



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Sede Santo Domingo**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CPA.**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:  
**INGENIERO EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CPA.**

**“FACTORES DE INCIDENCIA EN LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS  
AGROPECUARIOS (GANADO DE LECHE Y GANADO DE CARNE) DEL CANTÓN  
SANTO DOMINGO, PARA ESTABLECER EL PRODUCTO MÁS SUSCEPTIBLE  
AL CAMBIO DE PRECIOS EN EL MERCADO”**

**Estudiante:**

**ASTUDILLO AÑAZCO CESAR AUGUSTO**

**Director de Trabajo de Titulación:**

**ECO. OSCAR MORALES, MsC**

**Santo Domingo – Ecuador**

**Agosto, 2016**

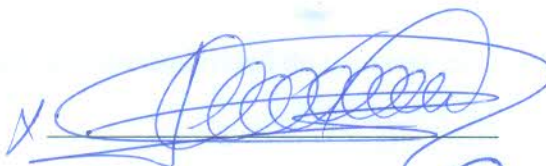
**“FACTORES DE INCIDENCIA EN LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS (GANADO DE LECHE Y GANADO DE CARNE) DEL CANTÓN SANTO DOMINGO, PARA ESTABLECER EL PRODUCTO MÁS SUSCEPTIBLE AL CAMBIO DE PRECIOS EN EL MERCADO”**

Eco. Oscar Morales Llerena, MsC  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



**APROBADO**

Ing. Jacinto Vera Intriago, MBA.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



Ing. Jorge Tapia Agualsaca, Mgs.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Ing. Franklin Naranjo, MDE.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Santo Domingo.....<sup>31</sup>.....de Agosto.....del 2016.

**Autora:** CESAR AUGUSTO ASTUDILLO AÑAZCO

**Institución:** UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**Título del Trabajo:** FACTORES DE INCIDENCIA EN LOS PRECIOS DE LOS  
**de Titulación** PRODUCTOS AGROPECUARIOS (GANADO DE LECHE  
Y GANADO DE CARNE) DEL CANTÓN SANTO  
DOMINGO, PARA ESTABLECER EL PRODUCTO MÁS  
SUSCEPTIBLE AL CAMBIO DE PRECIOS EN EL  
MERCADO.

**Fecha:** AGOSTO, 2016

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad de la autora el mismo que no ha sido plagiado.



---

CÉSAR AUGUSTO ASTUDILLO AÑAZCO  
C.I. 070494637-5

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL****Sede Santo Domingo****INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**Santo Domingo, 31 de Agosto de 2016

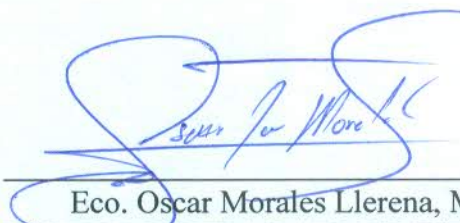
Doctora.

Clemencia Carrera Naranjo, MBA.

**COORDINADORA DE LA CARRERA****INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA, CPA.**

Informo que el trabajo de titulación realizado por el Señor: **CESAR AUGUSTO ASTUDILLO AÑAZCO**, cuyo título es “**FACTORES DE INCIDENCIA EN LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS (GANADO DE LECHE Y GANADO DE CARNE) DEL CANTÓN SANTO DOMINGO, PARA ESTABLECER EL PRODUCTO MÁS SUSCEPTIBLE AL CAMBIO DE PRECIOS EN EL MERCADO**”, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, el mismo que no ha sido plagiado por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes.



Eco. Oscar Morales Llerena, MsC  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**



**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	070494637-5
APELLIDO Y NOMBRES:	Astudillo Añazco Cesar Astudillo
DIRECCIÓN:	023 780 662
EMAIL:	<a href="mailto:cescorpv@yahoo.com">cescorpv@yahoo.com</a>
TELÉFONO FIJO:	Coop. María del Rosario
TELÉFONO MOVIL:	0981 909 031

DATOS DE LA OBRA				
TÍTULO:	“Factores de incidencia en los precios de los productos agropecuarios (ganado de leche y ganado de carne) del Cantón Santo Domingo, para establecer el producto más susceptible al cambio de precios en el mercado”			
AUTOR O AUTORES:	Astudillo Añazco Cesar Augusto			
FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Agosto, 2016			
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Eco. Oscar Morales Llerena, MsC			
PROGRAMA	<table border="1"><tr><td>PREGRADO</td><td>X</td><td>POSGRADO</td></tr></table>	PREGRADO	X	POSGRADO
PREGRADO	X	POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Finanzas y Auditoría, CPA.			
RESUMEN:	<p>El presente trabajo investigativo está dirigido a “Determinar los factores que inciden en el comportamiento de los precios del ganado de carne y ganado de leche de las parroquias rurales productoras de ganado de carne y de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo; para establecer el producto más susceptible al cambio de precios en el mercado” está desarrollado en su primera parte por las generalidades, los objetivos a cumplir y la justificación para elaborar el trabajo.</p> <p>Una segunda parte está orientada al sustento conceptual y teórico, mismo que sirvió para establecer los factores de incidencia en los precios de los productos y relacionarlos con las variaciones o susceptibilidades que tienen los precios en el mercado, para saber que producto es el de mayor variación.</p> <p>Como siguiente punto se realizó un diagnóstico de la situación actual de los productores de ganado de carne y leche y cuáles son los precios de los productos en las parroquias rurales de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo, para así establecer el producto más susceptible al cambio de precios en el mercado.</p> <p>A partir del diagnóstico se establece un análisis de los factores de mayor peso según los resultados, para</p>			

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

	<p>identificar las variaciones de precio de acuerdo a cada factor.</p> <p>Bajo estas premisas la ejecución del presente trabajo se sustenta y justifica en las relaciones existentes entre factores de incidencia en los precios y su influencia en las variaciones o fluctuaciones, llegando a determinar el producto que más variaciones tiene en el mercado, para así establecer recomendaciones que influyan en su estabilidad.</p>
<b>PALABRAS CLAVES:</b>	<b>Factores de incidencia en los precios. Variación de precios. Susceptibilidad de los precios.</b>
<b>ABSTRACT:</b>	<p>The present paper aims at determining the factors that have an impact on the development of the prices of dairy cattle and livestock used for meat production. Research was done in the rural districts of Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso and El Esfuerzo in the North-West of Ecuador in order to identify the product that is most susceptible to price changes on the market. The first part contains the basic concepts, the objectives to reach and the reason why research was done.</p> <p>The second part includes the conceptual and theoretical foundations. The factors that influence the prices of products have been determined and they were related to the variations and the susceptibility that prices have on the market in order to know which product is the one of the biggest variation.</p> <p>The next point was a diagnosis of the present situation of dairy and meat producing farmers and of the product prices in the rural districts mentioned above. Taking the diagnosis as a basis, the most important factors found have been analyzed in order to identify the price variations according to each factor.</p> <p>Under these assumptions, the present paper is based on the links that exist among the impact factors of prices and their influence on the variations and fluctuations, which allows to determine the product that suffers most variation on the market and to give recommendations for its stability.</p>
<b>KEYWORDS</b>	<b>Impact factors – price fluctuation – susceptibility of prices</b>

Se autoriza la publicación de este Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f.

**CESAR AUGUSTO ASTUDILLO AÑAZCO**  
**C.I. 070494637-5**

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **CESAR AUGUSTO ASTUDILLO AÑAZCO**, CI. **070494637-5** autor del Trabajo de Titulación titulado: **“Factores de incidencia en los precios de los productos agropecuarios (ganado de leche y ganado de carne) del Cantón Santo Domingo, para establecer el producto más susceptible al cambio de precios en el mercado”**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Finanzas y Auditoría, CPA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial Sede Santo Domingo.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Santo Domingo, 11 de agosto de 2016

f. \_\_\_\_\_



**CESAR AUGUSTO ASTUDILLO AÑAZCO**  
**C.I. 070494637-5**

## DEDICATORIA

*A mi querida esposa Ing. Katty Morocho Calle, quien me enseñó con su ejemplo: que con una lucha férrea se alcanzan las metas, a ella va dedicada con todo amor este Trabajo de Titulación.*

*A mis padres, hermanos, tíos, primos y demás entrañables seres queridos.*



## AGRADECIMIENTO

*A Dios por ser nuestro creador que nos da la oportunidad de vida, a mi director de Trabajo de Titulación Eco. Oscar Morales, a querida esposa las personas que colaboraron de una u otra forma para la realización de este trabajo, y especialmente a mi tía quien siempre me considero como un hijo, mis padres por todo su apoyo y la oportunidad de poder estudiar.*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Sustentación y Aprobación de los Integrantes del Tribunal.....	ii
Responsabilidad del autor .....	iii
Informe del director del trabajo de titulación.....	iv
Formulario de registro bibliográfico .....	v
Declaración y autorización.....	vii
Dedicatoria.....	viii
Agradecimiento .....	ix
Índice de contenidos.....	x
Índice de tablas.....	xiii
Índice de figuras .....	xv
Índice de anexos .....	xvi

### CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1.	El Problema de Investigación .....	1
1.1.1.	Problema a investigar.....	1
1.1.2.	Objeto del estudio teórico .....	1
1.1.3.	Objeto del estudio práctico .....	1
1.1.4.	Planteamiento del problema.....	1
1.1.5.	Formulación del problema .....	3
1.1.6.	Sistematización del problema .....	3
1.1.7.	Objetivo general.....	3
1.1.8.	Objetivos específicos .....	3
1.1.9.	Justificación de la investigación .....	4
1.2.	Marco de referencia .....	5
1.2.1.	Marco teórico .....	5
1.2.1.1.	Base relacionada con la Investigación de la Sexta Convocatoria .....	5
1.2.1.2.	Base relacionada con la Investigación de la Séptima Convocatoria.....	6

1.2.1.3.	Cumplimiento de la sexta convocatoria considerando materiales, métodos y procedimientos ejecutados.....	7
1.2.1.4.	Mercado Agropecuario .....	12
1.2.1.5.	La Oferta, Demanda de Productos Agropecuarios.....	12
1.2.1.6.	Precio .....	13
1.2.1.7.	Elementos que deben considerarse en las decisiones sobre precios .....	13
1.2.1.8.	Etapas a seguir en la fijación de precios de venta.....	14
1.2.1.9.	Políticas de precios .....	15
1.2.1.10.	Orientación u Objetivos de las políticas de precios .....	15
1.2.1.11.	Estrategias de fijación de precios.....	16
1.2.1.12.	Tácticas para la Fijación de Precios.....	17
1.2.2.	Marco Conceptual.....	17
1.2.2.1.	Fluctuaciones .....	17
1.2.2.2.	Fluctuaciones Estacionales .....	18
1.2.2.3.	Demanda .....	18
1.2.2.4.	Mercado .....	18
1.2.2.5.	Producto .....	18
1.2.2.6.	Precio .....	18
1.2.2.7.	Oferta .....	19

## CAPÍTULO 2

### MÉTODO

2.1.	Metodología general .....	20
2.1.1.	Nivel de estudio .....	20
2.1.2.	Modalidad de la investigación .....	20
2.1.2.1.	Investigación exploratoria.....	20
2.1.2.2.	Investigación Descriptiva.....	20
2.1.3.	Método .....	21
2.1.3.1.	Método analítico .....	21
2.1.3.2.	Método inductivo .....	21
2.1.3.3.	Método deductivo .....	21
2.1.4.	Población y muestra.....	22
2.1.5.	Instrumentos de investigación.....	22

2.1.5.1.	Información primaria .....	22
2.1.5.2.	Encuesta .....	23
2.1.5.3.	Observación .....	23
2.1.5.4.	Información secundaria.....	23
2.1.6.	Procesamiento de datos.....	24
2.2.	Metodología específica .....	24
2.2.1.	Metodología referente a la producción y comercialización de ganado de leche y ganado de carne.....	24

### **CAPÍTULO 3**

#### **RESULTADOS**

3.1.	Recolección y tratamiento de datos .....	26
3.2.	Presentación y análisis de resultados .....	26
3.2.1.	Productores de ganado de carne.....	26
3.2.2.	Ganado de leche .....	31
3.2.3.	Antecedentes de la producción de ganado de carne y de leche en la zona de Santo Domingo de los Colorados.....	39
3.2.3.1.	Características y variables importantes dentro de la producción de ganado de Carne y Ganado de Leche .....	39
3.2.4.	Análisis de la situación actual del ganado de carne en el Cantón Santo Domingo .....	41
3.2.5.	Análisis de la situación actual del ganado de leche en el Cantón Santo Domingo .....	42
3.2.5.1.	Análisis de las matrices de tendencias y estrategias para el ganado de carne ....	52
3.2.5.2.	Análisis de la matriz de tendencias y estrategias para el ganado de leche.....	57

### **CAPÍTULO 4**

#### **DISCUSIÓN**

4.1.	Conclusiones .....	60
4.2.	Recomendaciones .....	61
	Referencias bibliográficas .....	63
	Anexos.....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1.	Objetivos cumplidos en la Investigación de la Sexta Convocatoria .....	5
Tabla 1.2.	Objetivos cumplidos en la Investigación de la Séptima Convocatoria.....	6
Tabla 1.3.	Matriz de evaluación de riesgos.....	9
Tabla 1.4.	Parámetros para establecer el nivel de riesgo .....	12
Tabla 2.1.	Número de productores según datos históricos.....	22
Tabla 3.1.	Número de productores de Ganado de carne en el Cantón Santo Domingo.....	26
Tabla 3.2.	Tendencia de la producción de ganado de carne en estos últimos 4 años .....	27
Tabla 3.3.	Número de cabezas de ganado de carne en la zona .....	27
Tabla 3.4.	Temporada con mayor producción de ganado de carne.....	28
Tabla 3.5.	Precio de venta de cada cabeza de ganado de carne .....	28
Tabla 3.6.	Entidad que evalúa la calidad de la producción de carne .....	29
Tabla 3.7.	Factores que inciden en la variación del precio de venta del ganado de carne...	29
Tabla 3.8.	Adaptación de los costos de producción a los precios fijados por el mercado mayorista (ASOGAN) .....	30
Tabla 3.9.	Nivel de satisfacción de los precios fijados por el mercado mayorista .....	31
Tabla 3.10.	Número de productores de Ganado de Leche en el Cantón Santo Domingo.....	31
Tabla 3.11.	Número de cabezas de ganado destinado a la producción de leche.....	32
Tabla 3.12.	Producción diaria de leche en litros .....	32
Tabla 3.13.	Venta de leche diariamente en litros.....	33
Tabla 3.14.	Producción y venta diaria de queso en libras.....	33
Tabla 3.15.	Temporada con mayor producción de leche .....	34
Tabla 3.16.	Tendencia de la producción de leche en estos últimos 4 años .....	34
Tabla 3.17.	Precio de venta de cada litro de leche .....	35
Tabla 3.18.	Precio de venta de la libra de queso .....	35
Tabla 3.19.	Organismo de control que evalúa la calidad de la leche .....	36
Tabla 3.20.	Factores de calidad que evalúa el comprador al adquirirla la leche.....	37
Tabla 3.21.	Factores que inciden en la variación del precio de venta de la leche .....	38
Tabla 3.22.	El precio de venta de leche se adaptan a los fijados por el MAGAP.....	38
Tabla 3.23.	Ganado vacuno en el Ecuador año 2013 .....	40
Tabla 3.24.	Rendimiento a la canal.....	40
Tabla 3.25.	Factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de carne .....	45

Tabla 3.26.	Comportamiento de los precios en el mercado .....	46
Tabla 3.27.	Tendencia y estrategias que contribuyen a la variación de precios .....	47
Tabla 3.28.	Factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de leche .....	50
Tabla 3.29.	Comportamiento de los precios del ganado de leche.....	53
Tabla 3.30.	Tendencias y estrategias que contribuyen en la variación del precio del ganado de leche .....	53
Tabla 3.31.	Nivel de incidencia de los factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de carne.....	58
Tabla 3.32.	Nivel de incidencia de los factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de leche.....	58
Tabla 3.33.	Fluctuación de los precios del ganado de carne en el periodo de estudio.....	59
Tabla 3.34.	Fluctuación de los precios de la leche en el periodo de estudio .....	59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Situación actual de las PYMES agropecuarias de Santo Domingo de los Tsáchilas .....	11
Figura 3.1. Número de productores de Ganado de carne en el Cantón Santo Domingo.....	26
Figura 3.2. Tendencia de la producción de ganado de carne en estos últimos 4 años .....	27
Figura 3.3. Número de cabezas de ganado de carne en la zona .....	27
Figura 3.4. Temporada con mayor producción de ganado de carne.....	28
Figura 3.5. Precio de venta de cada cabeza de ganado de carne .....	28
Figura 3.6. Entidad que evalúa la calidad de la producción de carne .....	29
Figura 3.7. Factores que inciden en la variación del precio de venta del ganado de carne...	30
Figura 3.8. Adaptación de los costos de producción a los precios fijados por el mercado mayorista (ASOGAN) .....	30
Figura 3.9. Nivel de satisfacción de los precios fijados por el mercado mayorista .....	31
Figura 3.10. Número de productores de Ganado de Leche en el Cantón Santo Domingo.....	31
Figura 3.11. Número de cabezas de ganado destinado a la producción de leche.....	32
Figura 3.12. Producción diaria de leche en litros .....	32
Figura 3.13. Venta de leche diariamente en litros.....	33
Figura 3.14. Producción y venta diaria de queso en libras.....	34
Figura 3.15. Temporada con mayor producción de leche .....	34
Figura 3.16. Tendencia de la producción de leche en estos últimos 4 años.....	35
Figura 3.17. Precio de venta de cada litro de leche .....	35
Figura 3.18. Precio de venta de la libra de queso .....	36
Figura 3.19. Organismo de control que evalúa la calidad de la leche.....	36
Figura 3.20. Factores de calidad que evalúa el comprador al adquirirla la leche.....	37
Figura 3.21. Factores que inciden en la variación del precio de venta de la leche .....	38
Figura 3.22. El precio de venta de leche se adapta a los fijados por el MAGAP.....	39
Figura 3.23. Índice de precios al productor .....	59

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Datos Investigación de la séptima convocatoria.....	69
--	----



# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

### 1.1. El Problema de Investigación

#### 1.1.1. Problema a investigar

El nivel de incidencia de los factores que influyen en los precios de los productos agropecuarios ganado de leche y ganado de carne del Cantón Santo Domingo, para establecer el producto más susceptible al cambio de precios en el mercado (Se considerara la información relacionada con los productos, que consta en las investigaciones realizadas por la Carrera de Finanzas en los años 2014 y 2015, referente a factores de incidencia de riesgo financiero presente en los productos de mayor comercialización en las parroquias rurales de Santo Domingo y la investigación referente a Variaciones de precio al productor y comercializador de los productos relacionados con la investigación)

#### 1.1.2. Objeto del estudio teórico

Los factores de incidencia en las variaciones de precios de productos de mayor consumo y comercialización

#### 1.1.3. Objeto del estudio práctico

El producto de mayor variabilidad de precios entre el ganado de carne y el ganado de leche del Cantón Santo Domingo (considerando los resultados de las investigaciones realizadas en los años 2014 y 2015 de la Carrera de Finanzas)

#### 1.1.4. Planteamiento del problema

El análisis de competitividad entre productos agrícolas basa su estudio en el comportamiento de los precios y los costos de producción, bajo esta premisa al ser el Ecuador un país netamente agrícola con producción primaria, y siendo la zona de Santo Domingo un

sector de altos niveles de producción agropecuaria, el tema de producción y precios va tomado un nivel de importancia mayor, este hecho se da también por la gran cantidad de intermediarios que se presentan en la comercialización, además de los distintos cambios estacionales que se están generando.

