



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TÍTULO:**

**“INCIDENCIA DE LA CADENA DE INTERMEDIACIÓN EN LOS PMP DE LA  
PROVINCIA DEL GUAYAS”**

**AUTORA:**

**ESPINOZA REINOSO ANDREA VERÓNICA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

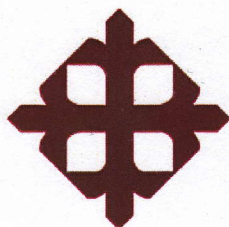
**INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

**Econ. JUAN MIGUEL ESTEVES**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Andrea Verónica Espinoza Reinoso, como requerimiento parcial para la obtención de Título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional

**TUTOR**

---

**Econ. Juan Miguel Esteves**

**REVISOR(ES)**

---

**Msc. Laura Echeverría E.**

---

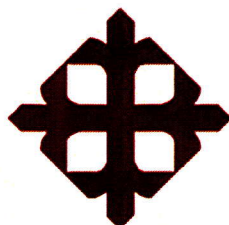
**Lcda. Grace Mogollon C. Msc**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Dr. Alfredo Govea M.**

**Guayaquil, Febrero del 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Andrea Verónica Espinoza Reinoso**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **"Incidencia de la cadena de intermediación en los PMP de carne bovina en la provincia del Guayas"** previa a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

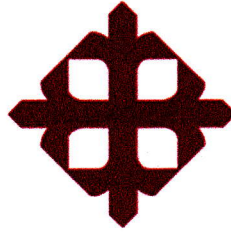
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 7 días del mes de marzo del año 2014**

**LA AUTORA**

  
\_\_\_\_\_

**Andrea Verónica Espinoza Reinoso**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Andrea Verónica Espinoza Reinoso**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: "Incidencia de la cadena de intermediación en los PMP de carne bovina en la provincia del Guayas" cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 7 días del mes de marzo del año 2014**

**LA AUTORA:**

**Andrea Verónica Espinoza Reinoso**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios, por darme salud, vida y la fortaleza necesaria para alcanzar mis metas propuestas y haber culminado con éxito mi carrera universitaria.*

*Agradezco a mi familia, por el apoyo constante, por los consejos dados, por sus palabras de aliento cada vez que me sentía decaída.*

*Por siempre estar conmigo en cada noche de desvelo.  
Y a mí tutor por su apoyo en estos largos meses de investigación*

**Andrea Espinoza Reinoso**

## DEDICATORIA

*Se dedica el presente trabajo a mis padres  
por el apoyo constante en todos mis años de estudio.*

-

**Andrea Espinoza Reinoso**

## INDICE GENERAL

RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT .....	XIII
RÉSUMÉ .....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
1. Definición del Problema .....	2
2. Preguntas de Investigación .....	7
3. Justificación del Estudio.....	7
4. Objetivos.....	8
a. Objetivo General.....	8
b. Objetivos Específicos .....	8
5. Hipótesis .....	9
a. Hipótesis General.....	9
b. Hipótesis Específicas.....	9
CAPÍTULO I .....	10
1. Análisis de la distribución del poder del mercado en la cadena de intermediación. 10	
1.1. Antecedentes .....	10
1.2. Los cantones a los que se limitan el estudio .....	15
1.2.1. Consumo de carne a nivel nacional .....	19
1.2.2. Sistemas de producción en la ganadería .....	19
1.2.3. Canales de comercialización.....	21
1.3. Competencia en el mercado y altos márgenes .....	23
1.3.1. Barreras de entrada .....	26
1.3.2. Desunión entre los productores para enfrentar la comercialización. ....	27
1.4. Dependencias tradicionales.....	28
1.4.1. Compadrazgo .....	28
1.4.2. Endeudamiento.....	30
1.5. Información desigualmente distribuida .....	30
1.5.1. Posibilidades de medir peso vivo desigual.....	30
1.5.2. Distribución de conocimientos sobre precios es desigual .....	31
1.5.3. Conocimientos sobre rendimientos de ganado es desigual.....	31

CAPÍTULO II .....	32
2. Identificación de la existencia del sistema de información y transparencia en la cadena de intermediación.....	32
2.1. Antecedentes .....	32
2.2. No hay un sistema de información adecuado.....	33
2.3. Información insuficiente sobre precios.....	36
2.3.1. Las transacciones mismas.....	37
CAPÍTULO III .....	40
3. Identificación de las alternativas de venta del producto .....	40
3.1. Antecedentes .....	40
3.2. Desconocimientos de alternativas .....	41
3.3. Alto riesgo.....	42
3.4. Altos costos .....	42
3.4.1. Transporte .....	42
3.4.2. Mano de obra .....	43
3.4.3. Alojamiento y alimentación .....	43
3.4.4. Mantenimiento de los animales.....	43
3.4.5. Tasas e impuestos .....	44
3.4.6. Costos de información .....	44
3.4.7. Alquiler .....	45
3.4.8. Equipo y Materiales.....	45
3.4.9. Pérdidas.....	45
3.4.10. Otros costos .....	45
3.4.11. Costo de capital prestado .....	46
3.5. No se usan economía de escala.....	47
CAPÍTULO IV.....	49
4. Verificación de la existencia de controles de peso y calidad en los puntos de venta.....	49
4.1. Antecedentes .....	49
4.2. Falta de una infraestructura técnica de comercialización adecuada .....	49
4.2.1. Sistema de vías .....	51
4.2.2. Medios de transporte.....	53



4.3. Instituciones que regulan y mejoran la comercialización .....	55
CAPÍTULO V .....	60
5. Metodología y Análisis de Resultados .....	60
5.1. Entrevistas con ganaderos .....	60
5.2. Entrevista con comerciantes .....	61
5.3. Poder en el mercado desigualmente distribuido .....	62
5.4. Identificación de la existencia del sistema de información y transparencia en la cadena de intermediación.....	64
5.5. Identificación de las alternativas de venta del producto .....	65
5.6. Verificación de la existencia de controles de peso y calidad en los puntos de venta	66
5.7. Entrevistas.....	66
5.8. Análisis de resultados.....	109
6. CONCLUSIONES.....	111
7. RECOMENDACIONES .....	113
8. BIBLIOGRAFÍA.....	119
9. GLOSARIO.....	121
10. ANEXOS.....	123

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: PEA por rama de actividades de cantones en la provincia del Guayas .....	17
Tabla 2: Número de cabezas de diferentes especies en el Ecuador 2012.....	18
Tabla 3: Consumo per cápita de carne a nivel nacional .....	19
Tabla 4: Margen de utilidad en los precios de carne bovina .....	25
Tabla 5 Variación porcentual en los precios de carne bovina.....	25
Tabla 6: Razones por las cuales ganaderos le venden sus animales a determinados comerciantes (n=10).....	29
Tabla 7: Niveles de precios .....	38
Tabla 8: Mantenimientos de animales .....	44
Tabla 9: Clases de costos y sus distribuciones para los diferentes intermediarios en los Cantones de Balzar y Daule.....	47
Tabla 10: Criterios para la evaluación de la infraestructura .....	50
Tabla 11: Investigación realizadas con ganaderos.....	61
Tabla 12: Investigación realizadas con comerciantes.....	62
Tabla 13: Precio de venta en libra de carne bovina .....	63
Tabla 15: Lugares de venta del ganado bovino .....	65
Tabla 16: Reacciones de ganaderos respecto a un sistema de información de precios .....	114
Tabla 17: Tabla para el cálculo del precio.....	116

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de Problemas .....	6
Gráfico 2: Canales de comercialización de acuerdo al número de agentes participantes .....	11
Gráfico 3: Esquema general del canal de comercialización de ganado bovino .....	22
Gráfico 4 : Precios de la carne bovina dentro de la cadena de intermediación .....	24

## INDICE DE FOTOS

Foto 1: Carreteras vía a Daule .....	51
Foto 2: Vista panorámica de las carreteras de Daule .....	51
Foto 3: Calles de Balzar .....	52
Foto 4: . Vista panorámica de las calles de Balzar .....	53

## RESUMEN

El objetivo del presente estudio es mejorar el sistema de comercialización de la carne bovina para los PMP de la provincia del Guayas, tomando como referencia los cantones de Daule y Balzar, ya que su índice de actividad ganadera es alto. Para poder contribuir con el desarrollo de la actividad se realizó un árbol de problemas y las causas los cual los ganaderos se enfrentan en el mercado. Los principales problemas se los puede reducir en: poder en el mercado desigualmente distribuido, ya que existen un comportamiento oligopolista entre los participantes, barreras de entrada, lo cual dificulta el acceso a pequeños y medianos productores, no existe una unión entre los productores para contrarrestar a las imposiciones que reciben por parte de los comerciantes debido a su nivel de desconfianza

El nivel de endeudamiento y falta de conocimiento en la medición de los precios y rendimiento del camal influye negativamente en el poder de mercado de los PMP. No se cuenta con un sistema de información y un nivel de transparencia adecuado para poder comercializar de una manera justa en el mercado, por lo tanto a la hora de vender los comerciantes sacan ventaja. Otro problema son las pocas alternativas que tienen para vender los PMP, se encuentran limitados a ciertos tipos de comerciantes de esa manera evitan correr riesgos y tener mayores costos.

El peso y calidad no son óptimos al momento de vender ya que no cuentan con una infraestructura técnica adecuada, y los productores desconocen las instituciones que se encargan de velar por sus intereses. Al final del estudio se proponen soluciones para cada problema, esperando poder contribuir con la mejora del sistema de comercialización de los PMP, con la finalidad que se posibilite una oferta elevada a precios adecuados, y una demanda creciente de calidad mejorada.

### **Palabra clave:**

Mercado, comercio, cadena de intermediación

## **ABSTRACT**

The aim of this study is to improve the marketing system of beef for SMP in the province of Guayas, having as a reference Balzar and Daule, as their livestock index is high. To contribute to the development of the activity, we developed a tree of the problems and their causes which farmers face in the market place

The main problems can be reduced by: market power unevenly distributed, since there are an oligopolistic behavior among participants, and there are barriers to entry, which makes difficult the access for small and medium producers, there is no connection between the producers to counter the impositions they receive from traders due to their level of distrust in debt levels and lack of knowledge in the measurement of prices and channel performance is affecting the market power of them. They don't have information system and an adequate level of transparency, producers have no knowledge of the market price, so when traders sell, they take advantage. Another problem is the few options they have to sell, they are limited to certain types of merchants thus avoids taking risks and higher costs.

Finally the weight and quality are not optimal when they sell because they do not have adequate technical infrastructure, and producers are unaware of the institutions responsible for ensuring their interests. We proposed solutions for each problem, hoping to contribute to the improvement of the marketing system of the small and medium producer of beef, in order that a high bid at reasonable prices, and a growing demand for quality enables improved

**Keyword:**

Market, trade, intermediation chain

## RÉSUMÉ

L'objectif de l'étude présentée est d'améliorer le système de commercialisation de la viande bovine pour les PMP de la province du Guayas, en prenant comme référence les secteurs de Daule et de Balzar, puisque son indice d'activité d'élevage est haut. Pour pouvoir contribuer avec le développement de ce travail on a utilisé un arbre de problèmes et leurs causes sur ce que les éleveurs doivent faire face au marché.

Les problèmes principaux des éleveurs peuvent se réduire à : pouvoir sur le marché inégalement distribué, puisqu'il existe un comportement oligopolistique entre les participants, de plus des barrières existantes, ce qui complique l'accès à de petits et moyens producteurs ; manque d'union entre les producteurs pour affronter l'imposition qu'ils reçoivent de la part des commerçants grâce à son niveau de méfiance, dans un niveau d'endettement et un manque de connaissance des prix et le rendement du camal, il influe négativement sur le pouvoir de marché de petits et moyens producteurs. On ne dispose pas d'un système d'information et un niveau adéquat de transparence pour pouvoir commercialiser d'une juste manière sur le marché ; par conséquent à l'heure de vendre les commerçants tirent un avantage. Un autre problème ce sont le peu d'alternatives qu'ils ont pour vendre les PMP, on trouve certains types de commerçants limités de cette façon on évite de faire courir des risques et d'avoir de plus hauts Prix.

Finalement le poids et la qualité ne sont pas parfaits au moment de vendre puisqu'ils ne disposent pas d'une infrastructure technique adéquate, et les producteurs ignorent les institutions qui se chargent de veiller à leurs intérêts.

À la fin de l'étude on propose des solutions pour chaque problème, en espérant pouvoir contribuer avec les améliorations du système de commercialisation des PMP, facilitant une offre élevée aux prix adéquats, et une demande croissante de qualité améliorée.

### **Mot clef :**

Marché, commerce, chaîné d'intermédiation

## INTRODUCCIÓN

El comercio de carne bovina es una actividad de la cual subsisten muchos habitantes de la provincia del Guayas, especialmente los PMP, pero en la actualidad se está creando una distorsión en el proceso de comercialización afectando principalmente a los PMP. Provocando una desestabilidad económica. Se tomó como referencia la provincia del Guayas ya que la mayor parte de sus habitantes se dedican a esta actividad, y es una de las provincias que expende carne a la mayor parte del Ecuador, como lugar de estudio se escogió los cantones de Balzar y Daule. El objetivo de este trabajo es analizar los problemas principales identificados a través del árbol de problemas que originan inestabilidad en el mercado, lo que se hará a través de cada uno de los capítulos y a partir de ellos poder sugerir soluciones para evitar que se siga desestimulando la producción de los ganaderos y como consecuencia se reduzca la demanda de carne bovina optando por productos sustitutos.

