

091358

CSH

PROYECTO

Lic. Administración

CARNE MOLIDA CON SOYA

ASESOR:

PROFR. MIRIVALDO A. ROSIM CIOLA.

JORGE FLORES BRILANTI,
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
U. A. M.

Nov. 1982.

091358

PRIMERA PARTE:

PROYECTO: CARNE MOLIDA ADICIONADA
CON PROTEINA DE SOYA
TEXTURIZADA.

(PAG. 1 A LA 31)

N. A. M. IZTAPALAPA BIBLIOTECA

SEGUNDA PARTE:

SOPORTE Y JUSTIFICACION DEL PROYECTO

(PAG. 31 A LA 63)

PROYECTO " CARNE MOLIDA CON SOYA "

I .- INTRODUCCION

II .- ANTECEDENTES

III.- OBJETIVOS

IV .- PRODUCCION

V .- COMERCIALIZACION

A) LINEA COMERCIAL (ETAPA PILOTO)

B) LINEA INSTITUCIONAL

C) PRECIOS

D) VENTAS

E) LINEA COMERCIAL (ETAPA DEFINITIVA)

VI.- PUBLICIDAD Y PROMOCION

A) INTRODUCCION

B) OBJETIVO

C) POSICIONAMIENTO

C) MERCADO

VII.- CONCLUSIONES

INTRODUCCION

1 .- INTRODUCCION

UNO DE LOS OBJETIVOS FUNDAMENTALES DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, ES PROPORCIONAR MÍNIMOS DE BIENESTAR A LA POBLACIÓN Y REORIENTAR EL CONSUMO DE LAS MAYORIAS HACIA LA SATISFACCIÓN DE SUS REQUERIMIENTOS MÍNIMOS.

LA CARNE COMO UNO DE LOS ELEMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE, Y COMO UNA DE LAS PRINCIPALES FUENTES DE PROTEINA ANIMAL, REQUIERE DE UNA SERIE DE APOYOS INSTITUCIONALES QUE PERMITAN INCREMENTAR SU OFERTA, BAJAR SUS PRECIOS Y POPULARIZAR SU CONSUMO.

UNA DE LAS ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, LAS CONSTITUYE ESTE PROYECTO, QUE NO PRETENDE RESOLVER EL PROBLEMA, PERO SÍ DEMOSTRAR QUE HAY MUCHOS CAMINOS Y CON UNA BUENA Y ADECUADA COORDINACIÓN ENTRE LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS PÚBLICAS, SE PUEDE RESOLVER LOS GRANDES PROBLEMAS NACIONALES QUE AQUEJAN AL PAÍS.

ANTECEDENTES

II .- ANTECEDENTES.

ES INNEGABLE QUE EN MÉXICO EL CONSUMO DE CARNE ES INSUFICIENTE Y ÉSTO DEBIDO PRINCIPALMENTE A LA INEQUITATIVA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO, AUNADO A UN PROCESO DE PRODUCCIÓN, TRANSPORTACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INSUFICIENTEMENTE INTEGRADO Y SOBRE TODO CON SERIAS DISTORSIONES EN EL SISTEMA DE INTRODUCCIÓN DE GANADO A LOS CENTROS DE CONSUMO Y EN LA DISTRIBUCIÓN GENERALMENTE PULVERIZADA E INEFICIENTE.

ELLO PROVOCA QUE LOS ESTRATOS DE MÁS BAJOS INGRESOS DE NUESTRA POBLACIÓN, CONSUMAN MENOS CARNE, DE MENOR CALIDAD Y A PRECIOS MUCHO MÁS ALTOS.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO RECOMIENDA UN CONSUMO DIARIO DE 48 GRAMOS DE CARNE, EL 50% DE NUESTRA POBLACIÓN CONSUME LA MITAD DE ESO.

SOLAMENTE LOS ESTRATOS DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS TIENEN ACCESO A UN CONSUMO DE CARNE POR ENCIMA DE LOS MÍNIMOS RECOMENDABLES.

ANTE ESTA SITUACIÓN ES NECESARIO LLEVAR A CABO PROGRAMAS QUE INCREMENTEN Y DIVERSIFIQUEN LA OFERTA DE PRODUCTOS CÁRNICOS PARA CUBRIR PAULATINAMENTE, LOS REQUERIMIENTOS NUTRICIONALES DE PROTEÍNA ANIMAL DE LA POBLACIÓN DE MÁS BAJOS INGRESOS.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PREOCUPADO TANTO POR LA FALTA DE CARNE Y SUS ALTOS PRECIOS, ASÍ COMO, POR LA FALTA DE SU CONSUMO POPULAR, DECI DE IMPULSAR EL DESARROLLO DE UN PROYECTO QUE CONTEMPLA LA UTILIZACIÓN DE SOYA TEXTURIZADA PARA MEZCLARSE CON PRODUCTOS CÁRNICOS.

DICHO PROYECTO "CARNE MOLIDA CON SOYA" REPRESENTA UNA BRILLANTE ALTERNATIVA QUE PERMITIRÁ MANTENER LA CALIDAD ALIMENTICIA DE LA CARNE, EXTENDER EL MONTO O VOLUMEN DE CARNE OFRECIDA Y ABAATAR SU COSTO. AHORA BIEN, PORQUE SE DECIDIÓ UTILIZAR CARNE MOLIDA EN ESTA MEZCLA CON SOYA - PUES BIEN POR QUE EXISTEN EXPERIENCIAS IMPORTANTES DE SU USO EN ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA QUE COMPRUEBAN PLENAMENTE SU CALIDAD ALIMENTICIA Y LA REDUCCIÓN DE SU PRECIO.

ADICIONALMENTE PODREMOS COMENTAR QUE LA CARNE MOLIDA PRESENTA UNA GRAN VERSATILIDAD PARA SU USO EN MÉXICO, YA QUE CON ELLA PUEDEN ELABORARSE DIVERSOS PLATILLOS COMO PUEDEN SER: HAMBURGUESAS, ALBONDIFAS, PICADILLO, ETC.

ES IMPORTANTE MENCIONAR QUE EN MÉXICO LA CARNE MOLIDA A PESAR DE TENER GRAN ACEPTACIÓN POR SUS USOS, TIENE UNA MALA IMAGEN, YA QUE EN SU ELABORACIÓN SE INCLUYEN INGREDIENTES SOBRANTES DE OTROS CORTES Y HASTA HUESO Y PELLEJOS.

TRADICIONALMENTE LAS PERSONAS DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS ACOSTUMBRAN COMPRAR PULPAS PARA QUE EL CARNICERO SE LAS MUELA ESTANDO ELLAS PRESENTES, LAS PERSONAS DE INGRESOS BAJOS ACOSTUMBRAN COMPRAR CARNE MOLIDA DE SEGUNDA, QUE SON LOS DESHECHOS DE LAS CARNICERIAS, PERO QUE SE VENDE A PRECIOS INFERIORES (\$ 139.00)¹ A LOS DE LA CARNE MOLIDA DE PRIMERA (\$ 199.00)².

EL PROYECTO "CARNE MOLIDA CON SOYA" CONSIDERA LA ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO ELABORADO CON CARNE DE PRIMERA, HIGIÉNICAMENTE PREPARADO Y MEZCLADO CON SOYA. DICHO PRODUCTO SE EXPENDERÍA PRINCIPALMENTE EN LAS CADENAS COMERCIALES ESTATALES PUDIENDO INCORPORAR LAS CADENAS COMERCIALES PRIVADAS.

LAS PRESENTACIONES DEL PRODUCTO SERÁN CONGELADAS Y EMPACADAS EN UN SALCHICHÓN DE 500 GRAMOS Y 1000 GRAMOS Y FRESCAS EN LA PRESENTACIÓN QUE HABITUALMENTE MANEJEN LOS CENTROS COMERCIALES QUE INTERVENGAN EN EL PROGRAMA.

1/ PRECIO DE LA CARNE MOLIDA DE SEGUNDA EN CONASUPO.

2/ PRECIO DE LA CARNE MOLIDA DE PRIMERA EN CONASUPO.

LOS PRECIOS DE ESTOS PRODUCTOS TENDRÁN UN AHORRO DE 23% A UN 30% DEPENDIENDO DEL PORCENTAJE DE SOYA QUE CONTENGAN 20 Ó 30%.

CON ESTE PROYECTO SE PRETENDE DAR UNA IMAGEN DISTINTA DE LA CARNE MOLIDA, PRESENTANDOLA HIGIÉNICAMENTE Y OFRECIENDOLA CON UN PORCENTAJE DE AHORRO TAN ATRACTIVO, QUE SU DESPLAZAMIENTO COADYUVE A LOGRAR EL CONSUMO DE CARNE DE LAS CLASES POPULARES.

OBJETIVOS

III. OBJETIVOS

LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO "CARNE MOLIDA CON SOYA" SON:

- 1) INCREMENTAR LA OFERTA DE CARNE DIRIGIDA A LAS CLASES POPULARES.
- 2) PROPORCIONAR LOS REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE PROTEÍNA ANIMAL A LAS GENTES DE ESCASOS RECURSOS.
- 3) DISMINUIR EL PRECIO DE ÉSTE IMPORTANTE ALIMENTO INTEGRANTE DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE.
- 4) INCREMENTAR Y POPULARIZAR EL USO DE LA SOYA PARA CONSUMO HUMANO.

PRODUCCION

IV. PRODUCCION

PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO CONGELADO SE HA PENSADO EN APROVECHAR TANTO LA EXPERIENCIA COMO LAS INSTALACIONES DE QUE DISPONE INDUSTRIAL DE ABASTOS (IDA), LO QUE PERMITIRÍA AHORROS CONSIDERABLES EN TIEMPO Y EN DINERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.

INDUSTRIAL DE ABASTOS NO TIENE INCONVENIENTES EN PARTICIPAR EN EL PROYECTO, PERO EXCLUSIVAMENTE EN LA PARTE PRODUCTIVA QUE ES DONDE TIENE MAYOR EXPERIENCIA Y A DONDE PRINCIPALMENTE ESTÁ ORIENTADA SU FUNCIÓN.

A) COSTOS.

A FIN DE PLASMAR LOS PUNTOS DE MAYOR RELEVANCIA POR LO QUE SE REFIERE A LA ELABORACIÓN DE LA CARNE MOLIDA MEZCLADA CON SOYA, SE PRESENTARÁ A CONTINUACIÓN EL ANÁLISIS DEL COSTO UNITARIO L.A.B. DESTINO PARA EL PRODUCTO CONGELADO.

