ¿Compraría carne de cabro si la vendieran en el mercado? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

La pregunta 4 igualmente está compuesta por tres ítems: *Sí*, *probablemente*, *No*; como se evidencia en la gráfica 5 el 35% de la población indicó que *Sí* compraría carne de cabro si se la ofrecieran en el mercado, mientras que un 43% de la población señaló que *probablemente* consumiría este tipo de carne si se llegara a comercializar y un 22% dijo que *No* compraría este tipo de carne si se la ofrecieran en las carnicerías.

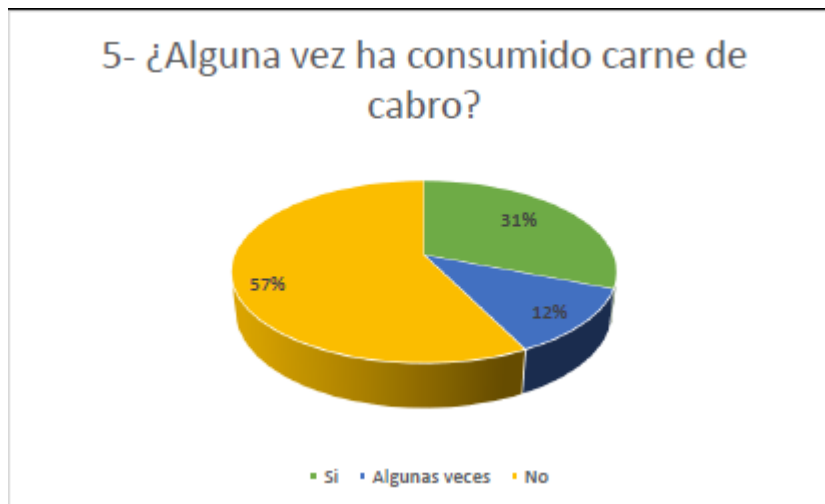
Podemos distinguir que *Sí* es viable la comercialización de la carne de cabro, y al conocer la cultura llanera aceptaría la carne de cabro. Las personas encuestadas señalaron en un alto porcentaje que probablemente comprarían la carne de cabro, mientras que en un porcentaje medio dijeron que definitivamente *sí* comprarían carne de cabro; observamos que hay una probable oportunidad de comercializar este tipo de carne a la población de Villavicencio, en un porcentaje

más bajo señalaron que definitivamente *No* comprarían este tipo de carne. Con estos resultados podemos analizar que hay una alta probabilidad que se pueda conocer la carne de cabro.

**Tabla 14. Pregunta 4 ¿Alguna vez ha consumido carne de cabro?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
1-1.99	Si	21	31%	Alta	3
2-2.99	Algunas veces	8	12%	Media	2
3-3.99	No	39	57%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 6. Pregunta 5 ¿Alguna vez ha consumido carne de cabro? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

La pregunta 5 está compuesta por tres ítems: *Sí*, *algunas veces*, *No*; según las personas encuestadas y como se evidencia en la gráfica 6 el 31% de la población dijo que *Sí* ha consumido este tipo de carne, mientras que un 12% dijo que *algunas veces* ha consumido la carne de cabro y un 57% de los encuestados dijeron que *No* han consumido la carne de cabro.

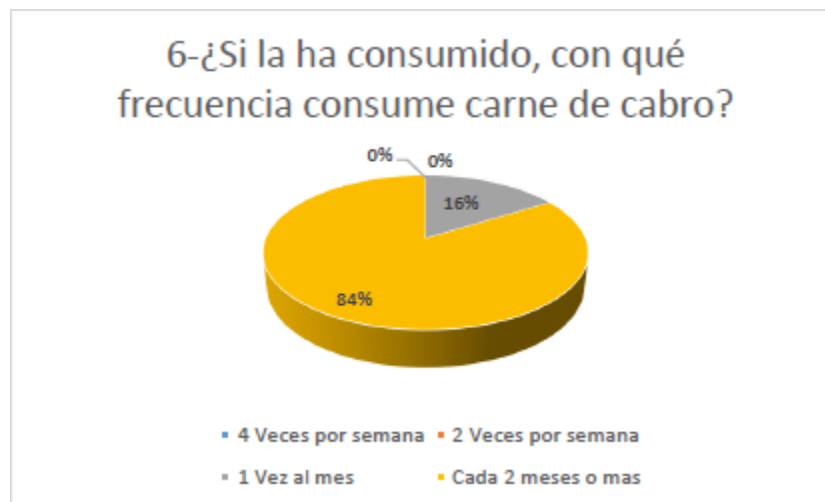
La carne de cabro es poco consumida a nivel nacional a comparación de otras carnes comerciales, como lo son la carne de res, cerdo, pollo y pescado; en la tabla 15 observamos que las personas en el municipio de Villavicencio tienen un bajo consumo de la carne de cabro, siendo una minoría de consumidores que alguna vez han consumido este tipo de carne. La cultura de las

personas de Villavicencio muestra que hay posibilidades de que se pueda comercializar este tipo de carne. Las personas han consumido y tienen conocimiento de esta carne a pesar de que mucha de la población nunca ha llegado a probarla. La falta de carne de cabro en el mercado refleja el bajo consumo, así se conozca. Frente a los resultados de la encuesta se va haciendo más visible una probabilidad de que las personas puedan llegar a consumir este tipo de carne cuando salga al mercado, por poder adquirirla.

