

Diseño y Evaluación de Proyectos  
Agroindustriales

# CHORIZOS GOURMET

**Trabajo Final  
Año 2007**



**Alumnos: MAZZOLA, Walter - IVIGLIA, Emanuel**

**Indice:**

• Resumen Ejecutivo .....	2
• Definición del producto.....	5
• Análisis de la Oferta .....	6
• Análisis de la Demanda.....	8
• <b>Análisis de los Insumos principales</b>	
• Análisis Nacional - Ovinos.....	17
• Análisis Nacional - Conejos.....	21
• Análisis Regional - Ovinos .....	27
• Análisis Regional - Conejos .....	29
• Distribución .....	34
• Competidores.....	35
• <b>Estudio Técnico</b>	
• Localización .....	38
• Tamaño .....	38
• Estudio y definición del proceso productivo .....	39
• Programa de Higiene y Desinfección .....	43
• Organización del trabajo .....	45
• Ingeniería del proyecto	
•       Tecnología adoptada y su justificación .....	47
•       Medios físicos de producción .....	47
•       Programa de ventas y producción .....	60
•       Programación y presupuestación de la ejecución ..	62
• <b>Estudio económico y financiero</b>	
•       Cuadro de costos (Esc 1).....	65
•       Cuadro de amortizaciones (Esc 1) .....	66
•       Capital de trabajo (Esc 1).....	66
•       Cuadro de IVA (Esc 1) .....	68
•       Flujo de Fondos económico privado (Esc 1) .....	69
•       Flujo de Fondos económico privado (Esc 2) .....	71
•       Flujo de Fondos económico privado (Esc 3) .....	72
• Conclusión .....	73
• Bibliografía .....	74
• Anexo.....	75

## RESUMEN EJECUTIVO

Los consumidores mundiales están pasando por un momento de cambios de hábitos alimenticios y no sólo respecto a la diversidad en la dieta sino también en la calidad de la misma, pasando a alimentos cada vez más saludables (menos grasas, sal, etc.), como parte del efecto globalizador también somos afectados por esta tendencia.

Muestra de ello es la apertura de diversos restaurantes o casas de comidas de las distintas etnias. También se ve la ampliación de los menues de los tradicionales restaurantes con platos extravagantes o con la inclusión de nuevas carnes como son las de ñandú, ciervo, jabalí, yacaré, caracol, ranas, etc.

A pesar de ello el argentino medio ha iniciado un proceso de cambio muy sutil dentro de su dieta cotidiana ampliando las variedades de sus platos típicos, como es la pizza y las empanadas; pero indicio de cambio al fin. Y justamente este es el criterio que nosotros pretendemos seguir, es decir, cambiar un producto sin cambiar su esencia. Queremos ofrecer un chorizo, con toda su tradición, pero con un relleno diferente; aprovechando la idiosincrasia de los pampeanos y la tendencia de consumo para insertar un producto gourmet nuevo.

El consumidor al cuál tendemos es aquel individuo en busca de nuevos sabores y placeres dejando de lado la dieta tradicional sin olvidarse de su esencia. Busca productos de gran calidad estando dispuesto a pagar por ello.

Por todo lo mencionado con anterioridad es que hemos decidido evaluar la posibilidad de introducir en el mercado de Santa Rosa, Toay y Gral Pico un producto gourmet.

El proyecto intentará evaluar la viabilidad técnica y económica de la producción de chorizos gourmet (de ovino y conejo).

Básicamente a través del estudio técnico intentamos evaluar la viabilidad técnica del proyecto. Dentro de esta fase se analizó el proceso productivo y sus insumos básicos. Dada la simplicidad del mismo no se encontraron impedimentos para su desarrollo.

En el estudio económico-financiero se intentó determinar la viabilidad económica mediante la proyección de los flujos de fondos (derivados de la estructura de costos y de ingresos).

Del análisis del flujo de fondos económico privado del Escenario 1 (sin financiación externa) surgió una VAN de \$ 25.604,00 (tomando como referencia una tasa de corte del 8%), o sea que nos genera una ganancia de dicho monto por sobre la inversión inicial. La

función TIR fue del 14,51 % siendo un rendimiento promedio aceptable, al superar a la tasa de corte antes mencionada.

El recupero de la inversión se da a los 5 años y 3 meses aproximadamente.

Entonces, según la estructura de costos y los precios considerados el proyecto resulta viable económicamente.

Como en todo proyecto no debemos dejar de considerar el riesgo que el mismo puede sopesar a lo largo de su desarrollo y condicionar su éxito. Los principales riesgos a tener en cuenta son:

- Que el producto no sea aceptado,
- Que siendo aceptado, los precios y las cantidades no sean las adecuadas,
- Los cambios de hábito de consumo,
- Que los precios de las principales materias primas varíen en una tasa mayor a la estimada repercutiendo sobre la rentabilidad,
- Los riesgos que el proceso productivo puede implicar sobre los trabajadores (ya que se utilizan herramientas peligrosas, como por ejemplo sierras)
- Y muchos otros mas, como riesgo de abastecimiento, riesgo de ingreso de nuevos competidores y riesgo económico (disminución del poder adquisitivo, inflación, etc).

Al tratarse de un producto nuevo hemos encontrado importantes limitantes al momento de identificar las principales variables determinantes del ingreso. Ellas son la demanda y el precio ( $IT = \$ \times Q$ ). En este sentido, un problema que creemos presenta el proyecto, sea por falta de un criterio de análisis o falta de información de producto, es que la demanda puede resultar sobredimensionada debido a que se tomó un porcentaje sobre el total de la población del mercado objetivo, cuando en realidad hubiera sido más representativo tomar ese mismo porcentaje sobre el segmento al cual apuntamos con el producto (estos son ABC1, C2 y C3).

Por tal motivo, se plantearon dos situaciones posibles de concretarse si el consumo de los productos no se da en la magnitud que se espera. Así, se plantea un segundo escenario donde se estima la demanda que podría darse si los segmentos ABC1, C2 y C3 consumieran el 10% del promedio de chorizos frescos de cerdo en los productos propuestos. Ante la evidencia de que el proyecto no es viable bajo este nivel de demanda, hemos

decidido plantear como solución adicional considerar un mercado mayor. Para ello, nos planteamos la hipótesis de que el mismo proyecto sea implementado en la CABA, surgiendo el escenario 3. En este escenario se tomó un nivel de demanda del 3% del consumo de chorizos frescos de cerdo para los segmentos ABC1, C2 y C3.

El escenario 2 arrojó un VAN de -\$205.067,00 demostrando la inviabilidad del proyecto. El escenario 3 arrojó un VAN de \$65.316,00, una TIR de 19,42% y un PRD (periodo de recupero descontado) de 3 años y 6 meses, indicando una alternativa interesante de negocio, sujeta a una evaluación mas estricta.

### **Definición del producto**

El proyecto tiene como objeto la producción de chorizos frescos gourmet. Se los encuadra dentro de los alimentos denominados embutidos; ya que según definición del código alimentario argentino se entiende por embutidos “los chacinados<sup>1</sup> en cualquier estado y forma admitida que se elaboren, que hayan sido introducidos a presión en un fondo de saco de origen orgánico o inorgánico aprobado para tal fin, aunque en el momento del expendio y/o consumo carezcan del continente”.

El concepto gourmet pretende dar a los productos una imagen de alta calidad y vincularse al rubro de los productos comúnmente denominados “exquisiteces o delicatessen” (justamente gourmet es una palabra del idioma francés que significa “exquisitez”); hoy productos en boga.

A pesar de ello, se pretende combinar un producto novedoso con un formato de presentación y denominación muy tradicional en la dieta nacional como es el “chorizo”, intentando aprovechar todo lo que ese nombre significa en nuestro país (a favor).

Los productos son elaborados en base a carne de ovino y de conejo, con la posibilidad, en el futuro, de ampliar la gama de carnes utilizadas.

El objetivo es el de proveer a los consumidores de Santa Rosa, Toay y Gral. Pico (inicialmente) un producto embutido fresco diferenciado del resto de los denominados “chorizos parrilleros frescos” el cual pueda ser consumido (entre otros tantos eventos) junto al asado cotidiano de cada argentino; sin la intención de reemplazar el asado sino de complementarlo tratando así de iniciar a los consumidores pampeanos en la diversidad de sensaciones gastronómicas que ofrecen las distintas carnes alternativas (además de sus cualidades nutricionales inherentes).

---

<sup>1</sup>El código Alimentario define los “chacinados” como los productos preparados sobre la base de carne y/o sangre, vísceras u otros subproductos animales que hayan sido autorizados para el consumo humano, adicionados o no con sustancias aprobadas a tal fin. Ver Anexo al final del documento.

### Análisis de la Oferta:

La **oferta** de chorizos gourmet es inexistente en el mercado de referencia (SR-T-GP) o en caso de existir es ínfima y desconocida.

Para efectuar este análisis tomamos como referencia la estructura del mercado de los chorizos parrilleros tradicionales (cerdo y mezcla); ya que es el competidor más directo (bien sustituto) de acuerdo a la definición del producto antes mencionada (embutidos, según código alimentario); ya que cumplirán funciones de satisfacción similares.

No hay agentes o comercios que distribuyan o comercialicen nuestro producto en el mercado seleccionado, pero si los hay de los productos competidores. Los principales **oferentes** de estos productos son las carnicerías y los supermercados (los cuales elaboran sus propios embutidos, salvo los supermercados que combinan elaboración propia con la compra a empresas frigoríficas como Paladini) y suman, aproximadamente, 92 establecimientos (Ver anexo 1).

Estructura de la Oferta.

	Santa Rosa	Gral. Pico	Toay	Totales
Carnicerías	31 (aprox)	30	3	64
Supermercados	21	6	1	28
Totales	52	12	4	92

Fuente: Elaboración Propia - 2007

Esto nos demuestra que hay una oferta atomizada, y se podría encuadrar dentro del denominado marco de competencia monopolística (cada comercio ofrece un producto diferenciado desde el punto de vista del consumidor), lo cual demuestra que no existirían barreras de entrada al mercado.

La **producción** nacional de chorizos frescos representa el 15% de la producción de chacinados (fuente: CAICHA- Cámara Argentina de la Industria de Chacinados y Afines). La producción anual de chacinados alcanzó en el 2005 unas 307 mil tn., por lo tanto, la producción de chorizos frescos, parrilleros, fue de aproximadamente 46 mil tn año. Por lo tanto, la producción por hab/año es de 1.15 kg. Por último, se infiere, de lo anterior, que la producción en el mercado considerado (SR-T-GP) fue de 182.500 kg/año (15200 kg mensuales). Ver anexo 2.

Respecto a los **canales de comercialización**, existe una particularidad que es la que los mismos distribuidores son los que producen sus propios embutidos, salvo excepciones de grandes frigoríficos como Paladini, Fox o Tres Cruces los cuales eligen como canal los supermercados. A pesar de ello estas empresas no tienen gran participación en el rubro "chorizos parrilleros". Otro canal sería el que vincula a carnicerías con hoteles y restaurantes.

Los **precios** de referencia del kg de chorizos parrilleros es de:

- chorizos especiales (puro cerdo): de \$13 a \$16
- chorizos comunes (mezcla de cerdo y bovinos): de \$ 6 a \$9

La escasez de información se debe a que el rubro no cuenta con un registro histórico de datos de referencia; por lo que no podemos hacer análisis de estacionalidad ni de tendencias tanto de precios como de producción (de producción sólo se puede hacer análisis de tendencia para chorizos parrilleros).



Análisis de la demanda:

## Caracterización de la población:

	Santa Rosa	G. Pico	Toay	TOTAL
Habitantes	100329	55000	12000	167329

## La Ocupación

Principales Indicadores del Aglomerado Santa Rosa – Toay - G. Pico. Resultados EPH 1er. Semestre 2006.

Población Económicamente Activa (PEA): **68.939**

Ocupados: **66262**

Tasa de Actividad: **41,2 %**

Tasa de Empleo: **39,6 %**

Tasa Desocupación: **4,0 %**

Tasa Subocupación Horaria: **6,3 %**

**TASA DE DESOCUPACIÓN:** midió, para el aglomerado Santa Rosa-Toay, el 4,0 % y para G. Pico la tasa es algo mayor principalmente al hecho de que Santa Rosa cuenta con el Centro Cívico y otras entidades gubernamentales. Esta tasa comparada con igual período del año anterior (1er. Semestre 2005, 5,2 %) muestra una **significativa baja** de 1,2 puntos porcentuales. Este indicador sigue marcando para nuestro aglomerado Santa Rosa-Toay alrededor de la mitad del valor nacional (10,9) y regional (10,6), siendo superados solamente por Río Gallegos (1,7) y San Luis (1,2).

**TASA DE SUBOCUPACIÓN:** midió para el aglomerado Santa Rosa-Toay, el 6,3 %, marcando un pronunciado descenso al comparar períodos iguales (1er. semestre 2005, 7,7 %) de personas subocupadas. Igual que con la tasa de desocupación nuestro aglomerado se ubica también cerca de la mitad de los valores de la región pampeana (10,3) y del País (11,5).

**TASA DE EMPLEO:** este indicador que expresa la proporción de la población ocupada respecto a la población total y se ubicó en 39,6 % muestra una caída pronunciada con respecto a igual período del año anterior (43,2 %) ubicándose por debajo de la Tasa nacional (41,3) y la regional (40,1).

**TASA DE ACTIVIDAD:** esta proporción entre la población económicamente activa y la población total registró un valor de 41,2 % ubicándose en esta oportunidad por debajo de la tasa nacional (46,3) y regional (44,8 %).

**Población ocupada por tipo de empresa según sexo. Aglomerado: Santa Rosa – Toay. 1er. Semestre 2006.**

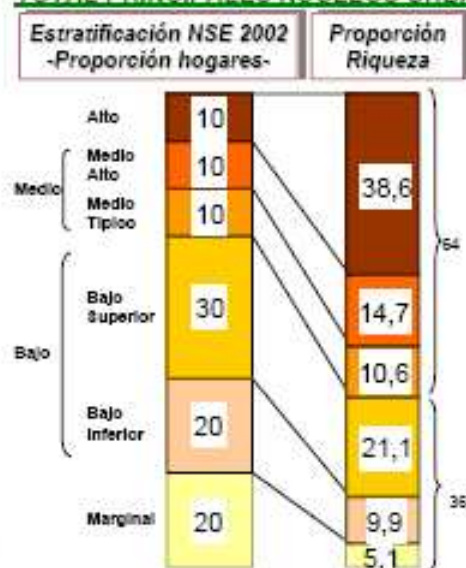
Tipo de Empresa	Total	Sexo	
		Varones	Mujeres
TOTAL	<b>44.463</b>	25.392	19.071
Estatad	<b>16.818</b>	8.419	8.399
Privada	<b>27.356</b>	16.831	10.525
De otro tipo	<b>289</b>	142	147

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos.

	Grupos de edad			Total
	0-14	15-64	65 y mas	
Santa Rosa	28%	63%	9%	100%
G. Pico	28%	62%	10%	100%
Toay	32%	61%	7%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Estadística y Censos.

**ESTRUCTURA POR NIVEL SOCIOECONÓMICO 2002**  
**TOTAL PRINCIPALES NÚCLEOS URBANOS**



Fuente: AAM (Asoc. Argentina de Marketing)

**Detalle de la estructura por Nivel Socioeconómico por provincia o zona. Año 2002.**

	TOTAL	GBA	BS.AS.	CONUR- BAND	INTE- RIOR	CORD.	ROS.	MZA.	TUC.	NDP.
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
• Alto	10	10	21	6	9	8	9	10	7	9
• Medio alto	10	10	17	7	9	7	9	10	8	9
• Medio típico	10	10	13	8	9	8	8	9	9	9
Alto y medio	30	30	51	21	27	23	26	29	24	27
• Bajo superior	30	29	29	29	32	34	34	29	29	29
• Bajo inferior	20	22	13	27	18	22	15	22	20	20
Bajo	50	51	42	56	50	56	49	51	49	49
• Marginal	20	19	7	23	23	21	25	20	27	24
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: AAM (Asoc. Argentina de Marketing)

**Conclusiones:**

El mercado elegido está representado por las ciudades de Santa Rosa, Gral. Pico y Toay y ello se debe a que son las ciudades con mayor población en la provincia y, a su vez, poco distantes entre sí. Entre todas suman una población (consumidores potenciales) de 167.329 habitantes.

Con respecto a los niveles de trabajo estos conglomerados tienen muy buenos indicadores siendo favorables a las medias nacionales (comparando tasas de empleo, desempleo, subocupación, etc.). En la estructura laboral el estado cumple un rol preponderante en la generación de empleo (38% del total), dando así, un marco de estabilidad laboral a los potenciales consumidores.

Los estratos por edad del mercado objetivo nos estarían indicando, aproximadamente, que el 90% de la población tiene menos de 65 años, lo cual nos habla de una población joven que tendría como virtud menores problemas en materia de nutrición (como presión arterial, colesterol, etc.) y tendría mayor versatilidad a la hora de consumir nuevos productos.

Según el INSE (calculado por el AAM) la distribución de la riqueza está concentrada. Muestra de ello es que el 64% de misma está en manos de un 30% de la población.

Esta información interesa al momento de segmentar un mercado, y elaborar un producto gourmet.

Resumiendo podemos decir que es un mercado sustanciable debido a las tasas de ocupación que detenta, a la estabilidad del empleo-ingreso (estado), al alto porcentaje de población joven y, por último, el hecho de que un 30 % de la población sea de ingresos altos nos permite concluir que es un segmento potencial a tener en cuenta.

### Calculo de la demanda y su justificación

#### Consumo aparente:

El consumo aparente es calculado tomando en cuenta información proveniente del mercado de chorizos parrilleros de cerdo, debido a la inexistencia de información respecto al consumo de chorizos gourmet (de conejo y ovino en nuestro caso).

El cálculo no se hizo tomando en cuenta el consumo de carnes de conejo y ovino por tratarse de un producto de diferentes características. Si creemos que la demanda se asemeja al consumo de chorizos parrilleros tradicionales ya que el chorizo es un producto elaborado (o procesado) con una menor diversidad de usos; en cambio, la carnes frescas son productos en bruto que pueden ser utilizados para una mayor variedad de comidas, cocciones y eventos. Por esa razón pensamos que las demandas son distintas.

El consumo de chorizos parrilleros, según la CAICHA (Cámara Argentina de las Industrias de Chacinados y Afines) representa un 15% del total de producción de chacinados. La producción de chacinados en el 2005 fue de 307000 tn. y la misma es consumida en el mercado interno en más de un 99.5%.