Dentro de este contexto, y considerando información de la Investigación realizada por la Carrera de Finanzas en la sexta y séptima convocatoria de proyectos de investigación, se puede determinar que uno de los problemas que se presentan en el proceso de producción y comercialización de productos como el ganado de carne y de leche, se da en la variación de los precios, y los factores que inciden para ello, (las investigaciones hacen referencia a los factores de incidencia en los riesgos financieros y a las variaciones de los precios de los productos en mención)

Este tipo de fluctuaciones en los precios de productos agropecuarios ocasiona un problema para productores, comercializadores y consumidores, ya que les impide tomar decisiones adecuadas en relación a cuando producir, cuanto y como comercializar. La falta de información y en muchos casos por desconocimiento por parte del productor ocasiona que estas variaciones de precios, terminen en consecuencias desfavorables, las cuales afecten los niveles de producción, además se debe considerar que no existe información confiable que indique las distintas fluctuaciones de precio, y mucho menos de que existan estudios que demuestren la tendencia de los precios encaminados a la producción ganadera y lechera de la zona.

Conocer cuáles son los factores relevantes e influyentes en la variación de precios de los productos agrícolas mencionados anteriormente es importante para poder determinar cuáles de estos productos tiene mayor fluctuación de sus precios en el mercado, para así determinar prioridades de acciones productivas y de mercado.

La situación planteada anteriormente determina la necesidad que tienen los pequeños y medianos productores de contar con información actualizada acerca de cada uno de sus productos, que les ayude a ser capaces de establecer comportamientos de precios frente al mercado, a través de las distintas variables como son la oferta y la demanda, las oscilaciones de precios a corto y a largo plazo que implican la cantidad de producto que se pone a la venta, con el fin de ser capaces de crear estrategias que les permita mejorar cada uno de sus cultivos.

### **1.1.5. Formulación del problema**

- ¿Es necesario e importante analizar los factores de incidencia en los precios de los productos agropecuarios ganado de carne y ganado de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo, para determinar cuál es el producto más susceptible a cambios en sus precios en el mercado?

### **1.1.6. Sistematización del problema**

- ¿Qué tan importante será determinar los factores que inciden en el comportamiento de los precios del ganado de carne y ganado de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo?
- ¿Será necesario establecer el nivel de incidencia en la variación de precios de cada factor del ganado de carne y ganado de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo?
- ¿Cuán importante será identificar si el ganado de carne o el ganado de leche es el más afectado por la variabilidad de precios?

### **1.1.7. Objetivo general**

Analizar los factores de incidencia en los precios del ganado de carne y ganado de leche de las parroquias rurales productoras de ganado de carne y de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo, para determinar cuál es el producto más susceptible al cambio de precios en el mercado.

### **1.1.8. Objetivos específicos**

- Determinar los factores que inciden en el comportamiento de los precios del ganado de carne y ganado de leche de las parroquias rurales productoras de ganado de carne y de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo

- Identificar el comportamiento de los precios al consumidor de los productos ganado de carne y ganado de leche de las parroquias rurales productoras de ganado de carne y de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo
- Establecer el nivel de incidencia en la variación de precios de cada factor de influencia en el ganado de carne y ganado de leche de las parroquias rurales productoras de ganado de carne y de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo
- Identificar si el ganado de carne o el ganado de leche es el producto de mayor susceptibilidad a la variación de precios

#### **1.1.9. Justificación de la investigación**

El análisis de las fluctuaciones de precios y los factores de incidencia en los productos agropecuarios (ganado de carne y ganado de leche), de las parroquias rurales productoras de ganado de carne y de leche de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo pretende establecer tendencias de crecimiento de estos productos con la finalidad de mejorar la economía de los productores de la zona de estudio. A través de la utilización de metodologías que ayuden a diagnosticar la situación y perspectivas que tienen los distintos productores al momento de comercializar su producto con el fin de poder tomar decisiones adecuadas que ayudaran a generar mejores opciones al momento de vender los productos y que estos a la vez no sufra cambios constantes en la variación de su precio.

La economía y la sociedad son un solo elemento de análisis, por lo tanto las relaciones existentes entre estos dos, son de igual importancia para su mejor funcionamiento y su mejor control, por lo tanto al analizar factores de incidencia en las fluctuaciones de precios y conocer que productos son los más propensos a estos cambios, es prioritario para los productores y para el control de mercado.

Toda teoría nace de las investigaciones y su aplicabilidad en diferentes tiempos, es así que la teoría aplicable en el análisis del comportamiento de los precios y sus factores de influencia permiten establecer si esos comportamientos tienen predicciones futuras o son representados

de manera aleatoria. Es este contexto que hace que la presente investigación tenga importancia teórica y práctica.

## 1.2. Marco de referencia

### 1.2.1. Marco teórico

#### 1.2.1.1. Base relacionada con la Investigación de la Sexta Convocatoria

**Título de la investigación:** “Identificación y clasificación de riesgos financieros orientados al momento y aplicación de las economías populares y solidarias en las pymes productoras-emprendedoras agropecuarios de santo domingo de los Tsáchilas; resultados que serán orientados al mejoramiento de la eficiencia y eficacia de las inversiones productiva”

**Tabla 1.1. Objetivos cumplidos en la Investigación de la Sexta Convocatoria**

**COMPONENTES: (Objetivos Específicos )**

O.E.1

Fundamentar teórica y metodológicamente la gestión del riesgo, sus niveles y variables dentro de las inversiones productivas de las PYMES de Santo Domingo de los Tsáchilas

Este objetivo está cumplido en un 100% debido a que para iniciar la investigación, la fundamentación teórica fue la base

O.E.2

Diagnosticar los niveles de riesgo que afectan a las PYMES productoras de cacao, palma aceitera, plátano verde, yuca, piña ganado para carne, ganado lechero de Santo Domingo de los Tsáchilas

Este objetivo esta aun ejecutándose con algunas entrevistas y ya con todas las encuestas realizadas, por lo que el porcentaje de cumplimiento de este objetivo es del 100%

O.E.3

Analizar la incidencia de la aplicación de la Economía Popular y solidaria en el otorgamiento de créditos a PYMES de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Este objetivo se le está realizando actualmente y está ejecutado en un 100%

O.E.4

Elaborar una matriz de información e identificación de niveles de riesgo para los principales productos agropecuarios de Santo Domingo de los Tsáchilas

Al tener la base de la información inmersa en la matriz este objetivo se ha cumplido en un 100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

### 1.2.1.2. Base relacionada con la Investigación de la Séptima Convocatoria

**Título de la investigación:** “Análisis de las fluctuaciones de precios y sus factores de incidencia de productos agropecuarios del Cantón Santo Domingo, para establecer las tendencias de crecimiento real de los productos referentes de la zona establecida”

**Tabla 1.2. Objetivos cumplidos en la Investigación de la Séptima Convocatoria**

	<b>Objetivos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de Verificación</b>
Fin:	Establecer las fluctuaciones de precios en el mercado de productos agropecuarios del cantón Santo Domingo, para aportar al desarrollo territorial y contribuir con el cambio de la matriz productiva.	100% de los productos referentes de la zona poseen estadísticas de fluctuaciones de precios y tendencias de variación futuras	Estadísticas del territorio
Propósito:	Identificar cuáles son los principales factores que inciden en el cambio de los precios, que no permiten que los productores agropecuarios logren un crecimiento sostenido a largo plazo.	Cantidad de factores que inciden en el crecimiento sostenido a largo plazo de los productores de la zona en estudio	Matriz de factores elaborada
Componentes:	C1. Identificar cual es el mecanismo de establecimiento de precios que utilizan los productores de la zona.	Teoría económica de establecimiento de precios identificada	Metodología teórica aplicada
	C2. Diagnosticar cual es la situación actual de los productores de la zona en la participación del mercado agropecuario de Santo Domingo.	Matriz FODA de situación actual de productores	Matriz FODA presentada
	C3. Identificar cuál de los productos objeto del estudio es más susceptible al cambio de precios en el mercado de Santo Domingo.	Lista de productos referentes de la zona que han sufrido cambios más susceptibles en los precios	Productos identificados
	C4. Elaborar una matriz de resumen de factores que influyen en el comportamiento de los precios de los productos agropecuarios, y sus posibles comportamientos futuros	Matriz de factores, del comportamiento de los precios.	Matriz de factores presentada

**Tabla 1.2. (Cont.)**

Actividades Componente 1:	- Análisis de la producción y capacidad de producción. - Identificación de la normativa que debe ser aplicada. - Análisis de la oferta y la demanda del producto.	Recursos humanos, técnicos, materiales, tecnológicos y económicos	-Capacidad instalada y niveles de producción. -Ley de control del mercado - Estadísticas oficiales de oferta y demanda del producto.
Actividades Componente 2:	-Ubicación geográfica y caracterización de cada zona en donde se encuentran ubicados los productores. -Identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los productores agropecuarios. -Determinación de nuevas oportunidades de mercado para comercialización.	Recursos humanos, técnicos, materiales tecnológicos y económicos	-Mapa de zona productiva Santo Domingo. -Matriz FODA. -Base de datos del MIPRO y MCPEC
Actividades Componente 3:	- Establecer el comportamiento microeconómico de los precios de mercado de los productos referentes de la zona - Identificar según su comportamiento microeconómico que tipo de producto es - Relacionar el comportamiento del consumidor de acuerdo a la sensibilidad del producto en mercado	Recursos humanos, técnicos, tecnológicos, materiales y económicos	-Cuadros de elasticidades precio de los productos referentes de la zona. -Lista de identificación de productos de acuerdo a sus características microeconómicas. -Informe de análisis de comportamiento de precios y comportamiento del consumidor.
Actividades Componente 4:	-Elaborar la matriz de resultados de la investigación -Presentación de resultados	Recursos humanos, técnicos, materiales, tecnológicos.	Modelos estadísticos aplicados entre variables y sus posibles comportamientos futuros.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

### 1.2.1.3. Cumplimiento de la sexta convocatoria considerando materiales, métodos y procedimientos ejecutados

#### • Diseño de la investigación

La investigación está orientada a la determinación y clasificación de los riesgos financieros que se encuentren presentes en las PYMES productoras-emprendedoras agropecuarios de Santo Domingo de los Tsáchilas, con la finalidad de establecer estrategias que mejoren su productividad y rentabilidad en el uso de los recursos.

- **Métodos generales y específicos de investigación**

La presente investigación es de tipo no experimental puesto que no se sometió a los productores agropecuarios de la zona de estudio a determinadas condiciones para ver sus efectos, al contrario se observó las acciones que realizan diariamente en su actividad productiva y se trabajó con los resultados obtenidos.

- **Tipo de Investigación**

### **Descriptiva**

Se llega a describir los factores responsables de la existencia de riesgo en las actividades productivas que realizan las PYMES.

### **Explicativa**

Se orientada a responder cuáles son los riesgos existentes y que factores son los que provocan los riesgos en las actividades agropecuarias que realizan los productores.

- **Método de Investigación**

### **Inductivo**

Por medio de este método se logró obtener datos de fuentes primarias como son los productores, sobre el manejo de su producción y así poder identificar los factores que influyen a que existan riesgos en sus actividades productivas con lo cual se logró inducir una serie de estrategias que serán de ayuda para mitigar los riesgos.

### **Deductivo**

Se partió de investigaciones pasadas que sirvieron de referencia para el análisis posterior, con la información existente se logró obtener una base del problema objeto de estudio, sobre la cual se partió para llegar a estudiar los fenómenos o problemas causantes para que existan riesgos dentro de las actividades productivas.



## Analítico

Con este método se pudo identificar y analizar los problemas que existen en las actividades productivas que realizan las PYMES agropecuarias los cuales generan la aparición de riesgos.

Para local se empleará la calificación del riesgo, con los criterios definidos para establecer el grado de exposición de la entidad a dichos riesgos; de esta forma es posible distinguir entre los riesgos Altos, Medios o Bajos y fijar las prioridades de las acciones requeridas para su tratamiento.

**Tabla 1.3. Matriz de evaluación de riesgos**

IMPACTO	PROBABILIDAD		
	Baja	Media	Alta
Bajo	Riesgo insignificativo	Riesgo mayor	Riesgo Máximo
Medio	Riesgo menor	Riesgo significativo	Riesgo mayor
Alto	Riesgo menor	Riesgo menor	Riesgo significativo

Fuente: (Rodríguez, García, & Lamarca, 2007, pág. 72)

- **Técnicas generales y específicas de investigación**

### Primarias

Son principalmente las PYMES agropecuarias de las parroquias de Santo Domingo de los Tsáchilas, quienes proporcionaron la información requerida para el análisis,

Consultas a profesionales especializados en lo referente a riesgos, administración agrícola y mejoramiento de procesos.

Documentos originales, noticias y apuntes referentes a la investigación.

### Observación

Esta técnica facilitó la participación e interacción con el objeto de estudio, se compartió con los productores agropecuarios con el fin de observar y conocer la actividad productiva que ellos realizan.

## **Encuesta**

Se realizó encuestas a los productores agropecuarios de las parroquias de Santo Domingo de los Tsáchilas

## **Entrevista**

Las entrevistas fueron aplicadas a cada uno de los representantes legales de las asociaciones, con el fin de recabar más información sobre la situación actual de las actividades productivas que realizan.

## **Población y Muestra**

La población de estudio son todos los pequeños y medianos productores agropecuarios de las parroquias de Santo Domingo de los Tsáchilas.

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas tiene un territorio que está en zona de trópico húmedo.

Consta de dos cantones: **Santo Domingo y La Concordia**

Existe 7 Parroquias Rurales en el cantón Santo Domingo: Alluriquín, Luz de América, Puerto Limón, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo, y Santa María del Toachi.

Y 3 parroquias rurales en el Cantón la Concordia: Monterrey, La Villegas y Plan Piloto

Parroquias que fueron sujeto de la presente investigación; mismas que tienen una población agrícola:

De los 411.000 habitantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas el 26,4% pertenecen a las zonas rurales (108.504 habitantes), y de estos el 38,6% se dedican a labores agropecuarias (41.883 habitantes), de estos el 80,8% están considerados como pequeños y medianos productores (33841 habitantes). Datos del censo de población y vivienda del año

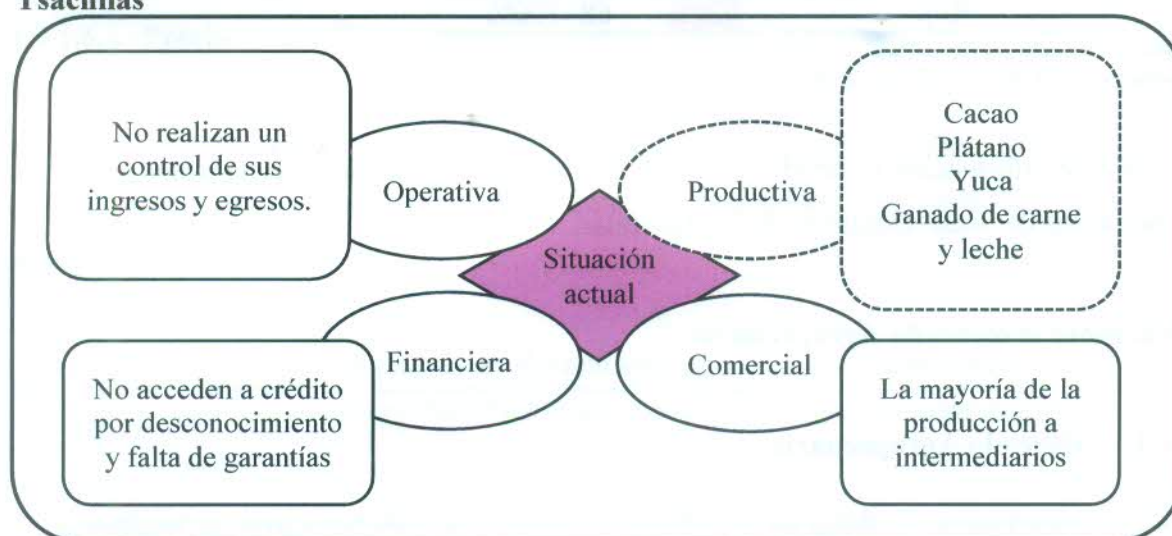
2010, e información del Plan de Desarrollo Rural del Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Considerando esa información se estableció el porcentaje de familias (promedio rural de cinco miembros por familia), por lo que la población sujeta de estudio para la presente investigación fue de 6.768 familias dedicadas a labores agropecuarias.

Considerando un nivel de confianza del 95% y un error del 1,6% se determinó que se deben realizar 2453 encuestas las mismas que fueron aplicadas a los productores agropecuarios de las parroquias de Santo Domingo de los Tsáchilas

Diagnóstico de los niveles de riesgo que afectan a las PYMES productoras de cacao, palma aceitera, plátano verde, yuca, ganado para carne, ganado lechero.

**Figura 1.1. Situación actual de las PYMES agropecuarias de Santo Domingo de los Tsáchilas**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** César Astudillo, 2016

Los resultados de la investigación permiten determinar que el 65,2% de los productores no pertenecen a ninguna asociación, es decir realizan sus actividades productivas de forma individual; el 95,6% de los productores cuentan con terreno propio por lo que no tienen la necesidad de incurrir en gasto de arrendamiento, además cuentan con conocimientos básicos sobre las labores agrícolas que requiere cada tipo de cultivo, lo que lleva a establecer la necesidad de actualización de conocimientos referente a la producción.

En la zona referente de estudio se pudo determinar que existe una mayor producción de cacao representando el 28,4% de dedicación productiva, seguido del cultivo de verde con 19,4%, palma aceitera 15,20%, ganado lechero alcanza un 7,3%, el ganado de carne 7,1% y yuca el 6,5%; se establece además que para el desarrollo de estas actividades productivas el 95,6% de los productores no cuentan con jornaleros.

El 90% de los productores venden su producción a intermediarios, los cuales pagan precios bajos en comparación a los precios de mercado, la forma de pago que reciben por la venta de sus productos es en efectivo representando así un 96,9.

- **Clasificación de riesgos identificados**

**Tabla 1.4. Parámetros para establecer el nivel de riesgo**

<b>VALORACIÓN</b>	<b>COLORES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Bajo	Verde	1 - 33%
Medio	Amarillo	34 - 67%
Alto	Rojo	68 -100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

Matriz de información e identificación de niveles de riesgo para los principales productos agropecuarios de Santo Domingo de los Tsáchilas.

## **Teoría sobre el mercado Agropecuario**

### **1.2.1.4. Mercado Agropecuario**

Según (Mendoza, 1982) el Mercadeo Agropecuario, se puede determinar cómo el proceso que transcurre entre la producción en las fincas y el consumo, es decir, que comprende todas las operaciones y actividades que mueven a los productores agropecuarios desde el lugar de producción hasta los consumidores finales.

### **1.2.1.5. La Oferta, Demanda de Productos Agropecuarios**

(Tschirsley, 2010) Considera que la oferta está gobernada por el precio de los productos agropecuarios y por las condiciones tecnológicas de la producción. De igual manera, por la

preferencia de los productores. La producción agropecuaria se sujeta a ciclos biológicos de duración de meses y por eso se puede concluir que la oferta es lenta y no es fácil de modificarla de un tiempo a otro.