RESULTA CONVENIENTE MENCIONAR ANTES DE PRESENTAR CIFRAS, QUE LA MATERIA PRIMA A UTILIZAR PARA ESTE PROGRAMA, CONSISTE EN LA ADQUISICIÓN Y DESHUESE

DEL CUARTO DELANTERO DE NOVILLO O VACA, YA QUE LA DISPONIBILIDAD DE GANADO DEPENDERÁ DE LOS PROGRAMAS DE ABASTO QUE LA ENTIDAD PRODUCTORA LOGRE NEGOCIAR CON EL BANCO DE CRÉDITO RURAL, INTRODUCTORES PARTICULARES, ASÍ COMO OTRAS INSTITUCIONES - QUE EN LA ACTUALIDAD MANEJEN COMPRA VENTA DE CARNE DE BOVINO.

COMO UN OBJETIVO INICIAL, EL PROGRAMA PRETENDE LA ELABORACIÓN DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE 1000 KG. (UNMIL KILOGRAMOS), MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES, TALES COMO AUTOSERVICIOS Y VENTA INSTITUCIONAL.

ANÁLISIS DE UN CUARTO DELANTERO DE NOVILLO CON UN PESO DE 55 GK. Y UN PRECIO DE ADQUISICIÓN DE \$ 90.00 /KG.

COSTO DE ADQUISICIÓN: 55 KG. x \$ 90.00/KG. = \$ 4,950.00

CORTES OBTENIDOS DEL DESHUESE:

CARNE MAGRA:	31,800 KG.	
SEBO	<u>7,950</u> KG.	PRODUCTO QUE FORMARÁ
SUB-TOTAL	39,750 KG.	LA MATERIA PRIMA DEL
		PRODUCTO FINAL 30%
		CARNE 20% SEBO.

SEBO (SOBRANTE)	5.550 KG.	
HUESO PELÓN	9.000 KG.	PRODUCTO SOBRANTE QUE
MERMA DEL DESHUESE	0.700 KG.	SE DESPLAZARÁ POR OTROS
		CANALES, ASÍ COMO MERMA
		EN EL DESHUESADO DEL -
		CUARTO DELANTERO.

COSTO DE LA MATERIA PRIMA CÁRNICA Y RECUPERACIÓN POR LA VENTA DE LAS PIEZAS SOBRANTES.

RECUPERACIÓN POR VENTA DE PIEZAS SOBRANTES (A PRECIO DE MERCADO):

SEBO (SOBRANTE)	5.550 KG.	x \$ 4.00 =	\$ 22.40
HUESO	9.000 KG.	x 1.00 =	9.00
MERMA	0.700 KG.	x 0.00 =	0.00
	<u>15.250 KG.</u>		<u>\$ 31.40</u>

OBTENCIÓN DEL COSTO DE LA MATERIA PRIMA CÁRNICA POR DIFERENCIA:

\$ 4,950.00 - \$ 31.40 = 4,918.60

ENTONCES: PARA OBTENER EL COSTO POR KILOGRAMO, DIVIDIMOS EL RESULTADO ARRIBA OBTENIDO ENTRE LA MATERIA PRIMA A UTILIZAR:

$$\$ 4,918.60 / 39.750 \text{ KG.} = 123.74/\text{KG.}$$

OBTENCIÓN DEL COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO CONGELADO

EN ESTE PUNTO, HABRÁ QUE CONSIDERAR DOS OPCIONES:

- A) MEZCLAR LA MATERIA PRIMA CÁRNICA SUBSTITUYENDO UN 20% POR PROTEÍNAS DE SOYA.
- B) MEZCLAR LA MATERIA PRIMA CÁRNICA SUBSTITUYENDO UN 50% POR PROTEÍNAS DE SOYA.

DESARROLLO DE LA OPCIÓN "A" (80% CARNE Y 20% SOYA)

MATERIA PRIMA.

MATERIA PRIMA CÁRNICA

$$\$ 123.74 / \text{KG.} \times 0.80 = \$ 99.00$$

PROTEÍNA TEXTURIZADA DE SOYA

$$\$ 12.00 / \text{KG.} \times 0.20 = \$ 2.40$$

COSTO POR KG. DE SOYA TEXTURIZADA \$ 36.00

HIDRATACIÓN DE SOYA: 2 LTS. DE AGUA X 1 KG. DE SOYA.

COSTO POR KG. DE SOYA HIDRATADA
 (SIN CONSIDERAR EL COSTO DEL AGUA) = \$ 12.00

CONDIMENTACIÓN:

INCLUYE SAL, GLUTAMATO MONOSÓDICO CONDIMENTO
 BUEN SABOR, COLOR NATURAL Y ESPECIAS.

FUNDA IMPRESA PARA EMBUTIR EL PRODUCTO \$ 6,00
 FUNDA DE POLIETILENO IMPRESA A TRES
 COLORES Y GRAPAS LATERALES "TIPPERTIE".

MATERIAL DE EMPAQUE \$ 30.00 / 24 PZAS. \$ 1.25
 CAJA DE CARTÓN PARAFINADA IMPRESA
 A UNA TINTA Y CAPACIDAD PARA 24 EM-
 BUTIDOS DE 1KG. C/U.

SUBTOTAL UNITARIO \$112.65

MANO DE OBRA:) INCLUYE SUELDO Y 33% DE PRES
 TACIONES)

DESHUESE DE CUARTOS (1 EMPLEADO) \$ 665.00
 MANIOBRA TRASLADO DE CUARTOS Y
 PRODUCTO SOBRANTE (2 EMPLEADOS) \$ 1.197.00

MOLIENDA E HIDRATACIÓN DE LA SOYA (3 EMPLEADOS)	\$ 1,795.00
EMBUTIDO Y EMPAQUETADO (2 EMPLEADOS)	\$ 1,197.00
LIMPIEZA EN ÁREAS DE PRODUC- CIÓN Y CÁMARAS DE REFRIGERACIÓN (2 EMPLEADOS)	1,064.00
DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO (2 CHO- FERES Y DOS AYUDANTES)	2,394.00
RESPONSABLE DE PRODUCCIÓN (1 EMPLEADO)	1,064.00
CONTROL DE ALMACÉN (2 EMPLEADOS)	<u>1,330.00</u>
SUBTOTAL	\$ 10,706.00
SUBTOTAL UNITARIO	10.71

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (PARTE PROPORCIONAL DE GASTOS PLANTA)

LUZ, AGUA Y VAPOR	\$ 1.00
REFRIGERACIÓN (CUATRO DELÁN- TEROS Y PRODUCTO TERMINADO)	1.80
DEPRECIACIÓN DE 2 VEHÍCULOS CON CAPACIDAD DE 750 KG. C/. C/U	1.10
GASOLINA Y LUBRICANTES	1.00
SERVICIO Y REFACCIONES	0.50

SEGUROS, PLACAS Y TENENCIA	\$	<u>0.40</u>
SUBTOTAL UNITARIO:		5.80

ADMINISTRATIVOS: (ORGANIZACIÓN Y CONTROL
DEL PROYECTO)

JEFE DE PROYECTO		1,330.00
AUXILIAR CONTABLE		930.00
SECRETARIA		<u>660.00</u>
SUBTOTAL	\$	2,920.00
SUBTOTAL UNITARIO	\$	2.92

MARGEN DE PRODUCCIÓN: (MARGEN PARA
EL FINANCIAMIENTO DE LA OPE
RACIÓN DE PRODUCCIÓN Y VENTA)

	\$	6.62
--	----	------

PRECIO DE VENTA PRODUCCIÓN-VENDEDOR
(SUBTOTAL DEL PRECIO UNITARIO)

	\$	142.02
--	----	--------

MARGE DE COMERCIALIZACIÓN: (MAR-
GEN DE LA CADENA COMERCIAL QUE
LO VENDE AL PÚBLICO:

	\$	7.30
--	----	------

PRECIO DE VENTA VENDEDOR-CONSUMIDOR
(PRECIO TOTAL UNITARIO)

	\$	<u>152.70</u>
--	----	---------------

DESARROLLO DE LA OPCION "B" (70% CARNE Y 30% SOYA)

MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA CÁRNICA \$ 123.74 x .70 \$ 86.62

PROTEINA TEXTURIZADA DE SOYA \$12.00 x .30 3.60

CONDIMENTACIÓN, FUNDA Y MATERIAL DE

EMPAQUE (IGUAL OPCION "A" \$ 11.25

SUBTOTAL UNITARIO \$ 101.47

MANO DE OBRA (IGUAL INCISO "A" \$ 10.71

GASTOS INDIRECTOS FABRICACIÓN (IGUAL

INCISO "A") \$ 5.80

ADMINISTRATIVO (IGUAL INCISO "A") \$ 2.92

MARGEN DE PRODUCCIÓN: \$ 9.10

PRECIO DE VENTA PRODUCTOR-VENDEDOR

(SUBTOTAL PRECIO UNITARIO) \$ 120.00

MARGEN DE VENTA AL CONSUMIDOR \$ 9.78

PRECIO DE VENTA VENDEDOR-CONSUMIDOR

(PRECIO TOTAL UNITARIO) \$ 139.78

COMERCIALIZACION

V. COMERCIALIZACION

LA COMERCIALIZACIÓN DEL PROYECTO "CARNE MOLIDA CON SOYA", SE OPERARÁ A TRAVES DE DOS LÍNEAS: COMERCIAL E INSTITUCIONAL.

LA LÍNEA COMERCIAL CONSISTIRÁ EN CARNE MOLIDA DE PRIMERA 80/20 MEZCLADO CON 20% DE SOYA TEXTURIZADA EMPACADA EN SALCHICHÓN DE 500 GRAMOS Y 1000 GRAMOS.

Y LA LÍNEA INSTITUCIONAL CONSISTIRÁ EN CARNE MOLIDA DE PRIMERA 80/20 MEZCLADA CON 20% DE SOYA TEXTURIZADA EMPACADA EN SALCHICHÓN DE 5KGS.

ADICIONALMENTE SE PREPARARÁ CARNE FRESCA MEZCLADA CON SOYA, DICHA MEZCLA SE REALIZARÁ DIRECTAMENTE EN LAS CARNICERIAS DE LOS CENTROS COMERCIALES QUE PARTICIPEN EN EL PROGRAMA.

A) LÍNEA COMERCIAL (ETAPA PILOTO)

LA LÍNEA COMERCIAL SE EXPENDERÁ PRINCIPALMENTE A TRAVES DE LAS CADENAS ESTATALES, PUDIENDOSE INCORPORAR POSTERIORMENTE LAS CADENAS COMERCIALES PRIVADAS QUE ASÍ LO SOLICITARAN.

CON OBJETO DE ASEGURAR PLENAMENTE SU EXITO COMERCIAL, SE OPERARÁ UNA ETAPA PILOTO DE 15 DÍAS EN LOS 8 CENTROS COMERCIALES CONASUPO, UBICADOS EN EL ÁREA NETROPOLITANA DEL DISTRITO FEDERAL, EN EL CENTRO SAHOP, EN LAS 2 TIENDAS UNAM Y EN LAS 4 TIENDAS DEL SEGURO SOCIAL.