**Tabla 15. Pregunta 4 ¿Si la ha consumido, con qué frecuencia consume carne de cabro?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
4-4.99	4 veces por semana	0	0%	Muy alta	4
3-3.99	2 veces a la semana	0	0%	Alta	3
2-2.99	1 vez al mes	11	16%	Baja	2
1-1.99	Cada 2 meses o mas	57	84%	Muy baja	1
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>		

*NOTA: Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018*



**Grafica 7. Pregunta 6 ¿Si la ha consumido, con qué frecuencia consume carne de cabro? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

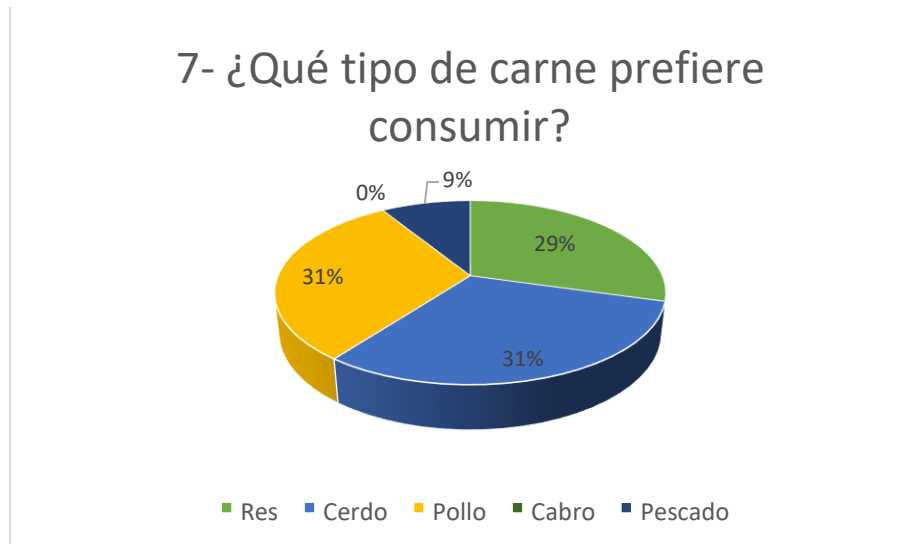
La pregunta 6 está compuesta por cuatro ítems: *4 veces por semana, 2 veces por semana, 1 vez al mes y cada 2 meses o más*; como se evidencia en la gráfica 7, tanto para la respuesta *4 veces por semana* como para *2 veces por semana*, el 0% de la población dijo que consumía carne de cabro, mientras que un 16% de la población señaló que consumía carne de cabro *una vez al mes* y un 84% dijo que consumía este tipo de carne *cada dos meses o más*. Cabe resaltar que muchas de las personas indicaron que casi nunca la consumían.

Las personas en Villavicencio tienen un muy bajo consumo de carne de cabro como se muestra en la tabla 15. La frecuencia con la que las personas consumen este tipo de carne *es cada dos meses o más*, lo cual muestra que muchas personas no consumen este tipo de carne por falta de su venta en el mercado. Ninguno de los encuestados frecuenta consumir este tipo de carne por su dificultad de conseguirla y poderla consumir. La cultura de las personas de Villavicencio es consumir este tipo de carne en festividades familiares donde compran esta carne en pie, la preparan al gusto y la consumen solamente en eventos especiales. Como lo muestra la gráfica 7, no hay una frecuencia de consumo de la carne de cabro, esto entonces, hace que no haya una comercialización y genere una falta de conocimiento de esta carne por la población de Villavicencio.

**Tabla 16. Pregunta 5 ¿Qué tipo de carne prefiere consumir?**

<b>Escala</b>	<b>Alternativa</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>	<b>Categoría</b>	<b>Valor</b>
5-5.99	Res	20	29%	Res	5
4-4.99	Cerdo	21	31%	Cerdo	4
3-3.99	Pollo	21	31%	Pollo	3
2-2.99	Cabro	0	0%	Cabro	2
1-1.99	Pescado	6	9%	Pescado	1
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 8. Pregunta 7 ¿Qué tipo de carne prefiere consumir? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

La pregunta 7 está compuesta por cinco ítems: *Res*, *Cerdo*, *Pollo*, *Cabro*, *Pescado*; en la gráfica 8 se evidencia que el 29% de la población indicó que la carne que prefería consumir es la de *Res*, mientras que un 31% de los consumidores indicó que prefería la carne de *Cerdo*, un 31% de la población señaló que prefería consumir la carne de *Pollo*, el 9% dijo que su preferencia era el *Pescado* y un 0% de la población indicó que prefería consumir la carne de *Cabro*.

La cultura llanera no solo consume en mayor medida la carne de res. Se ha observado un consumo variado de carnes. La preferencia es diversa con respecto a consumir carnes como lo son la de cerdo, pollo y pescado, la falta de conocimiento por la carne de cabro como lo vemos en la tabla 16 es nulo las personas que prefieren consumir la carne de cabro, esto hace que la viabilidad en la comercialización de carne de cabro sea difícil porque la cultura de las personas está raizada en consumir carnes como la de res, cerdo, pollo y pescado por su fácil acceso a conseguir estas carnes en el mercado, posteriormente la cultura de las personas es consumir las carnes que se ofrecen en el mercado frecuentando a consumir lo que pueden conseguir.