Producción Chacinados Tn/año	307000	N A C I O N A L	
Producción Chorizos frescos Tn/año	46050		
Población Nacional	38592550		
Consumo en Kg total anual	44600000		
<b>Consumo en Kg/hab/año</b>	<b>1,16</b>		
Población del Mercado Objet	167329	M o b j e t i v o	
Consumo en kg total anual	193376,01		
<b>Consumo en kg total mensual</b>	<b>16114,67</b>		
<b>Consumo estimado mensual en Kg (chorizos con carne de conejo)</b>	<b>460,88</b>		5%
<b>Consumo estimado mensual en Kg (chorizos con carne de cerdo)</b>	<b>9185,36</b>		95%
<b>Consumo objetivo (Kg/mes)</b>	<b>1611,47</b>		
→ Chorizo de Conejo Kg	76,99		
→ Chorizo de Cordero Kg	1530,89		
Fuente: Elaboración Propia			
<i>Consumo de carne fresca</i>			
Porcina kg/hab/año (no chacinados)	3,5		
Conejo kg/hab/año	0,1	3%	
Ovina kg/hab/año	2	57%	
Fuente: AACREA			

Elaboración propia en base a datos de la CAICHA y AACREA

Para calcular el consumo estimado de chorizos de conejo y de ovino hemos primero calculado cuanto representa el consumo de cada carne respectivamente sobre el de cerdo para poder así utilizar esa proporción en la producción de chorizos frescos.

Así, por ejemplo, tenemos que el consumo de carne de conejo representa un 3% del consumo de carne de cerdo y proyectamos el mismo consumo al de chorizos. Entonces multiplicamos los 16114,67 kg mensuales por el 3% y nos dió como resultado 460,88 kg de chorizo de conejo mensuales.

Al ser un producto novedoso, creemos que la estimación debe ser considerada con precaución y por ello hemos decidido tomar como mercado meta un 10% de la producción de chorizos frescos de cerdo ya que este sería, por lo menos inicialmente, menos ambicioso. Para decidir la cantidad de kg de chorizos de cada tipo de carne a producir debemos tener en cuenta la ponderación anterior basada en la referencia "Consumo carne X/ Consumo carne cerdo" (ej. 0.1 Kg conejo/ 3.5 kg cerdo = 3%). Este porcentaje lo multiplicamos por el consumo objetivo (10% de total de chorizos de cerdo) y determinamos los Kg mensuales de cada tipo de chorizo que demandarán - ej. de los 1611 kg/mes de chorizos 77 kg/mes son de carne de conejo-.

Resumiendo lo antedicho, creemos que la demanda estimada de chorizos gourmet será de 1612 kg/mes (tomando sólo el 10% del potencial), lo que representa un consumo per cápita de 120 grs. de chorizos gourmet/año. El consumo per cápita de chorizos de conejo estimado es de 10 grs./año, lo que representa el 10% del consumo de la carne fresca de conejo/hab./año. y el de chorizo de ovino es de 110 grs. por habitante/año y representa un 5.5% del consumo anual per cápita de carne fresca de ovino.

A pesar de los cálculos estimados de demanda, creemos que 77kg mensuales de chorizos de conejo es insuficiente, por lo tanto, respetando los 1612 kg/mes hemos decidido modificar la ponderación y realizar un 80% de chorizos de ovino y un 20% de conejo debido a que deberemos testear las preferencias de los consumidores, dada la novedad del producto.

Con respecto al porque elegimos un producto gourmet; las respuestas son varias. Los consumidores mundiales están viviendo por un momento de cambios de hábitos alimenticios y no sólo respecto a diversidad en la dieta sino también en la calidad de la misma, pasando a alimentos cada vez mas saludables (menos grasas, sal, etc.) y como parte del efecto globalizador también somos afectados por esta tendencia.

Muestra de ello es la apertura de diversos restaurantes o casas de comidas de distintas procedencias, como son restaurantes indios, chinos, caribeños, armenios, japonesas, etc. que poco tiempo atrás no existían. También se ve la ampliación de los menues de los tradicionales restaurantes con platos extravagantes o con la inclusión de nuevas carnes como son las de ñandú, ciervo, jabalí, yacaré, caracol, ranas, etc.

A pesar de ello el argentino (y el pampeano en particular) muestra gran respeto y reticencia al cambio de su dieta (a pesar de lo dicho anteriormente) y dedica su consumo exclusivamente a asados, milanesas, empanadas y pizzas. Aquí también vemos un cambio, aunque más sutil cambio al fin. Por ejemplo la variedad en los gustos se amplió muchísimo, pasando de la clásica pizza de mozzarella o napolitana a pizzas de infinidad de ingredientes como son las de panceta, palmitos, huevos fritos, berenjenas, pizzas rellenas, etc; y en el caso de las empanadas se ha pasado de las clásicas de carne, jamón y queso y pollo a las de roquefort, matambre, de merluza, la calabresa, etc. Y justamente este es el criterio que nosotros pretendemos seguir, es decir, cambiar un producto sin cambiar su esencia. Queremos ofrecer un chorizo, con toda su tradición, pero con un relleno diferente; aprovechando la idiosincrasia de los pampeanos y la tendencia de consumo para insertar un producto gourmet nuevo.

Por último, la idea de ofrecer un producto gourmet se vincula al hecho de que los consumidores están cada vez exigentes en materia de calidad alimenticia y el aumento en el poder adquisitivo de la población posibilita que ese nicho sea atendido. Es decir, en el proyecto estaríamos identificando una potencial necesidad de los consumidores de lo cual se derivaría en una nueva actividad con un esperado futuro propicio.

Un dato que no hemos considerado en cálculos pero engrosa la demanda es la actividad turística (consumidores foráneos).

### **Demanda futura:**

Creemos que la demanda futura de chorizos gourmet se verá beneficiada por múltiples aspectos. Uno de ellos es la tendencia hacia la disminución del peso relativo de la carne vacuna sobre el resto de las carnes dentro de la matriz de consumo de proteínas cárnicas.

Al ser un producto nuevo (en caso de ser aceptado), creemos que la demanda ira creciendo exponencialmente (fase de introducción y crecimiento), a diferencia de entrar a un mercado en fase de madurez como sería el caso de los chorizos parrilleros tradicionales (modelo del ciclo de vida del producto).

Otro factor a considerar es el crecimiento de la población. Según datos de la Dirección General de Estadísticas y Censos el crecimiento demográfico en el mercado de referencia es de 1.23%

La sustitución de carnes bovinas hacia otras alternativas con menor tenor graso y, por ende, más saludables también puede contribuir a una mayor demanda futura.

Respecto a la evolución en los chacinados parrilleros según datos de la CAICHA el consumo (=producción) es variable en años sucesivos pero posee una tendencia estable.

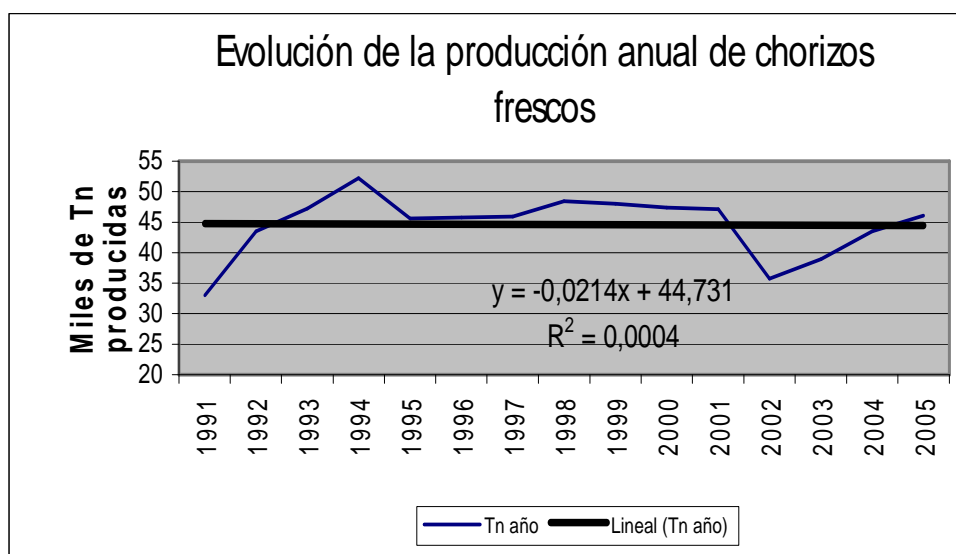


Gráfico según Anexo 2. Fuente: Elaboración propia

Del análisis de la serie histórica de producción de chorizos parrillero surge una tendencia levemente decreciente. La pendiente de la recta de ajuste nos indica que la producción-consumo caerá un 0.0214 tn anualmente (21.4 kg/año). Es decir que la estimación de la producción-consumo de los chorizos parrilleros será:



Producción de Chorizos	
Año	Tn
1991	33,00
1992	43,50
1993	47,25
1994	52,20
1995	45,60
1996	45,75
1997	45,90
1998	48,45
1999	48,00
2000	47,40
2001	47,10
2002	35,70
2003	39,00
2004	43,50
2005	46,05
2006	45,98
2007	45,96
2008	45,94
2009	45,91
2010	45,89
2011	45,87
2012	45,85



Cabe destacar que la estimación debe ser tomada con mucha precaución debido al bajo R cuadrado que presenta la función ( $R^2 = 0.0004$ ), lo cuál indica una baja capacidad de explicación.

En conclusión creemos que la demanda futura de los productos ofrecidos será creciente dada la suma de la evolución estable del consumo de chacinados parrilleros tradicionales con todos los aspectos favorables mencionados anteriormente.

El valor estimado de crecimiento de la demanda será de un 10% interanual.

## **ANALISIS DE MERCADO DE LAS MATERIAS PRIMAS PRINCIPALES**

### **ANALISIS A NIVEL NACIONAL**

#### **OVINOS:**

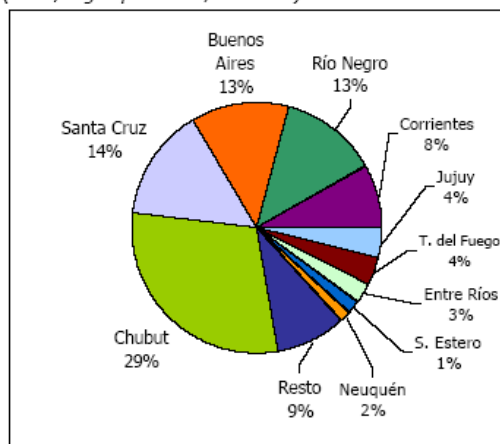
Las razas ovinas en Argentina esta compuesta por un 50% correspondiente a razas productoras de lana (Merino) y doble propósito (Corriedale, Romney Marsh, Lincoln, Pampinta y Criolla). Sólo una raza es netamente productora de carne, la Hampshire Down.

Si bien la participación de la ganadería ovina en el Producto Bruto Agropecuario no es de relevancia, es la actividad más importante en la región patagónica, que posee casi el 60% de las existencias de ovinos. Le siguen en importancia la región pampeana, con el 27% del stock, la Mesopotámica, con el 11%, y la región noroeste (NOA), con el 2% del total de cabezas ovinas.

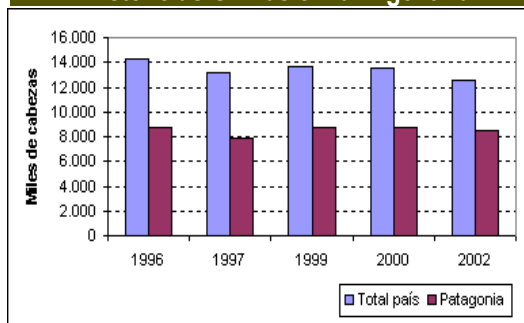
En las últimas décadas, el cambio en los sistemas de producción, el avance de la frontera agrícola y el reemplazo del ganado ovino por bovino generaron una fuerte disminución del stock ovino. En la década de 1960 el rebaño superaba los 48 millones de cabezas, en los años '80 alcanzaba a 32 millones; en los 90 a 24 millones. Actualmente sólo supera los 12,5 millones.

**Existencias de ovinos**

(en %, según provincias, año 2000)



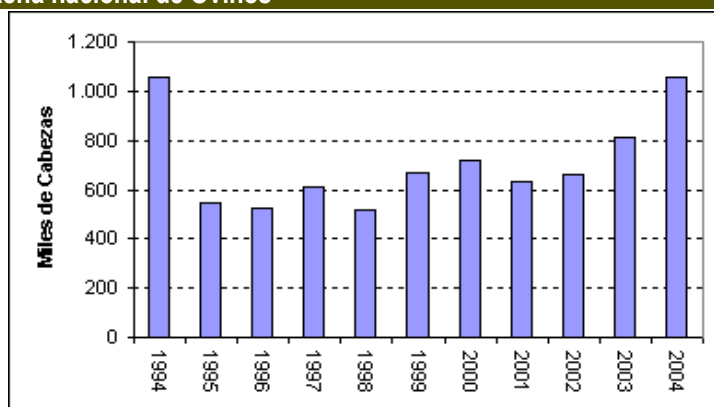
Fuente: INDEC

**Existencias Ovinas en la Argentina**Fuente: INDEC - Encuesta Nacional Agropecuaria.  
En 1998 no hubo recolección de datos sobre la especie ovina.

El gran desarrollo de razas doble propósito permite estimar que la tendencia a la obtención de carne esta cobrando relevancia, pero dependerá fuertemente de la relación de precios entre ambos productos (lana y carne).

**Faena y producción de carne**

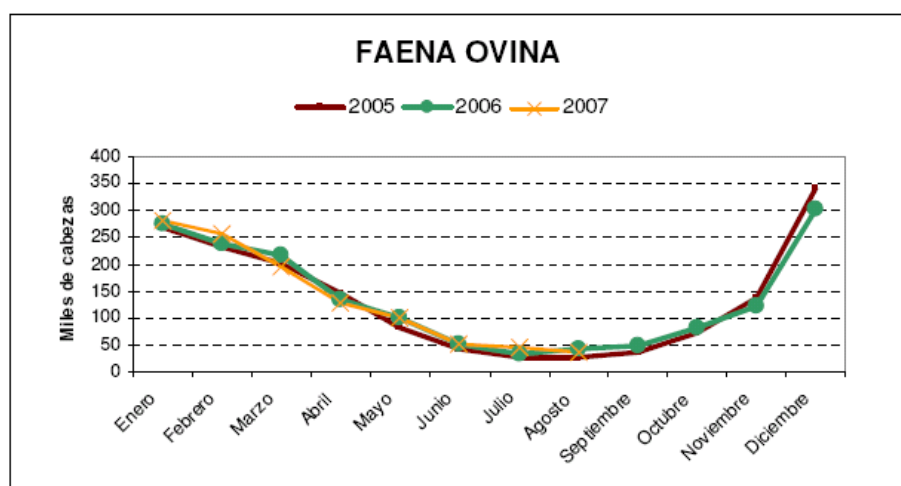
Se observa que el sector protagoniza un crecimiento sostenido, ya que sólo entre el año 2003 y 2004, los ovinos destinados a faena aumentaron un 30%.

**Faena nacional de Ovinos\***

\* Frigoríficos registrados.

Fuente: Dir. Nac. de Alimentos en base a datos del SENASA.

En el siguiente grafico se puede observar la evolución de la faena a lo largo del año, esto nos da un indicio de la estacionalidad de la oferta. En dicho cuadro se ve un notable aumento de la faena a partir del mes de noviembre hasta diciembre, luego comienza a descender paulatinamente hasta llegar al mínimo faenado en el año en el mes de julio.



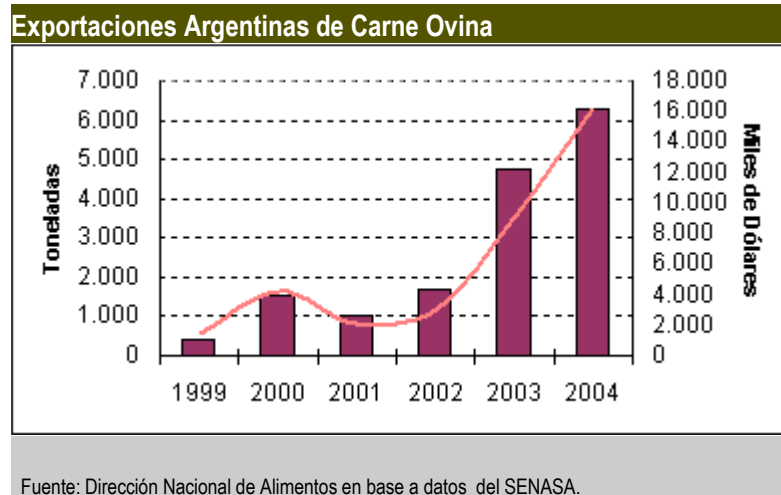
Fuente: ONCCA Elaboración: Depto. Ovinos y Lanás –SAGPyA

La industria frigorífica se halla localizada en las zonas de producción. En las provincias patagónicas y Buenos Aires concentran la mayor cantidad de establecimientos habilitados por el SENASA.

Asimismo diez frigoríficos concentran el 77% de la faena, valor que se distribuyó del siguiente modo en las provincias: 35% en Chubut, 52% en Santa Cruz, 9% en Tierra del Fuego, y 4% en Buenos Aires. Cabe destacar que desde 1998 la industria frigorífica también se está activando: en aquel año operaban 31 establecimientos que si bien descendieron a 27 en el año 2000, se recuperaron hasta totalizar 34 en 2004.

Se espera un incremento en la faena debido a la demanda europea insatisfecha por falta de oferta, a lo que se le sumó en los últimos tiempos, la reaparición de la barrera sanitaria para la aftosa (esto nos da un indicio del potencial futuro del sector). En este sentido hay que tener en cuenta que en el periodo 1999-2004 las ventas externas promediaron anualmente 1900 toneladas, pero en el último trienio las exportaciones se triplicaron. Durante el primer trimestre del año 2005, las ventas al exterior alcanzaron las 5,2 miles de toneladas

con un valor de 12,5 millones de dólares; lo que significa un aumento del 49% en volumen y del 44% en valor.



### ***Importaciones***

La importación de carne ovina tuvo tendencia creciente hasta 1998, en que comenzó a descender. Actualmente representa el 1.5% de la producción estimada, lo cual revela que el desarrollo del mercado local está siendo abastecido por materia prima nacional.

**CONEJO.**

Primeramente la producción de conejos en Argentina se destinaba a la obtención de pelo. Con el inicio de la convertibilidad, el mercado se vio invadido por productos provenientes de España y de otros países, ocasionando el abandono de la actividad por partes de muchos productores.