Este análisis será un aporte para la sociedad ya que se intenta esclarecer el porqué de los diferentes problemas y barreras para tener un comercio adecuado, se buscará una manera de solucionar este problema dando como resultado una demanda creciente de calidad mejorada que a su vez generará más fuentes de empleo para muchos hogares.

Finalmente el interés al realizar esta investigación es de incentivar un comercio justo tanto para el productor como para el consumidor, identificar los cuellos de botella, que no dejan fluir como es debido el comercio de la carne, inclusive dar como sugerencia medidas que se pueda tomar para mejorar la situación. Además este tema está afianzado a lo aprendido dentro de mi carrera universitaria, por lo cual me resulta interesante ponerlos en práctica e ir adquiriendo mayores conocimientos a través de la lectura y de la investigación.

# **1. Definición del Problema**

Para poder identificar los puntos críticos de esta investigación se utilizó como herramienta la elaboración de un árbol de problemas el cual es una técnica que ayuda a desarrollar ideas creativas para poder identificar el o los problemas y organizar la información encontrada, generando un modelo de relaciones causales que lo explican.( Rey, 2003)

Las incidencias negativas que se están presentando en el comercio de carne bovina traen como efectos la imposibilidad de una oferta elevada a precios más bajos y el incumplimiento de una demanda creciente de calidad mejorada lo cual provoca una falta de estimulación al mejoramiento de la producción de PMP quienes no reciben los ingresos adecuados. Como resultado se obtiene un sistema de comercialización que no garantiza la venta adecuada del producto en el caso de los pequeños y medianos productores, cuyas causas se originan por

## **1. Poder en el mercado desigualmente distribuido**

### **1.1 Competencia en el mercado y altos márgenes**

Se refiere al número elevado tanto de oferentes como de demandantes de ganado bovino al nivel de la relación ganadero- comerciantes, es decir ninguno de los participantes en el mercado puede por medio de su acción individual influir sobre el precio o sobre la cantidad transada.

#### **1.1.1. Barreras de entrada**

Existen barreras de entrada como el factor conocimiento y factor capital que impiden el fácil acceso al mercado de ganado bovino para los pequeños y medianos productores.

#### **1.1.2. Desunión entre los productores para enfrentar la comercialización**

La comercialización de ganado bovino se realiza en forma independiente y no existen intentos de efectuar una comercialización conjunta



## **1.2. Dependencias tradicionales**

### **1.2.1. A causa del compadrazgo**

Los pequeños y medianos ganaderos tienen la tendencia de venderles a personas que ya conocen desde tiempo atrás y que consideran amigos o personas conocidas y de confianza

### **1.2.2. Endeudamiento**

Un alto grado de endeudamiento de un ganadero con uno o varios comerciantes puede limitar sustancialmente su poder del mercado y favorecer al comerciante

## **1.3. Información desigualmente distribuida.**

### **1.3.1. Posibilidades de medir peso vivo es desigual**

Actualmente los ganaderos estiman el peso del animal en las transacciones con un cálculo ligero por el aspecto físico del mismo, en la zona de investigación el cálculo del peso por visión se denomina "al ojo", los pequeños y medianos ganaderos no tienen otra posibilidad de determinar el peso de sus animales ya que no cuentan con básculas en el lugar de venta.

### **1.3.2. Distribución de conocimientos sobre precios es desigual**

Los comerciantes llevan ventaja a los productores en el momento de pesar el animal ya que cuentan con más experiencia.

### **1.3.3. Conocimiento sobre rendimientos de ganado es desigual**

Una mala precisión del peso del animal provoca una mala medición de rendimiento de un camal ya que no se estima bien las ganancias por animal.

## **2. No hay suficiente transparencia**

### **2.1. No hay un sistema de información adecuado**

No existe un sistema de información adecuado para ningún comerciante, realizan las transacciones en medio de la incertidumbre, lo cual no garantiza la suficiente transparencia en el mercado.

### **2.2. Información insuficiente sobre precios**

Muchas veces los ganaderos no tienen conocimiento del valor de su producción de ganado en los principales mercados. Por lo tanto se encuentran en una posición desventajosa a la hora de realizar negocios con los intermediarios.

## **3. Pequeños y medianos productores tienen pocas alternativas para vender el producto**

### **3.1. Se origina por desconocimiento de alternativas**

Los productores están a expensas de los comerciantes ya que ellos tienen poder en el momento de fijación de precios, no conocen otras alternativas para vender.

### **3.2. Alto riesgo**

Se corre un alto riesgo a causa de la falta de conocimientos en la estimación del peso y rendimiento en camal

### **3.3. Altos costos**

Diferentes costos que deben incurrir los PMP en la comercialización de carne bovina, los cuales son elevados en comparación con las ganancias.

### **3.4. No se utiliza economía a escala**

PMP no utilizan economías de escalas para reducir costos, una de las mayores falencias se encuentra en la transportación del ganado hacia el lugar de comercialización.

**4. Peso y calidad del animal no son óptimos en el momento de vender**

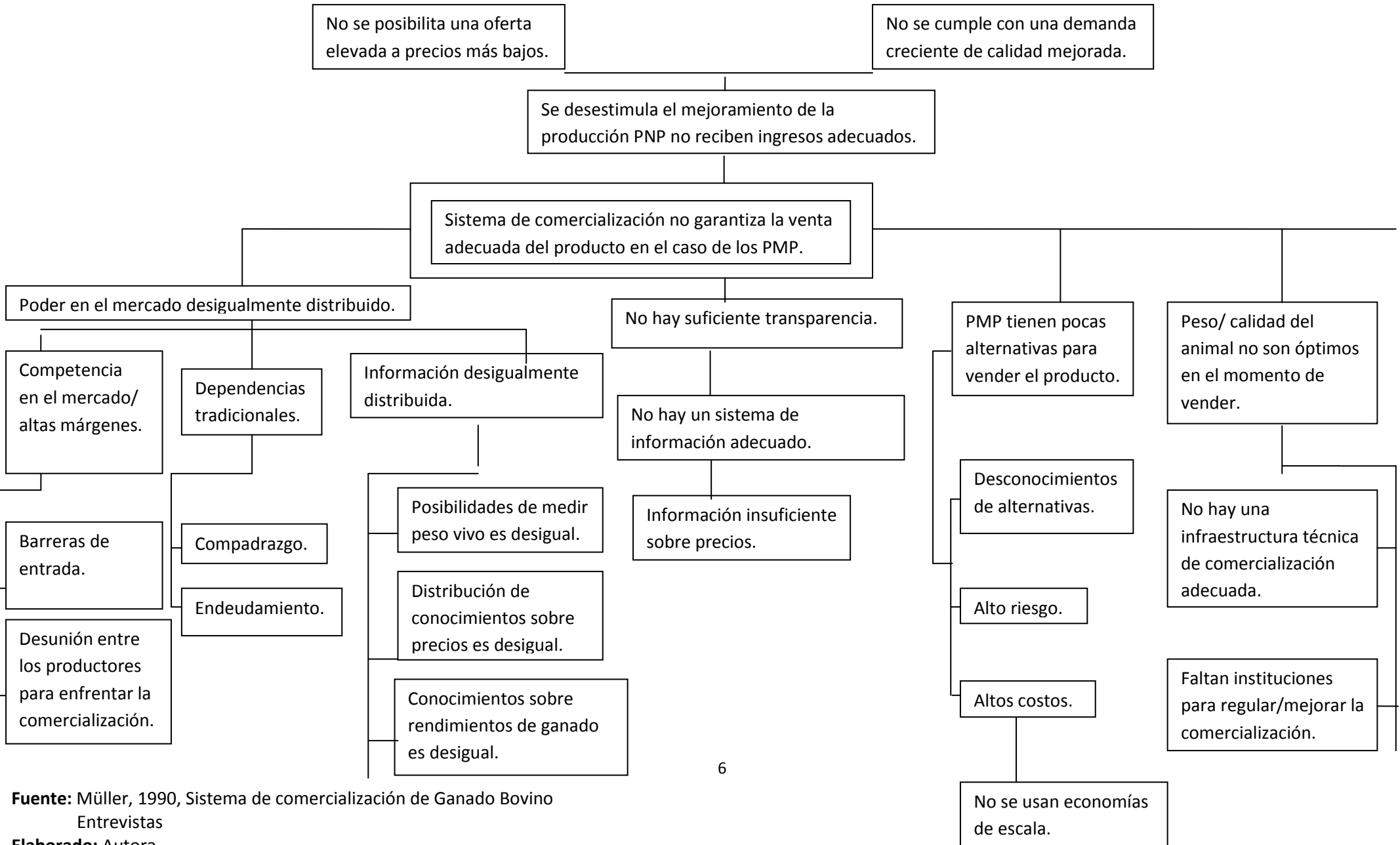
**4.1. No hay una infraestructura técnica de comercialización adecuada**

En los cantones no existe una infraestructura técnica de comercialización adecuada. Ya que las carreteras no se encuentran 100% en buen estado y eso imposibilita tener un comercio eficiente.

**4.2. Instituciones que regulan y mejoran la comercialización.**

La mayoría de los encuestados no conoce una institución que apoye la actividad ganadera es por eso que en esta sección se da a conocer cuáles son.

**Gráfico 1 Árbol de Problemas**



**Fuente:** Müller, 1990, Sistema de comercialización de Ganado Bovino  
Entrevistas  
**Elaborado:** Autora

## **2. Preguntas de Investigación**

Mencionada la problemática las preguntas concernientes a la investigación son las siguientes:

¿El poder del mercado influirá en la cadena de comercialización de la carne bovina?

¿Identificar la existencia del sistema de información y transparencia afectará a la cadena de comercialización de carne bovina?

¿Identificar las alternativas de venta del producto afectará la cadena de comercialización de carne bovina?

¿Verificar la existencia de controles de peso y calidad en los puntos de venta afectará la cadena de comercialización de carne bovina?

## **3. Justificación del Estudio**

En la sección anterior se presentó la definición del problema, como se mencionó existen causas que ocasionan tales efectos. El presente estudio se justifica porque de no resolver el problema consistente en la posibilidad de ofrecer precios bajos o que se cumpla con una demanda creciente de calidad mejorada, los agentes de la cadena de comercialización de carne bovina especialmente los PMP seguirán sufriendo las consecuencias de las irregularidades en el momento de realizar una transacción.

Otro aporte de esta investigación será al aspecto social ya que al mejorar el comercio de carne aumentará su consumo generando nuevas fuentes de empleo, bajando el nivel de pobreza, además el ingreso para los productores será mejor comparado con años anteriores, y los consumidores podrán adquirir la carne a un precio razonable. Además los productores tendrán conocimiento de qué medidas tomar para enfrentar los problemas que se presentan en el mercado.

En el aspecto académico se busca mostrar a los estudiantes como se hace un análisis de la incidencia de la cadena de intermediación de carne en los PMP, que es una situación actual dentro de la economía del país, que variables, teorías debe tomar en cuenta para llegar a un resultado, es

importante que conozcan a profundidad del tema para que puedan dar su opinión al respecto o inclusive poder contribuir con ideas de qué medidas se pueden tomar para poderle dar una solución favorable para todas las partes que intervienen dentro de la comercialización de la carne.

Inclusive si algunos de los estudiantes le gustaría incursionar en la actividad ganadera seria de vital importancia que sepan desde ahora como se debe manejar la venta y compra de la carne, como actuar frente los intermediarios, a qué precio vender, saber a quién vender etc.; con la finalidad de tener un negocio rentable en el mercado del comercio de la carne

## **4. Objetivos**

### **a. Objetivo General**

“Analizar la incidencia de la cadena de intermediación en el precio de la carne bovina para los PMP de la provincia del Guayas”

### **b. Objetivos Específicos**

1. Analizar la distribución del poder del mercado en la cadena de intermediación.
2. Identificar la existencia del sistema de información y transparencia en la cadena de intermediación.
3. Identificar las alternativas de venta del producto
4. Verificar la existencia de controles de peso y calidad en los puntos de venta
5. Análisis de los resultados de la incidencia de la cadena de intermediación en el precio de la carne bovina para los PMP de la provincia del Guayas.

## **5. Hipótesis**

### **a. Hipótesis General**

[“ Los PMP de carne bovina se ven afectados por el poder del mercado desigualmente distribuido, no hay suficiente transparencia, tienen pocas alternativas para vender el producto, peso y calidad del animal no son óptimos en el momento de vender”]

### **b. Hipótesis Específicas**

1. Poder del mercado desigualmente distribuido
2. No hay suficiente transparencia
3. PMP tienen pocas alternativas para vender el producto
4. Peso y calidad del animal no son óptimos en el momento de vender

# CAPÍTULO I

## 1. Análisis de la distribución del poder del mercado en la cadena de intermediación.

### 1.1. Antecedentes

Un canal de distribución es el proceso en el cual los productores ofrecen a los consumidores los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre productores y consumidor final, hace necesaria la implementación de una cadena de distribución desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo. El punto de inicio es el productor y el punto de salida es el consumidor final, y el conjunto de personas que están en medio se los denomina intermediarios, quienes facilitan la circulación del producto hasta llegar al usuario.