## 10.2. Evaluación de proveedores

### 10.2.1. Tabulación encuesta a negociantes

Tabla 17. Tabulación encuesta a negociantes

Edad	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7
22	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1

Tabla 17. Continuación

40			1	1			1			1	1			1			1
40			1	1		1				1	1			1			1
40			1	1		1				1		1		1			1
41		1		1			1			1		1		1			1
41		1			1		1			1		1	1				1
42		1			1			1			1		1				1
44		1			1	1				1	1				1		1
45			1	1			1			1		1			1		1
45	1				1		1			1		1		1			1
46	1			1			1			1	1				1		1
47		1			1		1				1		1				1
47			1		1			1			1		1				1
47	1			1		1				1		1			1		1
47		1		1		1			1		1					1	1
48			1		1		1			1						1	1
49		1			1		1			1		1			1		1
50	1				1		1			1		1			1		1
50	1			1			1			1		1	1				1
51		1			1		1			1	1				1		1
51		1			1			1		1		1			1		1
51		1			1	1				1		1	1				1
52			1	1			1			1		1		1			1
53	1				1		1	1			1				1		1
53			1		1			1			1		1	1			1
53	1				1		1			1	1				1		1
54	1				1		1			1	1				1		1
54	1				1			1		1		1				1	1
55			1			1		1			1		1	1			1
55	1			1			1			1		1		1			1
55	1				1		1			1		1		1			1
55	1				1		1			1		1		1			1
56		1			1		1			1		1			1		1
56	1			1			1			1	1			1			1
56	1			1		1		1			1					1	1
57		1			1		1		1			1				1	1
58	1			1			1			1		1		1			1
60	1				1		1		1			1		1			1
61		1			1			1			1		1	1			1
62	1				1		1			1		1		1			1
63			1		1		1			1		1		1			1
65	1			1			1		1		1				1		1
69			1		1			1		1		1	1				1
70	1				1			1		1		1		1			1

Tabla 18. Continuación

	38	20	19	21	40	16	36	8	33	8	14	55	24	26	27	9	23	37	8	48	29
<b>Total</b>	77		77			77			77			77			77			77			

*NOTA: Relación de la manera en que respondieron los encuestados, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018*

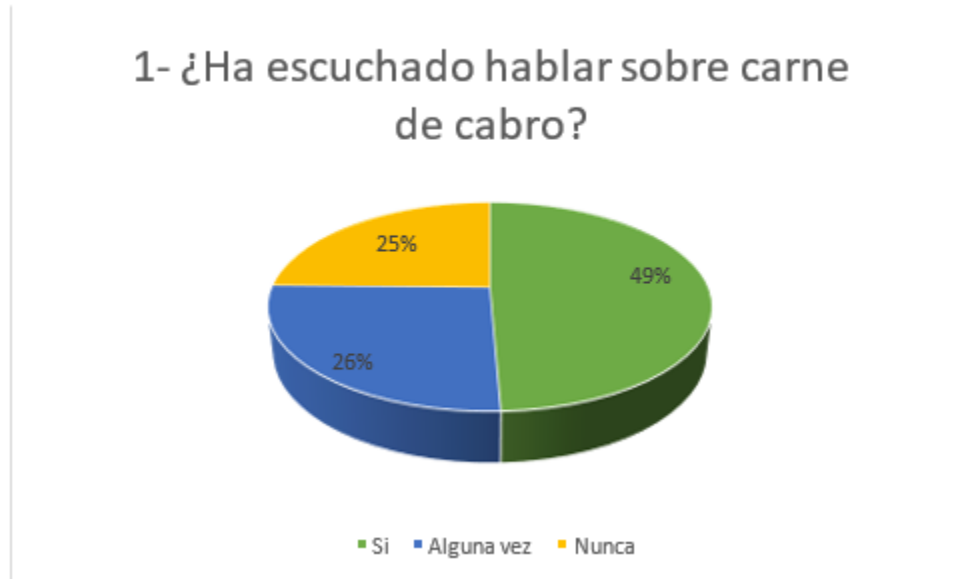
Luego de tabular estadísticamente la evaluación de los proveedores o las carnicerías, los resultados están divididos en siete partes las cuales darán la respuesta a los objetivos planteados. En total se encuestaron 77 personas -dueños de negocios-, que se escogieron aleatoriamente en los establecimientos comerciales de productos cárnicos. La media de edad de los encuestados fue de 43,1 años, con una mediana de 43 años, las personas -dueños de negocio- tiene una frecuencia de edad de 38 años; tienen una moda de 6.5% del total de los encuestados siendo los de 38 años la población más frecuente como dueños de negocio, los proveedores tienen mayor edad con respecto a los clientes.

### 10.2.2. Análisis resultados proveedores

Tabla 18. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro?

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
3-3.99	Si	38	49%	Alta	3
2-2.99	Algunas veces	20	26%	Media	2
1-1.99	Nunca	19	25%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>		

*NOTA: Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018*



**Grafica 9. Pregunta 1 ¿Ha escuchado hablar sobre carne de cabro? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

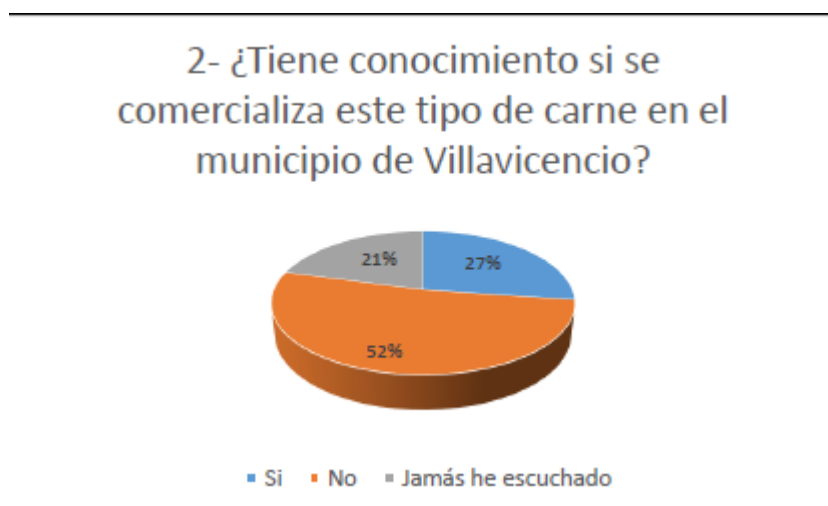
La pregunta 1 está compuesta por tres ítems: *Sí*, *algunas veces* y *nunca*; en la gráfica 9 se evidencia que el 49% a los negociantes encuestados aseguraron que *Sí* han escuchado hablar de la carne de cabro, seguido de un 26% de personas que dicen que *alguna vez* han escuchado hablar de la carne de cabro, mientras que en menor proporción con un 25% de los negociantes asegura que *nunca* han escuchado hablar de este tipo de carne.