En el inicio de la década del 90, el aumento de las exportaciones de carne de conejo produjo un cambio en la matriz de producción, dándole mas importancia a la obtención de carnes. Sin embargo, estas ventas se vieron muy disminuidas desde 1995 (siendo incluso nulas desde el 1998 hasta 2000), período que finalizó con la crisis de fines del 2001. Luego de la devaluación y la recomposición de precios relativos, la producción de carne volvió a tener gran impulso y, desde el 2002, volvieron a registrarse ventas al exterior. Esta actividad en general, ha sido una actividad con ciclos de crecimiento, estabilización y también de retroceso.

Debido al bajo requerimiento de capital necesario para iniciarse en la cunicultura hace que esta actividad sea muy flexible según las condiciones de demanda y mercado, cuestión que justifica la gran variabilidad de la producción en el tiempo según condiciones externas a la producción de conejos.

Con respecto a datos técnico de producción, un conejar que cuente con 50 hembras y con 6 a 8 machos puede producir anualmente entre 1500 y 1800 conejos terminados. Otro dato interesante es la capacidad de producción de una hembra: se calcula que una coneja de entre 4 y 4,5 kilos de peso puede producir unos 100 kilos de carne por año.

El sistema argentino se caracteriza por ser semi-intensivo. La gran mayoría de los productores tienen planteles reducidos, que varían entre 50 y 100 hembras, pese a que se estima que la unidad económica debería contar con 300 madres. Las grandes explotaciones cuentan con entre 500 a 1.500 reproductores.

La cría de conejos se realiza en gran parte del territorio nacional, presentando mayor concentración en Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe.

El número de frigoríficos habilitados para tránsito federal, se estima, suman sólo el 50% de la producción total. El resto de la producción está distribuida directamente en los puntos de venta, consistente con la existencia de una producción muy atomizada y de muy

pequeña escala. De esta forma, no se cuenta con cifras sobre la producción informal, aunque se estima que podría representar un volumen similar al registrado formalmente.

Los datos de faena muestran que se produjo un incremento considerable en el período 1991-1995, el cual no pudo ser mantenido en el período 1996 - 2000. Durante estos años el número de cabezas faenadas mostró una caída del orden del 50%. Desde el 2001 al 2004 se produjo un fuerte repunte, llegando en este último año a faenarse más de 1,7 mill. de cabezas, lo cual constituye un récord para la cunicultura argentina. Este fuerte crecimiento de la actividad estuvo ligado a los precios más competitivos que tuvo el sector dado el cambio en los precios relativos producto de la devaluación de la moneda nacional y la mejora en los precios internacionales, a lo que se sumó una mejora en la demanda mundial.

Los precios recibidos por tonelada exportada de carne fresca en el 2004 aumentaron un 16%, superando los u\$s 5000. Este aumento se debe a la implementación de planes sanitarios, a la intensificación del ritmo reproductivo y, sobre todo, al incremento de la demanda que generó mejores precios para el productor.

Las exportaciones de carne de conejo se vieron revitalizadas desde el 2001. El sector se ha visto también favorecido por el incremento de la demanda externa. Argentina fue exportador de carne de conejo durante el período 1992-1994 (con un volumen máximo en 1993) para caer luego en un período de exportaciones discontinuas y declinantes en volumen (4 t en 1995, 12 t en 1997). Finalmente, desde 1998 hasta el 2001 no hubo exportaciones de carne, cesando por completo las ventas.

En total, los países de destino fueron 7, siendo los que tuvieron mayor importancia en cuanto al valor exportado Holanda (que sumó el 38,9% de las exportaciones), seguido por Bélgica (16,6%), España (15%) y Austria (12,8%).

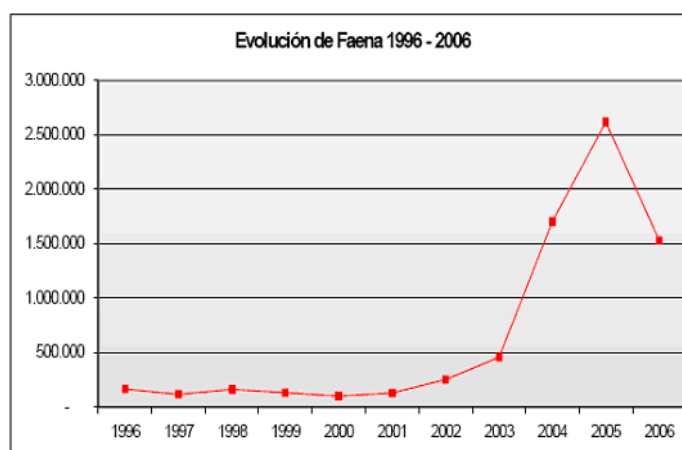
En el 2004 se exportaron 1.390 t de carne fresca de conejo, las que totalizaron 7.209.000 dólares. Esto significa un crecimiento del 330% en el 2004 respecto del 2003, a la par que durante el 2004 se incorporaron nuevos destinos (como Francia y Bélgica).

En Argentina, casi la totalidad de las exportaciones de carne corresponden a envíos de carne fresca.

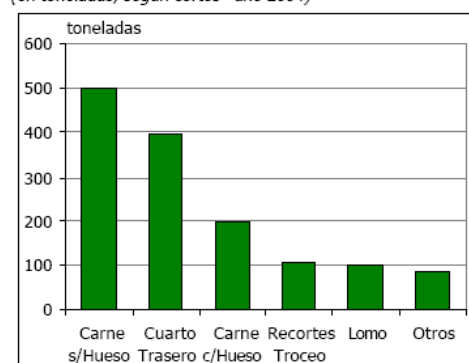
(Ver Anexo 4)

ANALISIS DE EXPORTACION DE CONEJOS			
	Faena en Tn.	Export. Tn..	% export.
2002	380,3	124,0	32,61
2003	685,6	461,0	67,24
2004	2553,8	2392,4	93,68
2005	2392,4	2193,0	91,66
2006	2297,6	1929,0	83,96

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la SAGPyA

**Faena histórica en cabezas**

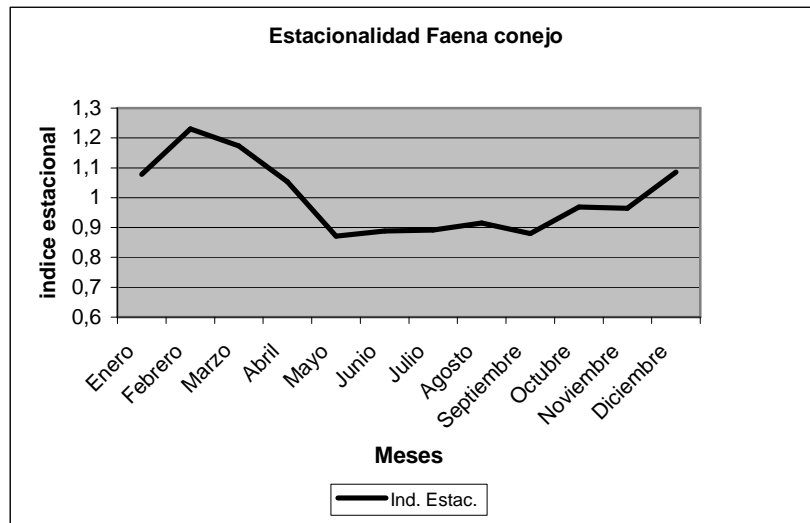
Fuente: Área Cunicultura Dirección de Ganadería, SAGPyA - Sobre base de datos SENASA.

**Exportaciones de carne fresca de conejo**  
(en toneladas, según cortes - año 2004)

Fuente: SENASA

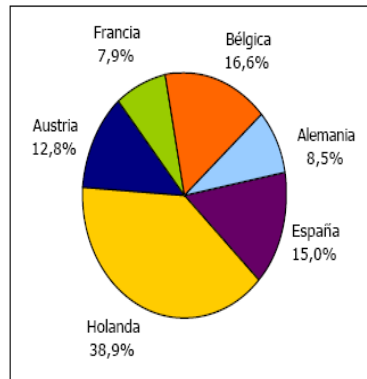
(Ver Anexo 4)





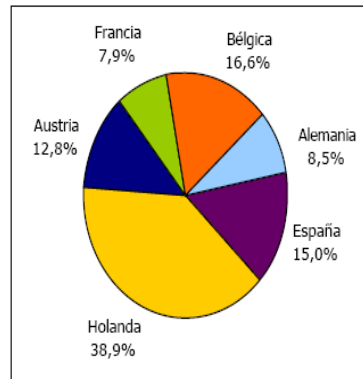
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SAGPyA

Exportaciones de carne fresca de conejo  
(en % del valor - año 2004)



Fuente: SENASA

Exportaciones de carne fresca de conejo  
(en % del valor - año 2004)



Fuente: SENASA

**Frigoríficos**

Nombre / Firma	Localidad	Provincia	Teléfono	Dirección
Infriba S. A.	Batán	Bs. As.	0223-4642190	Ruta 88 Km 12,5 Ramal a Canteras (B7601ZCA)
Frigorífico Eurotapalqué	Tapalqué	Bs. As.	02283-420232/461111	Prol. 25 de Mayo y Ruta Prov. 51 7303
Industria Alimentaria Coronel Vidal	Coronel Vidal	Bs. As.	02265-432641/4394-6405	Florida 253 P-3 Of.O.(1349)
Cabaña El Fortín S.A Frigocruz S.A	Solís	Bs. As.	011-1558549008	
UN-AR S. A.	Ascensión	Bs. As.	011-15-44296641 02353-49-6005	Ruta 45 y Acceso a Ascensión Cp 6003
Granja Ecológica Catamarca	Dpto de Ancasti	Catamarca	03832-48-0012	Ruta Pcial N° 2 s/n
Los Abuelos Com. Interno	Ramallo	Bs. As.	0347-421914	San Martín 2011
V. Bruni - Com. interno	F. Varela	Bs. As.	011-4216-7627	Calle 4 N° 3365 Cp:1084 - Berazategui
Frigorífico del Sur S.A. Com.Int.	Río Cuarto	Córdoba	0358-4665489	P. Ind. Pte.Perón (E) 1524
Conecar S. A Com. Int	Las Varillas	Córdoba	03533-420685/420119	Córdoba 343

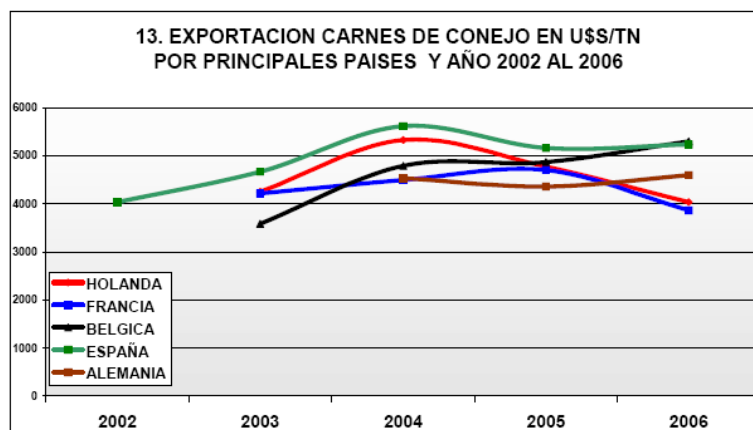
Fuente: Área Cunicultura Dirección de Ganadería, SAGPYA - Sobre base de datos SENASA.

**Evolución de los precios del conejo en usd.**

La evolución de los precios se va a hacer teniendo en cuenta los precios de exportación ya que la producción de carne se exporta casi en su totalidad, siendo este mercado el principal a la hora de fijar precios.

En el siguiente grafico se observan la evolución de los precios de conejo según destinos de exportación. En dicho grafico se ve una tendencia con leve crecimiento en el tiempo, teniendo un marcado ascenso en el año 2004 pero que no persistió con la tendencia general de los precios.

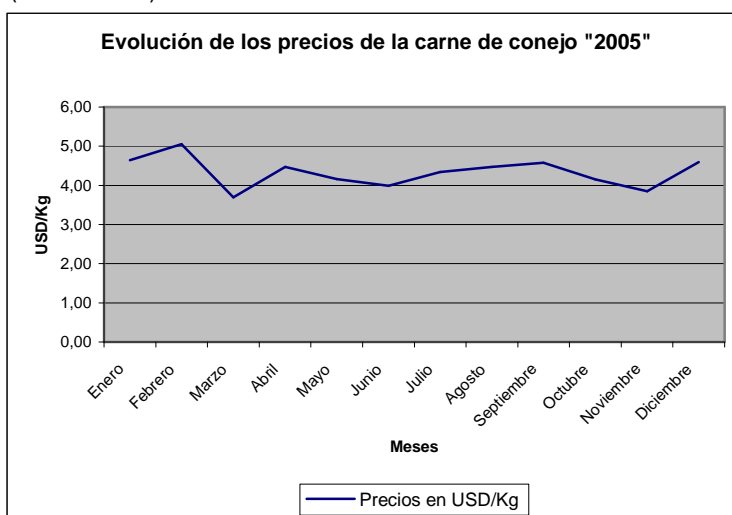
(Ver Anexo 5)



Fuente: SAGPYA-Dirección de Ganadería, Área Cunicultura sobre base de datos SENASA

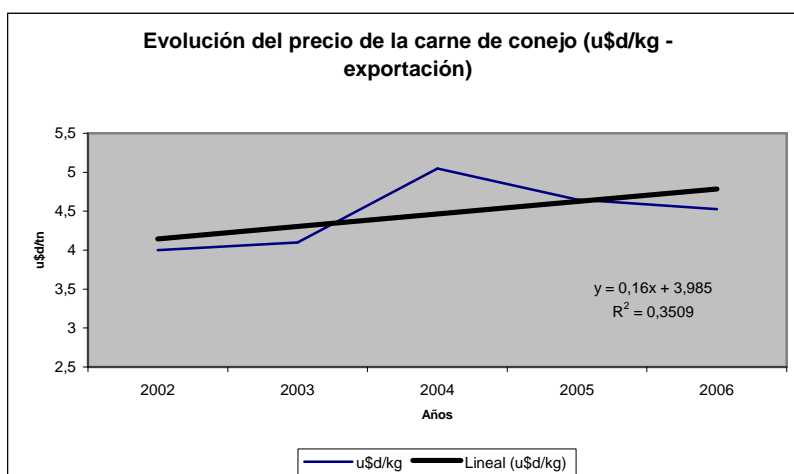
En el siguiente grafico se puede ver la evolución de los precios a lo largo del año 2005, dicha evolución no sufre grandes cambios siendo generalmente superior a los 4 USD/Kg. Los picos se dan en el mes de febrero, donde el precio es mayor, y en el mes de marzo donde el precio es menor. Por falta de información de los precios mensuales de conejos, suponemos, aunque con riesgos, que los precios de conejo son mas o menos estables a lo largo del año, tomándolo como referencia para determinar la estacionalidad en los precios.

(Ver Anexo 6)



Fuente: elaboración propia

El incremento en la demanda de carne de conejo se tradujo en una fuerte expansión de la faena registrada, y en mejores precios pagados al productor, factor éste responsable en parte del aumento de la rentabilidad de la actividad. Así es que el precio pagado por el kilo de conejo en pie, puesto en frigorífico, ha evolucionado de 1,80 \$/Kg. en mayo de 2001 a 3,80/4,25 \$/Kg. en la actualidad.



Del análisis de la serie histórica de precios de carne de conejo surge una tendencia creciente. La pendiente de la recta de ajuste nos indica que el precio subirá un 0.16 u\$ anual por Kg, o sea un 3,4 % en promedio

La estimación debe ser tomada con precaución debido a que el R cuadrado que presenta la función ( $R^2 = 0.35$ ) es bajo, indicando poca capacidad explicativa.

### ANÁLISIS A NIVEL REGIONAL (provincia de La Pampa)

#### OVINOS

CUADRO N° 39: EXISTENCIAS OVINAS POR DEPARTAMENTO AL 30/06/05.

DEPARTAMENTOS	Total	Ovejas	Corderos	Corderas	Capones	Borregos	Borregas	Carneros
<b>TOTAL PROVINCIA</b>	<b>283.664</b>	<b>172.301</b>	<b>46.338</b>	<b>33.996</b>	<b>5.558</b>	<b>7.316</b>	<b>8.842</b>	<b>9.313</b>
ATREUCO	20.941	12.498	3.361	2.528	719	511	560	764
CALEU CALEU	9.764	5.575	1.605	1.354	397	224	359	250
CAPITAL	19.146	11.234	3.126	2.176	318	775	1.034	483
CATRILO	10.663	6.171	1.698	1.237	394	498	312	353
CHALEO	2.221	1.685	229	117	42	47	23	78
CHAPALEUFU	10.465	5.766	2.090	1.340	111	193	576	389
CHICAL CO	6.637	4.062	940	759	236	200	226	214
CONHELO	24.913	14.719	5.018	3.430	354	214	323	855
CURACO	1.303	842	126	132	14	39	102	48
GUATRACHE	17.174	11.217	2.572	2.015	155	350	371	494
HUCAL	29.699	18.851	4.272	3.741	479	515	930	911
LIHUEL CALEL	5.638	3.667	748	661	155	119	149	139
LIMAY MAHUIDA	4.025	2.028	527	543	117	350	384	76
LOVENTUE	12.330	7.898	1.851	1.254	395	216	273	443
MARACO	8.960	5.412	1.745	1.097	140	102	148	316
PUELEN	5.121	3.133	796	618	149	113	172	140
QUEMU QUEMU	13.972	8.202	2.502	1.275	127	576	751	539
RANCUL	12.936	7.564	2.581	1.640	186	269	274	422
REALICO	7.878	5.014	1.389	887	79	103	92	314
TOAY	16.103	9.568	2.724	1.998	325	355	518	615
TRENEL	11.914	6.965	2.391	1.599	18	230	303	408
UTRACAN	31.862	20.230	4.049	3.594	647	1.318	964	1.060

FUENTE: Dirección General de Estadística y Censos – REPAGRO 2005

La evolución de la faena de ovinos en la provincia de la pampa en el año 2005 y 2006, se presenta en el siguiente cuadro (teniendo en cuenta las categorías de los animales faenados, la cantidad de cabezas y el rendimiento en gancho).