DURANTE ESTA ETAPA SE COMERCIALIZARÁ TANTO EL PRODUCTO CONGELADO, COMO EL FRESCO, ELABORANDOSE AL MISMO TIEMPO UNA ENCUESTA QUE PERMITA CONOCER DE PARTE DE LOS CONSUMIDORES EN GRADO DE ACPTACIÓN DEL PRODUCTO.

DICHA ENCUESTA, SERÍA REALIZADA POR EL EQUIPO DE INVESTIGADORES DE QUE DISPONE EL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR QUIENES CUENTAN CON GRAN EXPERIENCIA EN ESTE CAMPO.

PARA EL DESPLAZAMIENTO EN ESTA ETAPA PILOTO DEL PRODUCTO CONGELADO SE HA SOLICITADO EL APOYO DE PRODUCTOS PESQUEROS MEXICANOS, QUIENES GUSTOSAMENTE ACEPTARON PRESTAR - LOS CONGELADORES NECESARIOS, DICHS CONGELADORES TIENEN UNA CAPACIDAD DE 50 KILOS CADA UNO, POR LO QUE ES ESTA ETAPA PILOTO, SE DESPLAZARÍA 750 KILOS DIARIOS.

DURANTE LA ETAPA PILOTO TAMBIÉN SE COMERCIALIZARÍA EL PRODUCTO FRESCO, SIENDO EN ESTE CASO VARIABLE EL VOLUMEN, YA QUE DEPENDERÍA DEL QUE HABITUALMENTE SE DESPLAZA, SIN EMBARGO, SE CONSIDERA CONVENIENTE UN 25% DE LA VENTA

NORMAL. EN ESTE CASO, LA MEZCLA DEBERÁ DE REALIZARSE CON CARNE MOLIDA DE PRIMERA Y BAJO UNA ESTRICTA SUPERVISIÓN, QUE PERMITA CONTAR CON UN PRODUCTO DE INMEJORABLE CALIDAD.

ES INDESPENSABLE CONTAR CON EL APOYO TOTAL DE LAS ENTIDADES COMERCIALIZADORES, YA QUE SÓLO DE ESA MANERA SE ASEGURARÍA EL ÉXITO DEL PROGRAMA. ESTO SIGNIFICA: APOYO EN EL PUNTO DE VENTA CON CARTULINAS, LUGAR PREFERENCIAL EN EL ANAQUEL, LUGAR PREFERENCIAL PARA EL CONGELADOR, ASEO PERMANENTE EN LA EXHIBICIÓN Y CON RESPONSABILIDAD EN EL DESPLAZAMIENTO DEL PRODUCTO.

B) LINEA INSTITUCIONAL.

LA LINEA INSTITUCIONAL ESTÁ DIRIGIDA A LOGRAR ECONOMÍAS DE ESCALA EN EL PROGRAMA, TRADUCIENDOSE DE ESTA MANERA EN REDUCCIÓN DE COSTO Y POR DONDE PERMITIRÁ EXPENDER AL PÚBLICO EL PRODUCTO A MÁS BAJO PRECIO.

ESTA LÍNEA SE PODRÁ EXPENDER PARA PROGRAMAS DE LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS PÚBLICAS COMO EL SEGURO SOCIAL, - SECRETARÍA DE SALUBRIDAD, DIF, SECRETARÍA DE LA DEFENSA NACIONAL, SECRETARÍA DE MARINA, ETC.

LA OPERACIÓN DE ESTE PROGRAMA SE SUGIERE SE REALICE POR INTERMEDIACIÓN DE LA SUBSECRETARÍA DE ABASTO, -
DEPENDIENTE DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO, YA QUE -
DENTRO DE SUS FUNCIONES ESTÁ EL ABASTECIMIENTO DE -
CARNE PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DEL PAÍS.

c) PRECIOS

LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS CONGELADOS SE EXPONEN EN EL CUADRO No. 1

EL PROGRAMA CONTEMPLA DOS ALTERNATIVAS EN LA MEZCLA, 20 Y 30% DE USO DE SOYA TEXTURIZADA; EN EL 1ER. CASO EL PORCENTAJE DE AHORRO DEL CONSUMIDOR CON RESPECTO AL PRECIO DE LA CARNE MOLIDA DE PRIMERA TRADICIONAL ES DEL 23.27%. EN EL 2º CASO, EL PORCENTAJE DE AHORRO ES DEL 29.76%.

EL AHORRO MANEJADO EN CUALQUIERA DE LOS DOS CASOS - PERMITE CONSIDERAR AL PROGRAMA BASTANTE ATRACTIVO, COMO PARA ASEGURARLE EL ÉXITO.

EN CUALQUIERA DE LOS DOS CASOS SE CONSIDERA UN MARGEN DE UTILIDAD DEL 7%, TANTO PARA LA ENTIDAD PRODUCTORA, COMO PARA LA ENTIDAD COMERCIALIZADORA.

PRECIOS COMPARATIVOS DE LOS PRODUCTOS CARNICOS CON SOYA

(EN PESOS POR KILOGRAMO)

CONTENIDO POR CADA KG.	COSTO IDA.	COSTO ENTIDAD COMERCIALIZADORA	PRECIO PARA EL PÚBLICO
CARNE MOLIDA (20% DE SOYA)	\$ 135.40	\$ 142.00	\$ 152.70
CARNE MOLIDA (30% DE SOYA)	120.90	130.00	139.80

PRECIOS ACTUALES

	PRECIO PÚBLICO	PRECIO ^{1/} PÚBLICO	PORCENTAJE DE AHORRO
CARNE MOLIDA (20% DE SOYA)	\$ 152.70	199.00	23.27%
CARNE MOLIDA (30% DE SOYA)	\$ 139.80	199.00	29.76%

1/ CARNE MOLIDA DE PRIMERA (PRECIO CONASUPO)

FUENTE: INDUSTRIAL DE ABASTOS (IDA).

LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN FUERON ESTIMADOS SOBRE LA BASE DE PRODUCCIÓN DE UNA TONELADA DIARIA. EL MANEJO DE LA LÍNEA INSTITUCIONAL PERMITIRÁ BAJAR LOS COSTOS Y LOGRAR MAYOR AHORRO PARA LOS CONSUMIDORES.

EL PRECIO DE LA CARNE FRESCA SERÍA AÚN MÁS ATRACTIVO Y PROPORCIONARÍA MEJOR AHORRO A LOS CONSUMIDORES, ADEMÁS DE QUE EL PRODUCTOR SE VENDERÍA COMO HABITUALMENTE SE HACE.

EL MANEJO POR PARTE DE LAS ENTIDADES COMERCIALIZADORAS DEL PRODUCTO FRESCO, REFORZARÍA AMPLIAMENTE LA VENTA - DEL PRODUCTO CONGELADO Y PERMITIRÍA PROBAR PLENAMENTE LA ACEPTACIÓN DE LA SOYA EN PRODUCTOS CÁRNICOS.

D) VENTAS.

LAS VENTAS DE CARNE MOLIDA TRADICIONAL DEPENDEN DE 3 FACTORES:

- DEL VOLUMEN OFERTA
- DE SU PRECIO
- DE SU MALA IMAGEN

EL VOLUMEN OFERTADO NORMALMENTE ES ESCASO, YA QUE SE PROCURA EN LAS CARNICERIAS, APROVECHAR AL MÁXIMO LA ELABORACIÓN DE CORTES CAROS, POR LO QUE LA CARNE MOLIDA ES LA COLADERA DE LA CARNICERÍA, Y REPRESENTA SOLO EL 7% DEL VOLUMEN TOTAL DE CARNE DE RES.

EL PRECIO DE LA CARNE MOLIDA ES ALTO \$ 199.00^{1/} EN CARNE DE PRIMERA, Y \$ 139.00^{2/} EN CARNE DE SEGUNDA.

LA CARNE MOLIDA TIENE UNA MALA IMAGEN, YA QUE LA GENTE LA CONOCE Y SABE DE QUE ESTÁ HECHA (HUESOS, PELLEJOS, SOBRANTES DE OTROS CORTES, ETC.)

ACTUALMENTE Y CONSIDERANDO ESOS TRES FACTORES LIMITANTES, SE VENDEN EN PROMEDIO 70 KGS. DE CARNE MOLIDA EN UN CENTRO COMERCIAL.

EL PROGRAMA DE "CARNE MOLIDA CON SOYA", SE PROPONE MODIFICAR LOS TRES FACTORES LIMITANTES.

1- SE CAMBIARÁ LA IMAGEN DE LA CARNE MOLIDA, UTILIZANDO EN SU PREPARACIÓN, CARNE DE PRIMERA, EMPACADA HIGIÉNICAMENTE.

1/ PRECIO DE LA CARNE MOLIDA DE PRIMERA EN CONASUPO

2/ PRECIO DE LA CARNE MOLIDA DE SEGUNDA EN CONASUPO

2º SE INCREMENTARÁ LA OFERTA DE CARNE MOLIDA, POR QUE ESTE PROGRAMA INCREMENTARÁ LOS VOLÚMENES DE QUE DISPONEN LOS CENTROS COMERCIALES Y PORQUE EN SU ELABORACIÓN SE UTILIZARÁ CARNE QUE NO ES DE DESHECHO. LA FUNCIÓN DE LA SOYA ES ACTUAR COMO EXTENDEDORA DE LA CARNE.

3º SU PRECIO SE REDUCIRÁ DE UN 23% A UN 30%, POR LO QUE SERÁ MÁS ACCESIBLE A LAS CLASES POPULARES.

SI AUNADO A LO ANTERIOR, SE INDUCE A LOS CONSUMIDORES POR UNA BUENA CAMPAÑA DE PUBLICO Y PROMOCIÓN, EL CONSUMO DE CARNE MOLIDA SE VERÁ INCREMENTADO CONSIDERABLEMENTE.

TAL ES LA EXPERIENCIA EN LOS VOLÚMENES DESPLAZADOS EN LOS PROGRAMAS PROTEIDA Y MOL-IDA EN LOS CAULES SE LLEGARON A DESPLAZAR 20 TONELADAS DE CARNE EN 2 HORAS.

e) LÍNEA COMERCIAL (ETAPA DEFINITIVA).

DEL RESULTADO DE LA ETAPA PILOTO, AUNADOS A LOS DE LA ENCUESTA REALIZADA, SE DESPRENDERÁN LAS CONCLUSIONES PERTINENTES, A FIN DE QUE EL PROYECTO SE IMPLEMENTARÁ EN TODAS LAS TIENDAS DEL SECTOR PÚBLICO CON VENTA DE CARNE EN EL ÁREA METROPOLITANA, POR OTRO LADO SE AFINARÁ TODOS LOS ASPECTOS RELATIVOS A LA PUBLICIDAD Y -

PROMOCIÓN QUE EL PROYECTO REQUIERE.