Hoyos (2008) indica que los canales de comercialización se originaron con la aparición del hombre sobre la tierra y ha ido evolucionando a través del tiempo. A principios el intercambio de productos se hacía a través del trueque en el cual cada parte relacionada adquiría lo que necesitaba. Con el paso del tiempo fue evolucionando la implementación de nuevas técnicas de producción brindando un aporte al incremento de la productividad, haciéndose necesarias nuevas estrategias para comercializar los excedentes producidos, criterio parecido al de Páramo (2002) que da a conocer que los canales de comercialización aparecen a partir de la modernización de los talleres y el incremento de la producción. Según Mireles y Durán (2002), se puede conceptualizar los canales de comercialización desde dos enfoques: 1) como un conjunto de personas y 2) como un camino o ruta.

En el primer enfoque (Caldentey, 1986) define como la unión de personas que interactúan entre sí para hacer llegar un bien desde su etapa de producción al consumidor final, a este grupo de personas se las conoce como agentes o actores. Un intermediario es cualquier persona que añade valor al producto, cuya participación puede ser directa e indirecta. En el segundo enfoque (Mireles y Durán, 2002), define la cadena de comercialización como el

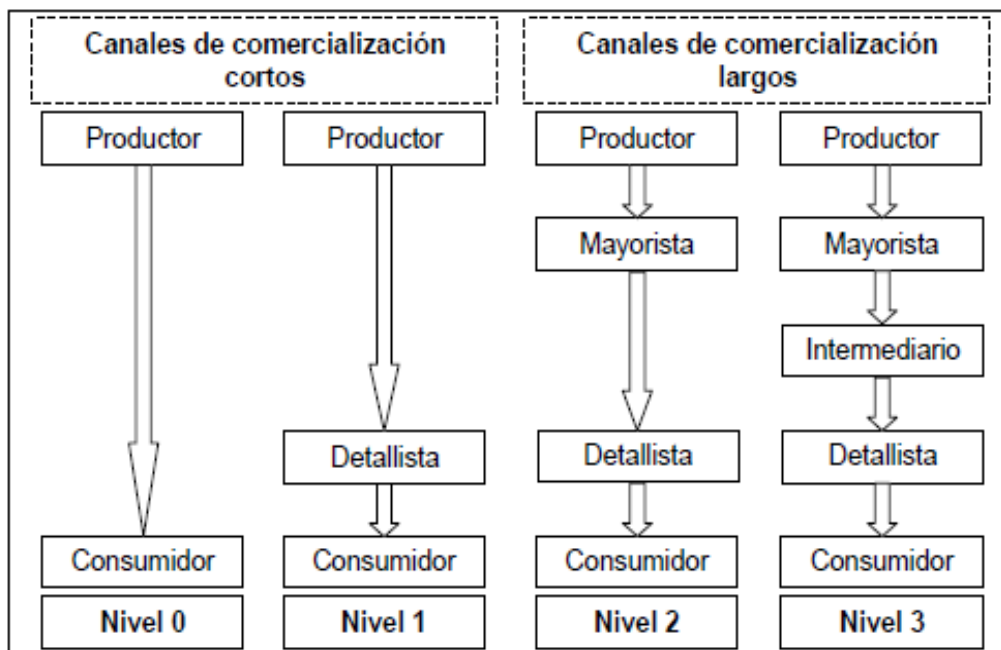


camino o ruta por donde transita el flujo de productos, desde su origen hasta llegar a su destino final.

Los canales de comercialización se basan en dos enfoques: las organizaciones y los consumidores. No sería de mucha ayuda contar con productos buenos, equipos de venta eficientes y una buena promoción para la empresa, si los flujos de información logística y servicios del valor agregado generados en el canal de comercialización son ineficientes (Peñaloza, 2005). Mientras que para los consumidores, los canales otorgan beneficios de lugar y tiempo, en el cual el consumidor puede obtener el producto cerca de donde se encuentran, con el objetivo que no tenga que recorrer grandes distancias para poder obtenerlo y poner a disposición en el momento y la hora indicada. (Fisher, Espejo, 2004)

La clasificación de los canales de comercialización se puede hacer según el número de agentes o participantes el cual puede ser largo o corto con niveles que van desde cero a cuatro.

**Gráfico 2: Canales de comercialización de acuerdo al número de agentes participantes**



Fuente: Kotler. P, Armstrong .G (2001). Marketing

En el gráfico 2 muestra que los intermediarios tienen diversas funciones dentro del canal de comercialización como son: simplificación, de transacciones, circulación de productos, transmisión del producto, financiamiento y asunción de riesgos (Godás, 2006)

Hay dos tipos de canales de distribución directos e indirectos de los cuales podemos distinguir los canales cortos y largos, con beneficios diferentes, puesto que el objetivo de cada intermediario es buscar beneficios. En el directo se utilizan canales cortos, en el cual los más beneficiados son los consumidores finales ya que el costo de producción tiende a la baja y también los productores ya que el producto gasta menos recursos hasta llegar al consumidor final y eso maximiza su ganancia.

En cambio los canales de distribución indirectos se hacen presente los intermediarios, encargados de que el producto llegue al consumidor final desde la etapa de producción o fabricación a la del consumo, como resultado se enfatiza mayores gastos y un mayor costo del producto. *“La mayor parte de los productores utiliza intermediarios para llevar sus productos al mercado. Los productores tratan de forjar un canal de distribución: un conjunto de organizaciones que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario de negocios” (Kotler, Armstrong, 2001, pág. 37)*

Nuestro estudio se basa en el análisis de la cadena de intermediación de la carne bovina que para (Bourgeois, Herrera, 1996, pág. 26), *“es el conjunto de los actores involucrados en las actividades de producción primaria, industrialización, transporte, comercialización, distribución y consumo. Estas actividades, por su parte, constituyen las actividades básicas de un sistema agroalimentario. Además se toman en cuenta a los actores y las actividades que contribuyen a su operación, como son la provisión de insumos y de servicios, es decir, las actividades de apoyo”*

El análisis de la cadena lleva a la revisión de la estructura insumo-producto, es decir, aquellos insumos que se encuentran dentro de cada etapa de la cadena de carne y termina vendiéndose como producto o bien, la cadena tiene la finalidad de proporcionar a los consumidores calidad y volúmenes de

acuerdo a sus necesidades y preferencias, y a precios competitivos. Es de vital importancia que los que integran la cadena de comercialización conozcan la demanda de los consumidores, ya que esta etapa es quién determina la sostenibilidad de la cadena.

Dentro de la cadena de intermediación se puede encontrar diferentes tipos de comportamientos, barreras, riesgos, costos, problemas, etc., que pueden afectar de una forma positiva o negativa el comercio de carne. A continuación se dará a conocer cada una de estas características de los agentes que componen la cadena:

Según (Graue, 2006, pág. 258) de acuerdo al número de productores, los mercados se pueden clasificar en 4 estructuras, que son:

1. Competencia perfecta
  2. Competencia monopolista
  3. Oligopolio
  4. Monopolio
- Competencia perfecta es cuando en el mercado existe un número grande de empresas y ninguna de ellas puede influir en el precio ni alterar la producción ni el consumo mediante el incremento o disminución de su producción, debido a que cada una produce una cantidad insignificante en comparación con la industria.
  - Competencia monopolística es la estructura en la cual muchas empresas compiten entre sí con productos similares pero que se diferencia en algún aspecto. Al ofrecer un producto diferenciado, las empresas tienen poder de monopolio sobre él pero, al mismo tiempo, como muchas empresas compiten entre sí, se presentan elementos de competencia. De ahí proviene el nombre de competencia monopolística
  - El oligopolio es una estructura de mercado donde unas pocas empresas concentran un gran porcentaje de las ventas totales de la industria, y por ello cada empresa tiene una gran influencia sobre el precio. Dado que estas empresas están fuertes influidas entre sí, cada una debe evaluar las acciones que tomen sus competidores y las reacciones a las estratégicas que ella debe adoptar.

Retomando a lo expresado por (Graue, 2006), nos queda por definir el mercado monopolista:

- Es la estructura de mercado donde una empresa es la única que ofrece un bien o servicio que no tienen sustitutos. Por lo tanto pueden determinar el precio y la cantidad de producto que lleva al mercado. Pero actualmente los gobiernos han ido transformando esta conducta con esquemas y regulaciones.

En el mercado de carne bovina, nos encontramos con un mercado de competencia perfecta, haciendo referencia a lo antes mencionado por (Graue, 2006), la libre movilidad de la oferta y demanda fijan el precio de mercado, una compañía al ser pequeña y con poca participación en el mercado, no puede establecer el precio y se transforma en "precio aceptante", lo que significa que acepta el precio que la industria establece, lo único en lo que puede decidir es en la cantidad a producir.

En estos tipos de mercado es importante conocer en qué nivel de producción se comienza a recibir beneficios, cada negocio es diferente por lo tanto los tiempos para obtener ganancias serán distintos, estos plazos son determinados por: el tipo de bien, la demanda, la necesidad del producto, ubicación geográfica del negocio, nicho de mercado, publicidad, costos etc

Las barreras de entrada es otro factor que influye en el comercio de carne bovina ya que restringen el ingreso de nuevos participantes. (Nicholson. W, 2007) Las barreras de entrada más comunes son:

- Capital: el monto necesario para empezar un negocio no siempre es accesible para los empresarios lo cual es un gran impedimento para ser parte del mercado
- Economía de escala: se refiere a aquellas empresas que hacen que los costos medios disminuyan conforme se incrementa la misma. De esta manera se capta mayor participación en el mercado para poder fijar precios, generando economías de escala que desincentivan a otras empresas en el mismo mercado.

- Marca, hace referencia a las empresas que hacen publicidad masiva y tienen mayor captación por parte de los consumidores impidiendo la entrada a este tipo de mercado a otras empresas.

En el comercio de ganado bovino las barreras de entrada de capital y conocimiento son las más frecuentes en el momento de ingresar al mercado.

- Capital: muchos productores no cuentan con el capital requerido para empezar con la actividad ganadera, obstáculo grande que impide el ingreso de otros productores al mercado, en ciertas ocasiones optan por préstamos bancarios pero las tasas iniciales son elevadas y su nivel de endeudamiento es alto comparado con sus ingresos, no se ve ganancia a corto plazo.
- Conocimiento: es una barrera de gran importancia ya que, muchos productores no se encuentran capacitados para incurrir en la sector agropecuario. Lo más recomendable es que existan capacitaciones por parte de las instituciones gubernamentales para combatir contra la falta de conocimiento.

## **1.2. Los cantones a los que se limitan el estudio**

Los cantones de Daule y Balzar serán el objeto de esta investigación, ya que son potenciales a nivel de ganadería en la provincia del Guayas, y cuya actividad económica abastece de carne bovina a un gran porcentaje de consumidores de toda la provincia. El cantón Balzar está situado en la parte noreste de la provincia del Guayas, se encuentra ubicado al margen derecho del río Daule, en la cima de un barranco de 33 metros de altura sobre el río. Tiene una extensión de 50.435 kilómetros cuadrados, su cabecera cantonal tiene un área de 10.280 kilómetros, Balzar es una tierra privilegiada que se considera como una zona eminentemente agrícola, como se mencionó antes ya que gracias a su producción ganadera provee de insumos a todo el país. Por otra parte tenemos al Cantón de Daule que también pertenece a la Provincia del Guayas, a 45 km de Guayaquil con una población 86 mil habitantes, de los cuales 32 mil viven en el área urbana. Sus actividades más

importantes es la cría de ganado vacuno, caballar y porcino. Dicha actividad es una fuente de ingreso para sus habitantes.

Ambos cantones poseen suelos excelentes tanto por su composición química como por su profundidad, su producción agropecuaria es de las más importantes del país. En general la zona es fértil, sus suelos aluviales y su clima tropical húmedo influyen favorablemente en el crecimiento rápido y exuberante de las plantas. La mayor parte de esta región está bajo el cultivo, pero también hay todavía una relativa riqueza de bosques.

En el siguiente cuadro se muestra la población dedicada a la actividad de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en los cantones que conforman la Provincia del Guayas dando un total de 180517 habitantes del Guayas dedicados a esas actividades, publicados en el Plan de desarrollo de la Provincia del Guayas. 2012-2021.