Periodo	TOTAL OVINOS		CAPONES		OVEJAS		BORREGOS		CORDEROS		CORDERAS		CARNEROS	
	Cabezas	P.Gancho (tn)	Cabezas	P.Gancho (tn)	Cabezas	P.Gancho (tn)	Cabezas	P.Gancho (tn)	Cabezas	P.Gancho (tn)	Cabezas	P.Gancho (tn)	Cabezas	P.Gancho (tn)
2.005	3.672	83,3	-	-	-	-	742	19,0	2.930	64,3	-	-	-	-
1ºSem.05	1.619	33,8	-	-	-	-	-	-	1.619	33,8	-	-	-	-
2ºSem.05	2.053	49,6	-	-	-	-	742	19,0	1.311	30,6	-	-	-	-
2.006	8.120	189,3	482	37,8	-	-	-	-	7.638	151,5	-	-	-	-
1ºSem.06	2.663	59,3	175	7,8	-	-	-	-	2.488	51,5	-	-	-	-
ene-06	320	7,0	-	-	-	-	-	-	320	7,0	-	-	-	-
feb-06	339	8,0	-	-	-	-	-	-	339	8,0	-	-	-	-
mar-06	609	11,0	-	-	-	-	-	-	609	11,0	-	-	-	-
abr-06	419	8,0	-	-	-	-	-	-	419	8,0	-	-	-	-
may-06	452	9,0	-	-	-	-	-	-	452	9,0	-	-	-	-
jun-06	524	16,3	175	7,8	-	-	-	-	349	8,5	-	-	-	-
2ºSem.06	5.457	130,0	307	30,0	-	-	-	-	5.150	100,0	-	-	-	-
jul-06	162	4,0	-	-	-	-	-	-	162	4,0	-	-	-	-
ago-06	502	9,0	-	-	-	-	-	-	502	9,0	-	-	-	-
sep-06	946	39,0	307	30,0	-	-	-	-	639	9,0	-	-	-	-
oct-06	953	19,0	-	-	-	-	-	-	953	19,0	-	-	-	-
nov-06	1.103	24,0	-	-	-	-	-	-	1.103	24,0	-	-	-	-
dic-06	1.791	35,0	-	-	-	-	-	-	1.791	35,0	-	-	-	-

Fuente: Dirección de Estadísticas y Censos –LP

### Precios de ovinos a nivel local

Los precios de ovinos en la provincia de la pampa son variables de acuerdo a la época del año a la que nos refiramos, esto se debe principalmente a la estacionalidad de la producción a lo largo del año.

En el listado de precios se hace una comparación con los precios en el mercado de Bs. As, principal competidor en la demanda de materias primas producidas en la provincia.

Los precios son los siguientes:

Categoría	\$/Kg. Sta Rsa Octubre (2007)	\$/Kg Bs As	Prom. Año Sta Rsa
<b>Ovejas (25-28Kg)</b>	<b>3,20</b>	<b>3,60</b>	<b>3,90</b>
Corderos (12-15Kg)	8,00	9,65	9,00
Ovinos (15-20Kg)	6,00	6,75	6,50
<b>Borregos (20-23Kg)</b>	<b>3,40</b>	<b>5,50</b>	<b>4,50</b>
<b>Capones (23-27Kg)</b>	<b>3,50</b>	<b>3,90</b>	<b>4,00</b>

Fuente: Frigorífico de Santa Isabel.

Los precios mencionados corresponden a octubre del 2007 puesto en Santa Rosa y su comparación con el precio puesto en Buenos Aires y, por último, están los promedios del año puestos en Santa Rosa. La fuente de información es el Frigorífico de Santa Isabel, quienes nos han informado de la inexistencia de un registros histórico de precios.

## CONEJO

La mayoría de la producción cunícola pampeana se vende en forma individual (en el caso de productores independientes) o conjunta, en el caso de asociaciones y/o cooperativas constituidas no sólo para mejorar la producción, sino también como una forma más eficiente de lograr la comercialización.

El destino de estas ventas son frigoríficos exportadores que retiran el producto cada 10 o 12 días en los lugares que se acuerdan para realizar la carga. En su mayoría, los frigoríficos son de la Provincia de Buenos Aires; en La Pampa solo existe un frigorífico de pequeños animales habilitado por SENASA, en la ciudad de Santa Rosa, que está en funcionamiento para esta actividad desde hace un año y medio. En la ciudad de Gral. Pico se encuentra un matadero municipal, donde los productores pueden llevar sus gazapos y faenarlos a muy bajo costo, para las ventas que realizan en forma particular localmente.

Otra manera de comercializar esta producción, es a través de la venta directa al público, restaurantes, etc.; la que en algunos casos se realiza en forma no declarada, ya que dicha producción proviene de criaderos que no cuentan con ningún tipo de habilitación.

En la provincia se encuentran 188 productores registrados. El 73% de los productores hace poco tiempo que ha comenzado la actividad, un 17% de dos a cuatro años, y un muy pequeño porcentaje está en producción hace más de cuatro años.

El mayor porcentaje de criaderos se encuentra en Santa Rosa (18%) y en el departamento capital (19,9%). En segundo lugar encontramos criaderos en el departamento de Hucal, abarcando varias localidades donde se está desarrollando una interesante cuenca productiva (Jacinto Arauz, Bernasconi, Gral San Martín). El 73% de los criaderos no supera las 50 madres, y son muy puntuales los casos en que se superan las 100 madres. Hay un solo caso, en Jacinto Arauz, la empresa Molisud, S.A. que cuenta en la actualidad 1200 madres en producción, teniendo una proyección futura de 3000 madres.

En el siguiente cuadro se encuentra plasmada la producción cunícola habilitada por SENASA en la provincia al 1/06/2004.

VALORES	Cantidad de Productores	Antigüedad de Productores			N° de madres por Productor			
		Hasta 2 años	de 2 a 4 años	más de 4 años	Total Madres	Hasta 50	de 51 a 100	Más de 100
Absoluto	161	118	28	15	7083	5157	1388	538
Relativo (%)	100	73,3	17,4	9,3	100	72,8	19,6	7,6

VALORES	Cantidad de Productores	Destino de la Producción			Productores asociados	Productores en crédito	Productores que compran alimento dentro prov.	Productores con plan sanitario
		Frigorífico	Acoplador	Dto. Al público				
Absoluto	161	94	28	7	32	77	84	
Relativo (%)	100	58,4	17,4	4,3	19,9	47,8	52,2	

Fuente: Dirección de producciones alternativas de la provincia.

## FRIGORIFICOS

En la década del '80 surge y se expande la industria frigorífica. Las leyes de Promoción Industrial permitieron la radicación en la Provincia de establecimientos en Santa Rosa, Toay, General Pico, La Adela, General Acha, Trenel, Uriburu, Intendente Alvear y Loventué.

Según información suministrada por la Dirección de Ganadería, en la actualidad existen trece frigoríficos. Los mismos se encuentran en general en buen estado de conservación en lo referente a estructura edilicia, así como también existe dentro de los titulares una preocupación permanente por mantenerse actualizados en lo referente a tecnología y requerimientos de sanidad.

CUADRO N° 51: Plantas Frigoríficas de la Provincia de La Pampa, clasificadas por Tipo de Faena y Ubicación.

Empresa	Tipo Faena	Ubicación	
		Ciudad	Departamento
Exportaciones Agroindustriales S.A.	Bovinos	Santa Rosa	Capital
Frigorífico General Pico S.A.	Bovinos, Porcinos, Ovinos	General Pico	Maracó
Francisco Nelson Gil	Bovinos	Toay	Toay
Frigorífico Trenel S.A.	Bovinos, Porcinos, Ovinos	Trenel	Trenel
Frigorífico Pilotti S.A.	Bovinos, Porcinos	La Adela	Caleu Caleu
Frigorífico Uriburu S.A.	Equinos.	Uriburu	Cabilló
Frigorífico General Acha S.A.	Bovinos	General Acha	Utracán
Cenoz Osvaldo Enrique	Bovinos, Porcinos, Ovinos, Esp. Salvajes.	General San Martín	Hucal
Fundación Nuestros Fillos	Conejos, aves, lechones, corderos, ovinos y porcinos adultos.	Santa Rosa	Capital
Patagonia Norte S.R.L.	Porcinos, Ovinos, Esp. Salvajes.	Tomás M. Anchorena	Ateuó
Maxifarm	Liebres	General Pico	Maracó
Frigorífico Loventue S.R.L.	Inactivo	Loventué	Loventué
Frigorífico Jacinto Arauz	Conejos, Bovinos, Ovinos, Porcinos, Esp. Salvajes	Jacinto Arauz	Hucal
Frigorífico YOVLIN	Bovinos, Equinos, Porcinos, Esp. Salvajes.	Victorica	Loventué
Frigorífico Intendente Alvear	Porcinos.	Intendente Alvear	Chapaleufú
Frigorífico Embajador Martini	Ñandúes.	Embajador Martini	Realicó
Frigorífico Santa Isabel	Ovinos, Caprinos.	Santa Isabel	Santa Isabel
Ciervos Pampeanos S.A.	Ciervos (Inactivo).	Quehué	Utracán
Guatraché	En construcción.		Guatraché
Municipalidad de General Pico	Pollos.	General Pico	Maracó
Ataliva Roca	Pollos, Lechones, Corderos.	Ataliva Roca	Utracán

Fuente: Dirección de Ganadería.

## RESULTADOS DEL ANALISIS DE MATERIAS PRIMAS PRINCIPALES

### OVINOS

- ✓ Aumento de la producción con el fin de abastecer el mercado interno y potencial aumento para cubrir el mercado externo con potencial de crecimiento.
- ✓ Interés a nivel nacional por el desarrollo ovino, demostrado por la ley N° 25422 promulgada en Mayo de 2001, reglamentada por el Decreto 031/2002. Esta ley tiene por objeto destinar parte del presupuesto nacional a recuperar la ganadería ovina e incluye, entre otras cuestiones, la creación de un Fondo Fiduciario para la Recuperación de la Actividad Ovina. La autoridad de aplicación es la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA).
- ✓ Aumento de la importancia en la producción de carne con respecto a lana y el interés de los productores por la incorporación de razas doble propósito.
- ✓ Alta concentración de la faena, problema que puede condicionar el abastecimiento de la materia prima.
- ✓ Estacionalidad de la producción, en la que se produce una concentración en los meses estivales, generando la necesidad de contar con algún tipo de integración contractual para amortiguar la disminución de oferta en los demás meses del año a fin de mantener una oferta de embutidos constante.
- ✓ Los precios son variables a lo largo del año, aumentando en la época de menor producción. La cotización actual es de 3.40 \$/Kg. para ovinos adultos, llegando a un promedio anual de 4.15 \$/Kg. (fuente: Frigorífico de Santa Isabel).
- ✓ La competencia directa por la materia prima esta dado por el mercado de Buenos aires, con el cual tenemos una ventaja comparativa de localización. (Fuente: Frigorifico de Santa Isabel).
- ✓ El prove



- ✓ La faena a nivel provincial aumento entre el 2005 y 2006 un 44%, pasando de 83.3 Tn. a 189.3 Tn. respectivamente.
- ✓ La incidencia del proyecto en el mercado de la materia prima no tiene alta incidencia, razón por la cual consideramos que no se va a tener problemas de desabastecimiento de la misma.
- ✓ Otro aspecto a tener en cuenta en el ámbito local es, la difusión por parte del INTA para el desarrollo de la producción y el mejoramiento genético a partir de la introducción de la raza PAMPINTA. Esta raza, tiene muy buena producción y calidad carnicera.

## **CONEJOS**

- ✓ Aumento de la importancia en el ámbito nacional en la producción de carnes sobre la de pelos.
- ✓ Alta participación del mercado externo en la absorción de la producción, participando en un 83.96% el año pasado a nivel país. Esto trae aparejado gran concentración de la faena para lograr volúmenes exportables y alta dependencia del mercado interno de los precios que se fijan en el ámbito internacional.
- ✓ Alto poder de negociación de los frigoríficos (forman un mercado oligopsonio), siendo los agentes principales en la fijación de precios y márgenes de comercialización en la cadena comercial del conejo en el ámbito nacional.
- ✓ Interés nacional por el fomento de la cunicultura a partir de la aprobación del Decreto N° 881/98, que reglamenta la Ley N° 23.634, que declara de interés nacional la promoción, fomento y desarrollo de la cunicultura. Esta normativa establece la formación de una Comisión Nacional de Cunicultura, que será presidida por el titular de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y contará con representantes de las provincias de Buenos Aires, Catamarca, Córdoba, Entre Ríos, La Pampa, Neuquén, Río Negro, San Juan, Tucumán y Santa Fe.

- ✓ La oferta de conejos es más o menos estable a lo largo del año, teniendo un pico desde diciembre a abril, esto es favorable ya que no se va a requerir almacenamiento del insumo.
- ✓ La oferta de conejo es altamente ajustable a las condiciones de mercado debido al bajo capital requerido para iniciarse en la producción, capacidad aumentada por la estructura del sector, donde la mayoría son pequeños productores.
- ✓ La oferta en la provincia de la pampa es de aproximadamente 7500 gazapos/mes, lo que sería equivalente a 11,250 Tn./mes y una producción anual de 135 Tn./año. (Fuente: dirección de producciones alternativas, provincia de la pampa).
- ✓ La concentración geográfica de la producción de materias primas se encuentra localizada en Santa Rosa el 18% y en el departamento capital 19,9%, lo que se aproxima a una oferta de 2 Tn./mes y 24 Tn./año en Santa Rosa, lugar de donde va a provenir la mayor parte de la materia prima.
- ✓ La incidencia del proyecto en el mercado de la materia prima no tiene alta incidencia, razón por la cual consideramos que no se va a tener problemas de desabastecimiento de la misma.
- ✓ El abastecimiento se realizara por medio del frigorífico municipal (ex fundación nuestros pibes) habilitado para transito provincial, localizado en Santa Rosa.
- ✓ La competencia directa por la materia prima esta dada por los frigoríficos exportadores, por lo tanto, la variabilidad de los precios en el ámbito local van a depender de los precios internacionales principalmente.
- ✓ El costo del gazapo es de 4.80 \$/Kg, más IVA y flete. El costo de la faena es de 0.90 \$/gazapo (fuente: Jéscica Fernández -asistente técnico- dirección de producciones alternativas). Se espera un aumento en dicho precio del orden del 3.5% interanual según el análisis de tendencia de los precios de exportación).

- ✓ La tendencia de los precios internacionales tiene una leve tendencia al aumento, siendo constantes en la mayor parte del año.

### **DISTRIBUCIÓN:**

Al ser un producto nuevo, no se cuenta con información sobre los canales de distribución del mismo, pero si contamos con información de canales de productos competidores que nos sirven de referencia, como lo es por ejemplo, el chorizo de cerdo o de pollo.

Los canales identificados son:

- Carnicerías (principal canal a utilizar)
- Supermercados
- Restaurantes
- Hoteles
- Mini-mercados (despensas, minisuper, autoservicios).

Los productos serán comercializados a través de carnicerías, mini-mercados (despensas), hoteles y restaurantes; los cuales serán provistos de la mercadería mediante la entrega en destino (excepciones pueden ser entrega en nuestro local por pedido del cliente). Se descarta la comercialización a través de supermercados dada su política de pagos (pago a 90 días desde la entrega).

Tomando fuentes secundarias hemos identificado la siguiente cantidad de establecimientos<sup>2</sup>:

	Santa Rosa	Gral. Pico	Toay	Totales
Carnicerías	31	30	3	64
Hoteles	22	5	1	28
Mini-mercados	332	82	12	426
Totales	385	117	16	518

<sup>2</sup> Las fuentes utilizadas para la elaboración del cuadro de establecimientos fueron para el caso de Santa Rosa un distribuidor de productos que –al igual que nuestros productos- precisan mantener la cadena de frío (lácteos) según su nómina de clientes. En el caso de los de G. Pico nuestra fuente fue el M. V. Sola R. – Anexo I.

Otras fuentes secundarias fueron Internet y las páginas amarillas (Toay).

Las carnicerías son el principal referente a la hora de adquirir productos cárnicos. Las despensas son importantes por su dispersión geográfica y los hoteles y restaurantes porque resultan una buena plaza para productos gourmet, incluso sirven de difusión hacia otras áreas de consumo.

La política de distribución consistirá en dividir los mercados de referencia en zonas según poder adquisitivo o nivel de vida. Una vez identificadas las zonas se seleccionarán aquellas que pretendemos atender y dentro de ellas deberemos individualizar los comercios acordes para la comercialización de nuestro producto.

En Santa Rosa se seleccionarán según los criterios antes mencionados los siguientes barrios: Zona Centro, Villa Elvina, Villa Martita, Barrio Fite, Villa Alonso (sur), Zona de Quintas, Villa del Busto y la zona lindante con Toay (av. Perón).

En Gral. Pico los barrios a seleccionar son Villa Margarita, Zona Norte (hacia cementerio), Barrio Talleres y zona centro.

En Toay seleccionaremos locales del centro y de la zona de quintas lindantes con Santa Rosa.

### **COMPETIDORES**

No existen competidores directos ya que se trata de un producto nuevo, por lo menos en el mercado considerado.