En la tabla 19 los comerciantes de la ciudad de Villavicencio muestran una alta favorabilidad a que *Sí* han escuchado hablar de la carne de cabro, y que es una carne muy consumida en el departamento Santander, un bajo porcentaje de comerciantes asegura que *No* ha escuchado hablar sobre la carne de cabro y *No* tienen conocimiento si es posible comercializar este tipo de carne. La falta de información y falta de vendedores de cabros en pie para sacrificio y la baja producción de cabros, hace que los comerciantes no puedan comercializar la carne de cabro, tampoco la dan a conocer a los consumidores por falta de oferta y demanda, mientras que la media de los comerciantes han escuchado hablar de este tipo de carne, pero no la comercializan por falta de normatividad y lugares para sacrificar este tipo de animales para dar a conocer este tipo de carne e iniciar a comercializarla.

**Tabla 19. Pregunta 2 ¿tiene conocimiento si se comercializa este tipo de carne en el municipio de Villavicencio?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
3-3.99	Si	21	27%	Media	3
2-2.99	No	40	52%	Alta	2
1-1.99	Jamás he escuchado	16	21%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>		

NOTA: Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 10. Pregunta 2 ¿tiene conocimiento si se comercializa este tipo de carne en el municipio de Villavicencio? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

La pregunta 2 está compuesta por tres ítems: *Sí*, *no*, *jamás he escuchado*; en la gráfica 10 se puede observar que el 27% de la población dijo que *Sí* ha escuchado hablar de la comercialización de carne de cabro en Villavicencio, mientras que un 52% dijo que *no tiene conocimiento*, sí se puede comercializar este tipo de carne y un 21% de los encuestados dijeron que *jamás han escuchado* hablar de la comercialización de la carne de cabro.

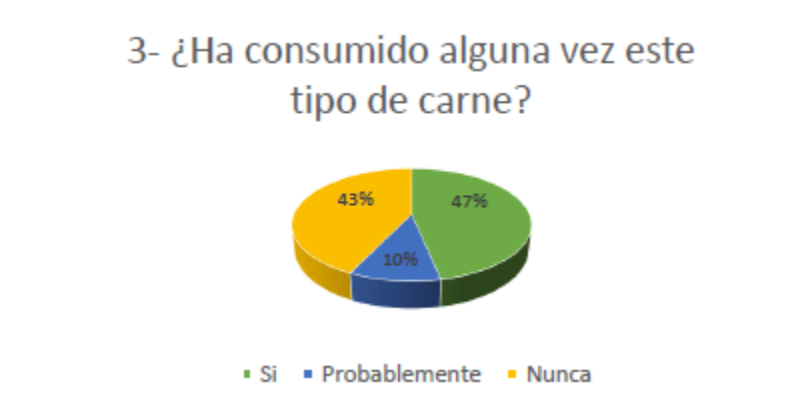
La comercialización de la carne de cabro en el municipio de Villavicencio como observamos en la tabla 19 los comerciantes no conocen lugares donde se comercialice este tipo de carne, un bajo porcentaje de los comerciantes conocen que se comercializa la carne de cabro en ciudad de Villavicencio en restaurantes y en fincas cerca de la ciudad, donde las preparan al gusto y en platos ya listos para el consumo o animales en pie pero no se distribuye en los almacenes de cadena para

que las personas puedan adquirirlo, la falta de mercado hace difícil su venta, dificultando el acceso a los consumidores de este tipo de carne.

**Tabla 20. Pregunta 3 ¿ha consumido alguna vez este tipo de carne?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
3-3.99	Si	36	47%	Alta	3
2-2.99	Probablemente	8	10%	Baja	2
1-1.99	Nunca	33	43%	Media	1
<b>Total</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 11. Pregunta 3 ¿ha consumido alguna vez este tipo de carne? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

En la pregunta 3 igualmente está compuesta por tres ítems: *Sí*, *probablemente*, *nunca*; se puede observar que en la gráfica 11, el 47% de los negociantes dijo que *Sí* ha consumido carne de cabro, un 10% parte minoritaria de los comerciantes dijo que *probablemente* había consumido carne de cabro y un 43% dijo que *No* ha consumido este tipo de carne.