HAY QUE CONSIDERAR QUE PARA LA IMPLEMENTACIÓN TOTAL DEL PROYECTO SE REQUIERE DE LA COMPRA DE CONGELADORES PARA CADA UNA DE LAS TIENDAS O CENTROS COMERCIALES - QUE INTERVENGAN EN EL PROGRAMA.

ESTA COMPRA LA HARÍA DIRECTAMENTE CADA ENTIDAD COMERCIALIZADORA Y NO HABRÍA DUDA PARA CONSEGUIR SU RÁPIDA AMORTIZACIÓN.

EL PROYECTO CONSIDERA LA POSIBILIDAD DE REABRIR LOS SÁBADOS FAMILIARES DE IDA, PROGRAMA POE WL CUAL SE LOGRAN VENTAS CONSIDERABLES DE CARNE Y A LOS CUALES ACUDÍAN PRINCIPALMENTE GENTES DE ESCASOS RECURSOS.

LO ANTERIOR CON OBJETO DE LOGRAR UNA DISTRIBUCIÓN MASIVA DEL PRODUCTO Y DE ESTA MANERA HACER LLEGAR AL MAYOR NÚMERO DE PERSONAS POSIBLES LOS BENEFICIOS DEL PROYECTO.

PUBLICIDAD Y PROMOCION

VI .- PUBLICIDAD Y PROMOCION.

A) INTRODUCCION

EN VIRTUD DE QUE EL PRODUCTO DERIVADO DEL PROYECTO DE "CARNE MOLIDA EXTENDIDA CON SOYA" QUE, A PESAR DE SER CARNE, ES UN PRODUCTO "NUEVO", REQUIERE DE UN APOYO PUBLICITARIO Y PROMOCIÓN A TRAVÉS DE DIFERENTES MEDIOS - QUE MUESTREN LAS BONDADDES ALIMENTICIAS DEL PRODUCTO, - ASÍ COMO ECONÓMICAS Y DE CALIDAD QUE PRESENTA ESTE NUEVO PRODUCTO.

DADO LO ANTERIOR, HEMOS ELABORADO MATERIALES PARA UNA CAMPAÑA INTEGRAL, QUE NO SE LIMITE A MATERIAL EN EL PUNTO DE VENTA, SINO ADEMÁS ABARQUE OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE SERÁN UTILIZADOS DEPENDIENDO DE LAS PLAZAS DE VENTA QUE SE APOYARÁN.

B) OBJETIVOS.

LOS OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA SE PRESENTAN A CONTINUACIÓN:

- 1.- INICIAR EL CONSUMO DE CARNE CON EXTENDEDORES, - APOYÁNDOLO EN VIRTUD DE SUS VENTAJAS ECONÓMICAS, A TRAVES DEL CONOCIMIENTO DE LA MARCA A NIVEL MASIVO.

- 2.- AFIRMAR LA IMÁGEN DE CONSUMO DEL PRODUCTO ENTRE LOS CONSUMIDORES HABITUALES DE CARNE MOLIDA, SIN HACER HINCAPIÉ EN EL CONTENIDO DE SOYA COMO EXTENDEDOR , Y SÍ HACER NOTAR QUE ES UN APOYO DEL SAM A LA ECONOMÍA Y A UNA MEJOR NUTRICIÓN DEL HOGAR MEXICANO.

- 3.- DESTACAR LA MARCA DEL PRODUCTO DE ENTRE TODAS LAS MARCAS DE CARNES, DÁNDOLE UN POSICIONAMIENTO ÚNICO Y CARACTERÍSTICO QUE LE PERMITA DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA, A FIN DE CAPTAR LA ATENCIÓN DE LOS CONSUMIDORES A NUESTRO PRODUCTO.

c). POSICIONAMIENTO

LAS DIFERENCIAS REALES, TANGIBLES ENTRE UNA Y OTRA MARCA DE CARNES PROCESADAS (EMBUTIDOS), SON POCAS REALMENTE, SI ACASO LOS PORCENTAJES EN SU FORMULACIÓN O ALGUNO QUE OTRO INGREDIENTE PUEDEN VARIAR. SIN EMBARGO, LOS RESULTADOS EN PRODUCTO TERMINADO, SON LOS MISMOS, PERO EN NUESTRO CASO, NOS ENCONTRAMOS INTRODUCIENDO UN PRODUCTO NUEVO EN EL MERCADO (CARNE MOLIDA EXTENDIDA Y EMPACADA) Y A MENOR PRECIO QUE EL PRODUCTO EN BRUTO.

AL NO CONTAR CON ELEMENTOS REALES QUE SEPAREN LA CARNE EMPACADA (CARNE MOLIDA CON EXTENDEDORES DE SOYA) DEL ACTUAL PRODUCTO EN BRUTO (CARNE MOLIDA), DEBEMOS POSICIONAR LA MARCA DE TAL FORMA QUE LOGREMOS ENCONTRAR EL

LUGAR ÓPTIMO PARA ELLA EN EL MERCADO, ES DECIR, ESTABLECER UNA RAZÓN LO SUFICIENTEMENTE CONVINCENTE PARA QUE COMPREN LA MARCA, RECALCANDO LAS VENTAJAS QUE PUEDEN OBTENER CON SU CONSUMO.

LA CARNE EN EL CONSUMO TOTAL DE LOS ESTRATOS ECONÓMICOS BAJOS, NO TIENE LA FRECUENCIA DE CONSUMO QUE TIENEN OTROS PRODUCTOS BÁSICOS. POR LO TANTO, SE PODRÁ ENFOCAR LA CAMPAÑA DE CONSUMO HACIA UNA SUPERACIÓN ALIMENTARIA ALCANZABLE CON LOS MISMOS INGRESOS DE ESOS ESTRATOS ECONÓMICOS.

LA SOYA, COMO INTEGRANTE COMPLEMENTARIO DE ÉSTE PRODUCTO DEBERÁ SER SOSLAYADA EN LOS MEDIOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO, POR RAZONES DE IMÁGEN INMEDIATA, ES DECIR, SI MENCIONAMOS LA SOYA COMO COMPONENTE DEL PRODUCTO, ÉSTE SE CONVIERTE EN BIEN INFERIOR O PRODUCTO NATURISTA.

AL POSICIONAR LA CARNE MOLIDA CON EXTENDEDORES ENTRE UNA DE LAS COSAS AGRADABLES (Y NUEVAS EN ALGUNOS CASOS) DE LA VIDA FAMILIAR, SE CONVIERTE EN UN FUERTE ELEMENTO DE INTEGRACIÓN FAMILIAR, Y CON ELLO SE LOGRARÁ OBTENER UN SENTIMIENTO DE BUENA VOLUNTAD HACIA EL PRODUCTO, FACILITANDO SU ENTRADA A HOGARES DE NUEVOS CONSUMIDORES Y REFORZANDO LA IMAGEN ENTRE LOS QUE ADQUIERAN EL PRO-

DUCTO COMO UNA SIMPLE NOVEDAD.

D) MERCADO

- 1.- PARA DESPERTAR EL INTERES DE LOS CLIENTES EN LOS PUNTOS DE VENTA SOBRE LA CARNE MOLIDA CON EXTENDEDORES DE SOYA DELISAM, SE PROMOVERÁ EL PRODUCTO DESDE UNA SEMANA ANTES DE SU APARICIÓN FÍSICA EN EL MERCADO POR MEDIO DE CARTELES, Y VOCEANDO CADA MEDIA HORA MENSAJES PROMOVRIENDO LA VENTA DE NUESTRO PRODUCTO, CON EL PROPÓSITO DE DESPERTAR LA CURIOSIDAD Y EL INTERÉS HACIA ÉSTA CARNE MOLIDA, HACIÉNDOLES SABER QUE NO ES UN PRODUCTO DE MALA CALIDAD POR SER DE MUY BAJO PRECIO, SINO QUE ES UN APOYO DEL SAM A LA ECONOMÍA DEL HOGAR.

- 2.- HACER SUGERENCIAS DE COMO PREPARARLO Y LLEVARLO A LA MESA, POR MEDIO DE UN PEQUEÑO RECETARIO PARA ORIENTAR A LAS AMAS DE CASA EN LAS DIVERSES MANERAS DE PREPARAR LA CARNE MOLIDA, HACIENDO HINCAPIÉ DE QUE DELISAM, ES UN PRODUCTO HIGIÉNICO, NUTRITIVO Y AGRADABLE AL PALADAR. ES DE VITAL IMPORTANCIA, EL COLOCAR UNA PERSONA EN EL PUNTO DE VENTA, CON EL OBJETO DE PROMOVER POR MEDIO DE LA PREPARACIÓN DE PEQUEÑAS MUESTRAS

PARA OFRECERLAS AL CONSUMIDOR PARA QUE ÉSTE PUE-
DA PROBAR Y COMPROBAR SU CALIDAD.

EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE CARNES, DEBERÁ DE
DAR MAYOR PREFERENCIA A DELISAM SOBRE LAS DEMÁS
CARNES.

3.- LA PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO, DEBE-
RÁ SER SUPERVISADA INTENSAMENTE, YA QUE SE TRATA
DE MANTENER LA CALIDAD DE PRODUCTO NUEVO. RECOR-
DAR QUE EL AMA DE CAS QUE "SABE COMPRAR CARNE MO-
LIDA, LA ESCOGE Y DESPUÉS PIDE QUE LA MUELAN DE-
LANTE DE ELLA, PORQUE.... ¡ NO QUIERO PELLEJOS.

4.- ANTERIOR A LA PRUEBA PILOTO, SE APOYARÁ ÉSTA CON
CÁPSULAS INFORMATIVAS (SPOTS) EN LA REVISTA DEL
CONSUMIDOR Y, DE SER POSIBLE REALIZAR UNA PUBLI-
CIDAD TELEVISIVA.

CONCLUSIONES

VII, CONCLUSIONES

DE ACUERDO A LO EXPUESTO EN LOS CAPÍTULOS ANTERIORES,
SE OBTUVIERON LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

- EL PROYECTO "CARNE MOLIDA CON SOYA", ES TOTALMENTE VIABLE Y NECESARIO DE ACUERDO A LOS ALTOS PRECIOS QUE ACTUALMENTE TIENE LA CARNE.
- INDUSTRIAL DE ABASTOS ES LA EMPRESA IDÓNEA PARA PROCESAR EL PRODUCTO CONGELADO.
- LAS ENTIDADES COMERCIALES DEBERÁN CREAR UN COMPROMISO DE CORRESPONSABILIDAD EN EL DESPLAZAMIENTO DEL PRODUCTO. EL PRODUCTO NO ES DE IDA, NI DE DICONSA, ES DE TODOS PARA LO CUAL SE SUGIERE UN COMPROMISO ESCRITO DE CORRESPONSABILIDAD.
- SE DEBERÁ PREPARAR UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN, QUE PERMITA ORIENTER ADECUADAMENTE A LOS CONSUMIDORES SOBRE LAS BONDADDES DE ESTOS NUEVOS PRODUCTOS, HACIENDO HINCAPIÉ EN LA CALIDAD Y EN EL PRECIO.
- SE DEBERÁ ESPECIFICAR PERFECTAMENTE QUIÉ PAGARÁ LA CARNE QUE SE UTILIZARÁ EN LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO CONGELADO.