Los productos competidores no son sustitutos perfectos pero hacen a la competencia. Dentro ellos hay algunos que compiten en forma mas directa que otros. Ellos son:

Mas directos:

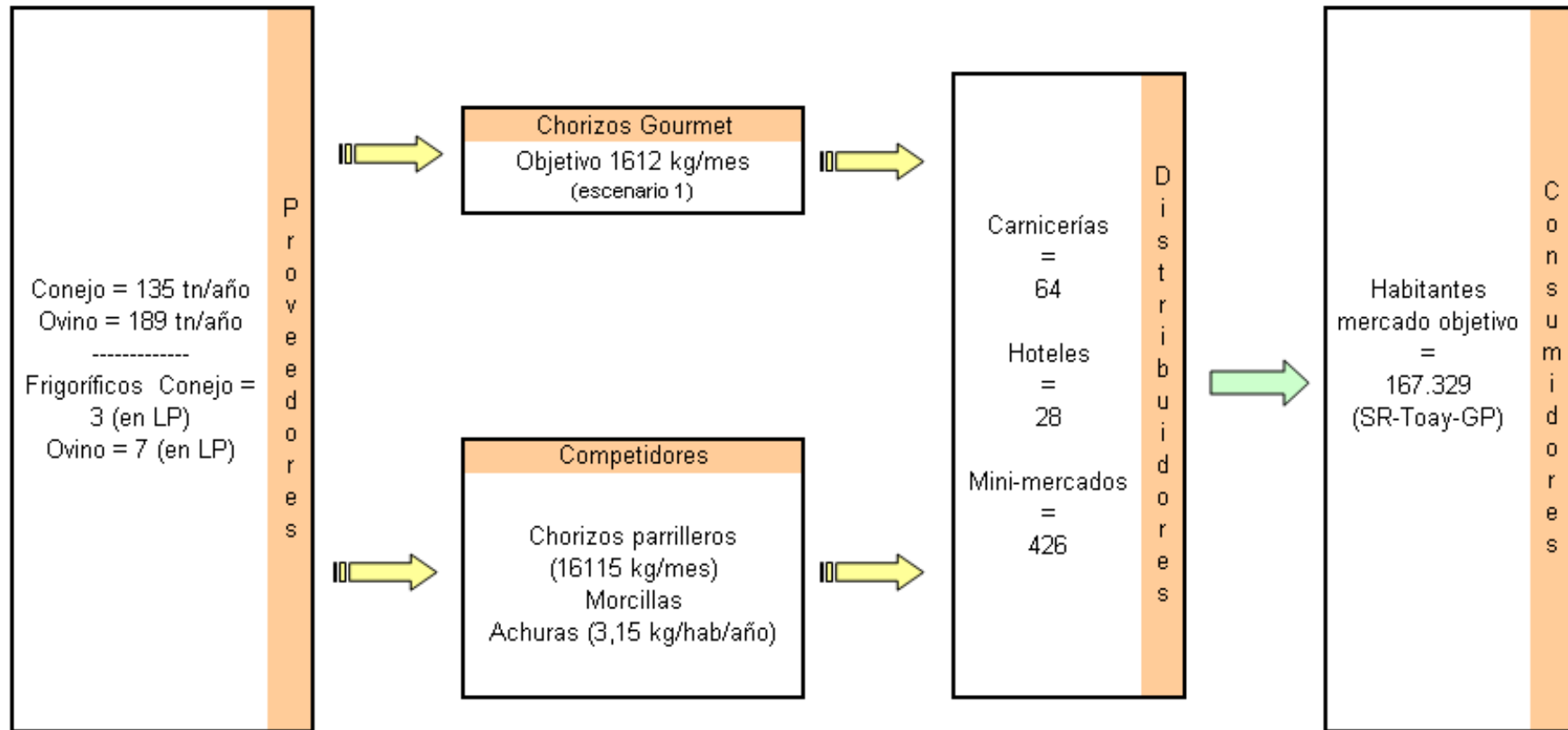
- Chorizos parrilleros de cerdo (especiales)
- Chorizos parrilleros comunes (mezcla con carne vacuna)

Menos directos:

- Morcillas
- Achuras

Estos productos a su vez comparten los mismos canales de comercialización que el producto que pensamos desarrollar en este proyecto.

En cuanto a los fabricantes, la mayor parte se concentra localmente (carnicerías y supermercados) habiendo una pequeña participación de productos foráneos de marcas reconocidas (los menos consumidos al momento de consumo fresco). El detalle de la estructura de los oferentes se encuentra en el análisis de la oferta realizado previamente.



## **ESTUDIO TECNICO:**

### **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

Para determinar la localización del proyecto se tuvieron en cuenta principalmente los centros de consumo y abastecimiento de las materias primas.

La macro localización será en la ciudad de Santa Rosa, principalmente porque concentra la mayor parte del mercado objetivo, tiene una buena ubicación con respecto a las fuentes de aprovisionamiento de las principales materias primas y cuenta con buenos servicios necesarios para llevar a cabo el proyecto.

La micro localización tendrá en cuenta principalmente el costo de alquiler del inmueble, ya que no existen otros determinantes que impidan la instalación del local (como pueden ser impedimentos legales o ambientales ya que los impactos serán similares, incluso menores, a los de una carnicería ni tampoco serán determinantes las distancias ya que se ubicará dentro de la ciudad). Al no tener ventas al público en general no es necesario que esté ubicado en una zona céntrica.

El establecimiento que se alquila para el desarrollo del proyecto se encuentra ubicado en la calle La Rioja al 855. Es una excelente ubicación, céntrica, con todas las instalaciones necesarias, zona de escaso tránsito.

### **TAMAÑO:**

El tamaño del proyecto al 100% de la capacidad normal será de 25.747 kg anuales (2145 kg/mes). En el año de inicio se piensa hacer uso del 75% (19344 kg/año y 1612 kg/mes) de dicha capacidad y sucesivamente incrementar la producción en un 10% interanual hasta lograr en el cuarto año el 100% de la capacidad normal.

Los determinantes del tamaño del proyecto son básicamente derivados de la demanda (no se presentan otros condicionantes como podrían llegar a ser los de provisión de materias primas, de financiamiento, de organización u otros.), ya que al tratarse de un producto novedoso es ella quien puede aceptar o rechazar nuestro producto y a quien está dirigido. Para determinar la cantidad de producción hemos tomado como parámetro el

consumo de chorizos frescos de cerdo (tradicionales). De dicho consumo se estimó el 10% como objetivo inicial (consumo mensual de chorizos frescos de cerdo 16114.67 kg/mes) con la intención de ser lo más precavidos posibles al tratarse de un producto sin mercados de referencia y en formación (tomamos como principal competidor el chorizo de cerdo fresco, pero también los son las achuras, la morcilla, y otras carnes). A pesar de que los cálculos hechos en relación al consumo de las carnes frescas (ovino y conejo en relación a la de cerdo) nos arrojó un valor de 9.647 kg/mes no cantábamos con los argumentos suficientes como para dar certeza a dicho valor.

En lo que riguarda a determinantes del tamaño y dentro de ellos al suministro de insumos lo único que cabe destacar es que a pesar de que se ha detectado un componente de estacionalidad en la oferta de productos, ella es consecuencia no de las características de la producción sino de la demanda (animales jóvenes), por lo que para asegurarnos de la provisión se propondría la realización de un contrato de aprovisionamiento con productores o con el frigorífico mismo (ya que no dependemos sólo de la categoría “cordero”).

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>
<b>KG</b>	<b>19344</b>	<b>21278</b>	<b>23406</b>	<b>25747</b>	<b>25747</b>	<b>25747</b>
	<b>75%</b>	<b>83%</b>	<b>91%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



**ESTUDIO Y DEFINICIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO:***Definición del producto:***Chorizo de Conejo Syrah**

(al estragón)

Este embutido se compone de los siguientes ingredientes:

Para 10 kg de producto:

7.95 kg carne de conejo

1.95 kg de tocino

220 grs de sal

50 grs de ají molido

20 grs de pimienta

10 grs de nuez moscada

35 grs de ajo

200 cm<sup>3</sup> de vino syrah

40 grs de estragón

**Chorizo de Ovino Tempranillo**

(al romero)

Este embutido se compone de los siguientes ingredientes:

Para 10 kg de producto:

7.95 kg carne de ovino

1.95 kg de tocino

220 grs de sal

50 grs de ají molido

20 grs de pimienta

10 grs de nuez moscada

35 grs de ajo

200 cm<sup>3</sup> de vino tempranillo

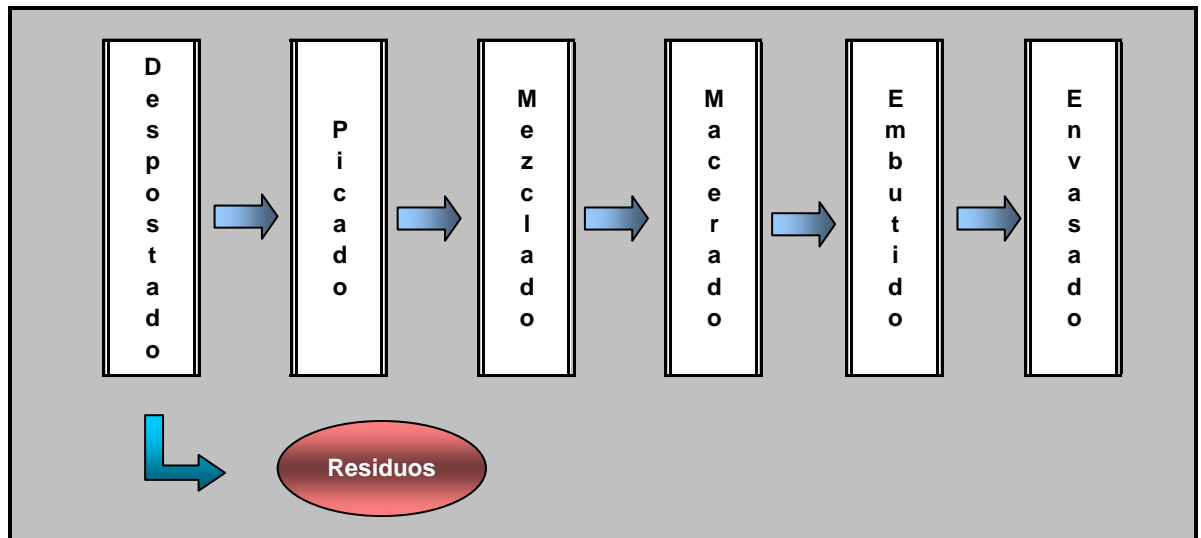
40 grs de romero

Además debemos incluir 16 mts de tripa chinesca natural y 16 mts de hilo para atar. Una vez terminado el producto se envasará en bandejas de tres (3) chorizos cada una con un peso aproximado de 500gr/bandeja.

El producto podrá ser conservado en heladera hasta siete (7) días –entre 2 y 5 °C- y en freezer hasta 3 meses.

Es importante mencionar que no hay ningún tipo de inconveniente en el abastecimiento de las materias primas principales (carnes de conejo y ovino) ni de los demás ingredientes secundarios. Todos son abastecidos por proveedores locales.

### **Definición del proceso productivo:**



El proceso se inicia con el despostado de las reses; y consiste en separar la carne de los huesos y de la grasa (dejar la carne limpia). El proceso se realiza manualmente. Los **desechos** (grasa, huesos y eventuales) serán depositados en bolsas a entregar a quien esté interesado (posiblemente perrera, criador de perros, etc.)

Los cuidados con la temperatura deben comenzar con el despostado. Las carnes a emplear deben conservarse a una temperatura entre 0°C y 1°C. En cambio, las grasas y recortes de cerdo (tocino) deben almacenarse entre los -2°C y los -3°C.

Una vez realizado el despostado se almacena en la cámara frigorífica hasta el día siguiente.

Antes de comenzar con la operación del **PICADO** (triturado de la carne y del tocino), es necesario controlar la limpieza del equipo a emplear. Se debe verificar la eliminación de restos de partidas anteriores, especialmente de las partes de difícil acceso, como las cuchillas. Para esto es recomendable emplear agua a presión. Durante el picado se irán conservando en la cámara de frío diferentes tandas hasta completar la totalidad de la

carne despostada a fin de no perder la cadena de frío (se utilizarán fuentones de 64kg. coincidiendo con la capacidad de la mezcladora, teniendo en cuenta que se incorporan 16kg de tocino). Está de mas aclarar que la picadora será lavada cada vez que cambiemos de tipo de carne.

Una finalizada la etapa anterior se procede al **MEZCLADO** de la carne picada, con el tocino y los demás ingredientes antes mencionados a fin de lograr una pasta homogénea. Hay que procurar que esta etapa sea de corta duración, para evitar el recalentamiento excesivo del producto.

Posteriormente debemos dejar un tiempo de **MACERADO**, esencial para que la pasta tome consistencia y sabor.

A continuación se procede al **EMBUTIDO** de la pasta obtenida en tripa natural o bien artificial. En el caso de utilizar tripa natural, la misma debe ser desalada interna y externamente y luego escurrida antes de proceder al llenado.

Se debe controlar que la máquina embutidora esté limpia y desinfectada, sin residuos de partidas anteriores. **Al final de cada jornada de trabajo se debe efectuar una limpieza profunda del equipo empleado en esta etapa. Con este fin, es importante realizar el desarmado del equipo y la limpieza de las partes por separado. Se debe garantizar el higienizado de las zonas de difícil acceso, como la boquilla de la embutidora.**

El personal que participa de esta etapa debe controlar que la temperatura de la pasta no exceda los 1° - 2°C antes de proceder al relleno de la tripa. Durante toda la operación se debe evitar el ingreso de aire a la pasta. En caso de existir escurrimiento de la pasta en el momento de la operación, la misma puede ser reutilizada inmediatamente y no procesada con un lote posterior.

Luego de haber finalizado con el embutido y atado del producto, el mismo debe **ALMACENARSE** a una temperatura de entre -2°C y 5°C y a una humedad relativa intermedia durante un mínimo de 12hs.

Por último, se envasarán de a tres chorizos por bandeja con un peso aproximado de 500gr/bandeja. Una vez envasados se rotulará cada una de ellas a fin de identificar el producto y sus características.

Como puntos críticos hemos detectado dos momentos. El primero se encontraría en la recepción de los insumos principales (carnes y tocino) y el segundo en la etapa de despostado, debiendo ser

## **PROGRAMA DE HIGIENE Y DESINFECCIÓN**

Después de cada proceso de limpieza se debe desinfectar para reducir el número de microorganismos, que quedan después de la limpieza, a un nivel en que no puedan contaminar cortes, embutidos y salazones.

El procedimiento básico a seguir debe ser el siguiente:

Barrido preliminar

Preparación de la solución de detergente alcalino con agua caliente (55 °C)

Humectación de la superficie a limpiar con la solución de detergente (10-15 minutos)

Lavado con cepillo

Enjuague

Secado

Desinfección con agua clorada (200 ppm Cloro)

Enjuague

Secado

A fin de evitar los depósitos calcáreos que pudieran existir, ya sea por la dureza del agua o por la suciedad acumulada, se recomienda realizar la limpieza con un detergente ácido aproximadamente cada 10 ó 15 días.

Para el lavado de los utensilios es necesario contar con piletas específicas para tal fin ubicadas en las salas. La operación debe realizarse bajo chorro de agua y el desagote debe respetar las consideraciones indicadas para los efluentes.

El secado es una operación de suma importancia que debe efectuarse cuanto antes y si es posible dejar que se produzca naturalmente al aire o con el uso de papel descartable.

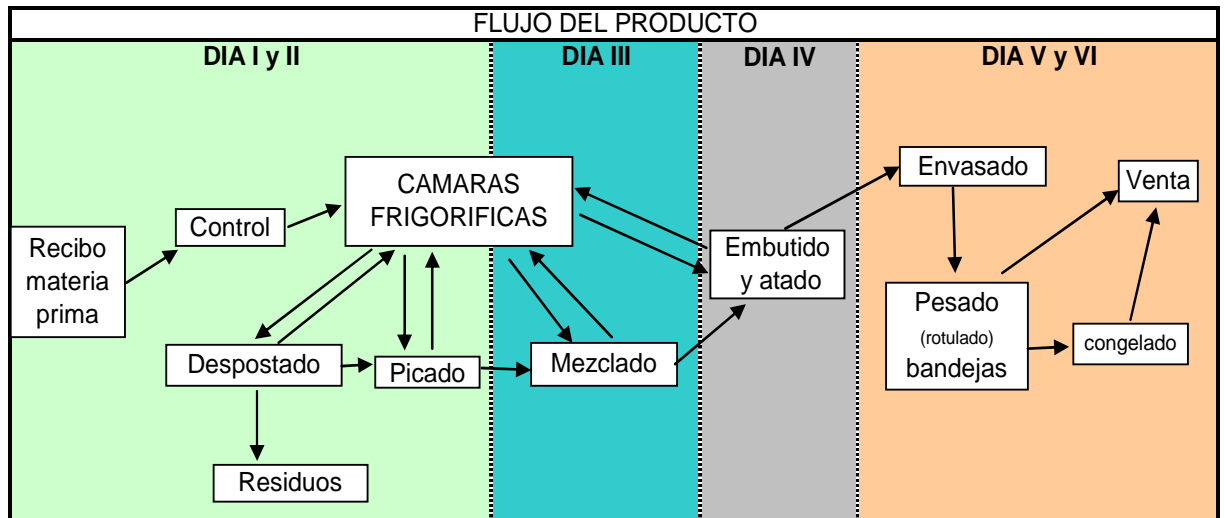
Inmediatamente después de terminar el trabajo de la jornada o cuantas veces sea conveniente, hay que limpiar minuciosamente el piso, los desagües, las estructuras auxiliares y las paredes de la zona de manipulación. Los equipos deben ser desarmados, limpiados y desinfectados al finalizar cada día.

Al comenzar cada jornada de trabajo es aconsejable enjuagar los equipos con agua a presión para eliminar el polvillo que pudiera haberse depositado durante la noche (o taparlos). Los vestuarios y cuartos de aseo se deben mantener limpios en todo momento. Las vías de acceso y los patios situados en las inmediaciones de los locales también deben estar limpios de residuos.

Durante estos procedimientos no hay que usar sustancias odorizantes y/o desodorantes porque entrañan un gran riesgo de contaminación y, por otra parte, pueden enmascarar otros olores.

Finalmente, para decidir un cambio en un procedimiento de limpieza y desinfección o de un producto utilizado en estos procedimientos, hay que comprobar, previamente, la inocuidad y efectividad de los mismos, y fijarse que estén aprobados por la autoridad competente.

## ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO



El trabajo será organizado por el administrador de la empresa y ejecutado por un empleado hasta el 2º año, posteriormente se incluye un nuevo empleado. El administrador se encargará de organizar el proceso productivo, de contactar clientes y llevar adelante la operación hasta el cobro de las mismas, asegurar el aprovisionamiento de las materias primas y definir las políticas de pagos a proveedores y cobros.

Las actividades a desarrollar son:

El día 1 se dispone a la recepción y control de la materia prima (1 hora). Una vez controlada se la almacena en las cámaras frigoríficas (15 min). Posteriormente se despostan las reses de conejo y vuelven a la cámara (6 horas). Los residuos derivados del desposte (huesos y grasas) serán depositados en bolsas para su posterior entrega a quien corresponda. Al finalizar la jornada el empleado deberá limpiar la mesa, los utensillos de desposte y la sala según el programa de higiene y desinfección preestablecido(30 min).

El día 2 se despostan las reses de ovino y vuelven a la cámara (3.5 hs). A continuación se limpia la sala (siguiendo los mismos pasos anteriores - 30 min-). Posteriormente se procede al picado de la carne de ovino y su almacenado en las cámaras de frío (40min), se limpia la máquina, se deja secar (30 min). Una vez secada la máquina se

pica la carne de conejo (15 min.), se almacena para no perder la cadena de frío. Se limpia nuevamente la máquina y la sala (1 hora). A continuación se organizarán los ingredientes necesarios para el mezclado en el día 3. Se identificarán las cantidades y pesos de los ingredientes para una mezcla de 80kg de pasta (40 min). Por último se pica el tocino en la picadora manual (50 min) y se lo guarda en la cámara. Se limpia la picadora y se conserva (5 min.)