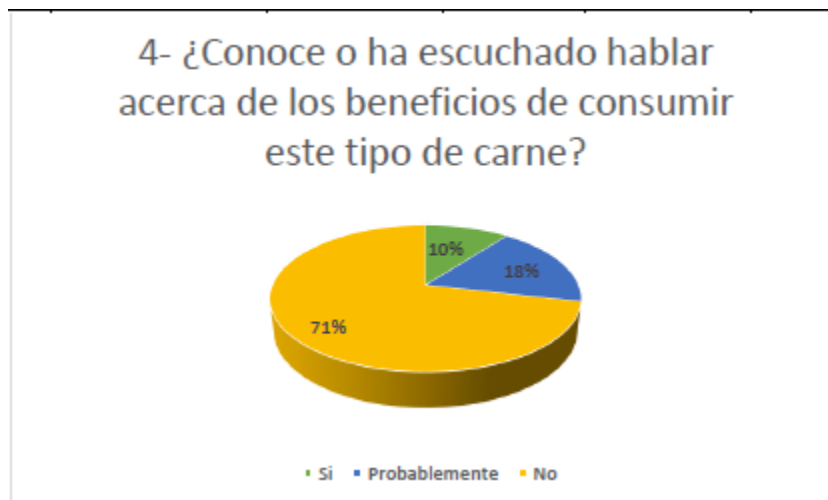
En la tabla 20 observamos que los comerciantes *Sí* han consumido la carne de cabro, tienen conocimiento de esta carne, pero no la comercializa por falta de producto en el mercado y no pueden tener una comercialización constante. La cultura llanera no ha incorporado al consumo este tipo de carne a la canasta familiar por su difícil disposición; en menor medida los comerciantes no han consumido este tipo de carne, no tienen el conocimiento si se puede vender y por tal motivo no la han vendido en su negocio, mientras que en una baja cantidad de comerciantes sí la han llegado a consumir, pero no saben con exactitud si en verdad era carne de cabro. En este cuadro

observamos que puede llegar a ser viable la comercialización de carne de cabro, ya que algunos de los comerciantes han consumido este tipo de carne y saben que puede llegar a comercializarse.

**Tabla 21. Pregunta 4 ¿Conoce o ha escuchado hablar acerca de los beneficios de consumir este tipo de carne?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
3-3.99	Si	8	10%	Alta	3
2-2.99	Probablemente	14	18%	Media	2
1-1.99	No	55	71%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 12. Pregunta 4 ¿Conoce o ha escuchado hablar acerca de los beneficios de consumir este tipo de carne? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

En la pregunta 4 igualmente está compuesta por tres ítems: *Sí*, *probablemente*, *no*; como se evidencia en la gráfica 12 el 10% de la población indico que *Sí* conoce los beneficios de consumir carne de cabro, mientras que un 18% de la población señaló que *probablemente* ha escuchado hablar de los beneficios de este tipo de carne y un 71% dijo que *No* conoce los beneficios del consumo de carne de cabro.

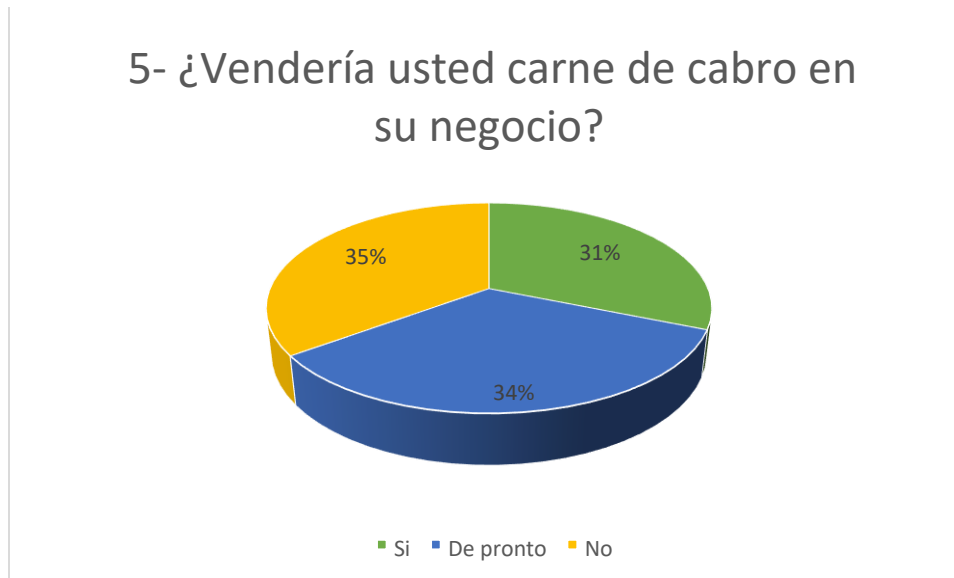
La carne de cabro es una carne excelente para el consumo humano por sus propiedades nutricionales y bajos contenidos de grasa. Las propiedades son pocas conocidas por los comerciantes de las carnicerías en la ciudad de Villavicencio. Como observamos en la tabla 21 es alta la cantidad de comerciantes que no conocen las propiedades de la carne de cabro, mientras que

un bajo número de comerciantes tienen conocimiento de que esta carne es de muy buenos contenidos nutricionales y que no afecta la salud al consumirla; culturalmente, a nivel mundial, esta carne está catalogada como la mejor carne para consumir. La falta de conocimiento por parte de las personas acerca de esta carne hace que no se empiece a comercializar en Villavicencio. En mercados mundiales la carne de cabro es más consumida en comparación a otras carnes, en países desarrollados como países bajos, Arabia Saudita, Australia y países con gran riqueza. Las personas de estos países tienen una cultura hacia el consumo de este tipo de carne por sus beneficios a la salud, con los resultados obtenidos y su gran potencial, puede ser viable la comercialización los derivados de estos animales. Con el conocimiento y publicidad, puede ser viable la comercialización de la carne de cabro, haciendo que las personas se interesen por consumir este tipo de carne por sus beneficios a la salud y contenidos nutricionales.