**Tabla 1: PEA por rama de actividades de cantones en la provincia del Guayas**

**Población Económicamente activa- Mayores de 12 años**

**Por ramas de actividad cantonal**

<b>NOMBRE DEL CANTÓN</b>	<b>AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA</b>
ALFREDO BAQUERIZO MORENO	4855
BALAO	5328
<b>BALZAR</b>	<b>8601</b>
COLIMES	4899
CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA	1690
<b>DAULE</b>	<b>13811</b>
DURAN	2941
EL EMPALME	10545
EL TRIUNFO	7026
GENERAL ANTONIO ELIZALDE	1682
GUAYAQUIL	23275
ISIDRO AYORA	1914
LOMAS E SARGENTILLO	2462
MILAGRO	13713
NARANJAL	14770
NARANJITO	6051
NOBOL	2361
PALESTINA	2607
PEDRO CARBO	7007
PLAYAS	2365
SAMBORONDON	6710
SANTA LUCIA	7585
SIMÓN BOLIVAR	6432
URBINA JADO	12558
YAGUACHI	9329
<b>TOTAL</b>	<b>180517</b>

Fuente: Plan de desarrollo de la Provincia del Guayas 2012- 2021

Elaborado: Autora

**Tabla 2: Número de cabezas de diferentes especies en el Ecuador 2012**

REGION Y PROVINCIA	GANADO VACUNO		GANADO OVINO	GANADO PORCINO	GANADO ASNAL	GANADO CABALLAR	GANADO MULAR	GANADO CAPRINO
	MACHOS	HEMBRAS	(Machos y Hembras)	(Machos y Hembras)	(Machos y Hembras)	(Machos y Hembras)	(Machos y Hembras)	(Machos y Hembras)
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>1.560.610</b>	<b>3.634.115</b>	<b>819.564</b>	<b>1.406.269</b>	<b>134.155</b>	<b>360.281</b>	<b>119.654</b>	<b>158.079</b>
<b>REGION SIERRA</b>	<b>791.912</b>	<b>1.791.441</b>	<b>800.257</b>	<b>1.008.846</b>	<b>102.504</b>	<b>173.020</b>	<b>47.039</b>	<b>142.585</b>
AZUAY	115.476	258.115	86.671	86.451	609	38.885	1.807	3.468
BOLIVAR	72.617	139.271	45.729	60.828	5.545	16.652	9.409	574
CAÑAR	38.128	94.160	41.182	32.940	582	8.858	1.065	60
CARCHI	24.587	94.501	2.074	12.090	92	7.102	186	245
COTOPAXI	107.561	161.283	216.578	142.135	16.244	11.004	5.561	3.181
CHIMBORAZO	92.586	180.402	298.860	97.521	42.924	13.152	1.066	5.305
IMBABURA	30.078	62.665	14.656	16.734	1.941	9.522	1.976	9.414
LOJA	118.060	273.987	15.341	116.707	24.236	27.505	16.916	116.899
PICHINCHA	90.720	301.381	49.034	75.065	2.109	26.298	4.260	2.336
TUNGURAHUA	47.056	118.728	29.766	42.002	7.436	7.466	774	983
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	55.043	106.948	366	326.373	786	6.576	4.019	120
<b>REGION COSTA</b>	<b>545.051</b>	<b>1.423.526</b>	<b>14.548</b>	<b>343.342</b>	<b>29.719</b>	<b>136.359</b>	<b>65.024</b>	<b>15.400</b>
EL ORO	51.650	130.507	5.149	44.452	1.251	5.417	3.347	901
ESMERALDAS	106.958	187.719	868	32.139	1.039	24.162	13.678	166
GUAYAS	86.302	259.886	6.705	71.077	4.441	43.608	5.101	5.161
LOS RIOS	35.982	94.415	856	42.555	1.118	14.432	3.734	216
MANABI	261.111	739.504	515	150.385	21.040	46.319	38.839	4.142
SANTA ELENA	3.048	11.495	455	2.734	830	2.421	325	4.814
<b>REGION ORIENTAL</b>	<b>223.647</b>	<b>419.148</b>	<b>4.759</b>	<b>54.081</b>	<b>1.932</b>	<b>50.902</b>	<b>7.591</b>	<b>94</b>
NORORIENTE	64.033	120.580	2.989	18.098	227	15.450	1.991	94
CENTRO-SURORIENTE	159.614	298.568	1.770	35.983	1.705	35.452	5.600	0

Fuente: Instituto Nacional de estadística y Censos (INEC) ESPAC – 2011  
Elaborado por: Ing. Agr. Roosevelt Idrovo Domínguez (MAGAP)

En la tabla 2 se muestra el número de cabezas de ganado de diferentes especies, en lo que refiere a ganado vacuno, la Provincia del Guayas se encuentra en el segundo lugar con un total del 346,188 que representa un 17% de la población bovina, después de la Provincia de Manabí con un total de 1'000,615 cabezas de ganado que representa el 50% de población bovina, en lo que respecta a la Costa, lo cual muestra la importancia de la actividad ganadera dentro del Guayas.

Los pequeños ganaderos venden en promedio 9 animales en un año, los medianos 25 animales y los grandes ganaderos 106 animales. Entre la



cantidad mínima y máxima que venden los diferentes grupos anualmente hay una variación notablemente grande.

### 1.2.1. Consumo de carne a nivel nacional

**Tabla 3: Consumo per cápita de carne a nivel nacional**

País	Ecuador	Argentina	EEUU	Uruguay	Consumo mundial (promedio)	Países desarro_ llados	Países en desarro_ llo
<b>Kg/persona/año</b>	13	65,3	43,20	40,6	42,5	78,4	32,8

Fuente: MAGAP (2013)

De la tabla 3 podemos evidenciar que el consumo de carne y sus derivados en el Ecuador se encuentra por debajo del consumo de los países en desarrollo. La carne a más de ser un importante alimento para la ingesta de proteína aporta micronutrientes básicos para una adecuada nutrición. En el Ecuador la producción anual de carne ha tenido leves niveles de crecimiento, los cuales no superan los dos puntos porcentuales desde el año 2010 al 2012. El nivel de crecimiento de la producción de carne no ha crecido en función de la demanda ya que existen importaciones del mismo bien que sustituyen la producción nacional satisfaciendo las necesidades de los consumidores

### 1.2.2. Sistemas de producción en la ganadería

En la ganadería de los 2 cantones se pueden diferenciar los siguientes 4 sistemas de producción:

- **Cría:** Más del 50 % de las vacas paridas no se ordeña. La leche es para la nutrición del ternero. Se venden ganado como pie de cría, para el desarrollo o para el camal.

- **Lechería especializada:** Más del 50 % de las vacas paridas se ordeñan sin la cría, o sea la leche es exclusivamente para consumo humano. Los terneros se crían artificialmente. Se venden la leche o sus derivados y también los terneros machos después del parto.
- **Doble propósito:** Más del 50 % de las vacas paridas se ordeñan con la cría. Esto significa que la vaca da leche para la nutrición del ternero (cría natural) y para el consumo humano. Se venden ganado para el desarrollo o para el camal y también se venden la leche o sus derivados.
- **Engorde/ceba:** Producción especializada, que no tiene vacas de producción ni de cría. Exclusivamente se compra ganado para engordarlo y venderlo para faenamiento.

En un estudio sobre los sistemas de producción bovina en la costa se averiguó, que los sistemas más comunes en la provincia del Guayas, son el sistema de doble propósito y de cría. Pocos productores se dedican a una producción especializada como la ceba o la lechería (Müller, 1990).

La preferencia por el sistema de doble propósito en esta zona es entendible, si se mira las ventajas que tiene:

- Incrementa la liquidez de la familia ( producción de carne y leche ),
- Aumenta la ocupación eficiente de la mano de obra rural, especialmente en las empresas familiares,
- Aumenta la tasa de conversión de nutrientes ( forraje de la región ) y
- Produce cantidades mayores de proteína animal por vaca y unidad de superficie.

Para llegar a analizar las diversas variables que afectan la comercialización de ganado bovino, determinar costos y márgenes se definió los siguientes tópicos de investigación:

- Identificación de los problemas de comercialización de productores y comerciantes y consumidores finales
- Análisis del sistema de comercialización de ganado bovino haciendo énfasis en los problemas planteados

- Formulación de recomendaciones que pueden contribuir a la solución de los problemas planteados.

### **1.2.3. Canales de comercialización**

Sin conocer los agentes de comercialización no es posible determinar los canales de comercialización, ya que ellos son los que definen la estructura de un canal. Con una clasificación propia se pueden también tomar en consideración denominaciones propias de la región. En sentido estricto los productores no son agentes de comercialización. Aquí se incluyen en la descripción, porque con ellos se inicia un canal de comercialización.

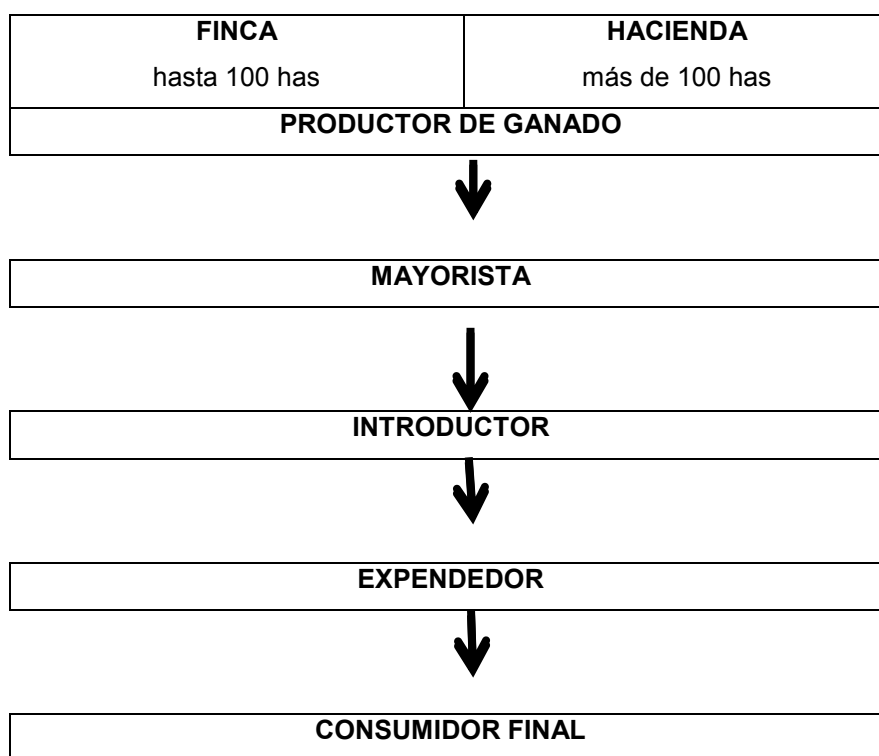
#### **1.2.3.1. Clasificación de los agentes de comercialización**

La clasificación de los diferentes tipos de agentes se hace a continuación según la función que cumplen, la cantidad de ganado que mueven por día y la forma de la transferencia de propiedad. Se obtuvo un esquema general del canal de comercialización de ganado bovino de faenamiento. (Ver gráfico 1). Con el productor de ganado se inicia la comercialización de ganado bovino. A los productores se les distingue según la superficie de su propiedad en finqueros con una propiedad hasta 100 ha y en hacendados con más de 100 ha, (Müller, 1990), el cual dispone para la venta cabezas de ganado en pie ya sea toros, toretes, vacas o vaconas. Puede vender el ganado desde su finca o en ferias ganaderías es aquí donde aparece el Mayorista, es el segundo eslabón de la cadena, quien compra cabezas de ganado al por mayor proceden ambas partes a establecer un precios de venta, por lo regular liquida la operación de manera inmediata en efectivo, sin embargo cuando el productor necesita dinero previo a la transacción, el pago se hace de manera anticipada. Pueden intervenir entre uno o dos mayoristas en toda la cadena de comercialización.

En el tercer eslabón se encuentra el introductor en comparación a los otros comerciantes es el único que introduce animales al camal para faenarlos o dejarlos faenar; ya que cuenta con los permisos municipales. Un camal es una instalación que puede ser privada o estatal en la cual se realizan una

inspección sanitaria y se procede a sacrificar animales para su procesamiento, almacenamiento y comercialización, los procesos utilizados varían de acuerdo a la logística, la salud pública y la demanda del cliente. El animal llega al matadero como mínimo dos semanas antes de ser sacrificado tiene que tener un reposo, una vez que es faenado y por consiguiente es el que le vende la carne a los expendedores. El expendedor hace los cortes, separa los huesos, la carne y las vísceras, el proceso de comercialización termina cuando el consumidor final acude a las carnicerías o supermercados para comprar carne bovina. El esquema se aplica para Daule y Balzar

**Gráfico 3: Esquema general del canal de comercialización de ganado bovino**



Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora

Partiendo del supuesto de que en el sistema de comercialización existe un poder de mercado desigualmente distribuido entre los participantes lo cual afecta el precio al consumidor final, interesa analizar la información de los participantes en el sistema; en el presente estudio especialmente la información que tienen los ganaderos sobre los parámetros de mercado, es decir, que saben ellos sobre precios, peso y rendimiento de los animales,

dónde se informan, de que lugares, quienes lo hacen, es suficiente la información que reciben, para así determinar el grado de datos que tienen?, lo que a su vez es un indicador del poder de mercado que puedan tener en las negociaciones. Este análisis se completa con la investigación de la transparencia en el sistema, en el II capítulo, partiendo del supuesto de que no existe un servicio de información adecuado en la zona, que garantiza la suficiente transparencia de mercado.