En el día 3 se hace el mezclado. Primero realizamos la mezcla del chorizo de ovino, se la coloca en bandejas de 80kg y se lo vuelve a la cámara frigorífica (90 min). Una vez que hemos terminado con el mezclado de los chorizos de ovino de procederá al limpiado de la máquina (15 min) y repetiremos la operación para los chorizos de conejo(30 min + 15 min limpieza). Una vez que están mezclados se los deja macerar hasta el día siguiente –min. 12 hs.-. Se procede al limpiado y humectado de las tripas (90 min). Posteriormente se higieniza la sala (60 min). El tiempo sobrante será utilizado para diversas tareas operativas.

El 4º día será utilizado para el embutido, atado de los chorizos y colgado (6 horas). Después se debe dejar higienizada la sala, la máquina para embutir, los demás elementos usados y la cámara (1 hora). Por último se debe dejar preparado todo lo necesario para el envasado y rotulado (40 min).

El día 5 se procederá el envasado y rotulado. Se envasarán 3 chorizos por bandeja, se pesarán, se cerrarán con nylon y se rotularán (indicando peso, fecha de elaboración, fecha límite de conservación, ingredientes, datos de la empresa, número de establecimiento, nombre del producto y marca) (4hs). Una vez terminado todo el proceso se realizará la distribución del producto en las diferentes bocas de expendio de Santa Rosa y Gral. Pico. (4 horas).

El día 6 se destinará sólo a la distribución (4 hs).

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

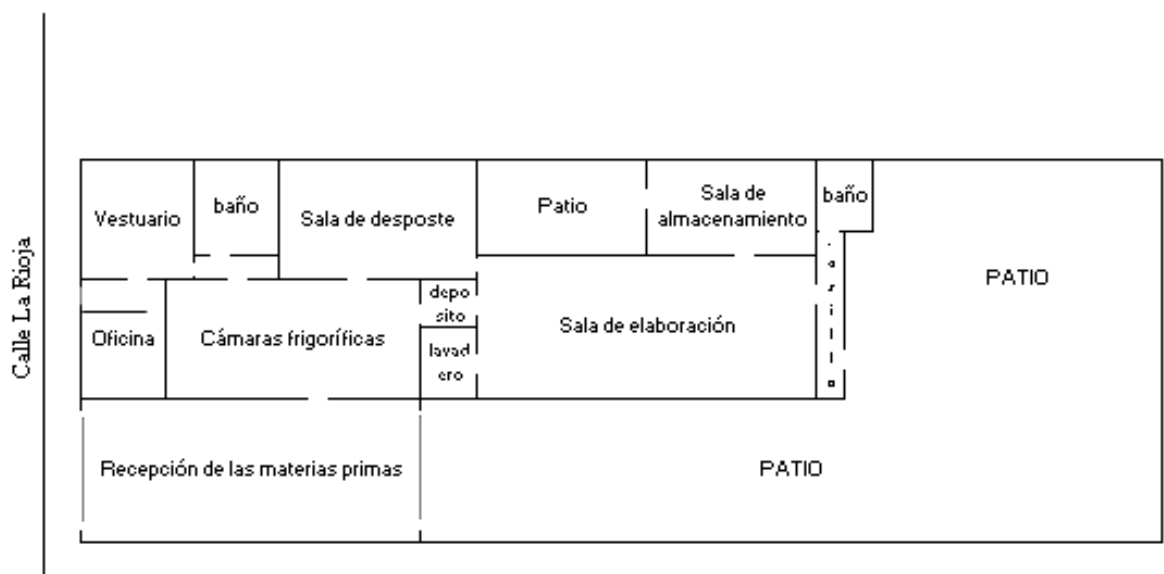
### TECNOLOGÍA ADOPTADA Y SU JUSTIFICACIÓN:

Al ser un proyecto con un tamaño de producción mediano a pequeño no se justifica la incorporación de un nivel tecnológico elevado. Debido a la simplicidad del proceso productivo, se tomo como criterio de decisión principalmente el costos de las maquinarias en lugar de los costos de proceso (en este sentido, lo único que se tuvo en cuenta fue el tamaño de las maquinarias a fin de disminuir los costos operativos y los tiempos).

### MEDIOS FÍSICOS DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO:

Edificios:

El establecimiento cuenta con 7 ambientes de manera tal que permite la separación física entre las etapas del proceso de producción y cuenta con el espacio suficiente para un adecuado funcionamiento. El plano del inmueble se detalla a continuación indicando las salas respectivas.





Los m2 de cada ambiente son:

Recepción de materias primas:	40 mts2
Oficina:	6 mts2
Sala de Frío (cámaras):	34 mts2
Vestuario:	10 mts2
Baños: (2)	10 mts2
Sala de desposte:	28 mts2
Sala de elaboración:	42 mts2
Sala de almacenamiento:	15 mts2
Lavadero	5 mts2
Depósito –pasillo-	4 mts2

<b>Área TOTAL en m2:</b>	<b>194 mts2</b>
--------------------------	-----------------

El alquiler del inmueble se fijo en un plazo de 6 años y cuesta \$ 1300,00 mensuales, o sea unos \$ 15600,00 anuales.

*Costo de las obras civiles de acondicionamiento son:*

Pintado de las paredes con pintura epoxi: 67 lts totales de recubrimiento epoxi sin solvente –autorizado por SENASA – a \$ 50 + Iva por litro más la mano de obra \$15 por mt2.

Subdivisiones con durlock (sólo en la oficina): 3 mts2 . El valor del durlock por mt2 es \$55 y la mano de obra de \$30 por mt2.

<b>TOTAL: \$ 4610</b>
-----------------------

*Máquinas y equipos a instalar:*

Equipo	Cant	Descripción	Consumo	\$ unit	\$ tot	IVA	\$ c/iva	%
amasadora	1	Capacidad 80 kg. 10-15 min por amasijo (max 6 amasijos continuos). Motor 5,5hp	4,4 kw/hora	9000	9000,00	945,00	9945,00	10,5
balanza	1	hasta 300 kg	no	900	900,00	94,50	994,50	10,5
bal para ingredientes	1	hasta 3 kg	no	50	50,00	5,25	55,25	10,5
Bandejas maceración	8	80 kg	no	100	800,00	168,00	968,00	21,0
Cámara (1)	2	Medidas 2,3x1,7x2,05 - 1hp T° -5	1,6 kw/hora	7890	15780,00	1656,90	17436,90	10,5
camioneta fiorino	1	usada con equipo de frio	7,5 lts/100km	17700	19558,5	2053,65	21612,14	10,5
carros estanterías	1	0,6x1,5x1,8 mts de acero inox	no	342	342,00	71,82	413,82	21,0
estanterías	1	0,4x2x2 mts	no	250	250,00	52,50	302,50	21,0
envasadora	1	0,4x0,5 mts	0,05 kw/hora	385	385,00	80,85	465,85	21,0
freezer	1	530 lts. 147*96*78 cm	0,340 kw/hora	2050	2050,00	215,25	2265,25	10,5
Instrum de desposte	1	cuchillos, chaira, ganchos, etc.	no	1000	1000,00	210,00	1210,00	21,0
mesa de desposte	1	2 x 2 mts de acero inox	no	800	800,00	168,00	968,00	21,0
mesa de embutir	1	3 x 1,5 mts de acero inox	no	600	600,00	126,00	726,00	21,0
mesa de picado	1	3 x 1,5 mts de acero inox	no	900	900,00	189,00	1089,00	21,0
mesa usos varios	1	0,9x1,5mts. Acero	no	600	600,00	126,00	726,00	21,0
picadora	1	500kg/h - 3 hp	2,4 kw/hora	4095	4095,00	429,98	4524,98	10,5
picadora manual (chica)	1	60 kg/h	no	235	235,00	49,35	284,35	21,0
Sierra para carne	1	1 hp. Sierra circular	0,8 kw/hora	1600	1600,00	168,00	1768,00	10,5
utensillos	1	accesorios en gral.	no	750	750,00	157,50	907,50	21,0
Muebles y útiles	1	escritorio, computadora, sillas, docker, etc	0,360 kw/hora	6000	6000,00	630,00	6630,00	10,5
Multiprocesadora	1	2,2 lts. Amasadora rebanadora y ralladora	0,7 kw/hora	400	400,00	42,00	442,00	10,5

(1) La cámara incluye el traslado y el costo de instalación.

				total	69081,00	7983,54	77064,54	
--	--	--	--	-------	----------	---------	----------	--

**Suministros****Energía eléctrica**

Los suministros de electricidad serán provistos por la cooperativa de electricidad y servicios públicos de Santa Rosa Ltda.

Los consumos más importantes en la actividad son debido a funcionamiento de la unidades frigorífica y del equipamiento general en el proceso de picado y embutido, por lo que su incremento de consumo es aproximadamente proporcional al incremento de producción.

**Costo anual de energía eléctrica:**Costo fijo:

Los costos fijos de electricidad estarán dados por el consumo de energía para el alumbrado de la planta y los realizados por los equipos administrativos. También se consideraran fijos el consumo de las cámaras frigoríficas y el freezer debido a que independientemente del contenido de la misma serán necesarios que estas se encuentren en funcionamiento.

## Costo Variable:

Se consideraran variables a los consumos energéticos realizados por la sierra, la picadora, la amasadora, la envasadora y la multiprocesadora .

## Costo de energía anual (año 1)

- Alumbrado de la planta y administrativos 1.000 kw/año.
- Cámara frigorífica 14.000 kw/año.
- Sierra 42 kw/año.
- Picadora 101 kw/año.
- Amasadora 344 kw/año.
- Envasadora 20 kw/año.

Consumo total estimado: 15.507 kw/año.

**Costo energético total: \$ 1.438,00/año**

Costo Variable:

Los incrementos en la producción del proyecto serán de:

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>
<b>KG</b>	<b>19344</b>	<b>21278</b>	<b>23406</b>	<b>25747</b>	<b>25747</b>	<b>25747</b>
	<b>75%</b>	<b>83%</b>	<b>91%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Aumento Kg		1934,40	2127,84	2341	0	0
▲ Hs Serrado en Kw		4,20	8,82	13,92	13,92	13,92
▲ Hs Picado en Kw		10,10	21,21	33,44	33,44	33,44
▲ Hs Amasado en Kw		34,40	72,24	113,87	113,87	113,87
▲ Hs Envasado en Kw		2,00	4,20	6,65	6,65	6,65
Aumento Total en Kw		51	106	168	168	168
Aumento Total en \$		\$ 4,72	\$ 9,90	\$ 15,61	\$ 15,61	\$ 15,61

Los costos variables para los distintos niveles de régimen son los siguientes:

AÑO I:	507.00 kw x \$ 0.0927
AÑO II:	511.72kw x \$ 0.0927
AÑO III	516.47 kw x \$ 0.0927
AÑO IV y sig.:	522.61 kw x \$ 0.0927

Costo total de electricidad.

AÑO I:	\$ 1.438.00
AÑO II:	\$ 1.442.72
AÑO III	\$ 1.447.50
AÑO IV y sig.:	\$ 1.453.61

**Agua:**

El agua consumida en el proyecto será obtenida de la red de distribución de agua de la ciudad. El consumo será el necesario para la limpieza y desinfección de la planta y de los equipos, así como también el remojado y lavado de las tripas. Se considerara un consumo fijo de agua debido a que en general las operaciones deberán ser realizadas independientemente del nivel de producción.

Volumen de agua necesario en la actividad:

Se necesita aproximadamente 4000l/semana (4m<sup>3</sup>/semana) para realizar todas las operaciones necesarias con agua.

$$\text{Vol H}_2\text{O/año} = 52 \text{ semanas/año} * 5 \text{ m}^3/\text{semanas} = 260 \text{ m}^3/\text{año}$$

$$\text{Valor del m}^3 \text{ de agua potable} = \$ 0,67$$

$$\text{Costo total del consumo de agua potable} = \$ 175,00 / \text{año}$$

Servicios municipales

$$\text{TOTAL} = \$ 240/\text{año}$$

### **Combustible:**

Los combustibles utilizados son:

- gas natural para el accionamiento de las calderas para calentar el agua requerida en la limpieza.
- gasoil destinado a la camioneta que realizan la comercialización de los productos elaborados y aprovisionamiento de materias primas.

*Consumo de gas natural:*

El servicio será provisto por Camuzzi Gas Pampeana S.A. El consumo de este combustible será considerado fijo ya que la higiene de la planta es independiente del nivel de producción. Se estima un consumo similar al de una familia tipo el cual ronda en los 157 m<sup>3</sup>/mes.

*- Costo del gas natural:*

Cargo fijo = 11,02 \$/mes

Costo por m<sup>3</sup> = \$ 0.096

Costo total = \$ 5,50 /mes+157m<sup>3</sup>/mes\*0.096\$/m<sup>3</sup>= 20,60\$/mes

**Costo anual de gas natural = \$ 247,20**

El costo del m<sup>3</sup> de gas natural se tomó sobre el valor del m<sup>3</sup> sin tomar en cuenta el IVA.

*Consumo de gasoil:*

El consumo de gasoil es exclusivamente el destinado al transporte de los embutidos hacia los mercados de destino y a la compra de insumos ya que es realizado con vehículo propio. Los consumos y costos son los siguientes:

Capacidad de carga de la unidad de transporte: 650 kg.

Los recorridos que se deben considerar estimativamente son

Recorrido mensual para la recolección de materias primas: 130 km

Recorrido mensual para el transporte de los productos terminados: 1690 km

Destino	Distancia (km)
Toay	10
Gral Pico	130

Consumo mensual de gasoil =  $0,075 \text{ lts/km} * 1820 \text{ Km/mes}$

Consumo mensual de gasoil = 136,5 lts/mes

El gasoil se adquiere a \$ 2.12/litro y tiene un componente de IVA de \$ 0,368 /litro, lo que genera un valor neto de IVA de \$ 1,75

Costo anual de gasoil =  $136,5 \text{ lts/mes} * 1,98 \text{ \$/litro} * 12 \text{ meses/año}$

Costo anual de gasoil = \$ 3243,24 \$/año

El consumo de la camioneta fue obtenido de la ficha tecnica del vehiculo (modelo 2007).

#### **Comunicación:**

Telefonía: Fija: \$ 50/mes      Móvil: \$ 100/mes

Internet:                      \$ 85/mes

Costo Total comunicación:	\$ 235,00/mes	\$ 2820/año
---------------------------	---------------	-------------

#### ***Materias primas y materiales:***

Las materias primas fundamentales son la carne de ovino y de conejo, tocino, condimentos, tripas, vinos, envases e hilo.

La carne de ovinos será provista del Frigorífico Santa Isabel ubicado en la localidad de Santa Isabel, debido a una simple comparación de costos. Los posibles proveedores eran los frigoríficos de Gral. Pico, el de la ex-fundación Nuestros Pibes, el de Trenel, entre otras. La decisión de su elección se debe a que estos últimos frigoríficos tienen una mayor diversificación de faena -distintos tipos de animales- lo cual los hace menos eficientes, reflejándose ello en los costos de venta (todos los precios sugeridos superaron los \$4,50/kg

vivo). La Carne de Conejo será abastecida del establecimiento (ex-fundación Nuestros Pibes) ubicado en Santa Rosa; en este también la elección se debe a ventajas en costos y de cercanía. El tocino será obtenido a través de la carnicería Legui (también se puede disponer de tocino en la carnicería AgroCarne pero a un mayor costo). Los condimentos, las tripas y el hilo serán adquiridos en aditivos "Don Juan" -Rivadavia y L. de la Torre- y los vinos en el mercado mayorista "Hugo Hernandez".

#### AÑO I

- Ovino: peso promedio 28 kg.

Rinde promedio al desposte: 16Kg

Se requieren 12381 kg de carne año/16Kg Ovino = 774 ovinos/año

Se comprarán al frigorífico: 774 ovinos/año x 28kg/ovino= 21672 Kg/año.

- Conejo: peso promedio 1,250 kg.

Rinde promedio al desposte: 0,900Kg

Se requieren 3096 kg de carne año/0.900Kg/conejo = 3440 conejos/año

Se comprarán al frigorífico: 3440 conejos/año x 1.250kg/conejo= 4300 Kg/año.

Tipo	Origen	U de M	Cantidad	\$ unitario	Costo anual
Carne conejo	Santa Rosa	Kg	4.300,00	6,42	27.606,00
Carne ovino	Santa Isabel	Kg	21.672,00	4,15	89.938,80
Tocino	Santa Rosa	Kg	3.869,00	4,55	17.603,95
Condimen vs. <sup>1</sup>	Santa Rosa	Kg	775,00	14,95	11.586,25
Tripas	Santa Rosa	Mts	29016,00	0,75	21.762,00
Vinos	Santa Rosa	Lts	387	4	1.548,00
Hilo	Santa Rosa	Mts	30000	0,032	960,00
envasado	Santa Rosa	Bandeja	38688	0,6	23.212,80
<sup>1</sup> Calculado según un promedio ponderado					
Total					194.217,80

#### AÑO II

- Ovino: peso promedio 28 kg.

Rinde promedio al desposte: 16Kg

Se requieren 13619 kg de carne año/16Kg/ovino = 852 ovinos/año



Se comprarán al frigorífico:  $852 \text{ ovinos/año} \times 28\text{kg/ovino} = 23856 \text{ Kg/año}$ .

- Conejo: peso promedio 1.250 kg.  
Rinde promedio al desposte: 0.900Kg  
Se requieren  $3405 \text{ kg de carne año} \times 0.900\text{Kg/conejo} = 3783 \text{ conejos/año}$   
Se comprarán al frigorífico:  $3783 \text{ conejo/año} \times 1.250\text{kg/conejo} = 4729 \text{ Kg/año}$ .

Tipo	Origen	U de M	Cantidad	\$ unitario	Costo anual
Carne conejo	Santa Rosa	Kg	4.729,00	6,42	30.360,18
Carne ovino	Santa Isabel	Kg	23.856,00	4,15	99.002,40
Tocino	Santa Rosa	Kg	4.255,68	4,55	19.363,34
Condimen vs. <sup>1</sup>	Santa Rosa	Kg	851,14	14,95	12.724,54
Tripas	Santa Rosa	Mts	31917,60	0,75	23.938,20
Vinos	Santa Rosa	Lts	425,6	4	1.702,40
Hilo	Santa Rosa	Mts	32050	0,032	1.025,60
envasado	Santa Rosa	Bandeja	42556,8	0,6	25.534,08
<sup>1</sup> Calculado según un promedio ponderado					
Total					213.650,75

### AÑO III

- Ovino: peso promedio 28 kg.  
Rinde promedio al desposte: 16Kg  
Se requieren  $14980 \text{ kg de carne año}/16\text{Kg/ovino} = 937 \text{ ovinos/año}$   
Se comprarán al frigorífico:  $937 \text{ ovino/año} \times 28\text{kg/ovino} = 26.215 \text{ Kg/año}$ .
- Conejo: peso promedio 1.250 kg.  
Rinde promedio al desposte: 0.900Kg  
Se requieren  $3745 \text{ kg de carne año} \times 0.900\text{Kg/conejo} = 4162 \text{ conejo/año}$   
Se comprarán al frigorífico:  $4162 \text{ conejo/año} \times 1.250\text{kg/conejo} = 5203 \text{ Kg/año}$ .