La demanda es gobernada por el incremento de la población en el ingreso de los demandantes, el precio de los productos agropecuarios y la preferencia de los consumidores, que se establece a través del precio al agricultor, al por mayor y al por menor.

- Precio al agricultor. Este precio es el que el agricultor recibe por la venta del producto en su localidad de producción, es decir en el centro de acopio rural.
- Precio al por Mayor. Se define como tal la cantidad monetaria que recibe el oferente del producto en el mercado mayorista.
- Precio al por menor. Este tipo de precio, es lo que paga el consumidor final del producto en los mercados cantonales y supermercados.

#### 1.2.1.6. Precio

Es la cantidad de dinero que los consumidores deben sacrificar para adquirir algo que desean, por lo tanto supone una relación entre el consumidor y el vendedor. De un modo formal se puede decir que el precio es:

$$\text{Precio} = \frac{\text{Cantidad de dinero entregada por el comprador}}{\text{Cantidad de bienes entregados por el vendedor}}$$

Al analizar la definición de precio, se puede establecer un grado de complejidad, debido a que la mayoría de los consumidores presta más atención a la cantidad de dinero (al numerador) que a la cantidad de bienes (el denominador) cuando tienen que decidir sobre un producto, este hecho en algunos casos perjudica el equilibrio del mercado para dicho producto.

#### 1.2.1.7. Elementos que deben considerarse en las decisiones sobre precios

(Monroe, 1992) Establece que la fijación de precios es una de las decisiones más importantes que la dirección debe tomar, puesto que es la única variable del marketing que genera

directamente ingreso, esto debido a que el margen de utilidad está inmerso en el precio final del producto, siendo así se puede establecer ciertos aspectos relevantes relacionados con la fijación de precios:

- a) Rapidez en el proceso tecnológico
- b) Proliferación de nuevos productos
- c) Incremento de la demanda de servicios
- d) Incremento de la competencia extranjera
- e) Cambios en el entorno legal
- f) Incertidumbre económica

#### 1.2.1.8. Etapas a seguir en la fijación de precios de venta

**Primera Etapa:** En esta etapa se define la política de precios (que se analiza en el siguiente apartado) en función de la información que arrojen diversos estudios como:

- Análisis de costos
- Análisis de la demanda
- Análisis de la competencia
- Análisis del entorno legal y social

En esta primera etapa dentro de la investigación sería importante analizar más profundamente a la competencia y el entorno legal y social, se puede determinar de esta manera porque los costos de producción agrícola a baja escala no han fluctuado mayormente en los últimos años.

**Segunda etapa:** Se define el precio estratégico con base en los numerosos factores que afectan la fijación de precios, como las modificaciones en los costos, demanda, competencia, entorno, entre otros. (W.J.Stanton, 1970)

Existen otros procedimientos para fijar el precio de venta de un producto. (W.J.Stanton, 1970, pág. 454) sugiere dividir el proceso de fijación de precios en seis etapas:

- Estimar la demanda del producto (en santo Domingo es difícil establecer esta variable)
- Prever la reacción de la demanda (es posible determinar esta variable en base al comportamiento histórico de compradores y vendedores)
- Establecer la participación que se espera en el mercado (esta variable es más complicada de predecir o deducir, debido a la falta de información del sector)
- Elegir la estrategia de precios que se va a elegir para alcanzar los objetivos de mercado (los precios generalmente en el mercado ganadero se lo establece con precio mínimo que regula el sector público y el ganado de carne se llega a establecer de acuerdo al nivel de oferta y calidad del producto)
- Considerar las políticas de la empresa respecto a los productos, canales y promoción (esta variable no está presente a nivel empresarial en el sector analizado)
- Elegir el precio específico (esporádicamente es posible establecer este tipo de precio)

#### 1.2.1.9. Políticas de precios

La política de precios es parte de la planeación estratégica de una empresa y se establece cuando esta debe definir sus fines y objetivos y como lograrlos, es decir, la política de precios está directamente vinculada con la estrategia y estructura de la empresa. Es necesario distinguir entre:

- **Estrategia de precios.** Implica la concepción y planificación global de los cambios a realizar en política de precios, para que se puedan actuar de modo operativo en el mercado. Suelen ser de mediano plazo y los gerentes medios de la empresa se encargan de implantarlas.
- **Tácticas de empresa:** Involucran los cambios prácticos que los operarios deben realizar sobre las estrategias de precios de corto plazo (Sanchez, 2012).

#### 1.2.1.10. Orientación u Objetivos de las políticas de precios

Para (Sanchez, 2012) el establecer los precios no conllevan un objetivo en sí mismo, ello cobra importancia solo cuando se relaciona con los objetivos u orientación de la empresa:

- Orientación a la supervivencia: Se busca conseguir que los niveles de precios sean iguales a los gastos, de manera que la empresa puedan recuperar lo que invirtió
- Orientación a la participación en el mercado: Se puede ajustar el precio para mantener o incrementar la participación en el mercado de la empresa.
- Orientación a la competencia: Es aquella política de precios que está fijada en función de la competencia sin considerar otros factores.
- Orientación a la calidad: La emplean aquellas empresas cuyo objetivo es el liderazgo en la calidad del producto. Normalmente fijan precios elevados, como consecuencia de la relación directamente proporcional que existe entre el precio y la calidad.
- Orientación a factores sociales: Las políticas de precios se orientan a cuestiones sociales más que a cuestiones empresariales, como son actuaciones honestas y políticas económicas.

#### 1.2.1.11. Estrategias de fijación de precios

La estrategia de fijación de precios supone el proceso de concepción y planificación global de los cambios a realizar en las políticas de precios y generar los planes operativos precisos a realizar en el mercado. Se puede hablar de tres diferentes estrategias de fijación de precios.

**Descremar el mercado.-** Consiste en fijar precios elevados que responden a un segmento insensible al precio. Normalmente esta estrategia se usa en mercados en los que el precio no es un factor determinante, sino que existen otros factores relacionados con la percepción de valor (calidad, punto de venta, origen de los productos, proceso de fabricación, entre otros). Se opta por este tipo de estrategias porque se considera que la utilidad que reportará este segmento será superior a la utilidad en un segmento con precios menores.

Para poder llevar a cabo esta estrategia es necesario considerar una serie de aspectos, como:

- El segmento de clientes debe ser insensible al precio o sensible a otros factores.
- Los costos variables deben tener poco peso en el total del precio, dado que la tendencia lógica de este tipo de estrategia es mantener los precios elevados o reducirlos según la competencia vaya entrando. El tener unos costos variables significativos implica que a la



hora de reducir el precio se afectaría el margen en el mejor de los casos, o se incurriría en pérdida de utilidad.

- Debe tratarse de un mercado con pocos competidores o en cual se posea una ventaja competitiva ya sea tangible (tecnología, patente, proceso productivo, etc.) o intangible (imagen, marca, etc.)
- El tipo de producto debe ser nuevo o con un valor añadido diferenciador.

#### **1.2.1.12. Tácticas para la Fijación de Precios**

Las políticas de fijación de precios deben dar origen a precios establecidos en forma consciente, de tal manera que ayuden a alcanzar los objetivos de la empresa.

El desarrollo de la estrategia de fijación de precios comienza con:

- Identificación de los objetivos de los precios.
- Estimar la demanda, costos y utilidades.
- Seleccionar la estrategia de precios que se utilizará.
- Establecimiento de tácticas para afinar el precio base. (Sanchez, 2012)

#### **1.2.2. Marco Conceptual**

A continuación definen algunos términos que servirán de guía en la investigación:

##### **1.2.2.1. Fluctuaciones**

Fluctuaciones que describen movimientos no rectilíneos, en donde los desequilibrios de los mercados son la norma y el equilibrio la excepción. Considero que una mejor explicación y fundamentación de la economía en general y de los ciclos en particular, se debe sustentar en la física termodinámica, la cual presenta la serie de transformaciones que comporta un sistema hasta recobrar sus condiciones iniciales (J.R, (2008))

### 1.2.2.2. Fluctuaciones Estacionales

Se distinguen de las fluctuaciones estacionales por la naturaleza de su ritmo: las estaciones (por ejemplo las estaciones del año) tienen ritmo fijo o regular, en cambio las fluctuaciones cíclicas tienen un ritmo variable o irregular, aunque un modelo fácil de reconocer (Kydland & Prescott, 1995)

### 1.2.2.3. Demanda

Para (Kotler, Camara, Grande, & Cruz, s.f., pág. 10), autores del libro "Dirección de Marketing", *la demanda es* "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago"

### 1.2.2.4. Mercado

(Stanton, Etzel, & Walker, s.f., pág. 49), definen el mercado (para propósitos de marketing) como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"

### 1.2.2.5. Producto

(Stanton, Etzel y Walker, pág. 248), autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"

### 1.2.2.6. Precio

Para (Kotler & Armstrong, 2005, pág. 353), autores del libro "Fundamentos de Marketing", *el precio es* "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio"

### 1.2.2.7. Oferta

Para (Mankiw, s.f., pág. 47), autor del libro "Principios de Economía", define la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender"

## CAPÍTULO 2

### MÉTODO

#### 2.1. Metodología general

##### 2.1.1. Nivel de estudio

Este aspecto de la investigación trata de un diseño estadístico, el mismo debe tener en cuenta la estructura del estudio, y todos los aspectos concernientes a la recolección de datos, incluido el tipo de mediciones a realizar y la frecuencia de las mismas (Douglas, 1992).

Para la presente investigación se requiere de la información recopilada en la investigación de la Carrera de Finanzas realizadas en la sexta y séptima convocatoria, de donde se obtendrá la información relacionada con productores, medios de comercialización, factores de incidencia de los precios para lograr establecer la tendencia de los precios para los productos mencionados.

##### 2.1.2. Modalidad de la investigación

###### 2.1.2.1. Investigación exploratoria

Pone en contacto al investigador con la realidad que se va a estudiar, porque se obtiene datos que ayudan a plantearse problemas o hipótesis, es decir sirven de base para investigaciones profundas y rigurosas. (Posso, 2010, pág. 21). Se empleó en el trabajo para identificar los factores por los cuales se ven afectado los precios de los productos para los productores mencionados del Cantón Santo Domingo.

###### 2.1.2.2. Investigación Descriptiva.

Según (Martínez y Ávila, 2010) “No se manipula ninguna variable, se limita a observar y describir los fenómenos (estudios de casos, encuestas, estudios de seguimiento, estudios etnográficos)”. Este tipo de investigación, se aplicó para conocer la situación actual de las

actividades productivas relacionadas con la producción de leche y de ganado de carne que desarrollan los productores de las parroquias de Valle Hermoso, San Jacinto del Búa, Puerto Limón y Luz de América.

### **2.1.3. Método**

#### **2.1.3.1. Método analítico**

Para (Martínez y Ávila, 2010) “Consiste en separar las partes de la realidad para observar de manera secuencial las causas y los efectos con la idea de comprender la esencia del fenómeno” Se utilizó este método para analizar toda la información recopilada en los proyectos de investigación realizados por la Carrera de Finanzas en la sexta y séptima convocatoria, y que hace referencia a los productores y comerciantes de ganado de leche y ganado de carne.

#### **2.1.3.2. Método inductivo**

“Proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar variables contenidas en la situación general”. (Martínez y Ávila, 2010). Este método permitió conocer la situación actual de los productores agropecuarios de los productos en mención para determinar cuáles son los factores que inciden en los precios más relevantes a los que están expuestos.

#### **2.1.3.3. Método deductivo**

Para (Rodríguez, 2005, pág. 74) “Es el proceso en el que, a partir de estudios particulares, se obtiene conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados”. Se empleará al considerar referencia de la información de los proyectos anteriores para conocer el número de agricultores de las distintas parroquias, los mismos que son el objeto de estudio en la presente investigación.

#### 2.1.4. Población y muestra

La unidad de análisis está determinada por los productores agropecuarios de las parroquias pertenecientes al cantón Santo Domingo, que hayan producido y comercializado ganado de leche y ganado de carne, de acuerdo al Proyecto de Investigación de la Carrera de Finanzas (6ta y 7ma. Convocatoria); los datos a considerar son 68 productores de ganado de leche y 59 productores de ganado de carne de las zonas de Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo

**Tabla 2.1. Número de productores según datos históricos**

Parroquias	Productores de ganado de leche	Cabezas de ganado para leche	Productores de ganado de carne	Cabezas de ganado para carne
Luz de América	3	31	5	171
Puerto Limón	19	918	7	1585
Valle Hermoso	18	1303	23	2469
San Jacinto del Búa	12	461	17	1677
Julio Moreno	16	358	7	86
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>3071</b>	<b>59</b>	<b>5988</b>

Fuente: Base de Datos de productores / 2014

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

#### 2.1.5. Instrumentos de investigación

Las fuentes de información requeridas son Investigaciones de las VI y VII Convocatoria realizadas por la Carrera de Finanzas, el MAGAP de Santo Domingo de los Colorados, además de datos históricos, de libros, artículos de revistas, documentos, y páginas web referentes a productos ganado de leche y ganado de carne

##### 2.1.5.1. Información primaria

La investigación obtuvo información de forma directa sobre las actividades productivas que se realizan los agricultores a través de:

### **2.1.5.2. Encuesta**

Estas se aplicaron a los productores de las parroquias Puerto Limón, San Gabriel, Julio Moreno, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo, mismos que fueron consultados anteriormente en las investigaciones citas y que confirmaron los niveles de producción y los precios con que comercializan su producción.

### **2.1.5.3. Observación**

Esta técnica se aplicó durante todo el transcurso de la investigación para conocer cuál es la situación actual del sector productor y comercializador de los productos agropecuarios (ganado de leche y ganado de carne).

### **2.1.5.4. Información secundaria**

- **Revisión de literatura**

Para llevar a cabo el presente trabajo será necesario revisar libros, periódicos, revistas, diccionarios, informes de investigaciones anteriores, entre otras fuentes bibliográficas que facilitaron obtener la información que se necesitaba.

- **Internet**

Es una herramienta de fácil acceso que permitió la búsqueda de información para sustentar el marco teórico, conceptual, legal y sobre datos de cada uno de los productos analizados.

- **Instituciones**

Las instituciones que se menciona a continuación permitieron cumplir con el objetivo de estudio, facilitando la realización de este proyecto y el acceso a la información sobre las actividades productivas de ganado de leche y ganado de carne, de las distintas parroquias rurales del Cantón de Santo Domingo de los Colorados.

- Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas

#### **2.1.6. Procesamiento de datos**

La información recopilada en la investigación de campo, fue procesada a través de herramientas informáticas como Microsoft Word y Microsoft Excel, Microsoft Visio y Microsoft PowerPoint, además para la tabulación y análisis de dicha información se utilizó el programa SPSS.

### **2.2. Metodología específica**

#### **2.2.1. Metodología referente a la producción y comercialización de ganado de leche y ganado de carne**

La investigación se orienta al análisis que permita determinar cuál de los productos, o el ganado de leche o el ganado de carne, considerando los factores que inciden en variación de precios, tiene mayor tendencia a la variación de precios y por lo tanto perjuicio en la producción.

Para obtener los resultados propuestos se analizó la información obtenida referente a los productos antes mencionados, con la finalidad de identificar los factores que inciden en la variación de los precios para luego establecer la tendencia de los precios e identificar cuál de los dos productos tiene mayor cambio en el tiempo.

Para la identificación de los factores se analizó los resultados obtenidos en las investigaciones de la sexta y séptima convocatoria, en base a las investigaciones mencionadas se obtienen la lista de factores de incidencia en los precios, los cuales serán los de mayor frecuencia de repetitividad, por lo tanto los factores de incidencia serán aquellos que sean mencionados de manera frecuente por los agricultores investigados.



En cuanto a la variación de precios, esta se la analizó considerando lo expresado por los agricultores dentro las investigaciones antes mencionadas, además de considerar la influencia de los factores en las variaciones.

Referente a la tendencia de los precios del producto que mayor haya sido afectado por las variaciones de los precios, se efectuará un análisis cualitativo, considerando los factores de incidencia y la tendencia de estos factores en los últimos años.



## CAPÍTULO 3

### RESULTADOS

#### 3.1. Recolección y tratamiento de datos

En la presente investigación se analizó los resultados obtenidos en la investigación de la séptima convocatoria, la cual se obtuvo en las parroquias rurales de Santo Domingo.

#### 3.2. Presentación y análisis de resultados

##### 3.2.1. Productores de ganado de carne

**Tabla 3.1. Número de productores de Ganado de carne en el Cantón Santo Domingo**

Parroquias	Frecuencia	Porcentaje
Valle Hermoso	23	39,0
San Jacinto del Búa	17	28,8
Julio Moreno	7	11,9
Puerto Limón	7	11,9
Luz de América	5	8,5
Total	59	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.1. Número de productores de Ganado de carne en el Cantón Santo Domingo**



Fuente: Investigación de campo

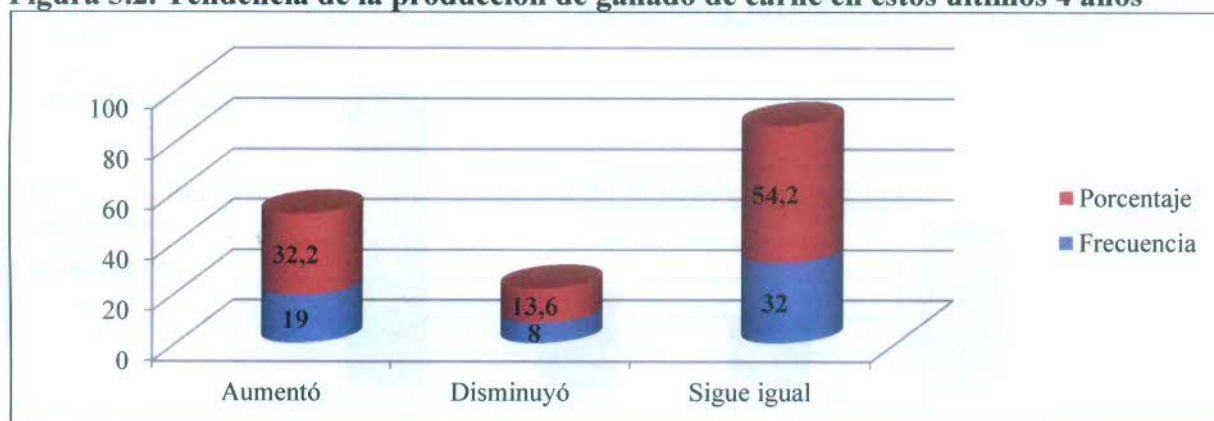
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.2. Tendencia de la producción de ganado de carne en estos últimos 4 años**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Aumentó	19	32,2
Disminuyó	8	13,6
Sigue igual	32	54,2
Total	59	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.2. Tendencia de la producción de ganado de carne en estos últimos 4 años**