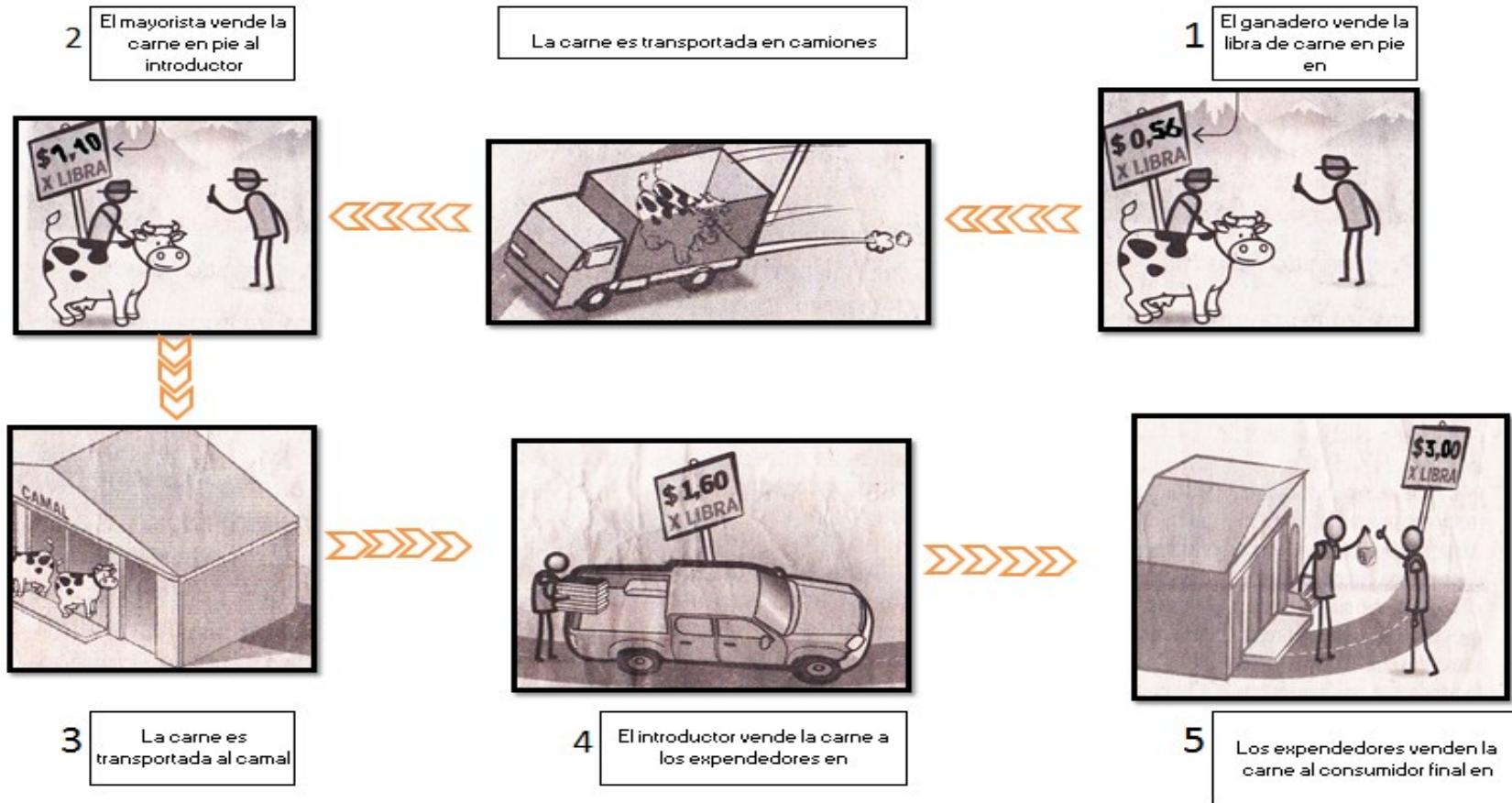
El poco poder de mercado de los pequeños y medianos productores resulta de un insuficiente grado de información sobre precios y pesos de los animales y rendimiento en camal.

Una vez conocido la cadena de intermediación, comenzaremos a tratar sobre cada uno de los problemas identificados al inicio de este trabajo.

### **1.3. Competencia en el mercado y altos márgenes**

Los resultados de la encuesta a los ganaderos permite concluir que existe un número elevado tanto de oferentes como de demandantes de ganado bovino al nivel de la relación ganadero- mayorista, lo que es característico de una competencia perfecta, lo cual indica que ninguno de los participantes en el mercado puede por medio de su acción individual influir sobre el precio o sobre la cantidad transada.

Gráfico 4 : Precios de la carne bovina dentro de la cadena de intermediación



Fuente: Diario el "Universo"  
Elaborado: Autora

**Tabla 4: Margen de utilidad en los precios de carne bovina**

AGENTE EN LA CADENA	PRECIO DE VENTA X LIBRA (USD)	MARGEN DE UTILIDAD DE TERCENA (USD)	MARGEN DE UTILIDAD DE SUPERMERCADO (USD)	MARGEN DE UTILIDAD DE INTRODUTOR (USD)	MARGEN DE UTILIDAD DE MAYORISTA (USD)
GANADERO	0,56	2,44	2,94	1,04	0,54
MAYORISTA	1,1	1,9	2,4	0,5	---
INTRODUCTOR	1,6	1,4	1,9	---	---
SUPERMERCADO	3,5	---	---	---	---
TERCENA	3	---	---	---	---

Fuente: Encuestas  
Elaborado: Autora

En la tabla 4 muestra los precios de venta de todos los agentes que intervienen en la cadena de intermediación de la carne bovina y el margen de utilidad de estos con respecto a los demás agentes, por ejemplo se observa que el Tercenista obtiene una utilidad de 2, 44 USD con respecto al precio de venta del ganadero, lo que se debe principalmente al incremento de los precio por parte del mayorista e introductor al intervenir en la cadena.

**Tabla 5 Variación porcentual en los precios de carne bovina**

AGENTE EN LA CADENA	PRECIO DE VENTA X LIBRA	VARIACION EN PRECIO DE TERCENA	VARIACION EN PRECIO DE SUPERMERCADO	VARIACION EN PRECIO DE INTRODUTOR	VARIACION EN PRECIO DE MAYORISTA
GANADERO	0,56	435,71%	525,00%	185,71%	96,43%
MAYORISTA	1,1	172,73%	218,18%	45,45%	---
INTRODUCTOR	1,6	87,50%	118,75%	---	---
SUPERMERCADO	3,5	---	---	---	---
TERCENA	3	---	---	---	---

Fuente: Encuestas  
Elaborado: Autora

La tabla 5 indica las variaciones porcentuales en el precio de venta de cada agente que intervienen en la cadena de intermediación de la carne bovina con respecto a los demás agentes, por ejemplo se observa que el precio de venta del Tercenista se incrementa en 435, 71 % con respecto al

precio al cual vende el ganadero, es decir un aumento de algo más de 4 veces el precio de venta en pie , lo que muestra la gran acumulación de incrementos de los agentes en la cadena de intermediación reflejada en el precio de venta del tercenista al público en general.

Los precios mostrados se recopilaron a través de encuestas con preguntas pre- estructuradas a cada uno de los agentes que se encuentran dentro de la cadena de intermediación en los anexos se podrá observar las encuestas y sus repuestas.

Un supuesto inicial de este estudio que consideraba la posibilidad de la existencia de una forma de mercado tipo oligopolistas por el lado de la demanda del ganado bovino ( pocos compradores) y la consecuente dependencia de los ganaderos, sobre todo de los pequeños y medianos, no encuentra sustento empírico. El comentario de un ganadero de Balzar ilustra anecdóticamente este punto. Al ser interrogado sobre el número de comerciantes a los cuales podrían vender su ganado, indico el mencionado ganadero, que existe más comerciantes que ganado bovino y que por lo tanto no resulta un problema para el productor el encontrar compradores para su ganado.

Los ganaderos pueden vender ganados a muchos compradores pero existen ganaderos que tienen dependencias a un solo comprador o de pocos compradores, si bien pueden presentarse por ejemplo en el caso de productores cuyas fincas para su ubicación geográficas no son de fácil acceso, constituye más la excepción que la regla y por lo tanto no tipifica a la comercialización de ganado bovino a nivel de productor- mayorista en las dos regiones objeto de estudio (Müller, 1990).

### **1.3.1. Barreras de entrada**

Un análisis de las posibles limitaciones de acceso a un mercado comprende por lo general tres aspectos fundamentales: a causa de requerimientos legales, limitaciones de capital y limitaciones de conocimientos. (Graue, 2006).



En lo que a los requerimientos legales para entrar al mercado de ganado bovino se refiere cabe indicar que no existen limitaciones de este tipo. Los participantes en el mercado, ya sean productores o comerciantes en sus diferentes categorías no necesitan la obtención de ningún permiso especial o licencia que les permita participar en la comercialización.

Los requerimientos de capital si existen y varían de acuerdo a las diferentes categorías de participantes en el mercado, además de ser en sí mismo un factor limitante para poder participar activamente en la comercialización del ganado, crea a su vez barreras de entrada adicionales, como la necesidad de establecer relaciones de confianza.

También existen barreras de conocimiento en el campo de la comercialización de ganado bovino. Los participantes, si bien no todos, conocen las características especiales del producto, deben de ser capaces de calcular el peso "al ojo" de los animales. Este hecho es un factor limitante para muchas personas que intentarían iniciarse en el negocio de la ganadería, ya que no cuentan con estas habilidades. Como se indicó en diferentes puntos del estudio, la compra y venta del ganado se realiza por lo general "al ojo" y el tiempo transcurrido desde que el comerciante ofrece el primer precio no es muy largo. Por lo cual se requiere una estimación rápida del peso de los animales.( Müller, 1990)

Respecto, a este punto cabe también indicar que existen diferencias en el grado de conocimientos requerido para entrar al negocio dependiendo del tipo de comerciante. En resumen se puede concluir con respecto a las barreras de entrada al mercado de ganado bovino, que tanto el factor capital como el factor conocimiento impide que cualquier persona pueda dedicarse con éxito al negocio.

### **1.3.2. Desunión entre los productores para enfrentar la comercialización.**

La comercialización de ganado bovino se realiza en forma independiente y no existen intentos de efectuar una comercialización conjunta. La explicación que en este sentido proporcionaron principalmente los pequeños y mediano

ganaderos es que no ven la posibilidad de realizar transacciones de venta junto con otros ganaderos, debido por una parte a que tienen fecha de venta diferentes, motivadas a su vez por necesidades de liquidez diferente, y por otra a que no existe seguridad con respecto a la futura identificación de los animales, ya que una gran parte de estos no llevan marca. La posibilidad de que alguna organización pueda fungir como aglutinadora de esas necesidades diferentes, funcionando tal vez como centro de acopio de los productores y asumiendo la tarea de vender el ganado directamente a los comerciantes no es considerada por los ganaderos, quiénes más bien manifiestan su desconfianza de trabajar entre sí. También se debe a un criterio de debilitamiento de la confianza en la fuerza gremial que caracteriza en este momento al Ecuador en su totalidad.

Por los dos aspectos anotados anteriormente no es de extrañar que exista desconfianza entre los ganadores y que estos están poco dispuestos a formar grupos de autoayuda por propia iniciativa, salvo en contadas excepciones, que les permitan por ejemplo tener un mejor poder de negociación en el momento de la venta de sus animales.

#### **1.4. Dependencias tradicionales**

Los productores entrevistados indicaron que no tienen dependencias con los comerciantes, por ejemplo por acumular deudas con ellos; compromiso fijo de negocio que limita el libre acceso al mercado. O alto grados de endeudamiento de un ganadero con uno o varios comerciantes puede limitar sustancialmente su poder del mercado y favorecer al comerciante.

##### **1.4.1. Compadrazgo**

La mayoría de los ganaderos podrían venderles animales a más de tres compradores si lo quisiera pero un ganadero no puede negociar con todos los comerciantes en la región. ¿Qué criterios aplica el ganadero para negociar con determinados negociantes?

**Tabla 6: Razones por las cuales ganaderos le venden sus animales a determinados comerciantes (n=10)**

Variables	Ganaderos		
	Pequeños	Medianos	Grandes
Amigos	2	1	
Parientes			
Costumbres			
Confianza		1	
Paga bien		1	1
Paga al contado			
Cercanía			
Compadrazgo	2	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

Fuente: Observación directa  
Elaborado: Autora

La tabla 6 muestra que los pequeños y medianos ganaderos tienen la tendencia de venderles a personas que ya conocen desde tiempo atrás y que consideran amigos o personas conocidas y de confianza. Por lo general los pequeños y medianos ganaderos buscan relaciones estables con comerciantes serios para aumentar la seguridad de sus ventas. Según ellos comerciantes que al principio llegan ofreciendo buenos precios y condiciones de pago para ganarse la clientela pero al final desaparecen con el dinero fiado.

Los grandes ganaderos mantienen compromiso con aquellos comerciantes que les brindan a largo plazo buenos precios. Ellos a su vez les ofrecen a los comerciantes favorables condiciones de pago. Se los puede denominar relaciones de compadrazgo con comerciantes, que significa la libre selección de vendedor. En las entrevistas se les preguntó a los comerciantes si tienen acuerdos verbales o escritos con los ganaderos. Solamente algunos mayoristas e introductores tienen acuerdos con los productores sobre la fechas de entrega, el número de animales que van a comprar o el peso de los animales. Pero estos tipos de comerciantes normalmente compran animales donde los grandes productores.