091358

- INDUSTRIAL DE ABASTOS DEBERÁ VIGILAR ESTRICTAMENTE EL CONTROL DE CALIDAD DEL PRODUCTO CONGELADO.

- LAS ENTIDADES COMERCIALIZADORAS DEBERÁN SUPERVISAR ADECUADAMENTE QUE LA MEZCLA DE CARNE FRESCA MANTENGA UN ESTÁNDAR DE CALIDAD, UTILIZANDO PARA ELLO CARNE DE PRIMERA Y EL PORCENTAJE DE SOYA ACORDADO.

- LAS ENTIDADES COMERCIALIZADORAS DEBERÁN APOYAR DECIDIDAMENTE EN EL PUNTO DE VENTA EL DESPLAZAMIENTO DEL PRODUCTO CONGELADO Y DEL FRESCO.

HIPOTESIS

HIPOTESIS

SE PLANTEARON LAS SIGUIENTES HIPOTESIS.

- A).- ES POSIBLE ELABORAR CARNE MOLIDA, CON LA MISMA CALIDAD PROTEICA O VALOR NUTRITIVO A UN MENOS COSTO QUE LA CARNE MOLIDA TRADICIONAL DE PRIMERA CALIDAD.

- B).- ES POSIBLE PRODUCIR ESTE PRODUCTO SIN QUE CON ESTO SE TENGA QUE RECURRIR A SUBSIDIOS O PÉRDIDAS, SINO POR EL CONTRARIO SE OBTENGA UNA RENTABILIDAD RAZONABLE CONJUGANDOSE NO SOLO UN BENEFICIO COMERCIAL SINO UN BENEFICIO SOCIAL.

VISION GLOBAL DEL MERCADO

Y SU PROBLEMATICA:

FRIJOL DE SOYA

ASPECTOS HISTORICOS

EL FRIJOL DE SOYA, GRADO DE RECIENTE USO, MOSTRÓ INTERES A LOS EXPERTOS TANTO POR EL ACEITE COMO POR EL FRIJOL EN SÍ.

EN LOS AÑOS 30', FUÉ CUANDO SE EMPEZÓ A UTILIZAR LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE MEDIANTE UN PROCESO DE PENSADO COMO PRIMER INTENTO PARA SEPARAR LA PARTE LÍQUIDA DE LA SALIDA, TAMBIEN SE HICIERON PROCEDIMIENTOS PARA INCORPORAR A PRODUCTOS ALIMENTICIOS HARINA DE SOYA, PROTEINA DE SOYA CONCENTRADA (SOYA TEXTURIZADA) Y PROTEINA AISLADA DE SOYA DESARROLLADA EN LA ÉPOCA DE LOS AÑOS 50'. ESTOS SUBPRODUCTOS DE SOYA HAN SIDO COMERCIALIZADOS EN UNA AMPLIA VARIEDAD DE FORMAS, INCLUYENDO POLVOS Y PRODUCTOS TEXTURIZADOS.

HOY EN DÍA CASI 100% DEL ACEITE SE APLICA DIRECTAMENTE A USOS ALIMENTICIOS Y LA PASTA SE HA RESERVADO COMO UN IMPORTANTE SUPLEMENTO PROTEÍNICO PARA LA GANADERIA PRINCIPALMENTE BOVINO, PORCINO Y POBLACIÓN AVÍCOLA.

EN CUANTO AL CULTIVO, LOS AGRONOMOS HAN DESARROLLADO UN MÍNIMO ACEPTADO DE VARIEDADES COMERCIALES EN LAS CUALES PUEDEN MENCIONARSE 10 GRUPOS, CADA UNO, ADAPTADO A LAS LATITUDES DEL NORTE Y SUR DE CANADA, ASÍ - COMO PARTES NORTE DE LA REGIÓN COSTERA DEL GOLFO DE MÉXICO.

LOS PROCESOS ACTUALES GARANTIZAN UNA EXTRACCIÓN DEL 95% DEL ACEITE QUE CONTIENE EL FRIJOL.

- . HARINA DE SOYA, SE OBTIENE DEL PROCESO DE DESGRASADO DEL FRIJOL CON UN CONTENIDO DEL 50% DE PROTEINAS 38% CARBOHIDRATOS, 6% CENIZAS DE 3.5% FIBRA CRUDA. SIN HACER UNA DESCRIPCION ESPECÍFICA SE PUEDE DECIR QUE DE LA HARINA DE SOYA DESGRASADA SE OBTIENE PRODUCTOS QUÍMICOS Y FUNCIONALES MUY DIVERSOS.
- . CONCENTRADO DE PROTEINA DE SOYA, DEFINIDOS COMO AQUELLOS SUBPRODUCTOS DEL FRIJOL SOYA QUE CONTIENEN UN MAYOR CONTENIDO - PROTEICO, YA QUE DE CUALQUIER MUESTRA SU

CONTENIDO ALCANZA NO MENOS DEL 70% DE PROTEINA. ESTOS SON MANUFACTURADOS MEDIANTE LA SEPARACIÓN DE LA FRACCIÓN SOLUBLE DE CARBOHIDRATOS HASTA DEJARLA LIMPIA.

LOS CONCENTRADOS DE PROTEINA DE SOYA PUEDEN SER TEXTURIZADOS POR UN PROCESO SIMILAR AL DE LA HARINA DE SOYA. DE ESTA FORMA SE PUEDE DAR UN ACABADO A LOS TEXTURIZADOS EN DIFERENTES TAMAÑOS, TEXTURAS, COLORES Y SABORES DEPENDIENDO DE LA APLICACIÓN ALIMENTICIA QUE SE PRETENDA.

PROTEINA AISLADA DE SOYA, COMO OTROS DE LOS SUBPRODUCTOS DE SOYA SE OBTIENE DE LA SEPARACION DE TODOS LOS COMPONENTES NO PROTEICOS DE LA SOYA, TALES COMO ACEITE, HARINA Y FIBRAS.

ESTE ES EL SUBPRODUTO DE MAYOR CALIDAD, YA QUE DE CUALQUIER MUESTRA SE OBTIENE NO MENOS DEL 90% DE PROTEINA.

EL MATERIAL UTILIZADO PARA ESTO CONSISTE EN EL DESGRASADO DE LAS HOJUELAS O HARINA DE SOYA. EL PROCESO DE EXTRACCIÓN INVOLUCRA EL HUMEDECER LAS HOJUELAS DE SOYA CON UNA CANTIDAD APROPIADA DE AGUA, UN CONTROL ADECUA-

DO DE TEMPERATURA Y MEZCLADO DE UNA CANTIDAD ADECUADA DE PRODUCTOS QUÍMICOS ALIMENTICIOS, DESPUES DE QUE LA PROTEINA HA SIDO SOLUBILIZADA ES SEPARADA DE LOS POLISÁCARIDOS Y DE LA FIBRA CRUDA DE LAS HOJUELAS Y DE LA HARI- NA POR UN PROCESO DE CENTRIFUGACIÓN.

EL EXTRACTO PROTINICO CONTIENE LOS CARBO- HIDRATOS SOLUBLES Y FRACCIONES PROTEINICAS DE MAYOR TAMAÑO, A LA QUE SE LE INCORPORA UN - ÁCIDO ALIMENTICIO PARA AJUSTAR EL PH, APROXI- MADAMENTE A 4.5 PARA OBTENER COMO RESULTADO UNA PRECIPITACIÓN DE LAS FRACCIONES DE PRO- TEINA DE MAYOR TAMAÑO Y MEDIANTE LAVADO SE - ELIMINAN LOS CARBOHIDRATOS NO DESEADOS EN LA MEZCLA ASÍ COMO SU COLOR Y SABOR, PROCEDI- - MIENTOS POSTERIORMENTE AL SECADO CON AIRE - PRODUCIENDOSE UN AISLADO DE PROTEINA DE SO- YA.

. USO DE LA SOYA EN PRODUCTOS CARNICOS.
UNO DE LOS USOS DE LA SOYA ES COMO UN ELEMEN- TO EMULSIFICADOR DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS - TALES COMO SALCHICHA, PASTELES DE CARNE, PRO- DUCTOS DEL MAR Y OTROS PRODUCTOS EN LOS QUE

SE UTILIZA CARNE MOLIDA.

LA PROTEINA AISLADA HA SIDO UTILIZADA COMO PROTEINA COMPLEMENTARIA A LA PROTEINA CÁRNICA, NO SOLO POR SU FACILIDAD DE MEZCLA, FACTOR EMULSIFICADOR DE LA GRASA O POR SUS CARACTERÍSTICAS ESTABILIZADORAS SINO TAMBIEN POR SUS CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES.

SITUACION Y USOS DE LA SOYA EN MEXICO

EN LA REPÚBLICA MEXICANA LOS ESTADOS QUE PRODUCEN SOYA SON TAMAULIPAS, VERACRUZ Y SINALOA.

LA PRODUCCIÓN DE 1981 FUÉ DE 750,000 TONELADAS, EN 1982 DEBIDO A PROBLEMAS CLIMATOLÓGICOS SE PRODUCERON ÚNICAMENTE 500,000 TONELADAS Y SE IMPORTARON 1'500,000 TONELADAS.

PARA 1983 SE ESPERA PRODUCIR APROXIMADAMENTE - 1'000,000 TONS. E IMPORTAR 2'000,000 TONS. (FUENTE: INDUSTRIALIZADORA DE ALIMENTOS).

DEL TOTAL CON QUE SE CUENTA EN NUESTRO PAIS DE - FRIJOL DE SOYA SE OBTIENEN LOS SIGUIENTES PRODUC

TOS:

BASADO EN 2'000,000 TONS. CON QUE SE CONTÓ EN 1982

ACEITE DE SOYA 18% = 360,000 TONS.

PASTA DE SOYA 75% = 1'500,000 TONS.

CASCARA 7% = 140,000 TONS.

ESTOS PRODUCTOS TIENEN LOS SIGUIENTES USOS:

ACEITE DE SOYA: DEL TOTAL DEL FRIJOL DE SOYA CON QUE SE CUENTA EL 2% SE DESTINA A CONSUMO HUMANO - EQUIVALENTE A 40,000 TONS. DE LAS 360,000 TONS. DE ACEITE CON QUE SE CUENTA. A SU VEZ SE DESTINA 50% = 20,000 TONS. PARA FABRICACIÓN DE HARINA Y 50% = 20,000 TONS. PARA LA FABRICACIÓN DE PROTEINA TEXTURIZADA DE SOYA.