Fuente: Investigación de campo

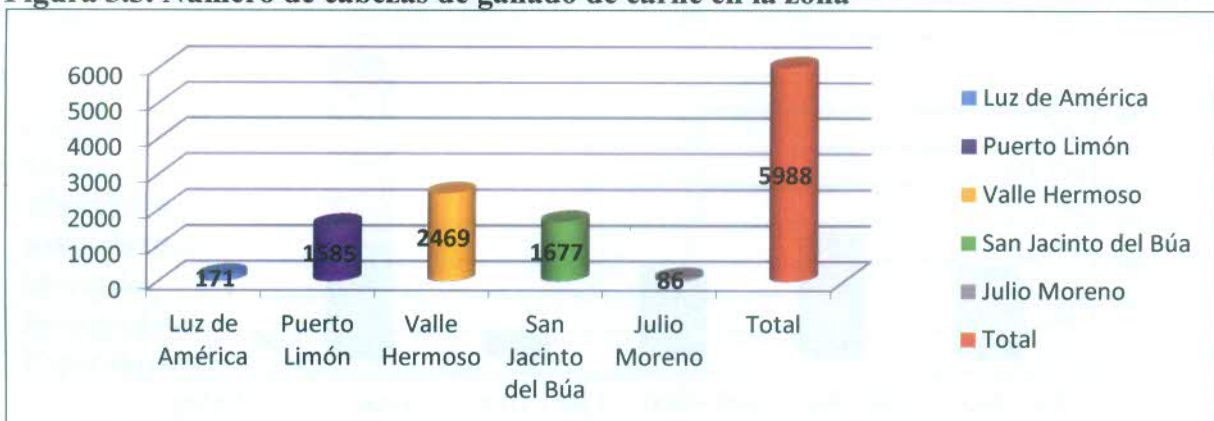
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.3. Número de cabezas de ganado de carne en la zona**

Parroquias	Cabezas de ganado para carne
Luz de América	171
Puerto Limón	1585
Valle Hermoso	2469
San Jacinto del Búa	1677
Julio Moreno	86
<b>Total</b>	<b>5988</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.3. Número de cabezas de ganado de carne en la zona**

Fuente: Investigación de campo

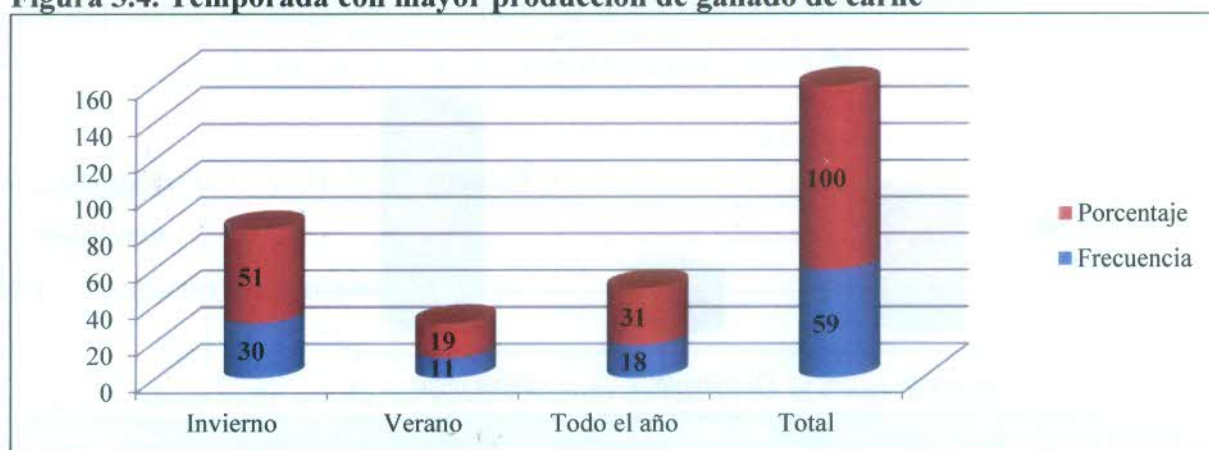
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.4. Temporada con mayor producción de ganado de carne**

Temporada	Frecuencia	Porcentaje
Invierno	30	50,8
Verano	11	18,6
Todo el año	18	30,5
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.4. Temporada con mayor producción de ganado de carne**

Fuente: Investigación de campo

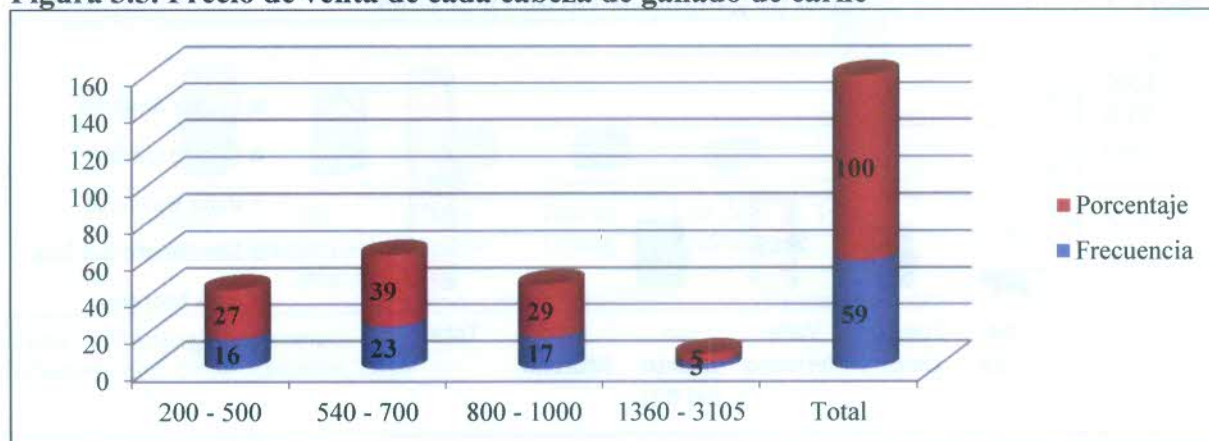
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.5. Precio de venta de cada cabeza de ganado de carne**

Precio de venta	Frecuencia	Porcentaje
200 - 500	16	27,1%
540 - 700	23	39,0%
800 - 1000	17	28,8%
1360 - 3105	3	5,1%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.5. Precio de venta de cada cabeza de ganado de carne**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

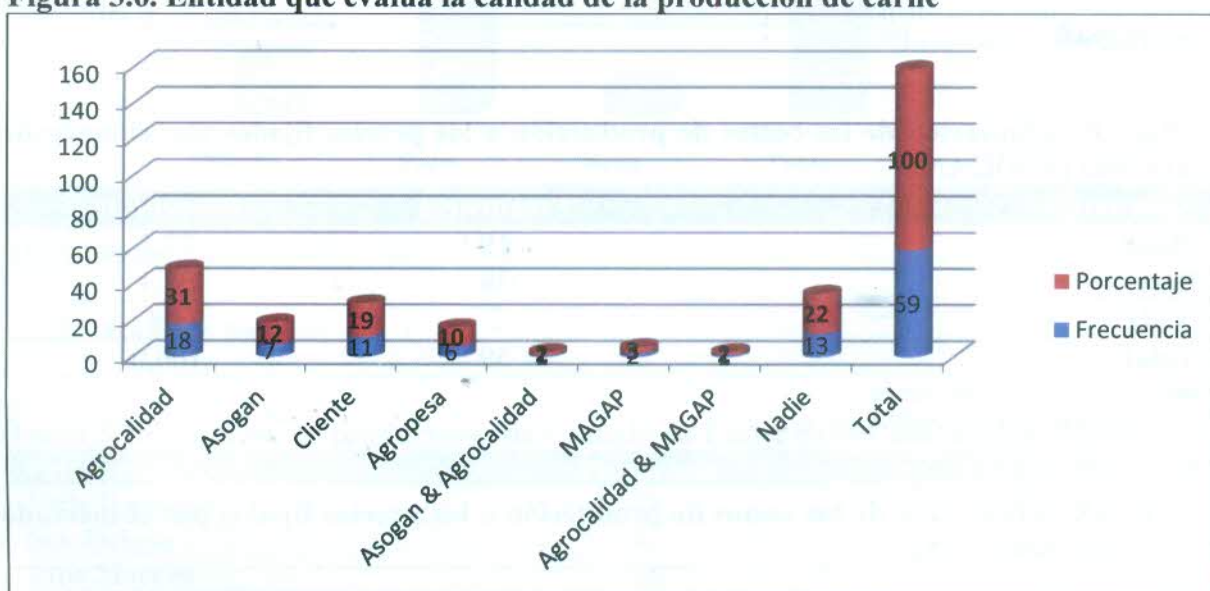
Tabla 3.6. Entidad que evalúa la calidad de la producción de carne

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Agrocalidad	18	30,5
Asogan	7	11,9
Cliente	11	18,6
Agropesa	6	10,2
Asogan & Agrocalidad	1	1,7
MAGAP	2	3,4
Agrocalidad & MAGAP	1	1,7
Nadie	13	22,0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

Figura 3.6. Entidad que evalúa la calidad de la producción de carne



Fuente: Investigación de campo

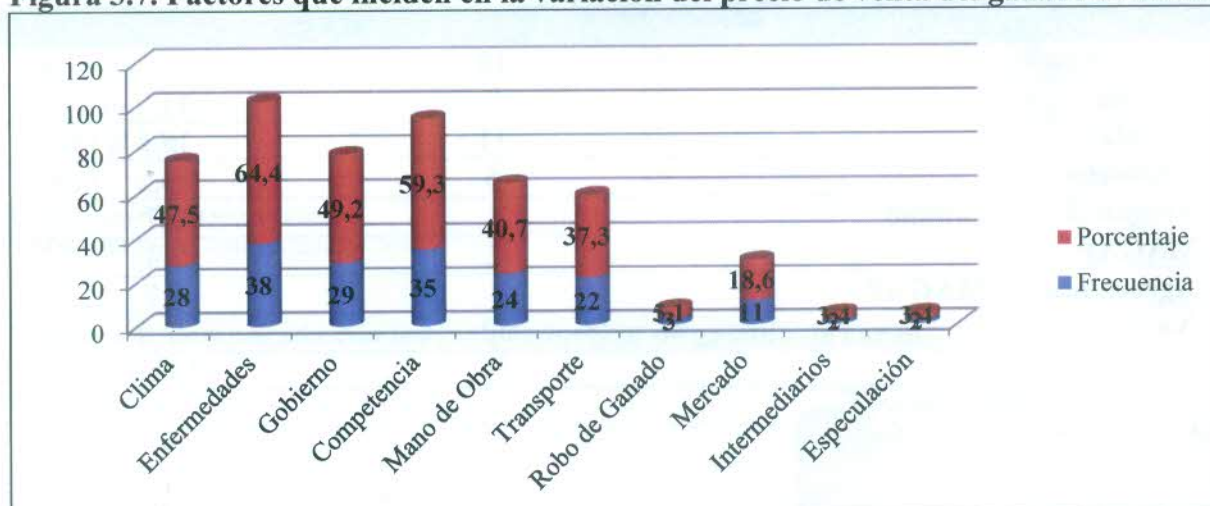
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

Tabla 3.7. Factores que inciden en la variación del precio de venta del ganado de carne

Factores	Frecuencia	Porcentaje
Clima	28	47,5%
Enfermedades	38	64,4%
Gobierno	29	49,2%
Competencia	35	59,3%
Mano de Obra	24	40,7%
Transporte	22	37,3%
Robo de Ganado	3	5,1%
Mercado	11	18,6%
Intermediarios	2	3,4%
Especulación	2	3,4%
<b>Total Encuestados</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.7. Factores que inciden en la variación del precio de venta del ganado de carne**

Fuente: Investigación de campo

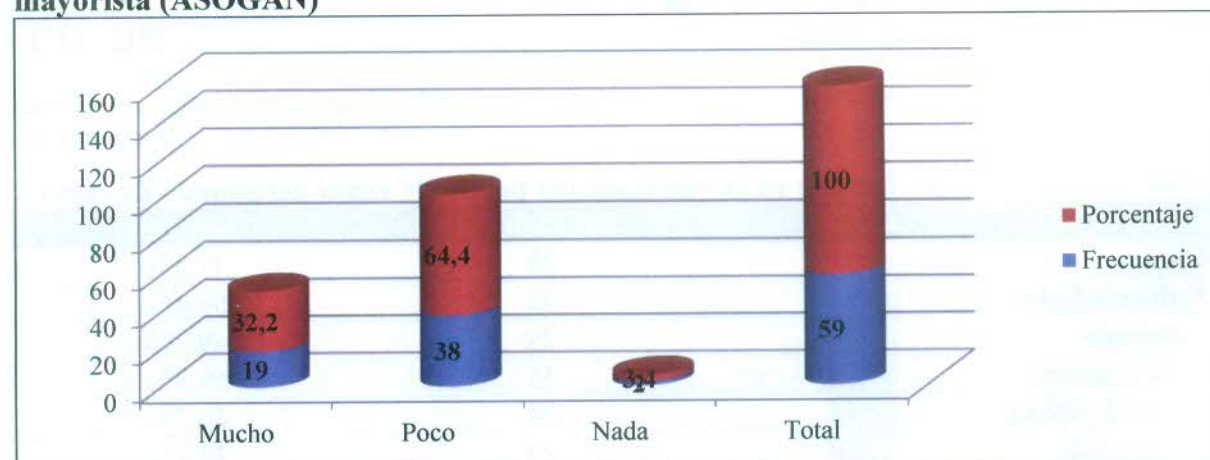
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.8. Adaptación de los costos de producción a los precios fijados por el mercado mayorista (ASOGAN)**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	19	32,2
Poco	38	64,4
Nada	2	3,4
Total	59	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.8. Adaptación de los costos de producción a los precios fijados por el mercado mayorista (ASOGAN)**

Fuente: Investigación de campo

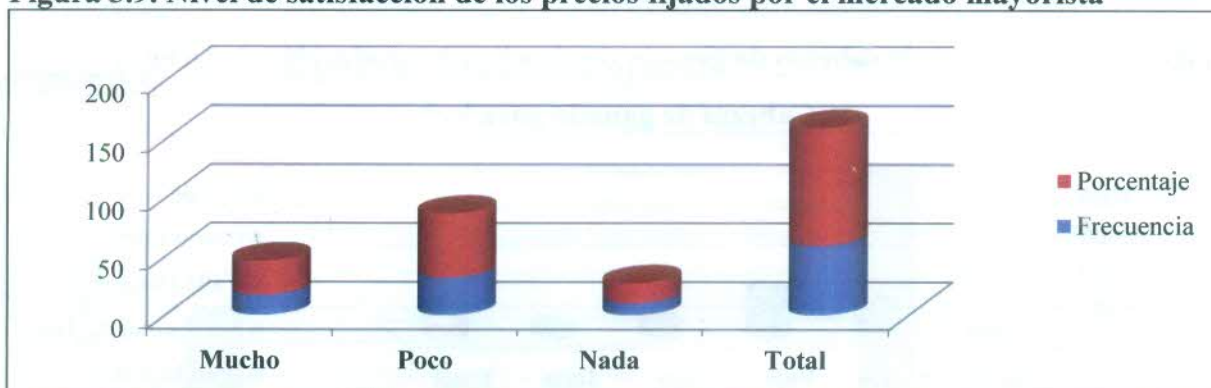
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.9. Nivel de satisfacción de los precios fijados por el mercado mayorista**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Mucho</b>	17	28,8
<b>Poco</b>	32	54,2
<b>Nada</b>	10	16,9
<b>Total</b>	59	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.9. Nivel de satisfacción de los precios fijados por el mercado mayorista**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

### 3.2.2. Ganado de leche

**Tabla 3.10. Número de productores de Ganado de Leche en el Cantón Santo Domingo**

Parroquias	Frecuencia	Porcentaje
<b>Valle Hermoso</b>	18	26,5
<b>San Jacinto</b>	12	17,6
<b>Julio Moreno</b>	16	23,5
<b>Puerto Limón</b>	19	27,9
<b>Luz de América</b>	3	4,4
<b>Total</b>	68	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.10. Número de productores de Ganado de Leche en el Cantón Santo Domingo**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.11. Número de cabezas de ganado destinado a la producción de leche**

Parroquias	Cabezas de ganado para leche
Luz de América	31
Puerto Limón	918
Valle Hermoso	1303
San Jacinto del Búa	461
Julio Moreno	358
<b>Total</b>	<b>3071</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.11. Número de cabezas de ganado destinado a la producción de leche**

Fuente: Investigación de campo

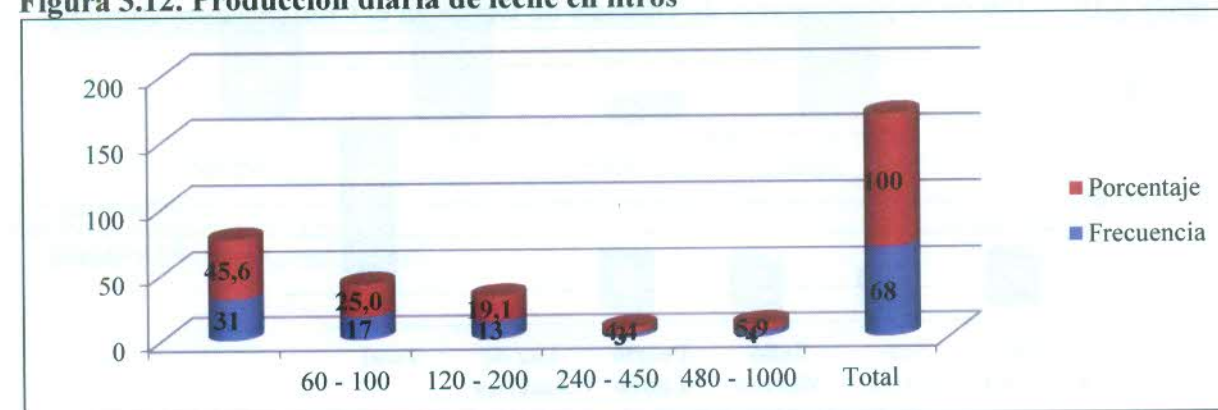
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.12. Producción diaria de leche en litros**

Litros	Frecuencia	Porcentaje
10 - 50	31	45,6%
60 - 100	17	25,0%
120 - 200	13	19,1%
240 - 450	3	4,4%
480 - 1000	4	5,9%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.12. Producción diaria de leche en litros**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

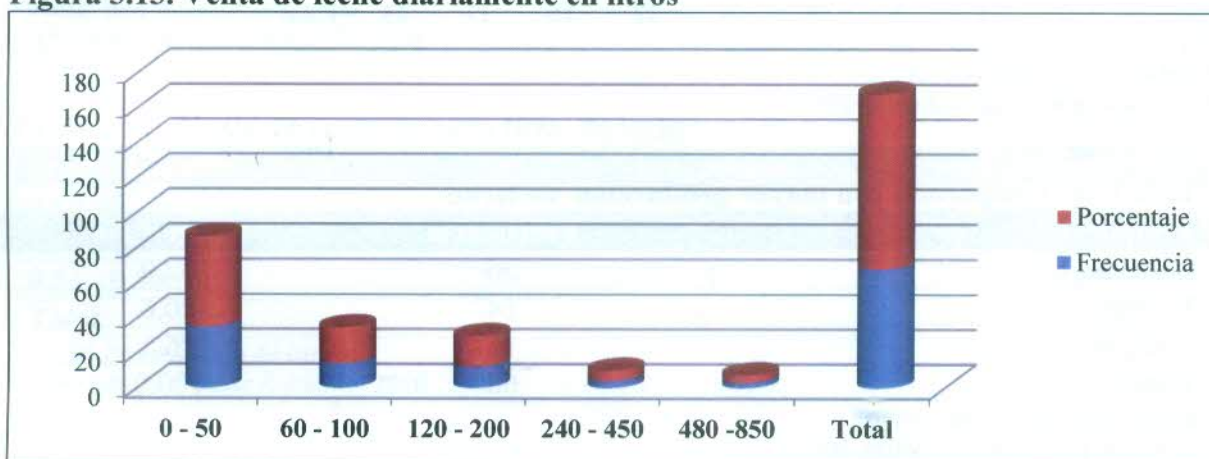


**Tabla 3.13. Venta de leche diariamente en litros**

Litros	Frecuencia	Porcentaje
0 - 50	35	51,5%
60 - 100	14	20,6%
120 - 200	12	17,6%
240 - 450	4	5,9%
480 - 850	3	4,4%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.13. Venta de leche diariamente en litros**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