### **1.4.2. Endeudamiento**

Un alto grado de endeudamiento de un ganadero con uno o varios comerciantes puede limitar sustancialmente su poder del mercado y favorecer al comerciante. Normalmente créditos a tan corto plazo limitan el libre acceso al mercado en el caso de un ganadero que vende ganado de dos o tres veces por año. Los créditos posiblemente son más bien un servicio adicional para atraer clientela, bajo la presión de la alta competencia que existe en el nivel de los mayoristas. Al realizar la pregunta a los productores sobre créditos o deudas que mantengan con los comerciantes, nos indicaron que no tienen ninguna, empezaron con capital propio y han ido creciendo poco a poco.

### **1.5. Información desigualmente distribuida**

En esta sección se tratará sobre la desigualdad que existe en la medición de ganado bovino en el momento de realizar una transacción, ya que los ganaderos no cuentan con la destreza ni la infraestructura para poder pesar el animal por lo cual el mayorista toma ventaja.

#### **1.5.1. Posibilidades de medir peso vivo desigual**

Actualmente los ganaderos estiman "al ojo" el peso de sus animales en las transacciones. Especialmente los pequeños y medianos ganaderos no tienen otra posibilidad de determinar el peso de sus animales, por el difícil acceso a una báscula, de este grupo solamente dos ganaderos manifestaron haber utilizado una báscula. Los que si poseen esta herramienta, en algunos casos está ubicada en la propia finca. Y los grandes ganaderos que venden directamente en el camal tienen acceso a la báscula del camal.

El sistema de pesaje "al ojo" no es un modo muy objetivo y preciso de pesar los animales. Los comerciantes tienen una mayor habilidad para determinar el peso del ganado "al ojo", pero una posible equivocación en el peso de un animal es para los comerciantes un alto riesgo. Varias combinaciones seguidas en conjunto con el poco capital de que disponen muchos comerciantes, puede significar la quiebra del negocio. (Rodríguez, 2011)

### **1.5.2. Distribución de conocimientos sobre precios es desigual**

Los ganaderos no se encuentran actualizados sobre el precio del ganado en el mercado es decir desconocen cuál es precio el cual deben de vender tomando como referencia otros precios ellos sólo venden el animal ofreciendo un precio "al ojo", muchas veces eso no le favorece ya que mejor habilidad para pesar el animal "al ojo" lo tienen los introductores y terminan con poca rentabilidad.

### **1.5.3. Conocimientos sobre rendimientos de ganado es desigual**

El mejor conocimiento de los introductores sobre rendimientos en el camal se debe a que usan frecuentemente básculas. Además se enteran en el camal sobre el rendimiento real de los animales. Ellos tienen así mejores puntos de referencia para "educar" sus enfoque, en lo que a la estimación del peso y rendimiento en el camal de los animales se refiere. Para los pequeños y medianos ganaderos por ejemplo ya el acceso ocasional a una báscula en los lugares centrales de venta como ferias o puntos de acopio tendría el mismo efecto educativo.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Identificación de la existencia del sistema de información y transparencia en la cadena de intermediación.**

#### **2.1. Antecedentes**

Una adecuada información sobre precios influye directamente en el comercio de carne bovina, para (Shepherd, 2001) el acceso a la información sobre precios y cantidades tienen una gran importancia en la reducción de pérdidas económicas en las transacciones realizadas en el mercado. Los riesgos altos conllevan a altos costos de mercado debido a que es imprescindible establecer márgenes para compensar las pérdidas que eventualmente se presentan. Cuando los ganaderos disponen de información pueden decidir si producen o no, lo cual evita que envíen su producción al mercado cuando este se encuentre saturado y darse cuenta que los precios que se recibirán no alcanzan para cubrir los costos y transporte. La información oportuna y correcta ayuda a reducir los costos de mercado de alimentos.

Es importante tener en cuenta que la información no siempre será perfecta, ya que los precios se encuentran en constante cambio, es más una guía sobre los ingresos probables, también la información no es siempre perfecta porque los costos pueden ser muy altos para poder conseguir la información más precisa. Esto significa finalmente que todos los involucrados en el mercado tendrán siempre que tomar decisiones con base en información con distintos grados de imperfección.

Por tal razón afirma (Shepherd, 2001) , que un sistema de información ayuda a reducir pérdidas, costos, los ganaderos tienen la potestad de decidir a quienes vender, cómo y en donde además cuando producir y cuando no, con la finalidad de no perder ganancias y enviar su producción a un mercado saturado.

Un supuesto inicial de éste estudio, que consideraba la posibilidad de que no existe un servicio de información adecuado en la zona de investigación que garantice la suficiente transparencia de mercado se verificó empíricamente: la gran parte de los ganaderos y comerciantes entrevistados

tenía conocimiento sobre la existencia de un sistema de información de precios y noticias de mercado.

Partiendo de éste supuesto se incluyeron durante las entrevistas a los ganaderos y comerciantes varias preguntas para establecer el interés de ellos respecto a un sistema de información de precios. El propósito era determinar qué tan interesados estaban ellos y qué importancia le daban a un sistema de información de precios que mejoraría considerablemente su transparencia de mercado.

## **2.2. No hay un sistema de información adecuado**

A diferencia de la transformación que define el cambio productivo en tiempo (almacenamiento), lugar (transporte- analizado en el capítulo III) y forma (ganado en pie en), la transacción caracteriza el intercambio o la transferencia de información, derechos, productos y dinero entre los participantes de un sistema de comercialización. El objetivo es, que éste intercambio sea seguro, justo (equitativo), a favorables costos (eficiente) y adecuado (efectivo) a los demás objetivos de la política de mercado del sistema de comercialización en cuestión.

En la fase preliminar a la negociación oferentes (vendedores) y demandantes (compradores) necesitan información de mercado; entre otras información respecto a los siguientes parámetros: cuándo, dónde, a qué precio, que cantidades y calidades, a quién o de quién comprar o vender el producto. No todos los participantes en las transacciones necesitan la misma información para tomar decisiones racionales respecto a producción, comercialización y consumo. Importante es que el sistema de comercialización garantiza a cada uno de los participantes la necesaria transparencia de mercado. Esto también implica, que cada uno de los participantes tiene igual acceso a información de mercado. Información de mercado debe satisfacer los requerimientos de los destinatarios (Ferrel, Hartline, 2011). La información debe ser:

- Relevante eso significa, que debe estar dirigida hacia las condiciones específicas en las cuales los diferentes participantes tienen que tomar sus decisiones de mercado.
- Significativa, eso significa, que debe especificar, a qué nivel de comercialización, tiempo, lugar, calidad, etc. Se refiere la información;
- Veraz e imparcial, eso significa, que debe ser correctamente y regularmente recolectada, analizada y difundida.
- Inmediatamente disponible, eso significa, que debe ser publicada pocas horas después de ser recolectada para que los participantes puedan tomar sus decisiones en base a informaciones actuales. En ciertos casos, por una excesiva demora, la información pierde valor práctico y sólo constituye un dato estadístico y
- Fácilmente accesible, es decir, publicada en medios convenientes y disponibles a los participantes. Como es obvio, la información debe estar al alcance de la mayor cantidad de interesados para que el esfuerzo y el costo de su preparación rindan el mayor beneficio posible.

La recolección, el análisis y la difusión de información de mercado están por lo general a cargo de un servicio de información. Para que éste servicio sea eficiente, debe reunir los requisitos y las condiciones recién descritas. La institución o las instituciones encargadas deben trabajar con medios y métodos adecuados. El grado de exactitud o confiabilidad de la información es mayor cuando se dispone de medios adecuados, y se hace una buena captación y sistematización de la información.

- La Información crea incentivos para los productores, indicándoles posibilidades para vender sus productos con mayor utilidad
- La Información así mismo, puede mejorar el poder de negociación de los participantes débiles en el sistema de comercialización
- La Información estimula la competencia entre oferentes y demandantes
- En fin la Información promueve la continua adaptación de la oferta de producción agropecuaria al desarrollo de la demanda :



A corto plazo reduciendo las variaciones estacionales, regionales y erráticas de precios y así mismo los riesgos involucrados. A largo plazo orientando el desarrollo de la producción agropecuarias hacia las preferencias del consumidor y hacia un máximo uso de las diferentes ventajas competitivas de localización de diferentes áreas rurales. Así misma la información de mercado provee datos que facilita a los responsables políticos tomar decisiones racionales respecto a la planeación, regulación y control de la producción y comercialización así como al consumo de productos agropecuarios. (Bourgeois, Herrera, 1996)

La Información de mercado eficiente tiene consecuencias positivas para los agricultores, comerciantes y consumidores finales. La información actualizada sobre precios y otros factores permite a los ganaderos negociar con los comerciantes y facilita la distribución territorial desde los puntos de producción hasta las ciudades y entre los distintos puntos de venta. Algunos gobiernos de los países en desarrollo han tratado de proporcionar servicios de información de mercados a los agricultores por ejemplo tenemos el último Censo Agropecuario en el 2012 un trabajo en conjunto con el INEC ( Instituto Nacional de Estadística y Censo) y el MAGAP ( Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca), este censo fue un nuevo esfuerzo para proveer información estadística oportuna del sector agropecuario, que permita conocer su estructura actual y que sirva de base para restablecer un sistema de información permanente.

Con la ayuda de la moderna tecnología se abre la posibilidad de mejorar la provisión de información a través de mensajes a portátiles, crecimiento de estaciones de radio. A largo plazo el internet será una herramienta efectiva para proporcionar información al sector agropecuario. Pero los problemas de costo y exactitud de la recopilación de datos todavía deben ser tratados

Incluso cuando los ganaderos tienen acceso a la información de mercado, muchas veces necesitan ayuda para interpretar esta información. Por ejemplo, el precio de mercado puede referirse a un precio de venta mayorista y los agricultores pueden tener dificultad en traducirlo a un precio realista para su mercado de acopio local.

### **2.3. Información insuficiente sobre precios**

Por lo general los ganaderos no tienen conocimiento del valor de su producción de ganado en los principales mercados. Por lo tanto se encuentran en una posición desventajosa a la hora de realizar negocios con los intermediarios, quienes usualmente disminuyen el precio final de venta y sobreestiman los costos de la transacción, los ganaderos desconocen de las oportunidades estratégicas que se presentan debido a su desconocimiento. Por lo tanto lograr que ellos dispongan de información precisa y actualizada de precios puede provocar un impacto trascendental en su posición negociadora, dentro de la actividad agrícola.

La Información de precios que reciben algunos productores es por parte de los comerciantes al momento de realizar una transacción, la cual no siempre es certera. Se pudo establecer, que existe un gran interés por parte de los ganaderos en un sistema de información de precios.

El poder de negociación de medianos y pequeños ganaderos depende de varios factores. Especialmente de la suficiente información de precios para poder llegar a una transacción adecuada. En base al árbol de problemas del presente estudio mencionan los siguientes factores:

Una gran parte de la información que requiere y debe buscar los ganaderos antes de iniciar la negociación; debe ser:

- El volumen de animales transados por el ganadero
- La cantidad de comerciantes que enfrenta el ganadero
- Posibles dependencias y compromisos del ganadero con los comerciantes

### **2.3.1. Las transacciones mismas**

Finalmente interesa el proceso mismo de negociación, o sea la forma que se desarrollan las negociaciones (Bascal, 2002):

- El regateo o proceso en el cual el vendedor y el comprador se ponen de acuerdo sobre el precio final del producto
- Las condiciones de pago, por ejemplo al contado, cheques, fiado, a plazos, etc.

Debido a las características mencionadas anteriormente se pueden aprovechar diferentes bases de datos para que proporcionen información desde precios del mercado, tendencias de consumo hasta condiciones climatológicas, de tal forma que mediante el aprovechamiento de tecnologías de información se pueda contar con ventajas competitivas que hagan a nuestra empresa atractiva para los clientes existentes y potenciales.

Un supuesto inicial de éste estudio, que consideraba la posibilidad de que no existe un servicio de información adecuado en la zona de investigación que garantiza la suficiente transparencia de mercado se verificó empíricamente: ninguno de los ganaderos y comerciantes entrevistados tenía conocimiento sobre la existencia de un sistema de información de precios y noticias de mercado. Y el 100% de los entrevistados les interesa tener un sistema de información de precios que los ayude a optimizar sus ventas y adquirir estabilidad en el mercado agropecuario.

Es importante mencionar que una mala desinformación también perturba a los consumidores finales ya que afecta al precio final de la carne bovina, tomando ventaja los intermediarios dentro de la cadena de intermediación, los consumidores encuentran muy exorbitante el precio de la carne y optan por productos sustitutos. Existen tres principales niveles de precios que se dan en el proceso de comercialización de ganado bovino en pie y en carnes bovinas que se inicia en el productor y termina en el consumidor (Müller, 1990)

- En primer lugar interesan los precios de ganado bovino en pie a nivel de productor, o sea los precios de la finca o en la feria de ganado.