Tipo	Origen	U de M	Cantidad	\$ unitario	Costo anual
Carne conejo	Santa Rosa	Kg	5.203,00	6,42	33.403,26
Carne ovino	Santa Isabel	Kg	26.215,00	4,15	108.792,25
Tocino	Santa Rosa	Kg	4.682,00	4,55	21.303,10
Condimen vs. <sup>1</sup>	Santa Rosa	Kg	936,25	14,95	13.996,94
Tripas	Santa Rosa	Mts	35110,00	0,75	26.332,50
Vinos	Santa Rosa	Lts	468,15	4	1.872,60
Hilo	Santa Rosa	Mts	35900	0,032	1.148,80
envasado	Santa Rosa	Bandeja	46813	0,6	28.087,80
<sup>1</sup> Calculado según un promedio ponderado					
Total					234.937,25

AÑO IV y sig.

- Ovino: peso promedio 28 kg.  
Rinde promedio al desposte: 16Kg  
Se requieren 16478 kg de carne año/16Kg/ovino = 1030 ovinos/año  
Se compraran al frigorífico: 1030 ovino/año x 28kg/ovino= 28.840 Kg/año.
- Conejo: peso promedio 1.250 kg.  
Rinde promedio al desposte: 0.900Kg  
Se requieren 4120 kg de carne año x 0.900Kg/conejo = 4578 conejo/año  
Se compraran al frigorífico: 4578 conejo/año x 1.250kg/conejo= 5723 Kg/año.

Tipo	Origen	U de M	Cantidad	\$ unitario	Costo anual
Carne conejo	Santa Rosa	Kg	5.723,00	6,42	36.752,22
Carne ovino	Santa Isabel	Kg	28.840,00	4,15	119.686,00
Tocino	Santa Rosa	Kg	5.150,00	4,55	23.432,50
Condimen vs. <sup>1</sup>	Santa Rosa	Kg	1.030,00	14,95	15.398,50
Tripas	Santa Rosa	Mts	38621,00	0,75	28.965,75
Vinos	Santa Rosa	Lts	515	4	2.060,00
Hilo	Santa Rosa	Mts	39000	0,032	1.248,00
envasado	Santa Rosa	Bandeja	51494	0,6	30.896,40
<sup>1</sup> Calculado según un promedio ponderado					
Total					258.439,37

**Artículos de limpieza**

Se consideraran como artículos de limpieza, tales como detergente, lavandina, cloro, cepillos, trapos, etc.

Total de gastos estimados en artículos de limpieza: \$ 120/mes

Total anual= \$1440/año.

Trajes para operario: 2 a \$ 240 c/u = \$ 480/año

**Mantenimiento vehículo:**

Mantenimiento general (reparaciones – cambio de aceite y filtro, etc.) = 0.000003 cgcr x 21840 km/año x \$ 19500 = 1278 \$/año.

**Mantenimiento de los equipos del proceso productivo:**

Se considera un costo de mantenimiento constante del 1 % anual (del total invertido en equipamiento) y un costo variable del 0,50 % de incremento interanual hasta el año VI (donde se estabiliza la producción).

**Seguros:**

Automóvil:	\$ 56,00/mes	\$ 672,00/año
Maquinaria:	\$ 133,00/mes	\$ 1.596,00/año

Total anual:	\$ 2.268,00/año
--------------	-----------------

**Requerimientos de Personal y Servicios:**

<b>Balance de personal</b>			
Cargo	Nº de puestos	Remuneración Mensual	Remuneración anual
Administrador	1	1960	25480
Operario	1	1400	18200

La remuneración mensual incluye las cargas sociales y la anual incluye el sueldo anual complementario

A partir del tercer año se incorporara un nuevo empleado. El costo del personal a partir de dicho año será de \$ 61680.00/año.

### **Servicios profesionales:**

Además del personal antes mencionado se necesitará contar con el asesoramiento de un contador (\$ 200/mes - \$ 2400/año).

### **Publicidad:**

Creemos necesario contar con un buen apoyo publicitario debido a que se trata de un producto nuevo, dentro del rubro gourmet. Dada la particularidad de este rubro y a lo exigencia del mismo nos será de gran utilidad una buena herramienta de comunicación hacia el consumidor potencial.

Año I: se estima para los primeros tres meses del mismo un gasto en publicidad y promoción del producto alrededor de los \$ 1000.00/mes. para los meses restante se estima un monto de \$500/mes

Total año I = \$ 7500/año

Año II y sig: para estos años el gasto destinado a publicidad sera de 1.8% de las ventas anuales.

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>
<b>\$ anuales</b>	<b>234054,55</b>	<b>257460,00</b>	<b>283206,00</b>	<b>311526,60</b>	<b>311526,60</b>	<b>311526,60</b>
Publicidad	\$ 7.500,00	\$ 7.659,97	\$ 8.425,96	\$ 9.268,56	\$ 9.268,56	\$ 9.268,56

**Eventuales e imprevistos:**

Se consideró un margen de seguridad en el costeo del 10 % sobre el total de activos fijos para cubrir pequeñas variaciones de los distintos costos y otros menores no tenidos en cuenta. Además se considerara un margen de seguridad del 1% de los costos de explotación mas administrativos para mantener un stock de productos terminados (250 Kg aproximadamente) para solventar futuras contingencias.

**Gastos administrativos varios:**

Como gastos administrativos varios se consideró un costo de administración total destinado a apelería y otros conceptos menores el equivalente al 0,10 % de la facturación del período.

**PROYECCIÓN DE VENTAS Y PROGRAMA DE PRODUCCIÓN**

La proyección de ventas y el programa de producción se presentarán en forma sintética debido a que los argumentos que explican el porque de las cantidades estimadas fueron descriptas anteriormente.

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>
<b>KG</b> anuales	<b>19343</b>	<b>21278</b>	<b>23405</b>	<b>25746</b>	<b>25746</b>	<b>25746</b>
Nivel de producción	<b>75%</b>	<b>83%</b>	<b>91%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>\$</b> anuales	\$ 386.867,02	\$ 425.553,72	\$ 468.109,09	\$ 514.920,00	\$ 514.920,00	\$ 514.920,00

El precio final al que se espera venderlo al consumidor final es de \$ 32,67 (iva incluido), teniendo en cuenta los productos sustitutos (en carrefour se venden chorizos frescos de cerdo ahumados a \$ 33/kg), las referencias brindadas por los carniceros o comerciantes entrevistados y el tipo de producto que se trata.

El margen de ganancia promedio estimado para los intermediarios (carnicerías y minisuper) es de entre el 20 y 25% (sugerido por diferentes comerciantes) para los chorizos

parrilleros tradicionales y en nuestro caso, por tratarse de un producto gourmet el margen puede ascender al 35% (como aliciente, igualmente estará sujeto al nivel de rotación que presente el producto). Si a los \$32,67 le descontamos el IVA y el margen del intermediario quedan \$ 24.2/kg y, a su vez, si a ello le descontamos el IVA nos quedan \$ 20/kg para solventar nuestra estructura de costos y nuestro margen de ganancias.

Los precios de los chorizos parrilleros tradicionales como hemos mencionado anteriormente oscilan entre los \$7 y \$ 10 para los comunes y entre \$14 y \$17 para los especiales. La diferencia de precios entre nuestros productos y el antedicho se debe principalmente a los diferentes mercados objetivos a los que apuntan, a su poder adquisitivo (ABC1, C2 Y C3) y al hecho de estar ofreciendo un producto diferenciado.

### Programación y Presupuestación de la ejecución del proyecto:

Id	Nombre de la tarea	Meses				
		1	2	3	4	5
1	Constitución de la sociedad	■				
2	Acondicionamiento del inmueble		■			
3	Conseguir equipamiento		■			
4	Instalación del equipamiento			■		
5	Habilitación Municipal		■			
6	Habilitación Bromatología Municipal				■	
7	Habilitación Bromatología Provincial					■

#### Constitución de la sociedad:

El proyecto tomará la forma jurídica de una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

La constitución de dicho tipo de sociedad exige:

- Inscripción en el Registro Público de Comercio.
- Patrimonio mínimo exigido \$ 12.000 a integrar en moneda o especie dentro de los dos años de la inscripción. El aporte inicial debe ser como mínimo del 25% del capital suscrito.

La constitución de la misma será llevada a cabo por un Contador Público Nacional. Los honorarios del contador son \$ 1200 y los gastos propios de la constitución de la sociedad (sellados, autenticaciones, tasas, etc) son de \$ 1800.

Costo total: \$ 3000,00

Requisitos para la inscripción de establecimientos elaboradores de productos alimenticios (R.N.E - Registro Nacional de Establecimientos):

1. Sellado de \$260.
2. Nota de los solicitados para la inscripción del establecimiento.
3. Certificado de habilitación municipal.
4. Memoria descriptiva detallada.
5. Planos aprobados del establecimiento (\$ 980).
6. Completar planilla de inscripción.
7. Cronograma de desinfección y limpieza del establecimiento.
8. Fotocopia autenticada de la habilitación de los vehículos.
9. Nombre del establecimiento, estatuto y contrato social, domicilio y teléfono.
10. Fotocopia autenticada de la libreta sanitaria de todos los empleados.
11. Protocolo de análisis de la potabilidad del agua. (\$ 30)
12. Firma de toda la documentación a entregar.

Requisitos para la inscripción de productos alimenticios en el Registro Nacional de Productos Alimenticios (RNPA):

1. Sellado de \$65.
2. Nota de los solicitados para la inscripción del producto.
3. Monografía del proceso de elaboración (\$ 250).
4. Protocolo analítico expedido por el laboratorio central de bromatología.
5. Declaración Jurada de las características de los envases.
6. Completar las planillas de inscripción.
7. Proyecto de rotulado de cada producto.
8. Declaración de los proveedores de aditivos.
9. Declaración del horario de elaboración.
10. Toda la documentación debe ser presentada en bromatología provincial.



Para mayor información recurrir al anexo en donde se detalla con profundidad los requisitos.

Una vez aprobada la habilitación municipal (\$ 170,00), la habilitación del establecimiento y del producto por bromatología municipal y provincial se podrá iniciar el proceso productivo.

Gastos totales de Habilitación:

✓ Habilitación Municipal :	\$ 250,00
✓ Habilitación del Establecimiento :	\$ 1270,00
✓ Habilitación del Producto:	\$ 305,00

Total Habilitación: \$ 1825,00

Gastos de organización y gestión: se considerará como erogación en dicho concepto el sueldo del administrador durante el período necesario para programar y ejecutar el proyecto. En esta corresponderían \$ 1960/mes durante 5 meses (incluidas las cargas sociales).

TOTAL= \$9800/año

## ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO (Escenario 1)

### Cuadro de Costos:

**Cuadro 4: Costos de producción anuales proyectados**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<b>Programa de ventas</b>	75%	83%	91%	100%	100%	100%
<b>Materias primas y materiales directos</b>	<b>207510,38</b>	<b>228261,41</b>	<b>251087,55</b>	<b>276196,31</b>	<b>276196,31</b>	<b>276196,31</b>
Materia Prima chorizos de conejo	27604,55	30365,01	33401,51	36741,66	36741,66	36741,66
Materia Prima chorizos de ovinos	89921,86	98914,05	108805,45	119686,00	119686,00	119686,00
Empaques (unidades)	23212,92	25534,21	28087,64	30896,40	30896,40	30896,40
Otros materiales directos	66771,04	73448,14	80792,95	88872,25	88872,25	88872,25
<b>Mano de obra directa</b>	<b>18.200</b>	<b>18.200</b>	<b>36.400</b>	<b>36.400</b>	<b>36.400</b>	<b>36.400</b>
Operarios calificados	18.200	18.200	36.400	36.400	36.400	36.400
<b>Gastos generales de fabricación</b>	<b>22.021</b>	<b>22.694</b>	<b>23.067</b>	<b>23.442</b>	<b>23.442</b>	<b>23.442</b>
Alquiler Inmueble	15.600	15.600	15.600	15.600	15.600	15.600
Energía Eléctrica (Kw) El consumo variable es infimo (\$47)	1.438	1.443	1.448	1.454	1.454	1.454
Otros servicios (gas, agua y Ss municipales)	661	661	661	661	661	661
Seguros (maquinaria)	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596	1.596
Mantenimiento de equipos y edificios	2.726	3.394	3.762	4.131	4.131	4.131
<b>Total gastos de explotación</b>	<b>247.732</b>	<b>269.155</b>	<b>310.555</b>	<b>336.038</b>	<b>336.038</b>	<b>336.038</b>
Gastos de explotación/Kg producidos	12,81	12,65	13,27	13,05	13,05	13,05
<b>Gastos generales de administración</b>	<b>31.087</b>	<b>31.126</b>	<b>31.168</b>	<b>31.215</b>	<b>31.215</b>	<b>31.215</b>
Administrador	25.480	25.480	25.480	25.480	25.480	25.480
Papelaría y útiles	387	426	468	515	515	515
Servicios (contador)	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Telecomunicaciones (telefonía e internet)	2.820	2.820	2.820	2.820	2.820	2.820
<b>Gastos generales de comercialización</b>	<b>21.988</b>	<b>23.115</b>	<b>24.945</b>	<b>26.958</b>	<b>26.958</b>	<b>26.958</b>
Combustible (lt)	2.867	2.867	2.867	2.867	2.867	2.867
Seguros (camioneta)	672	672	672	672	672	672
Publicidad	7.500	7.660	8.426	9.269	9.269	9.269
Mantenimiento Camioneta (gastos conservación + patente)	1.278	1.278	1.278	1.278	1.278	1.278
Ingresos brutos	9.672	10.639	11.703	12.873	12.873	12.873
<b>Gastos Operativos</b>	<b>300.806</b>	<b>323.396</b>	<b>366.668</b>	<b>394.211</b>	<b>394.211</b>	<b>394.211</b>
Amortización activos	14.489	14.489	14.489	14.489	14.489	8.755
<b>Total costos de los productos vendidos</b>	<b>\$ 315.295</b>	<b>\$ 337.884</b>	<b>\$ 381.156</b>	<b>\$ 408.699</b>	<b>\$ 408.699</b>	<b>\$ 402.966</b>
(Cualquier duda remitirse al desarrollo de la ingeniería del proyecto)						
<b>Punto de equilibrio en \$/Kg.</b>	<b>16,30</b>	<b>15,88</b>	<b>16,28</b>	<b>15,87</b>	<b>15,87</b>	<b>15,65</b>

## Cuadro de amortizaciones

<b>Activo fijo</b>									
Detalle	Valor a nuevo (V.U)		V. Res	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Acondicionamiento inmueble	4.610	6	-	768	768	768	768	768	768
Maquinarias y equipos	34.898	6	10.469	4.071	4.071	4.071	4.071	4.071	4.071
Instrumentos y equipamiento carnicería	7.595	6	380	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203
Camioneta con equipo de frío	19.959	6	9.979	1.663	1.663	1.663	1.663	1.663	1.663
Equipamiento oficina	6.630	6	332	1.050	1.050	1.050	1.050	1.050	1.050
<b>Amortizaciones activos fijos</b>	<b>73.691</b>		<b>21.160</b>	<b>8.755</b>	<b>8.755</b>	<b>8.755</b>	<b>8.755</b>	<b>8.755</b>	<b>8.755</b>
<b>Gastos asimilables a activo fijo (cargos diferidos)</b>									
Gastos de organización y gestión	9.800	5		1.960	1.960	1.960	1.960	1.960	
Constitución de la firma y habilitaciones	4.825	5		965	965	965	965	965	
Gastos de montaje (cámara frigorífica)	3.000	5		600	600	600	600	600	
Imprevistos 1% de gs exp + adm.	3.673	5		735	735	735	735	735	
Imprevistos 10% de Inv. en Act.Fijo	7.369	5		1.474	1.474	1.474	1.474	1.474	
<b>Amortizaciones G.Asimilables</b>	<b>28.667</b>			<b>5.733</b>	<b>5.733</b>	<b>5.733</b>	<b>5.733</b>	<b>5.733</b>	
<b>Total de las amortizaciones (anual)</b>	<b>102.358</b>			<b>14.489</b>	<b>14.489</b>	<b>14.489</b>	<b>14.489</b>	<b>14.489</b>	<b>8.755</b>

## Capital de trabajo

<b>Capital de trabajo, necesidades mínimas de activos y pasivos corrientes</b>									
Detalle	Días cob mínima	Coef de renovac	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
<b>Activos corrientes</b>									
Cuentas a cobrar	7	52,143	5.769	6.202	7.032	7.560	7.560	7.560	
Otros insumos	30	12,167	7.396	8.136	8.949	9.844	9.844	9.844	
Productos en fabricación	7	52,143	4.751	5.162	5.956	6.445	6.445	6.445	
Productos acabados	2	182,500	1.528	1.645	1.872	2.012	2.012	2.012	
Efectivo en caja y bancos	10	36,500	2.291	2.315	2.846	2.881	2.881	2.881	
<b>Total A.Corrientes</b>		<b>335</b>	<b>21735</b>	<b>23460</b>	<b>26655</b>	<b>28742</b>	<b>28742</b>	<b>28742</b>	
<b>Pasivos corrientes</b>									
Cuentas a pagar	15	24	12.269	13.197	14.975	16.107	16.107	16.107	
<b>Total P.Corrientes</b>			<b>12.269</b>	<b>13.197</b>	<b>14.975</b>	<b>16.107</b>	<b>16.107</b>	<b>16.107</b>	
<b>Capital de trabajo</b>			<b>9.466</b>	<b>10.263</b>	<b>11.680</b>	<b>12.634</b>	<b>12.634</b>	<b>12.634</b>	
Incremento del capital de trabajo		9.466	797	1.417	954	-	-	-	
<b>Cuadro de balance de efectivo</b>									
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
Mano de obra directa			18200	18200	36400	36400	36400	36400	
Gastos generales de fabricación			22.021	22.694	23.067	23.442	23.442	23.442	
Gastos generales de administración			31.087	31.126	31.168	31.215	31.215	31.215	
Gastos generales de comercialización			12.316	12.476	13.242	14.085	14.085	14.085	
<b>Total</b>			<b>83.624</b>	<b>84.496</b>	<b>103.877</b>	<b>105.141</b>	<b>105.141</b>	<b>105.141</b>	

El capital de trabajo necesario es de \$ 9466.00 más Iva (el cuál en años subsiguientes aumentará según se incrementen los niveles productivos). Dicho valor surgió de la diferencia entre los activos y pasivos corrientes.