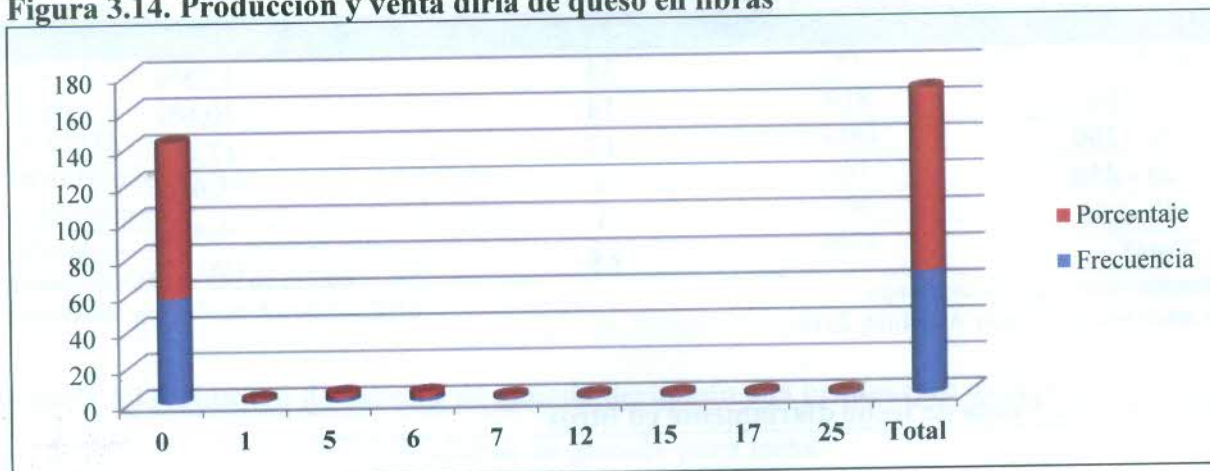
**Tabla 3.14. Producción y venta diaria de queso en libras**

Libras	Frecuencia	Porcentaje
0	58	85,3
1	1	1,5
5	2	2,9
6	2	2,9
7	1	1,5
12	1	1,5
15	1	1,5
17	1	1,5
25	1	1,5
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.14. Producción y venta diaria de queso en libras**



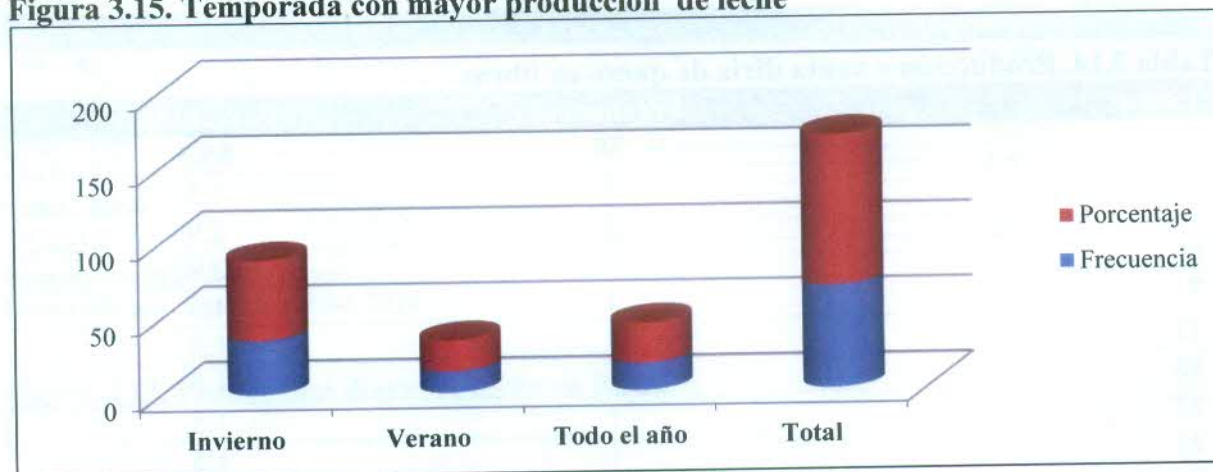
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.15. Temporada con mayor producción de leche**

Temporada	Frecuencia	Porcentaje
Invierno	36	52,9
Verano	14	20,6
Todo el año	18	26,5
Total	68	100,0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.15. Temporada con mayor producción de leche**

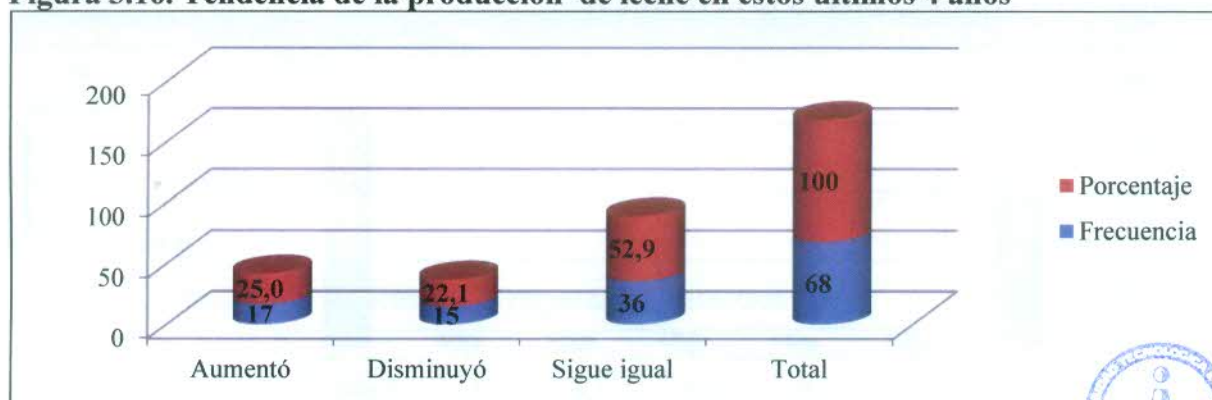


Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.16. Tendencia de la producción de leche en estos últimos 4 años**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Aumentó	17	25,0
Disminuyó	15	22,1
Sigue igual	36	52,9
Total	68	100,0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.16. Tendencia de la producción de leche en estos últimos 4 años**

Fuente: Investigación de campo

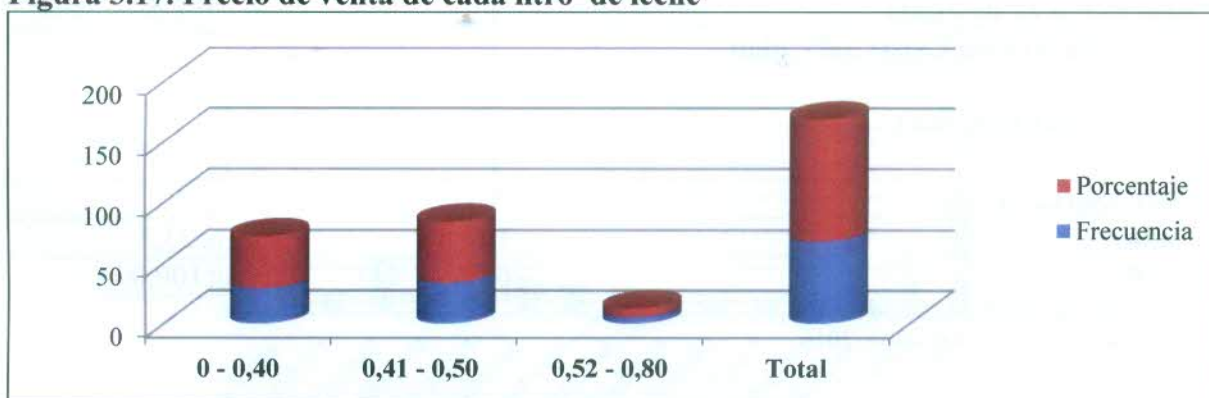
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

BIBLIOTECA  
SEDE SANTO DOMINGO**Tabla 3.17. Precio de venta de cada litro de leche**

Precio de venta	Frecuencia	Porcentaje
0 - 0,40	29	42,6%
0,41 - 0,50	34	50,0%
0,52 - 0,80	5	7,4%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.17. Precio de venta de cada litro de leche**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

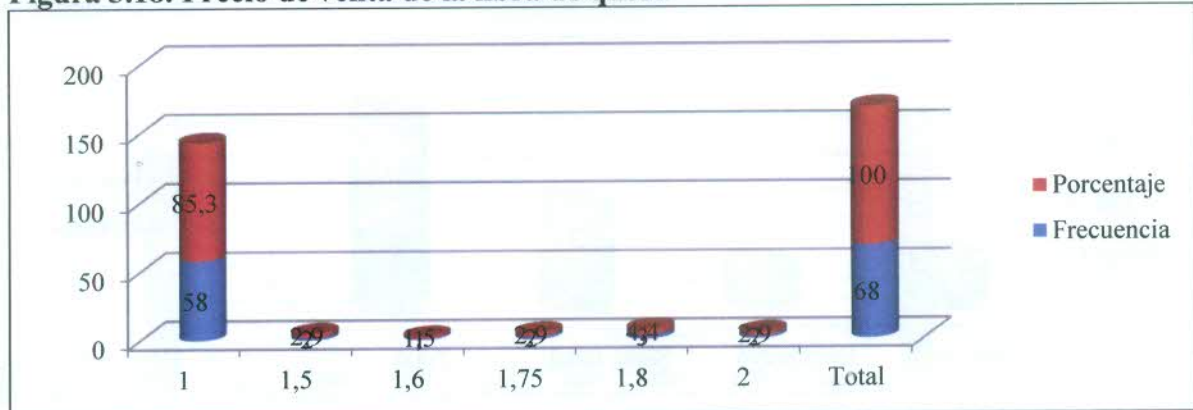
**Tabla 3.18. Precio de venta de la libra de queso**

Precio de venta	Frecuencia	Porcentaje
1,00	58	85,3
1,50	2	2,9
1,60	1	1,5
1,75	2	2,9
1,80	3	4,4
2,00	2	2,9
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

Figura 3.18. Precio de venta de la libra de queso



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

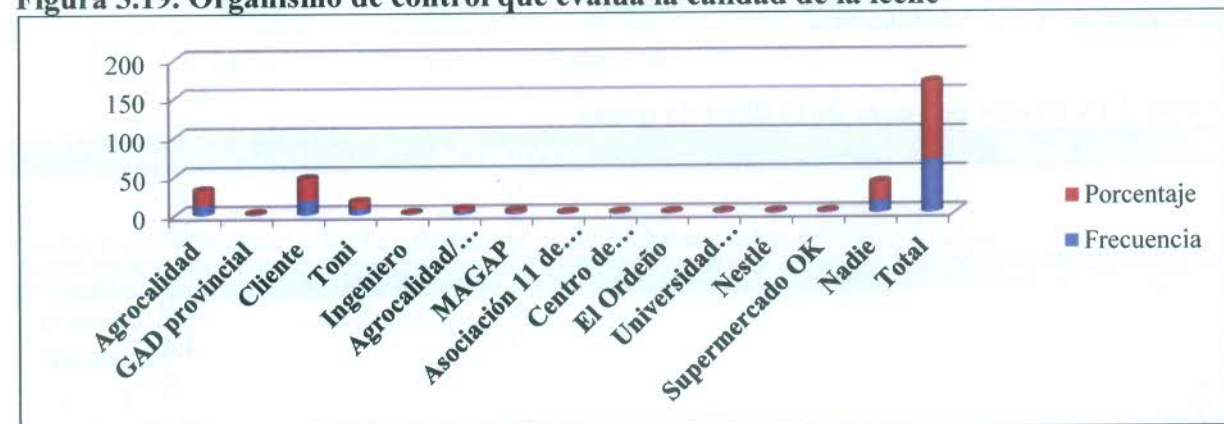
Tabla 3.19. Organismo de control que evalúa la calidad de la leche

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Agrocalidad	13	19,1
GAD provincial	1	1,5
Cliente	19	27,9
Toni	7	10,3
Ingeniero	1	1,5
Agrocalidad/ MAGAP	3	4,4
MAGAP	2	2,9
Asociación 11 de Junio	1	1,5
Centro de Acopio Cristóbal Colon	1	1,5
El Ordeño	1	1,5
Universidad Salesiana	1	1,5
Nestlé	1	1,5
Supermercado OK	1	1,5
Nadie	16	23,5
Total	68	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

Figura 3.19. Organismo de control que evalúa la calidad de la leche



Fuente: Investigación de campo

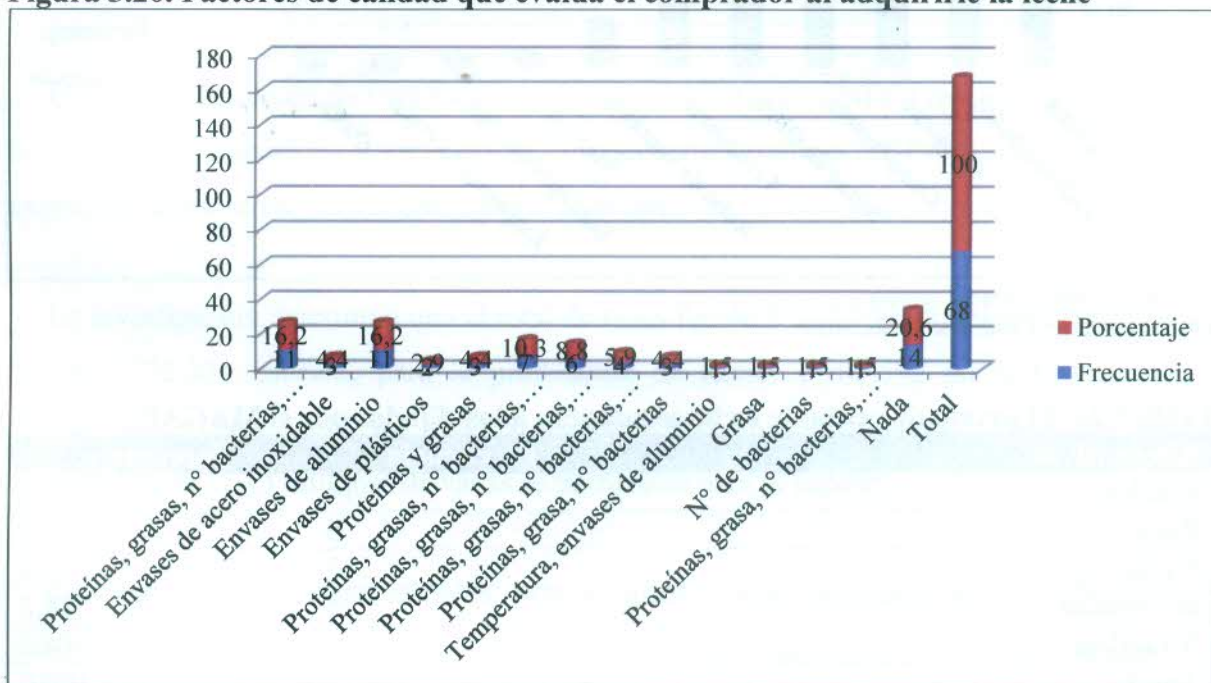
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Tabla 3.20. Factores de calidad que evalúa el comprador al adquirirle la leche**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Proteínas, grasas, n° bacterias, temperatura, envases de acero inoxidable	11	16,2
Envases de acero inoxidable	3	4,4
Envases de aluminio	11	16,2
Envases de plásticos	2	2,9
Proteínas y grasas	3	4,4
Proteínas, grasas, n° bacterias, temperatura, envases de aluminio	7	10,3
Proteínas, grasas, n° bacterias, envases de aluminio	6	8,8
Proteínas, grasas, n° bacterias, envases de plástico	4	5,9
Proteínas, grasa, n° bacterias	3	4,4
Temperatura, envases de aluminio	1	1,5
Grasa	1	1,5
N° de bacterias	1	1,5
Proteínas, grasa, n° bacterias, temperatura	1	1,5
Nada	14	20,6
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.20. Factores de calidad que evalúa el comprador al adquirirle la leche**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

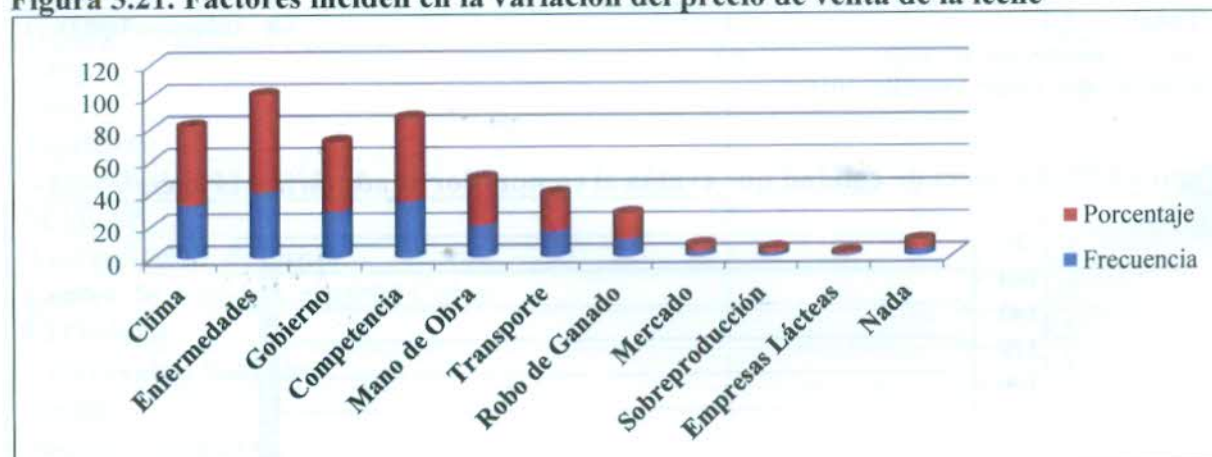
Tabla 3.21. Factores inciden en la variación del precio de venta de la leche

Factores	Frecuencia	Porcentaje
Clima	33	48,5
Enfermedades	41	60,3
Gobierno	29	42,6
Competencia	35	51,5
Mano de Obra	20	29,4
Transporte	16	23,5
Robo de Ganado	11	16,2
Mercado	3	4,4
Sobreproducción	2	2,9
Empresas Lácteas	1	1,5
Nada	4	5,9
<b>Total Encuestados</b>	<b>68</b>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

Figura 3.21. Factores inciden en la variación del precio de venta de la leche



Fuente: Investigación de campo

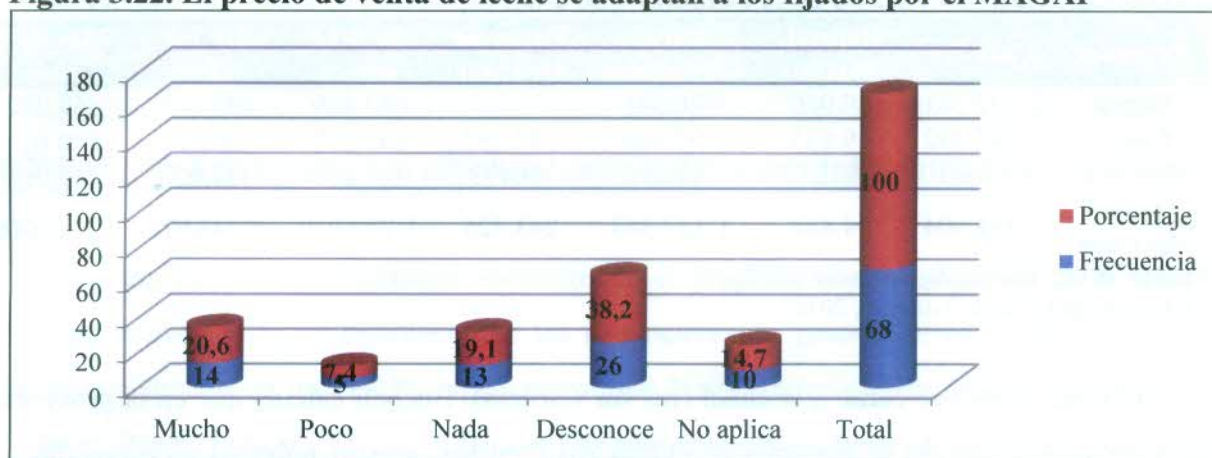
Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

Tabla 3.22. El precio de venta de leche se adaptan a los fijados por el MAGAP

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	14	20,6
Poco	5	7,4
Nada	13	19,1
Desconoce	26	38,2
No aplica	10	14,7
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

**Figura 3.22. El precio de venta de leche se adaptan a los fijados por el MAGAP**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

### 3.2.3. Antecedentes de la producción de ganado de carne y de leche en la zona de Santo Domingo de los Colorados.

#### 3.2.3.1. Características y variables importantes dentro de la producción de ganado de Carne y Ganado de Leche

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC) realizó, en el año 2013, la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) para determinar la existencia, entre otros, del ganado vacuno en el país.