- El segundo nivel importante aparece en la fase de transformación del producto ganado en pie en el producto carne y corresponde al precio de la carne en el camal.
- El tercer nivel de precios corresponde a lo que paga el consumidor en los diferentes establecimientos de expendio de carne, sean estos mercados populares, tercenas (carnicerías) de barrio o supermercados de acuerdo a cinco categorías más usuales en el país: lomo fino pulpas, costillas hueso carnudo y carne molida.

**Tabla 7: Niveles de precios**

Productor	Precios de finca
	Precios de feria
Camal	Precio carne en camal
Consumidor	Precio de carne por categorías
	lomo Fino
	Pulpas
	Costillas
	Hueso Carnudo
	Carne molida

Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora

Para los ganaderos los medios de difusión más conveniente sería la radios, redes sociales, información por parte del gobierno etc, además se sugirieron televisión y prensa como otros posibles medios de información. La mayoría de los ganaderos están de acuerdo que en primer lugar se transmitieran los precios pagados en las ferias ,en segundo lugar los precios pagados por los comerciantes en el recinto mismo donde están ubicadas sus fincas y finalmente algunos ganaderos, especialmente los grandes, están interesados en los precios de los camales de Quito y Guayaquil.

Interrogados acerca de su fuente de información, los ganaderos mencionaron vecinos, amigos, otros productores y comerciantes. Las cifras indican que los ganaderos utilizan fuentes de información que disponen en la zona, por ejemplo amigos, pero que en un (68%) los comerciantes son los informantes de las noticias de mercado, especialmente de precios. Este detalle

implica, que los ganaderos tienen confianza en los comerciantes y en su comportamiento al hacer negocios. Una información incorrecta sobre precios de parte de un comerciante posiblemente resulta en la proscripción del mismo, lo que significaría perder las posibilidades en el negocio.

## CAPÍTULO III

### 3. Identificación de las alternativas de venta del producto

#### 3.1. Antecedentes

Los productores suelen tener pocas alternativas para vender su producción, por temor de tomar riesgos o tener mayores costos.

(Graue, 2006, pág., 242) los costos que pueden incurrir en una transacción pueden ser:

- Costos fijos ( CF) : Son los costos que no dependen de la cantidad de producción
- Costos variables ( CV): Estos costos se incrementan al aumentar la producción
- Costos totales (CT): Es la suma del costo fijo y del costo variable. Incluye todos los insumos que se utilizan en el proceso productivo y los factores de la producción
- Costos medios (CM) : Es el resultado de dividir el costo total entre la producción , es decir, el promedio de los costos
- Costo marginal: Lo marginal, significa lo adicional o lo extra ; por lo tanto el costo marginal es el aumento en el costo total al producir una unidad más.

Los costos totales son los costos más comunes en este tipo de industria, ya que aumenta según aumenta la producción, es aquí donde los productores deben aplicar economía de escala para reducir costos, aumentando su nivel de instalaciones o buscando estrategias en la utilización del transporte.

Economía a escala también se encuentra dentro de los factores que influyen en las alternativas para vender el producto. Las cuales aparecen cuando el costo promedio a largo plazo desciende al mismo tiempo que la producción aumenta. Los motivos pueden ser muy variados, al igual que las razones, pero una de las principales es que entre más grande sea por ejemplo la planta, es más fácil utilizar maquinaria de mayor tamaño.

La mayoría de los ganaderos entrevistados vende sus animales en la finca, porque opinan que así reciben mejores precios. Según ellos los costos de transporte son más altos que la ganancia adicional que harían en la feria. Además se sienten en la finca más seguros, porque si los comerciantes no ofrecen un precio aceptable, no venden. En cambio en la feria tienen que aceptar precios bajos, porque les sale más costoso regresar con los animales a casa. Este riesgo pocos comerciantes están dispuestos a correr.

El deficiente funcionamiento de las ferias y el poder de los comerciantes son las razones más nombradas por los ganaderos en contra de las ferias como lugar de venta. También algunos ganaderos se quejan de una mala conducta de mercado de parte de los comerciantes. Ellos dicen que los comerciantes tienen entre ellos el acuerdo de dejarlos esperando hasta la tarde antes de comprarles los animales. Así esperan que cedan en el precio. (Müller, 1990).

Finalmente varios productores manifestaron, que para las transacciones en la feria les hacen falta conocimientos, contactos y relaciones de confianza con los comerciantes de la feria. Esta confianza tiene alta importancia en el actual sistema de comercialización

### **3.2. Desconocimientos de alternativas**

En lo que a otras formas de conducta discriminatoria se refiere, por ejemplo por el trato diferentes a los pequeños productores en la feria se puede indicar lo siguiente: el pequeño ganadero que llega con un animal a la feria tiene muchas veces que esperar todo el día para poder vender su animal y casi siempre termina cediendo mucho en el precio. Una posible explicación de este hecho puede ser la conducta discriminatoria que los comerciantes, especialmente los grandes ganaderos tienen frente a los pequeños ganaderos. Económicamente no existe en este sentido una justificación que sustente que los mayoristas podrían dejar esperando a los pequeños productores todo el día con el propósito de que estos finalmente tengan que ceder considerablemente en el precio. El hecho de que este fenómeno se presente, es decir que el productor realmente espere períodos de tiempos muy largos antes de efectuar su venta puede más radicar en las expectativas, a veces equivocadas de los

pequeños productores respecto al valor del animal ofrecido, lo que se refleja también en el precio final de venta. Es decir el productor no tiene o desconocen otras alternativas de venta ya que depende de los comerciantes y casi siempre terminan cediendo y perdiendo poder en el mercado de carne bovina.

### **3.3. Alto riesgo**

En el caso de algunos ganaderos se observaron dos estrategias para minimizar el riesgo de perder plata a causa de los peores conocimientos en la estimación del peso y rendimiento en un camal:

- Se negocia el valor total de un animal sin tener en cuenta las variables singulares como peso, rendimiento en camal y libra peso vivo. Como punto de referencia el ganadero toma el precio de venta de otros vendedores con animales comparables. De los cuales se sabe que estiman bien el peso
- El ganadero vende a comerciantes conocidos o de confianza, con los cuales mantienen una relación de negocios a largo plazo. En el caso de que el comerciante se aprovechara de la confianza puesta en él, y el ganadero se dara cuenta, correría el peligro de perder su clientela.

### **3.4. Altos costos**

Los costos presentados a continuación incurren en la comercialización de carne bovina

#### **3.4.1. Transporte**

Respecto al transporte parece que el acopio de ganado a cortas distancias en camionetas sobre carreteras en mal estado es más costoso que el transporte a largas distancias en camiones grandes y sobre carreteras asfaltadas. Sería más económico faenar los animales en la región de producción y transportar la carne en camiones frigoríficos a los centros de consumo. (Se explica con mayor profundidad en literal 3.4)



### **3.4.2. Mano de obra**

Los comerciantes entrevistados pagan jornaleros o empleados para una variedad de trabajos como arriar ganado, ayudar en el embarque o desembarque de los animales; o para faenar los mismos, como en el caso del ganadero ,mayorista y el introductor..

Los ganaderos tienen que contratar mano de obra para cuidar al ganado \$ 16 por cabeza y mantenimiento de los potreros \$ 8,50, pagando un aproximado de \$ 24,50, en cambio los mayoristas tienen gastos de cuidado del animal en el momento de la transportación a los camales \$ 10 por animal, los introductores tienen obreros cuyo sueldo es \$ 80 semanales de lunes a sábado, incluyendo beneficios sociales por día es \$ 13.33

### **3.4.3. Alojamiento y alimentación**

Alojarse fuera de la casa por razones de negocio no es muy común, ya que la mayoría de los comerciantes trabajan en la zona y regresan a casa por la noche. Por ejemplo los ganaderos solo deben incurrir en el gasto de alimentación \$ 5 diarios, en cambio para otros mayoristas las distancias que recorre son largas, por lo tanto el comerciante y sus obreros se hospedan en otros lugares teniendo un costo promedio de \$ 40 diario, los introductores y expendedores solo tienen costos de alimentación de \$ 5 por día.

### **3.4.4. Mantenimiento de los animales**

En este rubro los ganaderos deben incurrir en costos de alimentación, desparasitante, vitaminas, vacunas con un promedio por animal de \$ 15,50, los mayoristas también deben asumir costos de mantenimiento de los animales que incluye costos por forraje y agua, medicina durante la transportación del ganado hasta los camales por un valor de \$ 10 por animal, y finalmente el introductor, tiene que pagar el cuidado de los animales en el corral hasta el momento del faenamiento, por lo general les cobran \$ 5,00 por cabeza si son más de 10 animales les cobran \$ 15 por cabeza.

**Tabla 8: Mantenimientos de animales**

<b>GANADEROS</b>	
Alimentación	8
Desparasitante	3
Vitaminas	3
Vacunas	1,5
Areteo	0
TOTAL	15,5
<b>MAYORISTAS</b>	
Alimentación	5
Medicina	5
TOTAL	10
<b>INTRODUCTOR</b>	
Alimentación	5
Medicina	5
TOTAL	10

Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora

### **3.4.5. Tasas e impuestos**

De todas las tasas existentes la de mayor importancia es la tasa de faenamiento por el alto monto que tiene. En los camales Municipales de Balzar y Daule, el precio por faenamiento es \$17.52 por cada cabeza de ganado. Pero esta tasa sólo concierne a los introductores. El monto de la tasa de faenamiento es elevado y representa un porcentaje alto de los costos totales de los introductores. Es un aspecto que tendrá que ser retomado en el momento en el que se analice la eficiencia técnica y organizativa de los camales. Adicional el mayorista debe pagar una guía de movilización por cada animal de \$ 2,75

### **3.4.6. Costos de información**

Los comerciantes entrevistados no manifestaron tener costos de información. Costo por información se da cuando el mayorista le da dinero a terceros para que le informan donde hay ganado a la venta; el introductor y el tercerista también pagan por información sobre los mayoristas que venden a precios más bajos y carne de calidad.

### **3.4.7. Alquiler**

Este es un rubro que no concierne a la mayoría de los comerciantes entrevistados. El introductor paga aproximadamente \$ 200 mensual de alquiler del local para depositar la carne que no pudo ser vendida en frigoríficos y \$100 de alquiler que paga un tercenista para comercializar la carne que compra del introductor.

### **3.4.8. Equipo y Materiales**

Este es un rubro que concierne en mayor grado al introductor ya que tiene que contar con el equipo necesario para poder dedicarse a la venta de carne, un frigorífico para mantener en buen estado la carne tiene un costo de \$240 mensual, y la máquina para hacer cortes cuyo costo es de \$200.

### **3.4.9. Pérdidas**

En la comercialización de ganado pueden ocurrir varias pérdidas: de peso, por animales muertos o heridos o por robo de carne en el camal. Según información de los introductores, el robo de carne en el camal es algo común, también confirmado por varias personas que trabajan en el camal. Pero es un aspecto que abarca una gran parte de los costos de los introductores ya que en el momento de faenamiento, a veces cierta carne no está en buen estado y pierden dinero una libra de carne menos representa una pérdida de \$ 1.44 y para el tercenista \$ 3 menos. Aquí se deberían analizar posibilidades para mejorar la situación.

### **3.4.10. Otros costos**

En el rubro otros costos se incluyen todos los que no han sido considerados todavía, como multas y gastos extras, etc., recompensas por captura de animales que se escaparon durante al descargue en los puntos de ventas.

### **3.4.11. Costo de capital prestado**

Comerciantes que se prestan dinero de un banco u otra fuente de crédito pagan intereses, los cuales también son costos. Entre los comerciantes entrevistados informaron que cuentan con capital propio y no han realizado ningún tipo de préstamos.

Resumiendo, los costos totales de transacción dentro de toda la cadena de intermediación, ascienden a 253,7 por cabeza de ganado. Alojamiento y alimentación con un 22% de los costos totales y concierne especialmente a los mayoristas que deben pagar rubros de hospedaje y alimentación cuando viajan con el ganado a otras ciudades, además los gastos que se debe incurrir cada intermediario por alimentación de sus jornaleros.

En orden de importancia siguen costos por mano de obra con el 19% transporte 14%, otros 14%, mantenimiento de animales con el 12%, tasas e impuestos con el 8%, equipos de materiales 6% y pérdidas 2%. La suma de costos de los ganaderos es de \$ 75,00 por animal, los mayoristas es de asciende a \$ 85,5, el introductor tiene costos totales de \$ 68.6, el tercenista de \$ 24,3. Así el mayorista tiene la más elevada suma de costos, sobretodo el rubro de alojamiento y alimentación y transporte.