EL RESTO DEL ACEITE DE SOYA SE UTILIZA PARA LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS COMO SON ADHESIVOS, PINTURAS, ETC.

PASTA DE SOYA: SE UTILIZA PARA FORRAJE, BÁSICAMENTE COMO ALIMENTO DE PUERCOS Y GALLINAS.

CASCARA: SE UTILIZA TAMBIEN PARA FORRAJE Y SU CONTENIDO PROTEICO ES MU BAJO.

REGRESANDO A LA PROTEINA TEXTURIZADA DE SOYA, LOS FABRICANTES MEXICANOS SON: INDUSTRIALIZADORA DE ALIMENTOS, NUTRICASA, NUTRIMEX Y FLAGASA. TODAS ELLAS TRABAJAN A UN 15% DE SU CAPACIDAD.

ACTUALMENTE SE ESTAN ELABORANDO PROYECTOS PARA COMPLEMENTAR OTROS ALIMENTOS ADAPTANDOLOS COMO UN INGREDIENTE DENTRO DEL SISTEMA ALIMENTARIO.

¿POR QUE SOLO SE DESTINA EL 2% DE LA PRODUCCIÓN AL CONSUMO HUMANO? INDEPENDIEMENTE DE LAS BONDADES EL PRECIO DE ESTE PRODUCTO ES MAS ALTO QUE EL DE LOS INGREDIENTES NORMALES EN CUESTION DE HARINAS. COMO EJEMPLO TENEMOS QUE MIENTRAS EL KILO DE HARINA DE TRIGO CUESTA \$ 15.00, LA SOYA CUESTA \$ 40.00 KG., LO QUE RESULTA ES QUE EL CONSUMIDOR NO PAGA ESE PRECIO AUNQUE TENGA UNA MUCHO MEJOR CALIDAD PROTUCA PORQUE NO SE VE, NUNCA NOS PREOCUPAMOS AL CONSUMIR UN PRODUCTO POR CUANTAS PROTEINAS TIENE SINO QUE ÚNICAMENTE NOS ENFOCAMOS AL SABOR.

EN DONDE SE PIENSA QUE LA SOYA PUEDE ENTRAR FUERTE-
MENTE ES COMO SUSTITUTO DE HUEVO Y LECHE EN LA IN--
DUSTRIA DE LA PANIFICACIÓN YA QUE AHÍ SI REDUCE COS
TOS, PERO LOS PRODUCTORES NO LO ESTAN VIENDO COMO
UNA MEJORIA EN LA NUTRICIÓN, SINO QUE LO ESTAN VIEN
DO COMO UNA MEJORIA EN EL PRECIO.

UNO DE LOS PROBLEMAS QUE SE HA ENCONTRADO ES EL EN-
FOQUE QUE HA ESTE PRODUCTO SE LE HA DADO YA QUE LOS
ESTUDIOS TÉCNICOS, EN DIFUCIÓN DE ESTOS SE DICE, ES
CASI IGUAL A LA CARNE, ES CASI IGUAL A LA LECHE Y -
NO DIJERON, ES UN PRODUCTO BUENÍSIMO QUE ES UNA AL-
TERNATIVA MÁS A LA CARNE, LECHE Y HUEVOS COMO FUENTE
DE PROTEINA, COMO UN COMPLEMENTO Y NO COMO UN SUBSTI
TUTO. TAMPOCO SE MANEJA EL COSTO QUE EN PROPORCION
A LA CARNE ES UN PROMEDIO DE 10 VECES MAS BARATO.

POBLACION GANADERA

EN MÉXICO SE DIVIDE EN:

(MILES DE CABEZAS)

	1975	1976	1977	1978	1979
GANADO MAYO:	43.862	45.411	47.014	48.673	50.392
o BOVINOS:	<u>30.825</u>	<u>31.830</u>	<u>32.971</u>	<u>34.099</u>	<u>35.266</u>
SEMENTALES	724	759	795	832	871
EACAS LECHERAS	10.804	11.171	11.550	11.942	12.347
ANIMALES DE ENGORDA	1.356	1.415	1.477	1.541	1.608
TERNEROS:	14.704	15.219	15.753	16.306	16.878
ANIMALES DE TRABAJO:	3.237	3.316	3.396	3.478	3.562
EQUIPOS:	13.531	13.531	14.043	14.574	15.126
GANADO MENOR:	26.464	26.836	27.214	27.598	27.986
PORCINOS:	11.036	11.260	11.490	11.724	11.961
OVINOS:	5.491	5.528	5.565	5.602	6.639
CAPRINOS:	9.937	10.159	10.159	10.278	10.386

o PARA EFECTOS DE ESTE PRODUCTO NOS INTERESA SOLO EL GANADO BOVINO Y DE CALCULA QUE EN 1982, LA POBLACION ES DE 40'000,000 DE CABEZAS,

SEGUN ESTIMACIONES DE LA COMISIÓN EJECUTIVA DE LA CARNE, DE LAS CUALES SE DESTINAN 8'000,000 A LA MATANZA.

¿CÓMO SE DISTRIBUYE LA CARNE EN EL AREA METROPOLITANA?

EL GANADO SE RECIBE DE 2 FORMAS:

1.- EN PIE, QUE ES EL ANIMAL VIVO.

INDUSTRIAL DE ABASTOS RECIBE EL 37%

RASTROS MUNICIPALES Y PARTICULARES DEL AREA METROPOLITANA RECIBEN EL 63%.

EN ESTE CASO LOS RASTROS SOLO CUMPLEN LA FUNCIÓN DE MATANZA Y DE REVISIÓN POR PARTE DE LAS AUTORIDADES DE LA SECRETARÍA DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA PÚBLICA.

2.- EN CANAL: QUE ES EL ANIMAL YA MUERTO SIN VÍCERAS, PIEL NI CABEZA.

INDUSTRIAL DE ABASTOS RECIBE EL 10%

OTROS CLIENTES: CENTROS COMERCIALES

CARNICERIAS

FRIGORIFICOS

DECASA

90%

CAMBELT

XALOSTOC

AGRICOLA ORIENTAL
LA MERCED 90%
ETC.

LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE GANADO SON:

VERACRUZ, CHIAPAS Y TABASCO CON EL 60%

SONORA, SINALOA, CHIHUAHUA, AGUASCALIENTES Y JALISCO, EL
40%

EN LA ACTUALIDAD SOLO SE IMPORTA GANADO CAPRINO.

LA DISTRIBUCIÓN SE REALIZA DE LA SIGUIENTE MANERA:

- 1.- GANADERO: CUYA FUNCIÓN ES PRODUCIR Y ENGORDAR GANADO
- 2.- ACOPIADOR: COMPRA Y RECOLECTA EL GANADO DE LOS DIFERENTES
GANADEROS
- 3.- INTRODUTOR: RECIBE Y DESINFECTA A LOS ANIMALES
- 4.- PASTRO: CUMPLE FUNCIÓN ÚNICAMENTE DE MATANZA Y DE REVI
SIÓN DE CALIDAD POR INSPECTORES DE LA SECRETARÍA DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA

EL GANADO NO AUTORIZADO POR LA SECRETARÍA DE
SALUBRIDAD Y ASISTENCIA SE DESTINA A LA FA-
BRICACIÓN DE HARINAS PARA ALIMENTO DE GANADO.

3.- INTRODUCTOR: FUNCION DE DISTRIBUCIÓN

4.- INTERMEDIARIO: DESTAZA Y DISTRIBUYE

5.- CARNICERIAS

6.- CONSUMIDOR

MIENTRAS EL GANADERO VENDE EN PIE A \$ 60.00 KG. EL CONSUMIDOR LO COMPRA A \$250.00 KG. ESTO ES SIN TOMAR EN CUENTA LAS VICERAS QUE SE VENDEN POR SEPARADO A UN PRECIO MAYOR.

DE UNA CABEZA O GANADO EN PIE EL 65% ES CARNE EN CANAL, DE ESTE, EL 20% SE DESTINA A CARNE MOLIDA QUE ES LA CARNE QUE NO FORMA PARTE DE NINGUN CORTE ESPECIAL COMO LO ES LA ADHERIDA AL HUESO Y QUE SE DESTINA, 50% A LAS EMPACADORAS PARA ELABORAR EMBUTIDOS Y EL OTRO 50% AL CONSUMIDOR.

APROXIMADAMENTE LA PRODUCCIÓN DE GANADO BOVINO EN 1982 ES DE 1'440,000 TONS. EN CANAL, 288,000 TONS. DE CARNE MOLIDA DE LAS CUALES 144,000 TONS SON PARA CONSUMIRLAS COMO TAL.

EN LA ACTUALIDAD SE ESTAN PRESENTANDO LAS SIGUIENTES PROBLEMATICAS:

1.- ESTA DISMINUYENDO LA DEMANDA POR ALTOS PRECIOS

2.- ESTA DISMINUYENDO LA OFERTA POR:

A) FALTA DE PRODUCCIÓN O ENGORDA

B) FALTA DE INCENTIVOS:

RENTABILIDAD

TENENCIA DE LA TIERRA

FUERTES INCREMENTO EN LOS PRECIOS

DE LOS INSUMOS COMO ALIMENTOS Y

MEDICAMENTO.

3.- LA GENTE RECURRE AL MERCADO CON LA MISMA CANTIDAD DE
DINERO POR EL QUE OBTIENE MENOR CANTIDAD DE CARNE.

SE CONTEMPLAN LAS SIGUIENTES PERSPECTIVAS DE SOLUCIÓN A -
ESTE PROBLEMA:

1.- IMPULSAR LA PRODUCCIÓN MEDIANTE LA PROTECCIÓN DE UN
PRECIO DE GARANTÍA.

2.- OTORGAR CRÉDITO BARATO

3.- ASEGURAR LA TENENCIA DE LA TIERRA.

4.- PROTEGER EL AMIGEATO (ROBO DE GANADO).

ANTECEDENTES Y FUNCIONES

I.D.A. DINCOSA S.A.

INDUSTRIAL DE ABASTOS.

FUNCION PRINCIPAL:

UNICAMENTE PRESTA EL SERVICIO DE MATANZA A LOS INTRODUCTORES QUE TRAEN EL GANADO EN PIE A LA CIUDAD DE MÉXICO O BIEN PRESTA EL SERVICIO DE REFRIGERACIÓN A LOS INTRODUCORES QUE TRAEN LA CARNE EN CANAL POR LO QUE SE LES COBRA UNA RENTA MIENTRAS LO DISTRIBUYEN A SUS CLIENTES.

EL OBJETIVO, ES PRESTAR ESTE SERVICIO DE LA MEJOR FORMA AL MENOR COSTO POSIBLE PARA HACERLO ATRACTIVO, EN CONTRA DE OTRAS ALMACENADORAS DE FRIO O RASTROS PARTICULARES PARA EVITAR EL ENCARECIMIENTO DEL PRODUCTO.