La investigación determinó que el total de reses fue de 5'358.904; distribuidas en la región Sierra 2'732.351 cabezas, para la producción de leche; 1'965.592 en la Costa, para la producción de carne, y 660.961 la Amazonía, para la producción de leche y carne. Del total de reses en el país, 1,13 millones de vacas se destinaron para le ordeño.

Con base en estos datos oficiales, Rómel Bucheli León, consultor de comercio exterior, realizó un estudio en el año 2013 para determinar la producción y consumo de carne de bovino en el país.

Este especialista definió la siguiente clasificación:

**Tabla 3.23. Ganado vacuno en el Ecuador año 2013**

Regiones	Cabezas	Reprod. Machos	Vacas Ordeñadas	Vacas sin Ordeñar	De 0-12 meses	De 1-2 años	Más de 2 años
Sierra	2'732.351	29.060	726.521		653.869	653.869	669.032
Costa	1'965.592	19.655	297.146	194.252	442.258	442.258	570.023
Oriental	660.961	6.127	103.696	49.473	137.852	137.852	225.961
<b>Total Nacional</b>	<b>5'358.904</b>	<b>54.842</b>	<b>1'127.363</b>	<b>243.725</b>	<b>1'233.979</b>	<b>1'233.979</b>	<b>1'465.016</b>

Fuente: INEC- Revista Agroecuador (2013)

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

En lo que se refiere carne a la canal (res sin vísceras), Bucheli calcula que en la provincia del Guayas y Pichincha se faenaron en el año 2013, en los camales públicos un promedio de 1.000 reses diarias y 500 más en los camales privados, para las cadenas de supermercados generales y especializados en ventas de carne a nivel nacional, con mayor concentración de ventas en Guayas y Pichincha. En total se faenaron a nivel nacional alrededor de 3.500 reses por día, equivalentes a 1'200.000 reses al año.

En cuanto al rendimiento de carne a la canal, en los camales privados donde el ganado es selecto y por lo general son machos, el rendimiento establecido fue de 200 kilos por animal, sin considerar vísceras. En los camales municipales fue de 171 kilos de carne a la canal. Por lo tanto, el rendimiento promedio a nivel nacional es de 175 kilos a la canal por res faenada.

Analizados estos datos, en el país se faenaron en el año 2013 un total de 1,2 millones de reses que produjeron 210 mil TM de carne de bovino a la canal. Por lo tanto, el consumo aparente de carne de res para el año 2013 fue de 13,80 kilos/hab./año. La tendencia no varía por los siguientes tres años, como muestra el siguiente gráfico:

**Tabla 3.24. Rendimiento a la canal**

Años	Total Ganado Camal	Por unidad (kilos)	Total (kilos)	Población Ecuador	Consumo Per cápita (kilos)
2010	1'181.015	175	206'677.685	15'012.228	13,77
2011	1'203.455	175	210'604.561	15'266.431	13,80
2012	1'226.320	175	214'606.047	15'520.973	13,83
2013	1'249.620	175	218'683.562	15'774.749	13,86
2014	1'273.363	175	222'838.550	16'027.466	13,90

Fuente: INEC- Revista Agroecuador

Elaborado por: Cesar Astudillo, 2016

La producción de leche también ha ido aumentando al transcurso de los años, según la Asociación de Productores de Leche (2013) el Ecuador mueve alrededor de 700 millones de



dólares al año dentro de la cadena primaria, y produce alrededor de 5'100.000 litros de leche diarios, lo cual abastece a la demanda local.

### **3.2.4. Análisis de la situación actual del ganado de carne en el Cantón Santo Domingo**

En el análisis de los resultados obtenidos en el proyecto de Investigación de la sexta y séptima convocatoria, se establece que los productores de ganado de carne se ha reducido significativamente en un 51,63% en las parroquias Valle Hermoso, San Jacinto del Búa, Julio Moreno, Puerto Limón y Luz de América. Los pequeños productores afirman que el problema se debe a que el precio del ganado ha bajado en los últimos dos años, lo que ha incidido en que muchos dejen esta actividad.

En su mayoría, los productores que dejaron la ganadería destinaron sus recursos a la siembra de cacao, plátano y otras labores agrícolas. Sin embargo en números de cabezas de ganado se puede mencionar que la producción no ha disminuido, al contrario, el número aumentó un 4,6% desde el año 2013 al 2015, en el año 2013 (datos sexta convocatoria) el número de reses fue de 5725 reses y actualmente (año 2015 datos séptima convocatoria) existen 5988 cabezas.

De este total de reses del año 2015, se venden 2988 al año; de donde el 54,2% de los ganaderos asegura vender entre un rango de 0 – 18 animales al año, lo que significa que la mayoría de los ganaderos son pequeños productores. Otra información que es importante dentro de la comercialización de la carne de res es que las razas más sobresalientes y comercializadas son Brahman, Brown Swiss y Gyr, así lo mencionan el 64,5% de los productores.

La temporada de con mayor producción de ganado de carne es el invierno porque existe abundancia de pasto y el animal se puede alimentar mejor, este factor para el 45,7% de los ganaderos es que el mayormente incide en la variación de precios, ya que en esta época de invierno el precio sube porque hay más producción y en verano baja por la escasez del ganado.

Otro factor que incide en la fluctuación de precios son las enfermedades, ya que un bovino en malas condiciones no puede tener el mismo precio que uno sano, es por esto que las

entidades públicas como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y Agrocalidad realizan campañas de vacunación, control de calidad, asistencia técnica, para mejorar la productividad ganadera; a pesar de la importancia de estos controles, este beneficio solo lo tiene el 35,6% de los productores, siendo este factor importante dentro del precio, debido también a que el 22% de los ganaderos nunca han recibido inspecciones de control de calidad, por ninguno de los organismos antes mencionados.

Otros factores de incidencia en menor medida son la competencia, mano de obra, transporte, robo de ganado, mercado, especulación e intermediarios afectan al 23,7% de los ganaderos.

El 52,5% de los productores mencionan que los costos de producción promedio por animal son de \$312,10 y el precio de venta promedio asciende hasta los \$723,44; lo que refleja una utilidad de \$411,34 por cabeza de ganado. Dentro de estos costos están los del tratamiento de pastos en el que se invierte \$10.595 por cada trimestre.

Un 54,2% de los ganaderos no están del todo de acuerdo que el mercado mayorista establezca precios de comercialización, debido a que la utilidad que perciben es baja, además el 66,1% de ganaderos menciona que con esta administración gubernamental los precios han aumentado considerablemente.

### **3.2.5. Análisis de la situación actual del ganado de leche en el Cantón Santo Domingo**

En el Cantón Santo Domingo considerando la información de la sexta y séptima convocatoria, relacionada con los productores de ganado de leche, en donde se establece que estos han disminuido significativamente en un 64,02% distribuido entre las parroquias Valle Hermoso, San Jacinto del Búa, Julio Moreno, Puerto Limón y Luz de América. Los pequeños productores afirman que este problema se debe a que el precio de la leche es bajo para lo que ellos invierten en las vacas, y la mayor parte del tiempo no tiene una justa utilidad.

Los productores mencionan que su competencia dejó esta actividad pecuaria y la reemplazo con la siembra de cacao, plátano y otras labores agrícolas. Estos resultados no significan que la producción ha disminuido, al contrario, el número de cabezas de ganado de leche aumentó un 25,37% desde el año 2013 al 2015, donde la investigación relacionada al

presente tema de investigación, manifiesta que hubo un total de 1927 vacas lecheras y actualmente existen 2416 cabezas. De este total de vacas, se ordeña 7556 litros y de eso se vende 6738 litros de leche y 99 libras de queso en el día. Este procedimiento se lo ejecuta por la mañana y solo el 10,3% de los productores lo hace tanto en la mañana como por la tarde. El 51,5% de los pecuarios asegura vender entre un rango de 0 – 50 litros por día, lo que significa que la mayor parte de los productores son considerados como pequeños. Además las razas más sobresalientes dentro de estas productoras de leche son Holstein, Brown Swiss y Gyr, las mismas que tiene una aceptación del 74,4% de las personas encuestadas.

La temporada de mayor producción de ganado de leche es el invierno porque existe abundancia de pasto y el animal se puede alimentar mejor, por lo tanto es posible tener una productividad alta, además el 48,5% de los productores manifiestan que el clima es uno de los factores para que el precio varíe, ya que en esta época de invierno el precio baja por sobreproducción y en verano sube por la escasez de la leche.

Otro componente que hace que el precio fluctúe son las enfermedades, ya que las vacas deben estar sanas para que no afecte a la leche y esta tenga más número de bacterias o menos proteínas; para determinar el estado de este producto el cliente realiza la evaluación de calidad al momento de la compra, ya sea tomando muestras y revelando los resultados más relevantes en el momento de la adquisición o de igual forma recolectando muestras para revisar exhaustivamente la leche en laboratorios. Una vez aplicadas muestras, los compradores miden el número de bacterias, proteínas, grasa, temperatura y que la leche este en envases de acero inoxidable, así lo afirma el 16,2% de los productores; aunque el 20,6% de ellos expresan que no se evalúa nada al comprar el producto. La entidad que asegura la calidad del producto es Agrocalidad, también realizan la vacunación y dan asistencia técnica de manera conjuntamente con Magap; los productores mencionan que este beneficio solo lo tiene el 26,4% de los ellos y los controles son realizados cada mes, semestre o como lo mencionan el 27,9% de los encuestados que nunca han recibido intervenciones ni de entidades gubernamentales ni de particulares.

Estos dos factores como el clima y las enfermedades más la competencia, mano de obra, transporte, robo de ganado, mercado, sobreproducción y empresas lácteas afectan al 33,8% de las personas dedicadas a la producción de leche en el monto de venta mensual que se encuentran en rangos de \$0 a \$20.

El 55,9% de los productores mencionan que los costos de producción están entre \$0 y \$ 0,30 por litro de leche y el 42,6% de ellos aseguran que los precios más aceptados se encuentran entre los \$0 a \$0,40 por litro. Un costo promedio por litro es de \$0,31 y el precio de venta promedio asciende a \$0,44; lo que refleja una utilidad de \$0,14 por litro. Dentro de estos costos están los del tratamiento de pastos en el que se invierte \$7389 por cada mes, así lo afirman el 32,4% de los productores.

En los centros de acopio se recolecta un intervalo de 3000 a 4000 litros diarios durante toda la semana recolectada por un promedio de 30 a 50 productores. Estos centros pagan de \$0,41 a \$0,42 por litro, los mismos que elaboran y venden queso entre \$1,30 a \$1,50. Los propietarios expresan que el mercado, la sobreoferta y la demanda afecta el precio del queso y hace que varíe de 0,05 a 0,10 por libra.

Factores encontrados entre productores y comerciantes que influyen en la fluctuación de los precios del ganado de carne

**Tabla 3.25. Factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de carne**

FACTORES	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO
<b>Temporada</b>	<p><b>Oferta:</b> En época de invierno hay más producción de ganado de carne por lo que el bovino se engorda mejor por la abundancia de pasto, por lo tanto lo vende cada cabeza de ganado a un mejor precio. En verano, hay escasez de ganado y tiende a bajar su rendimiento porque existe menos pasto por lo que necesitan vender para por lo menos cubrir costos o una pequeña utilidad por el animal.</p> <p><b>Demanda:</b> En invierno la producción de carne aumenta debido y el precio tiende a bajar. En verano hay más consumo de carne, por las fechas cercanas a navidad, pero hay escasez, por lo tanto el precio sube.</p>
<b>Enfermedades</b>	<p><b>Oferta:</b> Las enfermedad más común en el ganado es la fiebre aftosa, que si no es tratada a tiempo ocasiona la muerte y reduce la producción. Otras enfermedades que se presentan en el ganado y causa pérdida de peso y debilitamiento en el bobino son la tuberculosis y la brucelosis. Cualquiera de estas enfermedades hace que el precio del ganado baje considerablemente.</p> <p><b>Demanda:</b> Debido a brotes por enfermedades hay menos consumo en el mercado, esto también se refleja en los precios de venta de la carne, ya que empiezan a bajar.</p>
<b>Gobierno</b>	<p><b>Oferta:</b> Las políticas económicas influyen en la curva de la oferta y pueden elevar los precios de los factores que intervienen dentro del ganado, entre las políticas se puede hacer referencia el aumento del salario mínimo, los impuestos a las tierras rurales, lo que provoca que el mercado mayorista de productores de ganado suban los precios moderadamente conforme a su voluntad.</p> <p><b>Demanda:</b> Cuando la renta media tiende a subir aumenta el consumo de productos y no se excluye a la carne ya que es un producto de primera necesidad.</p>
<b>Competencia</b>	<p><b>Oferta:</b> La competencia hace que el productor adquiera ganado de mejor raza, y calidad por lo tanto de acuerdo a esto el precio de venta sube o baja al momento de comercializar.</p> <p><b>Demanda:</b> La mayor parte de los consumidores quieren calidad, presentación del producto y precio, por lo tanto los consumidores buscan varios lugares donde puedan cubrir estos parámetros, por eso el precio varía dependiendo de estas condiciones.</p>

Tabla 3.25. (Cont.)

<b>Transporte</b>	<p><b>Oferta:</b> Este factor hace que el productor sume a sus costos previos a la venta ya que necesita movilizar el ganado para venderlo en las ferias, caso contrario el comerciante que adquiere el bovino en la propiedad del ganadero pide que se baje razonablemente el precio debido a los gastos incurridos por transporte y la cantidad adquirida.</p> <p><b>Demanda:</b> Este factor se suma a los costos de producción del debido a la gasolina, mantenimiento del vehículo, compra de neumáticos, lo que hace que el precio de la carne también aumente y puede causar en los algunos consumidores que compren en menos cantidad de la que se consumían antes.</p>
<b>Robo de ganado</b>	<p><b>Oferta:</b> Influye directamente, debido a que genera grandes pérdidas económicas y causa escasez en la producción del ganado dentro de la zona, ya que a estos bovinos los llevan a otras ciudades; además causa desaliento por parte de los ganaderos lo que genera el abandono de la actividad pecuaria.</p> <p><b>Demanda:</b> La escasez del ganado genera aumento en los precios al consumidor.</p>
<b>Especulación</b>	<p><b>Oferta y Demanda:</b> hace que los precios suban considerablemente tanto de la materia prima como del producto final.</p> <p><b>Oferta:</b> Estos pagan al productor un precio bajo, con el fin de tener un margen de utilidad alto</p>
<b>Intermediarios</b>	<p><b>Demanda:</b> Ofrecen precios altos al mercado mayorista y minorista, los mismos que ofrecen la carne procesada al consumidor a un precio inflado.</p>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

Tabla 3.26. Comportamiento de los precios en el mercado

PRECIOS	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO
<b>Precio Origen</b>	Los precios de ganado más aceptables son entre \$450 y \$700, pero el precio promedio se entre en \$723,44 por cabeza de ganado. Este precio depende de la calidad de la carne, es decir depende mucho de la raza que se cría y engorda para la venta.
<b>Precio de Mercado</b>	En el Camal Municipal el precio de compra es de \$0,80 (libra) en pie y a la canal a \$2 la libra.
<b>Precio Administrativo</b>	Según el MAGAP el precio en pie por libra del ganado de carne esta \$0,88 actualmente, pero no siempre se respeta este valor y tiende a variar de \$0,80 a \$0,92 por libra entre productor- comerciante.
<b>Variación del precio</b>	El clima, las enfermedades, gobierno, mano de obra, transporte, robo de ganado, intermediarios, especulación repercute \$21 en el precio de venta por cada cabeza de ganado

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

**Tabla 3.27. Tendencia y estrategias que contribuyen a la variación de precios**

Factores	Comportamiento del mercado	Precios	Comportamiento del mercado	Tendencias	Estrategias
<b>Temporada</b>	<b>Oferta:</b> En Invierno hay más producción de ganado de carne, por lo tanto se vende a mejor precio. En verano, hay escasez de ganado y tiende a bajar su precio.				
	<b>Demanda:</b> En invierno debido a la alta producción los precios bajan. En verano hay más consumo de carne, pero escasez y el precio sube.				
<b>Enfermedades</b>	<b>Oferta:</b> La aftosa, tuberculosis o brucelosis hacen que el precio del ganado baje considerablemente.	Precio Origen	Los precios de ganado más aceptables son entre \$450 y \$700, pero el precio promedio se entre en \$723,44 por cabeza de ganado.	Los precios de ganado de carne podrían mejorar dentro de 2 años debido a que la Organización Mundial de Sanidad Animal declaró a Ecuador libre de fiebre aftosa, por lo tanto se exportará carne. Esto también implica que la producción aumentará ya que el Magap planea importar 35000 reses para mejorar la genética de las reses.	Realizar seminarios bimestrales por parte del Magap, Agrocalidad y GAD provincial, acerca del sistema de pastoreo, genética de bovinos, e incluso de manejo de egresos e ingresos para la mejorar la productividad y economía del productor.
	<b>Demanda:</b> Hay menos consumo en el mercado, esto se refleja en los precios de venta de la carne porque bajan				
<b>Gobierno</b>	<b>Oferta:</b> Las políticas económicas elevan los precios lo que provoca que el mercado mayorista de productores suban los precios.				
	<b>Demanda:</b> Cuando la renta media tiende a subir aumenta el consumo de productos como a la carne ya que es un producto de primera necesidad.				

Tabla 3.27. (Cont.)