En el activo corriente consideramos:

- Cuentas a cobrar: determinamos que el período de cobro será de 7 días desde el momento de la entrega. El coeficiente que surgió de dividir ese lapso por 365 días lo multiplicamos por el monto de los costos operativos de cada período.
- Stock de materias primas: no realizamos stocks de materias primas ya que como hemos mencionado anteriormente no tenemos problemas de aprovisionamiento (contratos de provisión directos). Es posible stockear el remanente de las ventas semanales. A pesar de todo ello no desestimamos la posibilidad de stockear carnes o productos terminados en un futuro.
- Otros insumos: en este caso consideramos todos los demás ingredientes que conforman el producto final excepto las carnes. En este caso tomamos como promedio 30 días.
- Productos en fabricación: incluimos tanto las carnes como los “otros insumos” y consideramos que estarán inmovilizados durante 5 días (coincide con el proceso de producción) y fue calculado al costo de fabricación.
- Productos acabados: consideramos el máximo de dos días, ya que una vez terminado el producto se comercializa inmediatamente. Se calculo tomando los costos operativos menos los costos de comercialización.
- Efectivo en caja y bancos: se consideró un período de 10 días, teniendo en cuenta que los períodos de cobro serán cada 7 días. Para su cálculo tomamos el importe del balance de efectivo y lo dividimos el número de rotaciones anuales.

En el pasivo corriente tomamos solo las cuentas a pagar y estimamos un lapso de 15 días. Para su cálculo le restamos a los gastos operativos los seguros de camioneta y de la maquinaria (pago anticipado).

## IVA

<b>Rubros que abona IVA</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>
Materias primas y materiales directos	207.510	228.261	251.088	276.196	276.196	276.196
Energia electrica	1.438	1.443	1.448	1.454	1.454	1.454
Combustibles	2.867	2.867	2.867	2.867	2.867	2.867
Mantenimiento	2.726	3.394	3.762	4.131	4.131	4.131
Servicios	3.061,40	3.061,40	3.061,40	3.061,40	3.061,40	3.061,40
Seguros	1.596,00	1.596,00	1.596,00	1.596,00	1.596,00	1.596,00
Publicidad	7.500,00	7.659,97	8.425,96	9.268,56	9.268,56	9.268,56
Papeleria y utiles	387	426	468	515	515	515
Transporte	1.278	1.278	1.278	1.278	1.278	1.278
<b>Total base imponible</b>	<b>103.857</b>	<b>113.028</b>	<b>123.340</b>	<b>134.648</b>	<b>134.648</b>	<b>134.648</b>
<b>IVA total abonado 21%</b>	<b>21.810</b>	<b>23.736</b>	<b>25.901</b>	<b>28.276</b>	<b>28.276</b>	<b>28.276</b>
<b>IVA total abonado 10,5%</b>	<b>13.073</b>	<b>14.380</b>	<b>15.819</b>	<b>17.400</b>	<b>17.400</b>	<b>17.400</b>
<b>IVA total cobrado</b>	<b>81.242</b>	<b>89.366</b>	<b>98.303</b>	<b>108.133</b>	<b>108.133</b>	<b>108.133</b>
<b>IVA diferencia</b>	<b>46.359</b>	<b>51.250</b>	<b>56.583</b>	<b>62.457</b>	<b>62.457</b>	<b>62.457</b>
Credito fiscal inv.	13.886	-	-	-	-	-
Pendiente de recupero	-	-	-	-	-	-
<b>Credito fiscal año</b>	<b>-32.473</b>	<b>-51.250</b>	<b>-56.583</b>	<b>-62.457</b>	<b>-62.457</b>	<b>-62.457</b>
Recupero de Cred. fiscal	13.886	-	-	-	-	-
<b>IVA a Pagar</b>	<b>32.473</b>	<b>51.250</b>	<b>56.583</b>	<b>62.457</b>	<b>62.457</b>	<b>62.457</b>

## FLUJO DE FONDOS ECONOMICO PRIVADO

	0	1	2	3	4	5	6
Ventas de productos		386.867	425.554	468.109	514.920	514.920	514.920
Ventas de activos							
Gastos de producción		247.732	269.155	310.555	336.038	336.038	336.038
Gastos de administración		31.087	31.126	31.168	31.215	31.215	31.215
Gastos de comercialización		21.988	23.115	24.945	26.958	26.958	26.958
Amortización		14.489	14.489	14.489	14.489	14.489	8.755
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>71.572</b>	<b>87.669</b>	<b>86.953</b>	<b>106.221</b>	<b>106.221</b>	<b>111.954</b>
IMPUESTO A LAS GANANCIAS*		21.472	26.301	26.086	31.866	31.866	33.586
<b>RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>50.100</b>	<b>61.368</b>	<b>60.867</b>	<b>74.355</b>	<b>74.355</b>	<b>78.368</b>
Amortización		14.489	14.489	14.489	14.489	14.489	8.755
Activos fijos	73.691						
Activos asimilables	28.667						
Crédito fiscal		-46.359	-51.250	-56.583	-62.457	-62.457	-62.457
Capital de trabajo	9.466	-797	-1.417	-954	-	-	-
Recuperación crédito fiscal		13.886					
Valor terminal de activos fijos							21.160
Valor terminal de capital de trabajo							12.634
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>-111.824</b>	<b>31.319</b>	<b>23.190</b>	<b>17.818</b>	<b>26.386</b>	<b>26.386</b>	<b>58.461</b>

\*Tasa del impuesto a las ganancias

VAN (tasa del 8% anual)	25.394
TIR	14.44%
PRD	5,26

Período de recupero descontado= 5 años, 3 meses y 5 días

A modo resumen realizamos el cuadro de flujo de fondos económico privado. El objetivo de este cuadro es identificar los flujos de fondos que genera el proyecto.

Una vez obtenido el flujo de fondos calculamos en base a ellos el VAN, la TIR y el período de recupero descontado como medidas de evaluación del proyecto y decisión.

Para el cálculo de la VAN usamos una tasa de corte del 0.08 (8%) debido a que es la tasa de referencia real esperada –según fuentes autorizadas- y por lo menos el proyecto debería lograr mantener el poder adquisitivo del dinero invertido. La VAN del proyecto es de \$ 25.394,00 o sea que nos genera una ganancia de dicho monto sobre lo invertido hoy (actualizado). Para el cálculo de la TIR usamos el flujo de fondos generado por el proyecto arrojando una tasa del 14.44% como promedio de rendimientos de los flujos del proyecto.

El período de recupero descontado nos permite visualizar el lapso de tiempo que transcurrirá hasta que se recupere la inversión, teniendo en cuenta el costo del dinero en el tiempo. El proyecto logrará recuperar la inversión inicial en 5 años y 4 meses aproximadamente.

Como conclusión, diremos que haciendo una evaluación conjunta de los índices elaborados el proyecto es viable económicamente.

Nosotros creemos que las principales variables que afectan negativamente los resultados del proyecto son las estimaciones hechas respecto del precio de referencia al consumidor y las cantidades proyectadas estimadas. Dichos guarismos son fundados en la opinión de los intermediarios consultados, lo cual no indica un nivel de representatividad suficiente a la hora de conocer la predisposición a pagar por parte del consumidor (los cuales fueron tomados sólo como marco de referencia, sin que sea determinante). Además el hecho de tratar con un producto nuevo implica que no se cuente con la información suficiente para estimar con precisión la demanda.

El precio de indiferencia del proyecto sería \$ 16.30 más IVA (\$ 19,72) a intermediarios y a consumidores finales ascendería a \$ 26,62 con la estructura de costos planteada.

## ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO (Escenario 2)

### FLUJO DE FONDOS ECONOMICO PRIVADO

	0	1	2	3	4	5	6
Ventas de productos		88.355	97.190	106.909	117.600	117.600	117.600
Ventas de activos							
Gastos de producción		87.354	92.690	98.205	104.243	104.243	104.243
Gastos de administración		29.768	29.777	29.787	29.798	29.798	29.798
Gastos de comercialización		14.525	8.995	9.413	9.873	9.873	9.873
Amortización		12.258	12.258	12.258	12.258	12.258	7.239
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-55.550</b>	<b>-46.529</b>	<b>-42.754</b>	<b>-38.571</b>	<b>-38.571</b>	<b>-33.552</b>
IMPUESTO A LAS GANANCIAS*		-16.665	-13.959	-12.826	-11.571	-11.571	-10.065
<b>RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>-38.885</b>	<b>-32.571</b>	<b>-29.928</b>	<b>-26.999</b>	<b>-26.999</b>	<b>-23.486</b>
Amortización		12.258	12.258	12.258	12.258	12.258	7.239
Activos fijos	61.291						
Activos asimilables	25.095						
Crédito fiscal		-7.321	-9.560	-10.732	-12.027	-12.027	-12.027
Capital de trabajo	3.461	-164	-205	-224	-	-	-
Recuperación crédito fiscal		7.321					
Valor terminal de activos fijos							17.860
Valor terminal de capital de trabajo							4.054
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>-89.847</b>	<b>-26.791</b>	<b>-30.078</b>	<b>-28.626</b>	<b>-26.769</b>	<b>-26.769</b>	<b>-6.361</b>

\*Tasa del impuesto a las ganancias

VAN (tasa del 8% anual)	-205.067
TIR	#¡NUM!
PRD	no recupera



## ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO (Escenario 3)

### FLUJO DE FONDOS ECONOMICO PRIVADO

	0	1	2	3	4	5	6
Ventas de productos		737.671	811.438	892.582	981.840	981.840	981.840
Ventas de activos							
Gastos de producción		485.569	546.240	610.453	660.976	660.976	660.976
Gastos de administración		47.324	47.398	47.479	47.568	47.568	47.568
Gastos de comercialización		49.691	41.141	44.630	48.469	48.469	48.469
Amortización		19.615	19.615	19.615	19.615	19.615	11.589
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>135.472</b>	<b>157.044</b>	<b>170.405</b>	<b>205.213</b>	<b>205.213</b>	<b>213.239</b>
IMPUESTO A LAS GANANCIAS*		40.642	47.113	51.122	61.564	61.564	63.972
<b>RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>94.830</b>	<b>109.931</b>	<b>119.284</b>	<b>143.649</b>	<b>143.649</b>	<b>149.267</b>
Amortización		19.615	19.615	19.615	19.615	19.615	11.589
Activos fijos	94.191						
Activos asimilables	40.130						
Crédito fiscal		-84.932	-96.234	-106.108	-116.987	-116.987	-116.987
Capital de trabajo	17.586	-1.989	-2.183	-1.795	-	-	-
Recuperación crédito fiscal		18.262					
Valor terminal de activos fijos							24.658
Valor terminal de capital de trabajo							23.552
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>-151.907</b>	<b>45.786</b>	<b>31.128</b>	<b>30.996</b>	<b>46.276</b>	<b>46.276</b>	<b>92.079</b>

\*Tasa del impuesto a las ganancias

VAN (tasa del 8% anual)	65.316
TIR	19.42%
PRD	3.48

Período de recupero descontado= 3 años, 5 meses y 22 días

Dados los problemas que se presentaron en el escenario 1 respecto al criterio optimista de estimar una demanda equivalente al 10% del consumo de chorizos de cerdo frescos sobre el total de la población creemos oportuno adoptar una postura mas precavida y tomar ese mismo porcentaje pero sobre el segmento meta, que se corresponde con el 30% del total del consumo antes mencionado (correspondientes a los niveles socioeconómicos ABC1, C2 y C3) y, es por ello, que se planteo el escenario 2.

Bajo este nivel de demanda (escenario 2) el proyecto no es viable. El principal motivo la alta inversión necesaria para iniciarse en la actividad provoca altos costos fijos por unidad producida los cuales no alcanzan a ser solventados. Si la escala de producción fuera mayor, estos costos disminuirían y el resultado de la inversión variaría.

Bajo el supuesto de los altos costos fijos es que se decidió ampliar la escala del mercado para, de esta forma disminuir los costos unitarios. En tal sentido, y con una mirada más conservadora sobre el nivel de demanda, es que se decidió evaluar la alternativa de introducir los productos en el mercado de la CABA (Escenario 3), produciendo el producto en el lugar de destino. El volumen a producir surge de calcular un consumo del 3% del de chorizos frescos de cerdo para los segmentos ABC1, C2 y C3 (en este caso representa el 51% del CABA). El proyecto en este mercado tiene un interesante retorno reflejado en un VAN de \$ 65.316,00 y una TIR del 19.42%, quedando demostrada su viabilidad económica.

### **Conclusiones:**

Como consideraciones finales creemos pertinente resaltar que, debido a lo exhaustivo del trabajo, nos hemos limitado a crear tres (3) escenarios alternativos y evaluar su performance. Ello no significa que no existan más alternativas de solución las cuales son varias, como por ejemplo se podrían agregar la producción de los chorizos en Santa Rosa y su venta en la CABA o en lugar de ello reunir ciudades que logren una masa crítica adecuada para la rentabilidad del proyecto como podría ser el mercado de Santa Fe, Rosario y Córdoba. Otra alternativa que pudiera sopesar el problema de la escasa demanda es la de incluirla como parte de otro proyecto (ampliación de proyectos) en caso de una carnicería, supermercado, o restaurante. Por último, entonces, podríamos concluir diciendo que el proyecto al ser específico (exclusivo de un producto en dos versiones -chorizo fresco) necesita de una escala considerable. Una solución posible y alternativa sería formar parte de un proyecto más diversificado que permita compartir costos con otros productos (además de venderles al mismo consumidor distintos productos –como podría ser producir chorizos frescos y secos, jamones entre otros tantos embutidos-. Eso implicaría la reformulación y adecuación del proyecto a los nuevos objetivos.

**BIBLIOGRAFIA:**

*“Manual de diseño y evaluación de proyectos agropecuarios y agroindustriales”*. Cuadernillo de cátedra 2007

*“La Pampa en cifras”*. Iturrioz G. INTA Anguil.

*“Código alimentario de la República Argentina”*.

*“Agroalimentos I y II”*. AACREA

*“Estudio de actualización del índice de nivel socioeconómico de Argentina”*.  
AAM - Asociación Argentina de Marketing

*“Caracterización de la industria del chacinado en Argentina”*. CAICHA

*“Informe económico mensual- Agosto 2007”*. CICCRA

*“Particularidades de la venta minorista en carnicerías”*. Ing. Agr. Bifaretti  
Adrián

*“Análisis de producciones alternativas con potencial de desarrollo inmediato y mediato en la República Argentina”*. Ing. Agr. Vieites Carlos.

*“Proyectos de inversión. Formulación y Evaluación”*. Sapag Chain, Nassir.

*“Cálculo Financiero aplicado”*. Lopez Dumrauf, Guillermo

*“Diseño y evaluación financiera de proyectos agropecuarios”*. Román  
Marcela E.

“*Costos Agrarios y sus aplicaciones*”. Pagliettini, Liliana y Gonzalez M. del Carmen.

“*Sociedades comerciales, Ley 19550*”, Editora AZ

**Links utilizados:**

[www.sagpya.gov.ar](http://www.sagpya.gov.ar) - SAGPYA

[www.oncaa.gov.ar](http://www.oncaa.gov.ar) - ONCCA

[www.ipcva.org.ar](http://www.ipcva.org.ar) - IPCVA

[www.minaabsas.gov.ar](http://www.minaabsas.gov.ar) - Ministerio de asuntos Agrarios de Bs. As

[www.lapampa.gov.ar](http://www.lapampa.gov.ar) – Gobierno de La Pampa

Dirección General de Estadísticas y Censos (REPAGRO)

[www.ilconiglio.com.ar](http://www.ilconiglio.com.ar) – Empresa productora de chacinados secos de conejo.

[www.senasa.org.ar](http://www.senasa.org.ar) - SENASA

[www.fao.org](http://www.fao.org) - FAO

[www.uba.ar](http://www.uba.ar) - Área Bromatología, Departamento de Química Orgánica  
Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, Universidad de Buenos Aires

[www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar) - INDEC

**ANEXO****Marco legal y definiciones según el Código Alimentario Argentino.****CAPITULO XVI****16. — CHACINADOS****Definición****Chacinados definición**

16.1 Se entiende por chacinados, los productos preparados sobre la base de carne y/o sangre, vísceras u otros subproductos animales que hayan sido autorizados para el consumo humano, adicionados o no con sustancias aprobadas a tal fin.

**Embutidos definición**

16.1.1 Se entiende por embutidos, los chacinados en cualquier estado y forma admitida que se elaboren, que hayan sido introducidos a presión en un fondo de saco de origen orgánico o inorgánico aprobado para tal fin, aunque en el momento del expendio y/o consumo carezcan del continente.

**Embutidos clasificación**

16.1.2 Los embutidos pueden ser: embutidos frescos, embutidos secos o embutidos cocidos.

**Embutidos frescos.**

16.1.3 a) Definición:

Se entiende por embutidos frescos a aquellos que han sido elaborados con carnes y subproductos crudos, con el agregado de sal, especias y aditivos de uso permitido, que no hayan sido sometidos a procesos térmicos, de secado o de ahumado.

## b) Duración:

Los embutidos frescos serán mantenidos a temperaturas entre MENOS DOS GRADOS CENTIGRADOS (-2°C) y CINCO grados centígrados (5°C). Se debe indicar la fecha de duración del producto, la que constará por lo menos del día y el mes para productos de menos de TREINTA (30) días de vida útil.

## c) Envasados al vacío o en atmósfera controlada:

Cuando dichos embutidos se encuentren envasados al vacío o en atmósfera controlada deberán mantenerse a las temperaturas antes mencionadas. Se debe indicar la fecha de duración del producto, la que constará por lo menos del día y el mes para productos de menos de TREINTA (30) días de vida útil.

## d) Congelados:

Cuando los embutidos hayan sido congelados inmediatamente después de su elaboración a temperaturas no superiores a MENOS DIECIOCHO GRADOS CENTIGRADOS (-18°C), se consignará una fecha de duración mínima de acuerdo al criterio técnico del elaborador la que constará por lo menos del mes y el año para productos de más de tres meses de vida útil.

## e) Rotulado:

En los rótulos de estos productos, se consignará con claridad, la temperatura de conservación y la fecha de duración que les corresponde.

*(Apartado sustituido por art. 1° de la [Resolución N° 38/2002](#) del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria B.O. 10/1/2002).*