OTRA DE LAS FUNCIONES DE I.D.A. ES LA FABRICACIÓN DE EMBUTIDOS Y CARNES FRIAS DE LOS CUALES EL 70% LO COMERCIALIZANA TRAVES DE CONASUPO.

DICONSA

FUNCION PRINCIPAL:

ACERCAR A DISTRIBUIR PRODUCTOS DE CONSUMO POPULAR A UN COSTO MENOR DIRGIDO A LA GENTE DE ESCASOS RECURSOS, TRATESE DE ALIMENTOS, ROPA, JUGUETES, ETC. CUBRIENDO UNICAMENTE SUS COSTOS DE OPERACIÓN.

CONASUPO HA IMPULSADO DE ALGUNA MANERA SU PROPIA MARCA QUE ANTERIORMENTE FUÉ CONASUPO Y QUE AHORA SE LLAMA ALIANZA CREADA COMO UN REFLEJO Y ORDEN PRESIDENCIAL CON EL FIN DE INTEGRAR UNA CANASTA BÁSICA DE PRODUCTOS QUE DE ALGUNA MANERA PUDIERAN TENER UNA MARCA DETERMINADA Y QUE SE REDUJERA AL PRECIO DE ESTOS, YA QUE SE UTILIZARIA UNA MARCA PROPIA Y NO SE PAGARIAN GASTOS PUBLICITARIOS.

ESTE ES EL OBJETIVO PRINCIPAL DADO QUE SUS TIENDAS SE UBICAN EN ZONAS POPULARES.

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

CREADO POR LA OFICINA DE ASESORES PRESIDENCIALES, SE DEDICÓ 2 AÑOS AL ESTUDIO SISTEMÁTICO DEL CAMPO CON FIN DE ESTABILIZAR LA CRISIS DE PRODUCCIÓN - DE GRANOS Y LAS CRECIENTES TENSIONES RURALES, SU IMPORTANCIA RADICÓ EN QUE HIZO SUYOS PLANTEAMIENTOS QUE ANTES HABIAN HECHO LOS CAMPESINOS Y DEFINIÓ UNA ESTRATEGIA GLOBAL EN MATERIA POLÍTICA AGRÍCOLA.

EL OBJETIVO DEL SAM, FUÉ HACER DE MÉXICO UNA NACIÓN AUTOSUFICIENTE EN GRANOS BÁSICOS A PARTIR - DE 1982 Y EN LOS DEMAS PRODUCTOS DEL CAMPO A MAS TARDAR EN 1985.

SE VALIÓ DEL RESULTADO DE VARIAS INVESTIGACIONES HECHAS EN LOS ULTIMOS 30 AÑOS PARA LOCALIZAR AÑOS PARA LOCALIZAR EL POTENCIAL PRODUCTIVO DE MÉXICO:

CENTRÓ SU ATENCIÓN EN LOS EMPOBRECIDOS PRODUCTORES DE TEMPORAL CON SUBSIDIOS QUE EN 1980 LLEGARON A \$ 85'000,000,000.00 Y COMENZÓ A CONFIGURAR UN PERFIL ALIMENTARIO DE MÉXICO QUE TRANSFORMARA

LA DRAMÁTICA REALIDAD DETECTADA POR EL INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICIÓN. POR EJEMPLO:

"EN LAS ZONAS RURALES UN POCO MENOS DEL 90% DE LA POBLACIÓN PADECE SUBCONSUMO CALÓRICO Y PROTEINICO EN ALGUN GRADO ESTO ES 21 MILLARES DE PERSONAS. ALREDEDOR DE 9.5 MILLONES DE ELLAS TIENEN UN DEFICET CALORÍFICO GRAVE QUE VA DEL 25% AL 40% RESPECTO AL MÍNIMO NORUCATIVO, QUE ES DE 2,750 CALORIAS DIARIAS POR PERSONA.

ENTRE LAS AREAS URBANAS ENCUESTADAS SE DELECTÓ POR LO MENOS UN MILLON DE PERSONAS EN EL DISTRITO FEDERAL CUYO CONSUMO ES INFERIOR A 2,000 CALORIAS DIARIAS, LO QUE AYUDA A LA SITUACIÓN DE LA MALA NUTRICIÓN EN LAS ZONAS RURALES.

EL SAM, RECONCIOD QUE 35 MILLOS DE MEXICANOS SE ENCUENTRAN EN UNA ETAPA REAL DE DESNUTRICIÓN Y QUE, DE COSTOS, 19 MILLONES REGISTRAN CARACTERÍSTICAS GRAVES, CASI UNA TERCERA PARTE SON NIÑOS.

ELABORÓ 3 CANASTICAS BÁICAS RECOMENDABLES, TRIGO, ARRO Y MAIZ. EN TOTAL 29 PRODUCTOS CON UN COSTO MEXICANO DE \$ 16.00 Y QUE DEBERIAN SER DISTRIBUIDOS POR 14,000 TIENDAS DE LA CONASUPO.

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIOS DE MERCADOS

SE HAN HECHO VARIOS ESTUDIOS DE MERCADO EN LOS CUALES SE HA SEÑALADO POR UNA PARTE QUE LA MAYORIA DE LA GENTE NO SABE COMER YA QUE LO HACE PENSANDO EN EL PALADAR Y NO EN LA NUTRICIÓN.

BÁSICAMENTE EN EL PROYECTO DE CARNE MOLIDA ADICIONADA CON SOYA SE TOMÓ COMO BASE LA EXPERIENCIA OBTENIDA EN LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA EN DONDE TIENE UNA GRAN ACEPTACIÓN, SE UTILIZA EN LA FABRICACIÓN DE CARNE PARA HAMBURGUESAS Y NO SOLO SE DESTINA A ESTO SINO, QUE TAMBIEN SE ADICIONA EN LA COMIDA DEL EJÉRCITO, RECLUSORIOS, HOSPITALES, ETC. ESTA IDEA SE ESTÁ PENSANDO UTILIZARLA AQUÍ EN MÉXICO.

TAMBIEN SE UTILIZÓ LA EXPERIENCIA ADQUIRIDA EN ESTE MISMO PROYECTO EN 1974/1976 LLAMADO PROGRAMA PROTE-IDA, MOL-IDA, EL CUAL FRACASÓ POR LA MALA DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO YA QUE ESTE SE VENDIA A GRANEL EN LAS ZONAS POPULARES DANDO AL PÚBLICO CONSUMIDOR UNA MUY MALA IMAGEN DEL PRODUCTO, ASPECTO DE CARNE DE DESPERDICIO.

EN ESTE NUEVO PROYECTO SE HIZO LO SIGUIENTE:

1.- SE DETERMINÓ LA COMBINACIÓN ÓPTIMA DE CARNE CON SOYA TEXTURIZADA PARA OBTENER EL MÁXIMO NIVEL PROTEICO SIN ALTERAR EL SABOR, OLOR TEXTURA MEDIANTE MORDIDA Y MASTICACIÓN DE LA CARNE. SE HICIERON PRUEBAS DE DIGUSTACIÓN, AL 10%, 20%, 30%, 40% Y 50% CON UNA MUESTRA DE 150 PERSONAS CONCEDORAS DE CARNE, Y SE DETERMINÓ LA COMBINACIÓN IDEAL ESTABA, LA OPTIMA EN EL 20% DE SOYA POR 80% DE CARNE, HASTA UN 30% DE SOYA 70% DE CARNE, DE LOS CUALES EL 100% NO SUPO LO QUE CONTENÍA HASTA EL 20%, 80% DE COMBINACIÓN , EN LA DE 30%, 70%, EL 85% PERSIVIÓ ALGO EXTRAÑO PERO TODAVIA SIN MUCHA SEGURIDAD LOS MISMO PORCENTAJES UTILIZADOS EN LOS ESTADOS UNIDOS CON LA DIFERENCIA DE QUE HALLÁ SE USA PROTEINA AISLADA DE SOYA QUE CONTIENE UN POCO MAS PROTEINA Y MEJOR CALIDAD QUE LA TEXTURIZADA, ESTO ES DE LA PROTEINA TEXTURIZADA SE OBTIENE LA PROTEINA AISLADA.

DESPUES DE HABER DETERMINADO LA COMBINACIÓN OPTI
MA, SE HIZO UN ANALISIS DE COSTO (PRESTADO EN EL
PROYECTO) Y A TRAVES DEL SAM, SE LOGRÓ COORDINAR
CON NUTRIMEX, IDA Y CONASUPO, LA PRODUCCIÓN Y -
DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.

NUTRIMEX Y OTRAS COMPAÑIAS: EN LA ELABORACIÓN DE
LA SOYA TEXTURIZADA.

IDA EN AL FABRICACIÓN DE CARNE MOLIDA

CONASUPO EN LA DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

LA PRIMERA PRUEBA PILOTO LLEVADA A CABO EN LA -
TIENDA CONASUPO DE AVENIDA CUAUHEMOC LA CARNE
TUVO LA ACEPTACIÓN NORMAL MIENTRAS LA GENTE NO
SUPO QUE CONTENIA SOYA PERO CUANDO LO SUPO INME
DIATAMENTE LA RECHAZÓ ARGUMENTANDO QUE SABIA -
AMARGA, QUE SE DESCOMPONIA FACILMENTE. BASICAMEN
TE SE VENDIAN O VENDEN 3 TIPOS DE CARNE MOLIDA.

- 1.- CARNE MOLIDA DE PRIMERA (PRECIO MAS ALTO)
- 2.- CARNE MOLIDA CON GRASA (PRECIO BAJO)
- 3.- CARNE MOLIDA ADICIONADA CON PROTEINA TEX
TURIZADA DE SOYA (AL MISMO PRECIO QUE LA
CARNE DON GRASA PERO CON UN NIVEL PROTEICO
SIMILAR A LA MEJOR CARNE)

ENTREVISTANDO A LAGUNAS AMAS DE CASA EN ESTE CENTRO COMERCIAL EL 75% COINCIDIÓ EN QUE LA CARNE CON SOYA NO LES GUSTÓ Y QUE LOS OTROS TIPOS DE CARNE MOLIDA TAMPOCO Y EN CONCLUSIÓN QUE TODA LA CARNE QUE VENDA CONASUPO SE DESCOMPONE MUY FALMENTE YA QUE HA ESTADO MUCHO TIEMPO EN REFRIGERACIÓN SIN EMBARGO LO QUE PASA ES QUE LA GENTE TIENE UNA MALA IMAGEN DE LA SOYA, NO SABEN REALMENTE LOS BENEFICIOS DE ESTA, CREYENDO QUE ES ALGO SINTETICO QUE SE UTILIZA PARA HACER RENDIRI MÁS LA CARNE EN CUANTO AL COLUMEN.