<b>Competencia</b>	<p><b>Oferta:</b> Hace que el productor adquiera ganado de mejor raza, y calidad por lo tanto el precio de venta sube o baja al momento de comercializar.</p> <p><b>Demanda:</b> La mayor parte de los consumidores quieren calidad, presentación del producto, por eso el precio varía dependiendo de estas condiciones.</p>	Precio de Mercado	En el Camal Municipal el precio de compra es de \$0,80 (libra) en pie y a la canal a \$2 la libra.	Las 3 entidades públicas deben realizar el seguimiento a los productores para verificar el cumplimiento de las disposiciones dictadas en los seminarios.
<b>Transporte</b>	<p><b>Oferta:</b> El comerciante compra en la propiedad del ganadero y pide que se baje el precio debido a los gastos por transporte.</p> <p><b>Demanda:</b> Hace que el precio de la carne también aumente y se consuma menos del producto.</p>	Precio Administrativo	Según el MAGAP el precio en pie por libra del ganado de carne esta \$0,88 actualmente, pero no siempre se respeta este valor y tiende a variar de \$0,80 a \$0,92 por libra entre productor-comerciante.	Debido a que se piensa exportar carne dentro de 2 a 3 años, se prevé que el precio a la canal también suba, lo que repercutiría en los precios al consumidor final El Banco de Fomento debe otorgar préstamos tanto a productores pequeños, medianos y grandes para que puedan incrementar su producción



**Tabla 3.27. (Cont.)**

<b>Robo de ganado</b>	<p><b>Oferta:</b> Genera pérdidas económicas, causa escasez en la producción del ganado o desaliento por parte de los ganaderos lo que genera el abandono de la actividad pecuaria.</p> <p><b>Demanda:</b> La escasez del ganado genera aumento en los precios al consumidor.</p>	<p>El Sinagap debe establecer precios acordados tanto para pequeños, medianos y grandes; además de fijar precios para la comercialización de la carne y para</p>			
<b>Especulación</b>	<p><b>Oferta y Demanda:</b> los precios suben considerablemente tanto de la materia prima como del producto final.</p>	<p>Variación del precio</p>	<p>El clima, las enfermedades, gobierno, mano de obra, transporte, robo de ganado, intermediarios, especulación repercute \$21 en el precio de venta por cada cabeza de ganado</p>	<p>Se pronostica que para el año 2016, el ganado en pie por libra este en \$1,13 y en el 2017 a \$1,28</p>	<p>evitar especulaciones deben verificar que dichos precios se cumplan.</p>
<b>Intermediarios</b>	<p><b>Oferta:</b> Estos pagan al productor un precio bajo, con el fin de tener un margen de utilidad alto</p> <p><b>Demanda:</b> Ofrecen precios altos al mercado mayorista y minorista; por lo tanto el consumidor final es el afectado.</p>				

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** César Astudillo, 2016

Tabla 3.28. Factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de leche

FACTORES	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO
<b>Temporada</b>	<p><b>Oferta:</b> En época de invierno hay más producción de leche debido a que la vaca se alimenta mejor por la abundancia de pasto, por lo tanto el productor vende más En verano, baja la producción de leche porque existe menos pasto para la alimentación de las vacas, por lo tanto bajan los ingresos del productor.</p> <p><b>Demanda:</b> En invierno el hay más cantidad de productos lácteos, el precio tiende a bajar En verano hay escasez del producto, por lo tanto el precio tiende a subir</p>
<b>Enfermedades</b>	<p><b>Oferta:</b> Las enfermedad más común en el ganado es la fiebre aftosa, que si no es tratada a tiempo ocasiona la muerte y reducción del ganado. Otras enfermedades que se presentan en el ganado de leche y causa pérdida de peso y debilitamiento en el bobino son la tuberculosis, la brucelosis y la mastitis causa perdida de la producción y cambio en el sabor. Cualquiera de estas enfermedades hace que el precio de la leche baje.</p> <p><b>Demanda:</b> Debido a brotes por enfermedades hay menos consumo en el mercado, esto también se refleja en los precios de venta de la carne, ya que empiezan a bajar.</p>
<b>Gobierno</b>	<p><b>Oferta:</b> Las políticas económicas influyen en la curva de la oferta y pueden elevar los precios de los factores que intervienen dentro del ganado lechero como el aumento del salario mínimo, la electricidad, impuestos a las tierras rurales, lo que provoca que los grandes productores de leche suban los precios.</p> <p><b>Demanda:</b> Cuando la renta media tiende a subir aumenta el consumo de productos y no se excluye a la leche y el queso ya que son productos de primera necesidad.</p>
<b>Competencia</b>	<p><b>Oferta:</b> La competencia hace que el productor adquiera ganado de mejor raza, por se refleja en la leche tanto en la producción y en la calidad de la leche.</p> <p><b>Demanda:</b> La mayor parte de los consumidores quieren buena calidad, presentación del producto y precio, por lo tanto los consumidores buscan varios lugares donde puedan cubrir estos parámetros, por lo tanto el precio varía dependiendo de esto.</p>

**Tabla 3.28. (Cont.)**

<b>Transporte</b>	<p><b>Oferta:</b> La mayor parte de los productores son visitados por comerciantes de leche, por lo tanto estos pagan un precio más bajo al que debería ser y por otro lado están aquellos productores que transportan la leche agregan valor y vende a un precio ligeramente alto dentro de la zona donde residen.</p> <p><b>Demanda:</b> Este factor se suma dentro de los costos de producción del debido a la gasolina, mantenimiento del vehículo, compra de neumáticos, lo que hace que el precio de la leche también aumente y puede causar en los algunos consumidores que compren en menos cantidad de la que se consumía antes.</p>
<b>Robo de ganado</b>	<p><b>Oferta:</b> Genera grandes pérdidas económicas y causa escasez en la producción del ganado y por ende en la leche dentro de la zona, ya que a estos bovinos los llevan a otras ciudades para venderlos. Esto también causa desaliento por parte de los ganaderos dedicados a la producción de leche lo que genera el abandono de la actividad pecuaria.</p> <p><b>Demanda:</b> La escasez del ganado vacuno y por ende de la producción de leche genera aumento en los precios al consumidor.</p>
<b>Sobreproducción</b>	<p><b>Oferta:</b> Debido a esto, los comerciantes les pagan a un precio más bajo al productor</p> <p><b>Demanda:</b> El precio del queso y de la leche tiende a bajar para que los consumidores compren más</p> <p><b>Oferta:</b> A los productores les pagan precios bajos para que en los costos de producción de estas no salgan tan altos.</p>
<b>Empresas Lácteas</b>	<p><b>Demanda:</b> Las empresas lácteas aumentan precios debido a sus costos de producción, calidad, presentación, y los consumidores tienden a consumir más estos productos ya procesados a los vendidos por comerciantes informales.</p>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** César Astudillo, 2016

### 3.2.5.1. Análisis de las matrices de tendencias y estrategias para el ganado de carne

La temporada, las enfermedades, gobierno, competencia, transporte, robo de ganado, especulación e intermediarios hace que la producción de ganado se vea afectado ya sea con sobreproducción o escasez de bovinos lo que provoca que fluctúe precios dentro del mercado. El precio promedio que los pecuarios deberían recibir es de \$723,44 por cabeza y con una variación de más menos \$21 por la repercusión de los factores antes mencionados, pero la realidad es otra, debido a que no se respeta ni hay un control adecuado por parte de las entidades públicas para regular esta falencia. Actualmente se debería pagar en pie \$0,88 por libra según el Sistema de Información Nacional del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP) pero el precio del mercado está desde \$0,80 (que paga el camal) hasta \$0,92 por libra.

Se pronostica que para dentro de 2 a 3 años la carne se exportará a países como EE.UU, Colombia, Rusia, Bolivia, Chile, Irán entre otros países debido a que el Ecuador lo declararon libre de fiebre aftosa la Organización Mundial de Sanidad (OIE), debido a esto los precios y producción subirán, ya que está planeado importar 35000 reses de Paraguay, las mismas que mejoran la genética del ganado. Estas innovaciones pecuarias inflarán los precios en el que se pronostica que para el 2017 esté a \$1,28 la libra (en pie).

Las estrategias para que controlar la variación de los precios es que las entidades públicas como el Magap, Agrocalidad y el GAD provincial brinden seminarios bimestrales acerca de sistemas de pastoreo, genética y manejo del ganado, e incluso registro de ingresos y egresos, para mejorar la productividad y economía del productor. Para que el gobierno asegure la inversión que va a realizar en los seminarios, estas tres entidades deben realizar seguimiento para el cumplimiento de las disposiciones dictadas en dichos seminarios. Además el SINAGAP debe establecer precios apropiados tanto para productores como para comerciantes y a la vez inspeccionar para comprobar el cumplimiento de lo establecido.

**Tabla 3.29. Comportamiento de los precios del ganado de leche**

PRECIOS	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO
Precio Origen	Los precios de la leche más aceptados están entre \$0,41 a \$0,50 pero el precio promedio es de \$0,44 por litro y el queso está a un precio promedio de \$1,72
Precio de Mercado	Los centros de acopio compran la leche en un rango de \$0,41 a \$0,42 por litro y ellos procesan este producto para hacer el queso y venderlo entre \$1,30 y \$1,50
Precio Administrativo	Los precios establecidos por el Magap se encuentra en la tabla del Acuerdo Ministerial 394, en la que indica que el precio base debería ser de \$0,42
Variación del precio	El clima, las enfermedades, gobierno, mano de obra, transporte, robo de ganado, sobreproducción y empresas lácteas repercuten \$0,06 en el precio de venta por litro de leche.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

**Tabla 3.30. Tendencias y estrategias que contribuyen en la variación del precio del ganado de leche**

Factores	Comportamiento del mercado	Precios	Comportamiento del mercado	Tendencias	Estrategias
Temporada	<b>Oferta:</b> En época de invierno hay más producción de leche por lo tanto el productor vende más. En verano, baja la producción de leche por lo tanto bajan los ingresos del productor.	Precio Origen	Los precios de la leche más aceptados están entre \$0,41 a \$0,50 pero el precio promedio es de \$0,44 por litro y el queso está a un precio promedio de \$1,72	Los precios de leche podrían mejorar dentro de 1 a 2 años debido a que la Organización Mundial de Sanidad declaró a Ecuador libre de fiebre aftosa, por lo tanto se exportará leche.	Realizar seminarios bimestrales por parte del Magap, Agrocalidad y GAD provincial, acerca del sistema de pastoreo, genética de bovinos, e incluso de manejo de egresos e ingresos para la mejorar la productividad y economía del productor.
	<b>Demanda:</b> En invierno el hay más productos lácteas, el precio tiende a bajar. En verano hay escasez del producto, por lo tanto el precio tiende a subir				

Tabla 3.30. (Cont.)

<b>Enfermedades</b>	<p><b>Oferta:</b> Las enfermedades hace que la producción de leche baje y precio también</p> <p><b>Demanda:</b> Hay menos consumo en el mercado, esto también se refleja en los precios de venta de la carne, ya que empiezan a bajar.</p>			
<b>Gobierno</b>	<p><b>Oferta:</b> Las políticas económicas elevan los precios lo que provoca que los grandes productores de leche suban los precios.</p> <p><b>Demanda:</b> Cuando la renta media tiende a subir aumenta el consumo de productos y no se excluye a la leche y el queso.</p>		Esto también implica que la producción aumentará en un 10%, ya que la demanda interna está cubierta y hay excedente, el mismo que ya debe exportarse para que evitar que los precios bajen.	
<b>Competencia</b>	<p><b>Oferta:</b> El productor adquiera ganado de mejor raza y se refleja en la producción y calidad de la leche.</p> <p><b>Demanda:</b> La mayor parte de los consumidores quieren buena calidad, presentación del producto, de acuerdo a esto varía el precio.</p>	Precio de Mercado	Los centros de acopio compran la leche en un rango de \$0,41 a \$0,42 por litro y ellos procesan este producto para hacer el queso y venderlo entre \$1,30 y \$1,50	Las 3 entidades públicas deben realizar el seguimiento a los productores para verificar el cumplimiento de las disposiciones dictadas en los seminarios.

Tabla 3.30. (Cont.)

<p><b>Transporte</b></p>	<p><b>Oferta:</b> La mayor parte de los productores son visitados por comerciantes de leche, por lo tanto estos pagan un precio más bajo y hay otros productores que transportan la leche agregan valor y vende a un precio ligeramente alto.</p> <p><b>Demanda:</b> Este factor hace que el precio de la leche aumente y puede causar en los algunos consumidores que compren en menos cantidad de la que se consumía antes.</p>	<p>Precio Administrativo</p> <p>Los precios establecidos por el Magap se encuentra en la tabla del Acuerdo Ministerial 394, en la que indica que el precio base debería ser de \$0,42</p>	<p>Debido a que se piensa exportar leche dentro de 1 a 2 años, se prevé que el precio de la leche y del queso aumente ya que la calidad de esta también mejorará porque el Magap traerá ganado para cambiar la genética de los bovinos.</p>	<p>El Banco de Fomento debe otorgar préstamos tanto a productores pequeños, medianos y grandes para que puedan incrementar su producción</p>
<p><b>Robo de ganado</b></p>	<p><b>Oferta:</b> Genera grandes pérdidas económicas y causa escasez en la leche, también provoca desaliento lo que genera el abandono de la actividad pecuaria.</p> <p><b>Demanda:</b> La escasez del ganado vacuno y por ende de la producción de leche genera aumento en los precios al consumidor.</p>			<p>El Magap debe realizar visitas sorpresa a los productores de ganado vacuno al momento que realizan la venta de este producto (en la mañana) para constatar que el comerciante pague el precio justo establecido en la tabla del Acuerdo Ministerial</p>

Tabla 3.30. (Cont.)

Sobreproducción	<p><b>Oferta:</b> Los comerciantes le pagan a un precio más bajo al productor.</p> <p><b>Demanda:</b> El precio del queso y de la leche tiende a bajar para que los consumidores compren más</p>	Variación del precio	El clima, las enfermedades, gobierno, mano de obra, transporte, robo de ganado, sobreproducción y empresas lácteas repercuten \$0,06 en el precio de venta por litro de leche.
Empresas Lácteas	<p><b>Oferta:</b> A los productores les pagan precios bajos para que en los costos de producción de estas no salgan tan altos.</p> <p><b>Demanda:</b> Aumentan precios debido a sus y los consumidores se ven afectados.</p>		

Fuente: Investigación base VII convocatoria

Elaborado por: César Astudillo, 2016



### 3.2.5.2. Análisis de la matriz de tendencias y estrategias para el ganado de leche

La temporada, las enfermedades, gobierno, competencia, transporte, robo de ganado, sobreproducción y empresas lácteas hace que la producción de leche y queso se vean afectado ya sea con aumento en la producción o escasez de leche lo que provoca que fluctúe precios dentro del mercado. El precio promedio de este producto es de \$0,44 y de queso es \$1,72 con una variación en el precio de más menos \$0,06 por la repercusión de los factores antes mencionados, estos deberían ser los precios pero la realidad es otra, debido a que no se respeta ni hay un control adecuado por parte de las entidades públicas para regular esta falencia. Actualmente se debería el precio mínimo por litro de leche debería ser de \$0,42 según la tabla del Acuerdo Ministerial 394 emitida por el Magap pero el precio del mercado está desde \$0,41 hasta \$0,42.

Se pronostica que para dentro de 1 a 2 años la leche se exportará a países como EE.UU, Colombia, Rusia, Bolivia, Chile, Irán entre otros países debido a que el Ecuador lo declararon libre de fiebre aftosa la Organización Mundial de Sanidad (OIE), debido a esto los precios y producción subirán, ya que está planeado importar bovinos de Paraguay, los cuales mejorarán la genética del ganado lechero. Estas innovaciones pecuarias inflarán los precios desde el productor hasta el consumidor final.

Las estrategias para que controlar la variación de los precios es que las entidades públicas como el Magap, Agrocalidad y el GAD provincial brinden seminarios bimestrales acerca de sistemas de pastoreo, genética y manejo del ganado, e incluso registro de ingresos y egresos, para mejorar la productividad y economía del productor. Para que el gobierno asegure la inversión que va a realizar en los seminarios, estas tres entidades deben realizar seguimiento para el cumplimiento de las disposiciones dictadas en dichos seminarios. Además el Magap debe realizar visitas sorpresa al momento que el comerciante adquiere el producto (por la mañana) para verificar si se pagan los precios justos fijados en el Acuerdo Ministerial antes mencionado.

- Nivel de variación de los precios considerando los factores que inciden en los precios del ganado de carne

Tabla 3.31. Nivel de incidencia de los factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de carne

Factores	Frecuencia	Porcentaje	Nivel de Incidencia en el precio
Clima	28	47,5%	Medio
Enfermedades	38	64,4%	Alto
Gobierno	29	49,2%	Medio
Competencia	35	59,3%	Alto
Mano de Obra	24	40,7%	Medio
Transporte	22	37,3%	Medio
Robo de Ganado	3	5,1%	Bajo
Mercado	11	18,6%	Bajo
Intermediarios	2	3,4%	Bajo
Especulación	2	3,4%	Bajo
<b>Total Encuestados</b>	<b>59</b>		

Fuente: Investigación base VII convocatoria

Elaborado por: César Astudillo, 2016

- Nivel de variación de los precios considerando los factores que inciden en los precios del ganado de leche

Tabla 3.32. Nivel de incidencia de los factores que influyen en la fluctuación de precios del ganado de leche

Factores	Frecuencia	Porcentaje	Nivel de Incidencia en el precio
Clima	33	48,5	Medio
Enfermedades	41	60,3	Alto
Gobierno	29	42,6	Medio
Competencia	35	51,5	Alto
Mano de Obra	20	29,4	Bajo
Transporte	16	23,5	Bajo
Robo de Ganado	11	16,2	Bajo
Mercado	3	4,4	Bajo
Sobreproducción	2	2,9	Bajo
Empresas Lácteas	1	1,5	Bajo
Nada	4	5,9	Bajo
<b>Total Encuestados</b>	<b>68</b>		

Fuente: Investigación base VII convocatoria

Elaborado por: César Astudillo, 2016

- **Fluctuación de los precios del ganado de carne en el periodo de estudio**

**Tabla 3.33. Fluctuación de los precios del ganado de carne en el periodo de estudio**

Precio de venta	Frecuencia	Porcentaje	Variación
200 - 500	16	27,1%	1453%
540 - 700	23	39,0%	
800 - 1000	17	28,8%	
1360 - 3105	3	5,1%	
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>	