**Tabla 22. Pregunta 5 ¿Vendería usted carne de cabro en su negocio?**

<b>Escala</b>	<b>Alternativa</b>	<b>Fa</b>	<b>%</b>	<b>Categoría</b>	<b>Valor</b>
3-3.99	Si	24	31%	Baja	3
2-2.99	De pronto	26	34%	Media	2
1-1.99	No	27	35%	Alta	1
<b>Total</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 13. Pregunta 5 ¿Vendería usted carne de cabro en su negocio? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

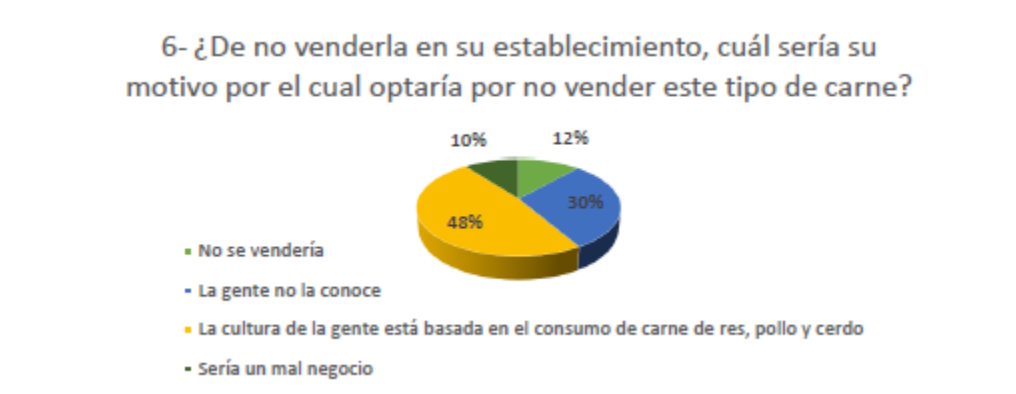
La pregunta 5 está compuesta por tres ítems: *Sí, de pronto, no*; En la gráfica 13 podemos evidenciar que el 31% de la población dijo que *Sí* vendería este tipo de carne en su negocio, mientras que un 34% dijo que *de pronto* venderían la carne de cabro y un 35% de los encuestados dijeron que *No* venderían carne de cabro en su negocio.

La cultura de los consumidores de carne en Villavicencio hace que se dificulte que los comerciantes vendan carne de cabro en sus negocios. Por ser un producto que perece rápidamente, correr el riesgo de perder el producto y no llegar a vender la carne de cabro hace que los comerciantes no vendan este tipo de carne, como vemos en la tabla 22 un alto porcentaje de los comerciantes dicen que no comercializarían este tipo de producto por temor a generar pérdidas económicas, mientras que la media de los comerciantes dice que probablemente comercializarían este producto en sus negocios. En los instrumentos indicaban que podrían venderlo para las festividades como son la época navideña la cual la venta de este tipo de carne puede llegarse a vender, mientras que en un porcentaje bajo de carnicerías indican que si venderían este producto toda la época del año a disposición para abastecer una probable demanda de este tipo de carne y crear el mercado de este tipo de carne.

**Tabla 23. Pregunta 6 ¿De no venderla en su establecimiento, ¿cuál sería su motivo por el cual optaría por no vender este tipo de carne?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
4-4.99	No se vendería	9	12%	Bajo	1
3-3.99	La gente no la conoce	23	30%	Alto	2
2-2.99	La cultura de la gente está basada en el consumo de carne de res, pollo y cerdo	37	48%	Muy alto	3
1-1.99	Sería un mal negocio	8	10%	Muy bajo	4
<b>Total</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 14. Pregunta 6 ¿De no venderla en su establecimiento, ¿cuál sería su motivo por el cual optaría por no vender este tipo de carne? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

En la pregunta 6 está compuesta por cuatro ítems: *No se vendería*, *La gente no la conoce*, *La cultura de la gente está basada en el consumo de carne de res, pollo y cerdo*, y *Sería un mal negocio*; podemos evidenciar que en la gráfica 14 el 12% de los comerciantes de carne dijeron que no se vendería este tipo de carne, un 30% de los encuestados aseguraron que la gente no conoce la carne de cabro, mientras que un 48% de la población señaló que la cultura de la gente está basada en el consumo de carne de res, pollo y cerdo, mientras que el 10% dijo que sería un mal negocio comercializar carne de cabro.

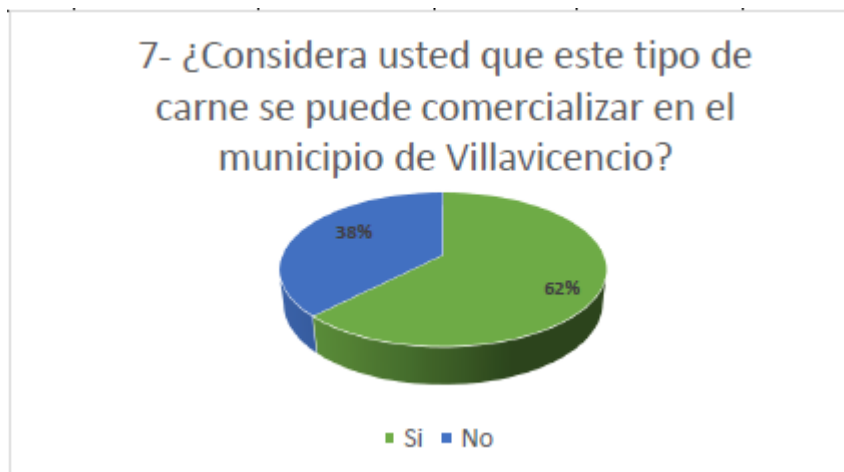
Los comerciantes indicaron que hay una probabilidad de no vender este tipo de carne. Como podemos observar en el cuadro 15 un muy alto porcentaje de comerciantes dijeron que la cultura