UN PROBLEMA ES QUE LA COMBINACIÓN SOYA CON CARNE SE DEJA EN MANOS DE LOS CARNICEROS, QUE POR NO PESAR PONEN LA CANTIDAD QUE ELLOS CREEN CONVENIENTE, SIN SABER REALMENTE SI ES EL 10, 20 Ó 30%.

SE EMPEZÓ A REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA POR PARTE DE NUTRIMEX SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA PROTEINA DE SOYA EN LA ALIMENTACIÓN Y LAS VENTAJAS DE ESTA, SIN EMBARGO COMO TODO LO QUE OCURRE EN EL GOBIERNO SE ARGUMENTA QUE NO HAY EL SUFICIENTE PRESUPUESTO Y SE DEJA PERDER TODO EL ESFUERZO REALIZADO SIN EMBARGO NO SE HA QUITADO EL DEDO DEL RENGLON.

ESTE PROYECTO ES MUY IMPORTANTE PARA SATISFACER UNA NECESIDAD SOCIAL EN CUANTO A AUMENTAR LA OFERTA DE CARNE MOLIDA CON UN ALTO NIVEL PROTEICO A LAS CLASES DE ESCASOS RECURSOS.

LO QUE REALMENTE SE NECESITA ES UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA QUE CAMBIE LA IMAGEN DE LA SOYA ALGO ASÍ COMO OCURRIÓ CON EL YOGURT, CON LA CAMPAÑA DE CONSUMA PESCADO "EL PEDADO ES PURA PROTEINA", SE OBTUVIERON BUENOS RESULTADOS.

CREO QUE ESTE PROYECTO PUEDE SER AUSPICIADO POR LA SECRETARÍA DE SALUBRIDAD, EL INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICIÓN Y FOMENTADO POR UNA INSTITUCIÓN COMO NUTRIMEX E INDUSTRIAL DE ABASTOS PARA DESTINAR UNA PUBLICIDAD QUE CAMBIE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DEL PUEBLO YA QUE TANTO TÉCNICA COMO ADMINISTRATIVAMENTE ESTE ES UN PROYECTO CON UN GRAN FUTURO SI SE LOGRA IMPULSAR ADECUADAMENTE.

ANALISIS COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD

PUNTO MINIMO DE VENTAS:

TOMANDO EN CUENTA EL SUPUESTO Y ANALISIS DE COSTO
PRECIO UTILIDAD PRESENTADO EN EL PROYECTO OBTENE-
MOS QUE EL PUNTO DE EQUILIBRIO LO OBTENEMOS EN EL
SIGUIENTE NIVEL DE VENTAS:

SUPUESTO A.- SUPONEMOS LA ELABORACIÓN DE 1000 KG.
COMBINACIÓN 8-% - 20%

GASTOS FIJOS:

MANO DE OBRA:	\$ 10,706.00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN:	4,950.00
ADMINISTRATIVO:	2,920.00
TOTAL DE GASTOS FIJOS:	19,430.00

GASTOS VARIABLES:

CARNE CON SOYA:	112,650.00
EMPAQUE:	7,250.00
TOTAL VARIABLES:	\$ 119,900.00

COSTO TOTAL: \$ 139,330.00

PRECIO TOTAL DE VENTA AL DISTRIBUIDOR
1000 KG. A \$ 142.00 \$ 142,020.00
COSTO TOAL: \$ 139,330.00
UTILIDAD ANTES ISR. \$ 2,690.00
PUNTO DE EQUILIBRIO
= 981 KG. X \$ 142.00 = \$ 139,330.00

NOTA: EN ESTE SUPUESTO NO SE TOMA EN CUENTA LA MAQUINARIA YA QUE SE UTILIZARÁ EL TIEMPO OCIOSO DE I.D.A. PARA ESTE PROYECTO Y QUE YA HA SIDO CARGADO A OTROS PRODUCTOS.

SUPUESTO B

SUPONEMOS ELABORACIÓN DE 1000 KG COMBINACIÓN 70% - 30%.

GASTOS VARIABLES

CARNE CON SOYA \$ 101,470.00
Y EMPAQUE

GASTOS FIJOS IGUAL A SUPUESTO

A = \$ 19,430.00

PRECIO TOAL DE VENTA AL DISTRIBUIDOR

1000kg. x \$ 120.00 = \$ 120,000.00

COSTO TOTAL:

120,900.00
(900.00)

CON ESTE SUPUESTO SE OBTIENE QUE EL PRECIO MÍNIMO AL DISTRIBUIDOR DEBE SER BAJO ESTE SUPUESTO POR -

KO MENOS A \$ 121.00

PARA ESTAR EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

ÍGUAL QUE EN EL SUPUESTO ANTERIOR NO SE CARGAN
COSTOS DE MAQUINARIA.

PRADO POTENCIAL DE ACEPTACION

DEL PRODUCTO,

GRADO POTENCIAL DE ACEPTACION
DEL PRODUCTO

LAS EMPRESAS INVOLUCRADAS EN ESTE PROYECTO TIENE
FÉ EN QUE SE PUEDA CAMBIAR LA MENTALIDAD, GUSTOS
Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR MEDIANTE UNA FUERTE
CAMPAÑA PUBLICITARIA.

EL MERCADO ES MUY AMPLIO, LA DEMANDA DE CARNE EN
GENERAL ES MAYOR A LA OFERTA.

INCLUSIVE SE PIENSA PROMOVER LA PRODUCCIÓN DE ESTE
PRODUCTO PARA ENFOCARLO PARA ENFOCARLO BASICAMENTE
A DOS TIPOS DE MERCADO:

1º EL MERCADO CONSUMIDOR DE ESCASOS RECURSOS

2º.- EL MERCADO INSTITUCIONAL FORMULADO POR:

EL EJÉRCITO MEXICANO
HOSPITALES DEL GOBIERNO
RECLUSORIOS,
D.I.F. ETC.

NIVELES DE CONSUMO DE

LA CARNE MOLIDA.

NIVELES DE CONSUMO DE

LA CARNE MOLIDA

NO SE SABE EXACTAMENTE CUAL ES LA OFERTA DE CARNE MOLIDA YA QUE ESTA SE FORMA DE LA SIGUIENTE MANERA.

1.- COMO SE MENCIONÓ ANTERIORMENTE EN 1982 LA OFERTA ES DE APROXIMADAMENTE 140,000 TONS.

2.- OTRA OFERTA NO CALCULADA ES LA QUE SE PREPARA EN:

LAS CARNICERIAS: A) LAS PERSONAS QUE PIDEN SE LES MUELA UN DETERMINADO TIPO DE CARNE.

B) LOS SOBRANTES, LA CARNE OREADA CON MAL ASPECTO PARA EL CONSUMIDOR Y LA CARNE QUE TIENE VARIOS DIAS Y EMPIEZA DE DESCOMPONERSE.

RESTAURANTES: IGUAL AL PUNTO B, DE LAS CARNI-
CERIAS.

PERO SI SABEMOS QUE SI LE ADICIONAMOS PROTEINAS DE
SOYA TEXTURIZADA PODEMOS AUMENTAR LA OFERTA EN UN
20% A 30% CONVIRTIENDOLA EN UNA EXELENTE CARNE.

LOGROS DEL SAM Y DE IDA

LOGROS DEL SAM Y DE IDA

SE LOGRÓ INTRODUCIR EN OCHO CENTROS COMERCIALES CONASUPO DEL DISTRITO FEDERAL, CARNE MOLIDA ADICIONADA CON SOYA, EN DONDE LOS PAQUETES SE ELABORAN EN LA MISMA CARNICERIA Y CUYO DESPLAZAMIENTO SEMANAL ES DE 1,600 KG., LOGRANDOSE LOS CONSUMOS MAS ELEVADOS EN LOS CENTROS DE NATZAHUALCOYOTL, LA RONDA, BALBUENA Y MARTIN CARRERA.

EL SAM, UNICAMENTE TRABAJÓ COMO PROMOTRO E INTERMEDIARIO ENTRE IDA Y CONASUPO.

COMO SE MENCIONÓ SE ESTA TRABAJANDO SOBRE LA POSIBILIDAD DE VENDER CARNE A GRANEL AL MERCADO INSTITUCIONAL CON LO QUE SE ESPERA UNA DEMANDA DE 10 TNS. A LA SEMANA.

LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE IDA ES DE 20 TONS. A LA SEMANA.

COMENTARIOS

COMENTARIOS

EN ESTE ESTUDIO SE CONSIDERÓ EL COSTO COMO EL FACTOR MAS IMPORTANTE, YA QUE ESTAMOS HABLANDO DE EMPRESA NO LUCRATIVA CUYA FUNCION CONSISTE EN PRESTAR UN SERVICIO SOCIAL AL MENOR COSTO PARA EL CONSUMIDOR

¿POR QUÉ SE TOMÓ UNA DECISIÓN POLÍTICA MAS QUE TÉCNICA PARA LANZAR ESTE PROYECTO AL MERCADO? MI COLABORACIÓN EN ESTE ESTUDIO SIRVIÓ DE APOYO A LA DIRECCIÓN DE IDA PARA DARSE CUENTA Y COMPROBAR QUE TAN BIEN O MAL SE HABIA TOMADO LA DECISIÓN, EL ESTUDIO NO FUÉ LA BASE DE LA MISMA.

¿DE QUÉ DEPENDE LA DECISIÓN POLÍTICA? CREO QUE DEPENDE DE LA SITUACIÓN QUE PRIVE EN UN MOMENTO DADO COMO: CARNE CARA, FABRICAS PRODUCTORAS DE SOYA TRABAJANDO A UN 15% DE SU CAPACIDAD, ¿POR QUÉ NO IMPULSAR LA PRODUCCIÓN NACIONAL? UN GRAN PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE ESCASOS RECURSOS, NIVEL NUTRICIONAL DE LA POBLACIÓN BAJA, ETC. ETC.

FUENTE DE DATOS

FUENTE DE DATOS.

- A).- SOY PROTEIN AND HUMAN NUTRITION
EDITADO POR RALSTON PURINA COMPANY
ST-LOUIS MISSOURI 1978

- B).- DIAGNOSTICO DEL SECTOR AGROPECUARIO Y
FORESTAL EDITADO POR LA SECRETARIA DE
AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS
MÉXICO, D.F. 1979.

- C).- LA ECONOMÍA MEXICANA EN CIFRAS EDITADO
POR NACIONAL FINANCIERA
MÉXICO, D.F. 1981

- D).- I.D.A.
ENTREVISTAS PERSONALES PARA LA OBTENCIÓN
DE DATOS.

- E).- INDUSTRIAL DE ALIMENTOS
ENTREVISTAS PERSONALES PARA LA OBTENCIÓN DE
DATOS Y FABRICACION DE PROTEICA DE SOYA TEX
TURIZADA.