Fuente: Investigación base VII convocatoria

Elaborado por: César Astudillo, 2016

- **Fluctuación de los precios de la leche en el periodo de estudio**

**Tabla 3.34. Fluctuación de los precios de la leche en el periodo de estudio**

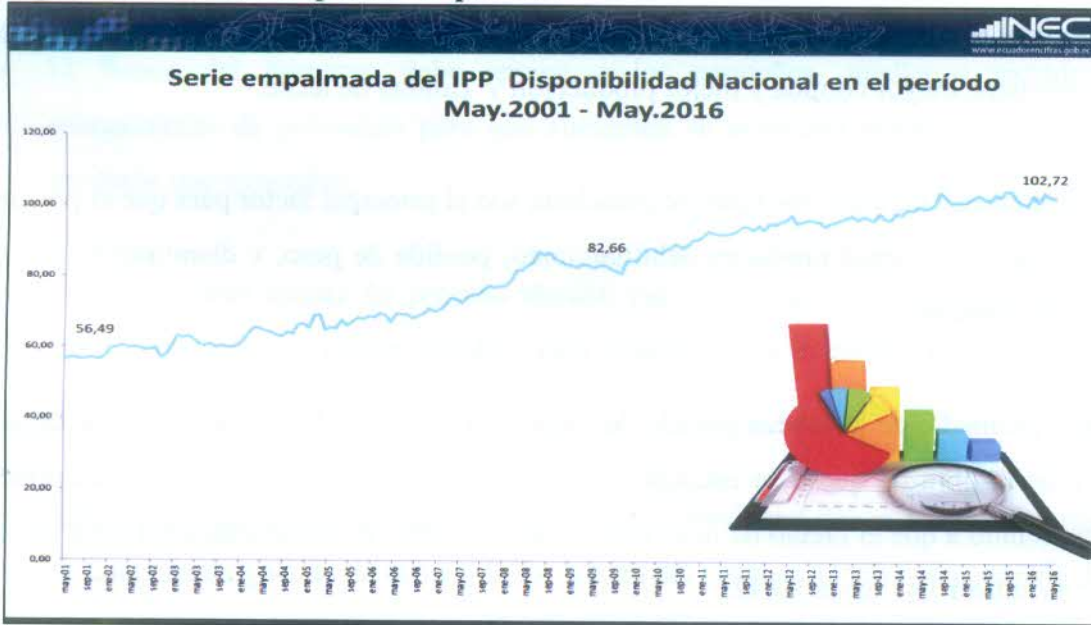
Precio de venta	Frecuencia	Porcentaje	Variación
0 - 0,40	29	42,6%	100%
0,41 - 0,50	34	50,0%	
0,52 - 0,80	5	7,4%	
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100,0%</b>	

Fuente: Investigación base VII convocatoria

Elaborado por: César Astudillo, 2016

- **Variación del Índice de Precios al Productor**

**Figura 3.23. Índice de precios al productor**



Fuente: INEC. 2016

## CAPÍTULO 4

### DISCUSIÓN

#### 4.1. Conclusiones

- El 51,63% y el 64,02% de los productores de ganado de carne y de leche respectivamente, han abandonado la actividad pecuaria y se han dedicado a otras labores agrícolas.
- La producción de ganado de carne aumentó un 4,6% y la de leche un 25,37% en el transcurso del año 2013 y 2015, lo que se puede establecer como un crecimiento de los sectores analizados
- El 54,2% y el 51,5% de los productores de ganado de carne y de leche respectivamente son pequeños productores, debido a que producen en cantidades menores, que no logran controlar los precios del producto en el mercado
- La temporada con mayor producción tanto para el ganado de carne como el de leche es el de invierno, en el caso del ganado de carne en ese periodo se engorda más, lo cual es propicio para un mejor precio de venta; mientras que en el caso del ganado que produce leche, este tiene mayor comida y mejor producción y calidad de leche.
- Las enfermedades para los dos tipos de ganadería son el principal factor para que el precio varíe, debido a que estas producen debilitamiento, pérdida de peso, y disminución de la producción y precio.
- El precio promedio de la cabeza ganado de carne está en \$723,44, del litro de leche es de \$0,44 y de la libra de queso se encuentra a \$1,72; pero estos precios son prácticamente ficticios debido a que el precio de mercado en pie de la libra de carne está a \$ 1,10 y de la leche esta entre \$0,41 hasta \$0,42.
- El ganado de carne de res es el producto de mayor fluctuación de los precios en el mercado, llegando a variaciones de hasta el 150% en el precio de venta del ganado en pie

en el camal, una variación en el precio de venta por libra en el camal del 150% y una variación en el precio para el comercializador del 15%.

- Los factores de mayor incidencia en la variación de precios del ganado de carne son la presencia de enfermedades, los ciclos climáticos inestables y la intervención de autoridades en los precios de mercado.
- Los factores de mayor incidencia en la variación de precios del ganado de carne es la calidad del producto, el control de enfermedades.
- La variación de precios tanto en el ganado de carne como en el de leche influye directa y negativamente en los niveles de rentabilidad de los pequeños productores, debido a que ellos están relacionados directamente con la imposición de los precios en el mercado

#### **4.2. Recomendaciones**

- El Magap debe asesorar a ganaderos en controles de calidad (plagas, enfermedades, bacterias), cómo y en qué tiempo se debe realizar inspecciones de control, además de orientación en sistemas de riego.
- El Banco del Fomento debe apoyar a los pequeños, medianos ganaderos en el otorgamiento de préstamos para que aumenten su actividad productiva y la calidad del producto que expenden.
- El Magap debe iniciar un proceso técnico para establecer a la exportación tanto carne como leche lo más pronto posible, esto contribuirá a mantener o mejorar los precios internos del producto.
- Agrocalidad conjuntamente con Magap y GAD provincial deben brindar seminarios a los productores de ganado de carne y leche acerca del sistema de pastoreo, manejo del ganado y genética.

- Al Sinagap le compete verificar que los precios del ganado de carne se cumplan y debería fijar precios a la comercialización de la carne a la canal para evitar variaciones en los precios.
- El Magap debe realizar visitas sorpresas al momento de la compra-venta de la leche para constatar que se pagan los precios justos establecidos en el Acuerdo Ministerial
- Realizar seminarios bimestrales por parte del Magap, Agrocalidad y GAD provincial, acerca del sistema de pastoreo, genética de bovinos, e incluso de manejo de egresos e ingresos para la mejorar la productividad y economía del productor.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ica 92. (28 de Mayo de (2009)). Causas, Tipos y efectos de la Inflacion. Presidencia de la Republica del Ecuador. (Febrero 2013).
- ABC.ES. ((Viernes 30 de Enero de (2009))).
- Acuña López, F. E. (2007). *Proyecto de prefactibilidad, para la Exportación de pimienta al mercado Chileno, período 2007- 2017*. Quito: Tesis de grado.
- Altman Douglas. G. ((1991 a 1992)). *Practical Statistics for Medical Research*. (First, Ed.)
- Anonimo. (Julio a Diciembre del (2011)). 15p.
- Asamblea Nacional. (2009). *Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario*. Recuperado el agosto de 2014, de <http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/9369d635-b35f-4a56-82f3-7a5d55341ecb/Ley%20de%20Fomento%20y%20Desarrollo%20Agropecuario>
- Benitez Cáceres, L. P. (2002). *Proyecto de prefactibilidad técnica y económica del cultivo de pimienta negra en la península de Santa Elena*. Guayaquil: Tesis de grado.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN
- C.P. Jaime A. Acosta Altamirano . ((2006)). *Definiciones de Costos o Apuntes de Contabilidad de Costos I*.
- Cabanellas. (1998). *Discriminacion de Precios y Defensa de la Compañia*. 358.
- Caldentey Albert, P., & De Haro Giménez, P. (2004). *Comercialización de Productos Agrarios*. España: Editorial Agricola Española S.A.
- Carlos Raul Sanchez Sanchez. (2012). *Administracion y Estrategias de precios, Herramientas para la toma de decisiones en Marketing*. Mexico: Segunda Mc Graw Hill .
- Carrion, M. (2002). *PLAN GENERAL DE DESARROLLO PROVINCIAL DE PICHINCHA*.
- Castro, M. (2009). *Proyecto de Factibilidad para la exportacion de Piña Fresca a Belgica, periodo 2010 a 2019*. Quito.
- Coloma, G. (1998). *Prácticas horizontales exlusorias y defensa de la competencia*. Recuperado el agosto de 2014, de Universidad del CEMA: <http://www.ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/228.pdf>
- Corey, E Raymond. (1995). *Determinacion de los precios, Estrategias y el proceso esencial del Marketing*. Voll 2.

- Coscia . (1978). *Agentes y Canales de Comercializacion* .
- Departamento de Agricultura. (2011). Interpretacion y Uso de la Informacion de Mercados. Capitulo 3.
- Domingo, G. M. (2015). *GAD Municipal de Santo Domingo* .
- Eco-Finanzas. (2014). *Especulación*. Recuperado el agosto de 2014, de <http://eco-finanzas.com/diccionario/E/ESPECULACION.htm>
- Efxto Diccionario . (( 2011)). *Indice de Precio del Consumidor* . 6.
- Elizondo Lopez, A. (2002). *Metodología de la investigación contable* (Vol. Tercera edición).
- Ellen Miller y G.s.Maddala. (1992). *Micro Economia* (Vol. Capitulo 5). (Primera, Ed.) Mexico : Mc Graw-Hill.
- Faulhaber G. (1975). Cross-Subsidization Pricing in public enterprises. *American Economic* , 65.
- Fernando Bluter Silva. (15 de Enero de 2009). *El Economista*.
- Ganaderia, M. d. (1991). *Aspecos Tecnicos sobre Cuarenta y cinco cultivos Agrícolas*. San Jose, Costa Rica.
- Gilberto Mendoza. (1985). *Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios*. San Jose de Costarica: Instituto Interamericano de Cooperacion para la Agricultura.
- Grau, S., & Merino, A. (2005). *Precios Predatorios*. Recuperado el agosto de 2014, de Wikitel: [http://wikitel.info/wiki/Precios\\_Predatorios#cite\\_note-0](http://wikitel.info/wiki/Precios_Predatorios#cite_note-0)
- Gregory Mankiw. (s.f.). *Libro de los Principios de Economia*. (Tercera, Ed.) 47.
- Haguenauer. (1990). *Libro de la competitividad Industrial* .
- Hernandez Sampieri. ((2006)). *Analisis de la Poblacion* . <http://malanga.galeon.com/produccion.htm>. (s.f.). <http://www.scpm.gob.ec/>. (s.f.).
- Hunck, L. ((26 de Septiembre de 1986)). *Top Quality Battling Low Prices for Markel Share*, Marketing News. 12.
- Hurtado. ((2000)). *Tabulacion y Analisis de Datos* . 181.
- J.R, H. ((2008)). *Las Fronteras del Conocimiento Economico* . 250.
- Jerome McCarthy y William Perrault. (s.f.). *Libro de Marketing Planeacion Estrategica de la Teoria de la Practica*. (T. 1, Ed.)
- JM. Rosenberg. ((1995)). *Diccionario de Administracion y Finanzas*. (P. Edicion, Ed.)
- Jorge Burbano y Ortiz Alberto. ((1995)). *Libro de Presupuestos*.
- Jose, S. (1991). *Aspectos tecnicos sobre cuarenta y cinco cultivos agricolas de Costa Rica*. Costa Rica .



- Koontz Harold, Weihrich Heinz. (2004). *Administración una Perspectiva Global*. (M.-H. Interamericana, Ed.) 14.
- Kotler Philip, Camara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio. (s.f.). *Libro de la Dirección de Marketing*. 10.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson.
- Kydland y Prescott. ((1982,1990,1995)). *Fluctuaciones Estacionales* . 8.
- Laura Fisher y Jorge Espejo. (s.f.). *Libro de Mercadotecnia*. 240.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados* (Vol. cuarta edición). Mexico. Recuperado el Abril de 2014, de <http://books.google.com.ec/books?id=SLmEblVK2OQC&pg=PA137&dq=que+es+la+investigacion+cuantitativa&hl=es-419&sa=X&ei=7rJeU7PpMo7nsAS5hIK4Ag&ved=0CDMQ6wEwAQ#v=onepage&q=que%20es%20la%20investigacion%20cuantitativa&f=false>
- Mankiw, G. (2006). *Principios de la Economía*. 12.
- Mariana, M. L. (Jueves 17 de Abril 2008).
- Marshall, A. ((1842-1924)). *Principles of Economics*. 1890, 6p.
- Martín Martín, Q., & Santana, Y. (2008). *Tratamiento estadístico de datos con SPSS*. Madrid: Thomson editores. Recuperado el Abril de 2014
- Martínez Ruiz, H., & Ávila Reyes, E. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Learning Editores, S.A. Recuperado el 12 de Mayo de 2014
- Méndez Álvarez, C. Á. (2012). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. MéxiCO: Limusa S.A. Recuperado el 12 de Mayo de 2014
- MENDOZA, G. (1982). *Comprendido Mercadeo de productos agropecuarios*. 343p .
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (Septiembre de 2013). *Centro de Investigación de la Leche*. Obtenido de <http://cilec.ups.edu.ec/documents/4578433/4594388/Acuerdo+394+Leche+PAGO+POR+CALIDAD.pdf>
- MLFC. (2011). *Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones*. Ecuador.
- Monografias.com. (2014). *Producción de Malanga*.
- Monografias.com. (29 de Mayo de 2014). *Producción de Pimienta*.
- Monroe, K. B. (1992). *POLITICA DE PRECIOS PARA HACER MAS RENTABLES LAS DECISIONES*. Madrid : McGraw-Hill.

- Patricio Bonta y Mario Farber. (s.f.). Libro 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad . (Norma, Ed.) 19.
- Philip Kotler. ((2012)). 6.
- Philip Kotler y Gary Armstrong. ((2005)). Fundamentos de Marketing. (S. Edición, Ed.) 353.
- Posso, M. (2010). *Proyectos, tesis y marco lógico*.
- Proecuador. (2013). *Guía Comercial de la República del Ecuador*. Recuperado el Abril de 2014, de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC\\_GC2013\\_ECUADOR.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_GC2013_ECUADOR.pdf)
- Ricardo Romero. ((2006)). Libro de Marketing.
- Ricardo, D. (1772-1823). Teoría Económica del Precio. 7p.
- Robbins Stephen y Coulter Mary. (2005). Libro de Administración. 7.
- Rockefell, D. ((Primavera de 1986)). Value Versus Price . 43.
- Rodríguez, M. E. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Villa Hermosa S.A.
- Romero, R. (2006). *Tipos de Mercado*. Recuperado el agosto de 2014, de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación* (Vol. Tercera edición). (P. Hall, Ed.) México.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2002). *Economía*. España: Mc Graw Hill.
- Sanchez Sanchez, C. (2012). *Administración y Estrategias de Precios*. Mexico: McGraw Hill.
- Sanz de la Tajada, L.A., 1974. (s.f.). *El Plan de Marketing en la Práctica*.
- Sher, William y Pinola, Rudy. ((1985)). Teoría Microeconómica. (E. Alianza, Ed.)
- SIGAGRO, M. Y. (2007). *Datos obtenidos en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca a través del Sistema de Información Geográfica y Agropecuaria Muestra la producción de piña*.
- Simon Andrade. (s.f.). Libro del Diccionario de Economía. 438.
- Smith, A. (1723-1790). Teoría Económica del Precio. 6p.
- SNI. (s.f.). *SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN* . Recuperado el 29 de JULIO de 2013, de SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO: <http://app.sni.gob.ec/sni>
- Stanton, Etzel y Walker. (s.f.). Fundamentos de Marketing. (13, Ed.) 49.
- Stanton, Etzel y Walker. (s.f.). Libro de Fundamentos de Marketing. 248.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2013). *Beneficios Sociales que genera la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. Recuperado el agosto de 2014, de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/1.6.-David->

Echeverr%C3%ADa-Presentaci%C3%B3n-beneficios-LORCPM-15-de-enero-2014.pdf

Tschirsley. (2010). 16p.

Vera, L. (2008). *LA INVESTIGACION CUALITATIVA*. Recuperado el Abril de 2014, de <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

W.J.Stantion. (1970). *Fundamentos de Mrketing* . Mexico: Mc-Graw-Hill.

W.J.Stanton. (1970). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* . Mexico: Mc-Graw-Hill.

Wikipedia.org. ((12 de Noviembre 2013)). Índice de Precios .

Wikitel. (2014). *Subsidios Cruzados*. Recuperado el agosto de 2014, de [http://wikitel.info/wiki/Subsidios\\_cruzados](http://wikitel.info/wiki/Subsidios_cruzados)

Witch, Juan Julio. ((1995)). *Diccionario Economico Empresarial* . (Primera, Ed.)

www.eumed.net. (2011). Provincia de Santo Domingo de los Tsachilas . *Tesis, Doctorales*.

www.superley.ec. (2004). *Legislacion del Sector Agrario del Ecuador*.

www2.pr.gov/GobiernoEmpresas. (s.f.). *Plan de Mercadeo. PPlan de Negocio*.

# ANEXOS

### Anexo A. Datos Investigación de la séptima convocatoria

Estadísticos					
		Cuál es la temporada con mayor producción de ganado de carne?	La producción de ganado de carne en estos últimos 4 años	Cuál es el costo de producción de una cabeza de ganado de carne?	A qué precio vende cada cabeza de ganado?
N	Válido	59	59	59	59
	Perdidos	0	0	0	0

#### Cuál es la temporada con mayor producción de ganado de carne?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Invierno	30	50,8	50,8	50,8
	Verano	11	18,6	18,6	69,5
	Todo el año	18	30,5	30,5	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

#### La producción de ganado de carne en estos últimos 4 años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aumentó	19	32,2	32,2	32,2
	Disminuyó	8	13,6	13,6	45,8
	Sigue igual	32	54,2	54,2	100,0
	Total	59	100,0	100,0	

#### Estadísticos

		Cuántas cabezas de ganado vende cada año?	Cuántas cabezas de ganado de carne tiene actualmente	Cada qué tiempo realizan el mantenimiento del pasto?	Cuánto es el costo de mantenimiento del pasto?	Razas de Ganado de Carne	Razas de Ganado de Carne
N	Válido	59	59	59	59	45	21
	Perdidos	0	0	0	0	14	38

#### Estadísticos

		Cuántos litros de leche ordeña en todo el día?	Cuántos litros de leche vende diariamente?	Cuántas libras de queso vende?
N	Válido	68	68	68
	Perdidos	0	0	0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

## Anexo A-1. (Cont.)

Cuantos litros de leche vende diariamente?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	11	16,2	16,2
	2	1	1,5	17,6
	3	1	1,5	19,1
	15	4	5,9	25,0
	16	1	1,5	26,5
	20	5	7,4	33,8
	25	1	1,5	35,3
	30	5	7,4	42,6
	35	1	1,5	44,1
	40	3	4,4	48,5
	50	2	2,9	51,5
	60	4	5,9	57,4
	70	3	4,4	61,8
	80	2	2,9	64,7
	84	1	1,5	66,2
	90	1	1,5	67,6
Válido	100	3	4,4	72,1
	120	3	4,4	76,5
	130	1	1,5	77,9
	133	1	1,5	79,4
	140	1	1,5	80,9
	150	1	1,5	82,4
	155	1	1,5	83,8
	160	1	1,5	85,3
	170	1	1,5	86,8
	200	2	2,9	89,7
	240	1	1,5	91,2
	250	1	1,5	92,6
	450	1	1,5	94,1
	475	1	1,5	95,6
	480	1	1,5	97,1
	500	1	1,5	98,5
	850	1	1,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016

**Anexo A-2. (Cont.)**

<b>Cuántas libras de queso vende?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	58	85,3	85,3	85,3
	1	1	1,5	1,5	86,8
	5	2	2,9	2,9	89,7
	6	2	2,9	2,9	92,6
	7	1	1,5	1,5	94,1
	12	1	1,5	1,5	95,6
	15	1	1,5	1,5	97,1
	17	1	1,5	1,5	98,5
	25	1	1,5	1,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

<b>Cuál es la temporada con mayor producción de leche</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Invierno	36	52,9	52,9	52,9
	Verano	14	20,6	20,6	73,5
	Todo el año	18	26,5	26,5	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

<b>La producción de leche en estos últimos 4 años</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aumentó	17	25,0	25,0	25,0
	Disminuyó	15	22,1	22,1	47,1
	Sigue igual	36	52,9	52,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: César Astudillo, 2016