de las personas sería un impedimento para comercializar carne de cabro, habiendo un hábito hacia la preferencia por las carnes ya consumidas como lo son la carne de res, cerdo, pollo; lo cual hace que no sea viable comercializar carne de cabro en la ciudad de Villavicencio, mientras que un porcentaje alto de los comerciantes dijeron que la gente al no conocer la carne de cabro no la comprarían y se les quedaría en el mostrador y no lograrían comercializarla; un porcentaje bajo dicen que no se vendería por el precio y que la gente no la conoce, un porcentaje muy bajo dicen que sería un mal negocio llegar a vender la carne de cabro por su dificultad para abastecer el negocio todo el año haciendo que su negocio no pueda abastecer la demanda y perjudicar el nombre del negocio ante los clientes.

**Tabla 24. Pregunta 7 ¿Considera usted que este tipo de carne se puede comercializar en el municipio de Villavicencio?**

Escala	Alternativa	Fa	%	Categoría	Valor
1-1.99	Si	48	62%	Alta	2
0-0.99	No	29	38%	Baja	1
<b>Total</b>		<b>77</b>	<b>100%</b>		

**NOTA:** Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018



**Grafica 15. Pregunta 7 ¿Considera usted que este tipo de carne se puede comercializar en el municipio de Villavicencio? Resultado de la aplicación de la encuesta, por (Danilo Quevedo Acuña, Marcel Alejandro Cruz) 2018**

En la pregunta 7 está compuesta por dos ítems: *Sí* y *No*; en la gráfica 15 podemos observar que el 62% de los negociantes indicó que, si se puede comercializar carne de cabro en el municipio de

Villavicencio, mientras que un 38% de los vendedores de carne dicen que la carne de cabro no se puede comercializar en Villavicencio.

La cultura de las personas del llano es favorable para la comercialización de cárnicos como podemos ver en la tabla 24 los comerciantes dijeron con un alta favorabilidad que si se puede llegar a comercializar la carne de cabro en la ciudad de Villavicencio, la incorporación de esta carne en el mercado de Villavicencio es favorable porque la cultura de las personas de esta región del país consumen gran cantidad de carne en base a su cultura, mientras que en bajo porcentaje de comerciantes dijeron que no se podría vender este tipo de carne porque la gente no conoce la carne de cabro y principal mente porque es difícil de conseguir en el municipio de Villavicencio.

## Conclusiones

La realización de este estudio ha sido un punto importante y de mucha utilidad para las personas que quieran incursionar en un nuevo mercado, ayudándoles a tomar decisiones y evitando generar pérdidas por posibles malas inversiones en productos que no tienen salida en el mercado, ya que de esta manera se obtuvieron datos de las necesidades que tienen los consumidores sobre la carne de cabro, además se identificó un posible mercado y proveedores de carne de cabro en la ciudad de Villavicencio.

Este estudio fue importante; se realizó una investigación y un análisis en el mercado de los cárnicos con la finalidad de conocer la situación actual, se abre así la posibilidad de comercializar carne de cabro en la ciudad de Villavicencio. De acuerdo al diagnóstico de la encuesta realizada, una muestra aleatoria de carnicerías y consumidores de dichos establecimientos podemos deducir que:

1. Existe una gran oportunidad económica y social con la carne de cabro y otros sub productos, con estos animales se podrían avanzar en seguridad alimentaria y generar empleos, que ayuden al crecimiento económico de la región, es una carne rica en nutrientes y bajos contenidos de grasa la cual la hace perfecta para el consumo humano; la sociedad demanda alimentos saludables y este tipo de carne cumple con las características que demandan los consumidores. Este tipo de carne es poco conocida por la población llanera y menos, por las nuevas generaciones, las cuales tienen arraigadas las costumbres de sus padres los cuales tienen la cultura del llano, que es en preferencia consumir la carne de res seguidas por las de cerdo y pollo siendo estas últimas invasoras que han desplazado la carne de res y se han vuelto las principales vendidas en la población de Villavicencio

2. Los resultados de los instrumentos nos indican que la población de Villavicencio tiene gran aceptabilidad por diferentes carnes como lo evidenciamos en el análisis de los datos la carne de res con 29%, cerdo 31%, pollo 31% y pescado 9%. Se reconoce que se abre una oportunidad para comercializar la carne de cabro, las personas de esta ciudad llanera tienen poco conocimiento sobre la carne de cabro pero aceptan otras carne como lo puede ser la carne de cabro con más del 50% de probabilidades de que las personas compren este tipo de carne si se comercializara, esta carne ha llegado a ser muy importante para economías como Nueva Zelanda, Australia, Reino Unido,

entre otros; han llegado a exportar carne de cabro, haciendo manjares deliciosos y muy costosos con este tipo de carne, en Villavicencio se puede aprovechar el turismo y la geografía de la zona la cual hace que sea una tierra para el óptimo desarrollo de estos animales siendo ideal para explotaciones pecuarias, aprovechando que esta carne está en proceso de adaptación a las culturas a lo largo del país empezando por la parte norte avanzando hacia el sur del país, adaptándose a la cultura de consumo de carne en el país.

3. El 49% de los comerciantes de carne han escuchado hablar sobre la carne de cabra y algunos la han llegado a consumir, es favorable y podría ser viable comercializar este tipo de carne ya que los comerciantes tienen conocimiento de esta carne aunque tienen temor de vender la carne de cabro ya que algunos dicen que no es viable. Por el sistema legal el cual no hay mataderos para su legal comercialización y por el tipo de cultura y la preferencia de los consumidores por carnes conocidas, que pueden adquirirse fácilmente y a un bajo costo en el mercado, la falta de productores detiene a los comerciantes iniciar la venta de este producto ya que la demanda podría superar la oferta y no tener suficiente para abastecer el mercado perdiendo clientela y abriendo oportunidades para aquellos que comercialicen con este tipo de carne, según el instrumento los comerciantes estarían dispuestos a comercializar este tipo de carne ya que han visto que en Santander y parte de Cundinamarca su comercialización es buena y tiene gran aceptación por las personas, es un riesgo que puede llegar a ser una oportunidad de comercio para Villavicencio.

4. Según lo visto en los análisis de los resultados de los instrumentos, si es posible la viabilidad de la comercialización de carne de cabro en la ciudad de Villavicencio departamento del Meta, por el motivo que algunas de las personas residentes en la ciudad han escuchado hablar, conocen y han consumido este tipo de carne, la cultura de las personas llaneras y de turistas hace que esta ciudad no tenga resistencia al consumo de una sola carne sino que abre las puertas para un posible mercado para la carne de cabro, en segunda medida algunos comerciantes están de acuerdo en que si venderían este tipo de carne en su negocio si hubieran proveedores que les abastecieran, creen que si se podría poner en venta a disposición de los consumidores de este tipo de carne, aunque algunos de los comerciantes también indican que no conocen del sistema legal para comercializar la carne de cabro y no conocen mataderos o plantas de sacrificio adaptadas para este tipo de animales, también aseguran que es difícil su comercialización por su alto valor económico y su dificultosa disposición en el mercado, haciendo que las personas no conozcan sobre la venta de esta carne ni de sus propiedades nutricionales.

5. Para finalizar en la matriz DOFA o FODA como algunos la conocen, se hizo un análisis el cual nos muestra que una amenaza para su comercialización es el precio de esta carne es un precio elevado a comparación de las otras carnes comerciales como los son la de pollo, cerdo y res, las oportunidades y fortalezas de esta carne se destaca en que vale la pena probar y consumir la carne de cabro, su bajo contenido de grasa y su gran contenido nutricional hace que sea muy beneficiosa para el cuerpo humano, esta carne hace que al consumirla los seres humanos se alimenten mejor y sea menos dañina para la salud a comparación de otras carnes, es una carne que se ha venido empleando en los lujosos restaurantes por sus propiedades, es una carne magra y de buena textura, también ha servido para la seguridad alimentaria para muchos países y continentes como África.

6. En cumplimiento a la pregunta planteada ¿Es viable la comercialización de carne de cabro en el municipio de Villavicencio, departamento del Meta, Colombia? Si es viable porque la cultura acepta la carne de cabro, algunos comerciantes conocen esta carne y están dispuestos a comercializarla.

### Referencias bibliográficas

- Alirio, C., & Villarraga, G. (2005). Censo general 2005. Perfil Villavicencio - Meta, Andrés Moncada Montenegro. (2015, marzo 27). Informe: Sector ovino-caprino, un gremio que pisa fuerte en Colombia | CONtexto ganadero | Noticias principales sobre ganadería y agricultura en Colombia. Recuperado 2 de junio de 2018, de <http://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/informe-sector-ovino-caprino-ungremio-que-pisa-fuerte-en-colombia>
- CONtexto Ganadero. (2013, marzo 26). Aumenta comercialización de ovinos y caprinos en Colombia | CONtexto ganadero | Noticias principales sobre ganadería y agricultura en Colombia. Recuperado 2 de junio de 2018, de <http://www.contextoganadero.com/agricultura/aumenta-comercializacion-de-ovinos-ycaprinos-en-colombia>
- Galvis Ramirez & Cia S.A. (2010, abril 25). Capricultores, con sueños de crecimiento | Noticias de santander, colombia y el Mundo | Vanguardia.com. Recuperado 2 de junio de 2018, de <http://www.vanguardia.com/historico/60143-capricultores-con-suenosde-crecimiento>
- Sierra Suárez, Juan Felipe. (2014, junio 22). Cadena ovina y caprina se exhibe como alternativa en Antioquia. Recuperado 5 de agosto de 2018, de [http://www.elcolombiano.com/historico/cadena\\_ovina\\_y\\_caprina\\_se\\_exhibe\\_como\\_alternativa\\_en\\_antioquia-GXEC\\_299719](http://www.elcolombiano.com/historico/cadena_ovina_y_caprina_se_exhibe_como_alternativa_en_antioquia-GXEC_299719)
- Acuerdo Nacional de Competitividad, (2012). Cadena productiva ovino-caprina nacional. Recuperado de: <https://sioc.minagricultura.gov.co/OvinoCaprina/Documentos/004%20-%20Documentos%20Competitividad%20Cadena/Nuevo%20Acuerdo%20Nacional%20de%20Competitividad%202012.pdf>

## Anexos

### Anexo 1. Evidencias

#### Registro fotográfico



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Marcel Alejandro

Cruz



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Marcel Alejandro

Cruz



Foto tomada por Marcel Alejandro Cruz



Foto tomada por Danilo Quevedo Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo Acuña



Foto tomada por Marcel Alejandro Cruz



Foto tomada por Marcel Alejandro Cruz



Foto tomada por Danilo Quevedo



Foto tomada por Marcel Alejandro Acuña Cruz



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña



Foto tomada por Danilo Quevedo

Acuña