**Tabla 9: Clases de costos y sus distribuciones para los diferentes intermediarios en los Cantones de Balzar y Daule**

	<b>Ganadero ( por cabeza)</b>	<b>Mayorista ( por cabeza)</b>	<b>Introduccion ( por cabeza)</b>	<b>Expendedor ( tercenas)</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>1. Transporte</b>	10	18		8	36	<b>14%</b>
<b>2. Mano de obra</b>	24,5	10	13,33		47,83	<b>19%</b>
<b>3. Alojamiento y alimentación</b>	5	<b>40</b>	5	5	55	<b>22%</b>
<b>4. Mantenimiento de animales</b>	15,5	10	5		30,5	<b>12%</b>
<b>5. tasas e impuestos</b>		2,75	17,52		20,27	8%
<b>6. Fuentes de información</b>						0%
<b>7. Alquiler</b>			6,67	3,33	10,0	4%
<b>8. Equipo y materiales</b>			14,67		14,67	6%
<b>9. Pérdidas</b>			1,44	3	4,44	<b>2%</b>
<b>10. Otros</b>	20	5	5	5	35	<b>14%</b>
<b>11. Costos de capital prestado</b>					0	0%
<b>Total</b>	<b>75,0</b>	<b>85,8</b>	<b>68,6</b>	<b>24,3</b>	<b>253,7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado: Autora

### **3.5. No se usan economía de escala**

Rendimientos de escala significa, que se ahorran costos de transporte aumentándose el número de animales por viaje. Una comparación de los costos de transporte por animal de acuerdo al número de animales cargados para una determinada distancia indica, si existen rendimientos de escala o no.

Aunque la mayoría de las ocasiones el ganado es vendido en la propias fincas de los ganaderos, también tienen otros costos de transporte por ejemplo: los fincas que no tienen pasto para alimentar a los animales debido a la sequía tienen que llevar a comer al ganado a lo alto, además cuando la finca está

ubicada en calles inaccesibles, el ganadero transporta los animales hacia las afueras para facilitar la transportación al mayorista, lo cual arroja un costo promedio de \$ 10 para los productores en transporte. Los costos por animal y kilómetro disminuyen considerablemente si aumenta la calidad de animales cargados. Para los mayoristas el transporte de un animal hasta los camales cuesta \$ 300 entre \$17 o \$18 por cabezas de ganado. Las cifras cambian cuando la misma cantidad de animales se transporta en camiones de diferente tonelaje. En el caso de camiones de 4 toneladas los costos por animal y kilómetro suben, ya que para este tipo de camión, cargado con 4 animales, se tiene un grado de utilización bajo.

Seguramente no es posible llenar en todos los casos el camión con animales. Para obtener un grado de utilización más alto se necesitaría una organización, que se encargue por ejemplo que varios productores transportaran sus animales al mismo tiempo en un camión. Así se utilizarían rendimientos de escala y también la capacidad de carga de los camiones sería mejor utilizada.

En ciertos casos el valor de un animal justifica mayores costos de transporte. Un toro reproductor bien vale la pena transportar solo, en cambio para una vaca de descarte sería demasiado costo. Los rendimientos de escala y la subutilización de los camiones señalan posibilidades de reducir los costos de transporte.

El expendedor lleva la carne faenada a los puntos de venta, el cual incurre en gasto de movilización al camal, valor que paga a los obreros para pese la carne y transporte la misma hasta el furgón, lo cual equivale a un promedio de \$8.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Verificación de la existencia de controles de peso y calidad en los puntos de venta.**

#### **4.1. Antecedentes**

De acuerdo con (Sulser, Pedroza, 2004) la calidad y peso adecuado del ganado es el desempeño que esperan los comerciantes, a más expectativas mayor calidad deseada del mismo. Transacción que afecta al consumidor que también se encuentra dentro de la cadena de comercialización, la calidad es una promesa del productor al consumidor, si el producto no cumple con las expectativas, entonces todos los que intervienen en la cadena no volverán a comprar el producto.

Fallas en el sistema vial y falta de organizaciones que apoyen al sector agropecuario son variables que pueden perjudicar la calidad y peso óptimo de venta, ya que no se cuenta con una infraestructura adecuada.

La forma tradicional de determinar el peso de los animales es "al ojo", forma que los comerciantes dominan mejor que los ganaderos, lo cual les favorece en las transacciones. Es entendible, que el entusiasmo en favor de una báscula no es grande, ya que significaría para ellos perder una considerable ventaja que tienen en las transacciones. En cambio la mayoría de los ganaderos si utilizaría una báscula, si hubiera acceso a la misma. La utilización de una báscula en las transacciones significaría la forma más objetiva de determinar el peso de los animales (manejada por personas honestas), un punto de vista que también comparten los ganaderos.

#### **4.2. Falta de una infraestructura técnica de comercialización adecuada**

Partiendo del supuesto, que no hay una infraestructura técnica de comercialización adecuada, interesa analizar la eficiencia y eficacia de las ferias de ganado bovino como centros técnicos y administrativos de la transacción. Al respecto se recolectaron datos sobre los siguientes criterios.

En los cantones no existe una infraestructura técnica de comercialización adecuada. Ya que las carreteras no se encuentran 100% en buen estado y eso imposibilita tener un comercio eficiente.

**Tabla 10: Criterios para la evaluación de la infraestructura**

Infraestructura de corrales	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Superficie de corral por animal ( 3m2)</li> <li>. Grado de utilización potencial</li> <li>.Peligro de accidentes para el usuario</li> <li>. Limpieza del lugar</li> </ul>
Seguridad para los animales y sanidad animal	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Limpieza y desinfección del terreno</li> <li>. Controles veterinarios</li> <li>. Infraestructura de embarque y desembarque para el ganado</li> </ul>
Funcionalidad del local para facilitar las transacciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Accesibilidad a las instalaciones</li> <li>. Transparencia de mercado:               <ul style="list-style-type: none"> <li>* información de precios</li> <li>* volúmenes transados</li> <li>* peso de los animales</li> <li>* calidad de los animales</li> </ul> </li> <li>. Seguridad y funcionalidad en el intercambio de dinero</li> <li>. Seguridad y tranquilidad para negociar</li> </ul>
Eficiencia de los servicios: Eficiencia administrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Seguridad jurídica / legal</li> <li>. Servicios que presta la administración.</li> </ul>

Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora



#### 4.2.1. Sistema de vías

**Foto 1: Carreteras vía a Daule**



Fuente: Diario "El Universo"

**Foto 2: Vista panorámica de las carreteras de Daule**



Fuente: Diario "El Universo"

Los habitantes de Daule desean un buen estado en las vías de acceso a las fincas para sacar sin contratiempos la producción ganadera, no es solo una añeja aspiración de pobladores de al menos 24 recintos de Daule y de Santa Lucía, sino contar con un mejor puente. La Prefectura, el Municipio de Daule,

trabajan en la rehabilitación del puente Bailey, que solo permite el paso de un carro a la vez. Los transportistas se valen del mal estado de las carreteras para pedir más dinero a los ganaderos.

Situación muy diferente en Balzar cuyos caminos se encuentran asfaltados y pavimentados lo cual agiliza la comercialización de ganado incrementa el turismo. A continuación se muestra una fotografía de las carreteras de Balzar.

**Foto 3: Calles de Balzar**



Fuente: "Diario Expreso"

#### Foto 4: . Vista panorámica de las calles de Balzar



Fuente: "Google Maps"

#### 4.2.2. Medios de transporte.

Los tipos de vehículos que se utilizan en la zona para el transporte de ganado se pueden dividir en 3 categorías (Müller, 1990):

Los transportes de corta distancia hasta 40 Kms se realizan principalmente con camionetas que tienen una capacidad de dos toneladas y cargan hasta tres animales adultos. La superficie de carga es aproximadamente 3,4 mts<sup>2</sup>, es decir 1,1 mts<sup>2</sup> por animal. Los camiones de aproximadamente de 4 toneladas pueden transportar hasta 8-9 animales. Con una superficie de carga total de 7,2 mts<sup>2</sup> resultan 0,9 mts<sup>2</sup> superficies por animal. Para transportar el ganado a los grandes centros de consumo se utilizan grandes camiones ( 8-10 toneladas) con una capacidad de carga para 18 animales adultos y una superficie de carga de aproximadamente 14 mts<sup>2</sup> ( 0,8 mts<sup>2</sup> por animal) .

En los camiones de 4 y 10 toneladas queda poco espacio en el piso para los animales. Un grupo de 18 animales transportados de una vez puede traer problemas, porque normalmente no se transporta grupos homogéneos del mismo peso y de la misma categoría, si no grupos mixtos vaconas, toretes y de

vacas de descarte con peso de posiblemente de 500 lbs hasta 1000 lbs. Si estas categorías no se separan o no son amarrados, se pelean (los animales no están descornados), se montan y se pisotean. Pero tampoco hay que dejar demasiado espacio para cada animal, porque así se pueden caer fácilmente. Los comerciantes observados en esta investigación se dan cuenta de estos peligros. Siempre dejan una persona observando los animales durante el transporte que avisa cuando se cae un animal. Inmediatamente paran el camión y levantan rápidamente el animal antes que sea aplastado.

El transporte de ganado se realiza en vehículos que no son construidos expresamente para este tipo de servicio. Se les utiliza también para transportar productos agrícolas y otros tipos de carga. Para el transporte de los vehículos se cubre con aserrín, arena o Saboya seca (*panicum maximum*). Este es una buena medida para proteger los animales.

Las puertas de los camiones no están construidas expresamente para transporte del ganado. Son puertas de dos hojas, que se abren a ambos lados. Más conveniente sería una puerta grande que al abrirse cae hacia abajo, funcionando como un plano inclinado, con escalones para un paso seguro de los animales en el lado superior de la plataforma.

Por falta de planos inclinados para la carga y descarga de los animales se aprovecha muchas veces rampas u otros lugares con desnivel. Pero muchas veces se observa, que el ganado tiene que saltar para salvar diferentes alturas. Muchas veces los animales se caen y se lastiman.

Las condiciones del transporte influyen bastante en las pérdidas de peso, que se calculan en un 2% del peso vivo durante un viaje de 200 kms (Fenn 1977). Se puede evitar stress y accidentes durante el viaje eliminando partes sobresalientes, empleando rampas para cargar y descargar, atando los toros o separando machos, hembras y animales inválidos, conduciendo con cuidado, evitando sobre carga e inspeccionando la carga durante el viaje, cuidando que los animales no se pisotean. Un punto crítico del transporte de animales sobre largas distancias, es que se mezcla ganado de distintas fincas sin realizar una inspección veterinaria, por ejemplo respecto a enfermedades contagiosas.

Las encuestas señalan que solamente una pequeña parte de los ganaderos lleva a cabo el transporte de ganado hasta el lugar de venta, que puede ser la carretera principal, una feria o el camal. La mayoría vende su ganado en la misma finca:

En Daule de los 5 ganaderos, 2 ganaderos transportan sus animales 1 en un camión, y el otro arreando al ganado. Y El resto, debido a la deficiente infraestructura vial en Daule, que limita mucho el acceso a las fincas en camión se ven los productores obligados a vender sus animales en las fincas.

En Balzar de los 5 ganaderos, 2 realizan la transportación del ganado, utilizando camiones, el resto es vendido en la propia finca

### **4.3. Instituciones que regulan y mejoran la comercialización**

Hasta ahora lo que ha existido en el Ecuador en materia legislativa para el control de carnes, es la ley sobre Mataderos, Inspección, Comercialización e Industrialización de la Carne llamada "Ley de Mataderos" que fue creada el 10 de marzo de 1964, durante la Junta Militar. Dicha norma regula la construcción, instalación y funcionamiento de los mataderos, la inspección sanitaria de los animales de abasto y carnes de consumo, así como la industrialización y comercio de las mismas.

El Objetivo de la presente Ley como complementaria a la Ley de Sanidad Animal vigente, rige lo concerniente a la construcción y funcionamiento de los Mataderos, a la inspección de carnes y a la comercialización e industrialización anexas. Se entiende por Mataderos o Camales Frigoríficos, el establecimiento dotado de instalaciones completas y equipo mecánico adecuado para el sacrificio, manipulación, elaboración, preparación y conservación de las especies de carnicerías bajo varias formas, con aprovechamiento completo, racional y adecuado de los subproductos no comestibles, cuando la cantidad justifique su aprovechamiento industrial. Poseerán instalaciones de frío industrial proporcionales a su tamaño. El artículo 7 se refiere sobre las atribuciones y deberes de la Comisión, en las cuales están: c) Controlar y vigilar directamente el funcionamiento de los Mataderos e

industrias anexas así como las carnicerías de acuerdo a las disposiciones de la Ley y de las reglamentaciones que se expidan; d) Dictaminar sobre las ordenanzas Municipales que fijen los precios de los productos y subproductos de origen animal previamente a su aprobación por el Ministerio de Fomento; e) Controlar y verificar el cumplimiento de la reglamentación sanitaria y comercial de los mataderos y carnicerías.

Para las materias que esta Ley protege, establece a favor de la Dirección General de Fomento Pecuario del Ministerio de Fomento las siguientes tasas y derechos a los servicios y actividades que se anuncian: Al comercio de ganado, mediante la concesión de Patentes anuales especiales; Al comercio de carnes, asimismo, mediante el otorgamiento anual de patentes y licencias sanitarias; además indica que el tránsito y transporte del ganado en todo el territorio de la República es libre, debiendo cumplir con los requisitos sanitarios establecidos por el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA) del MAG, y quedan sujetos a inspección y re inspección previstos en este Reglamento los animales de abasto perteneciente a las siguientes especies: bovina, ovina, caprina, porcina y otras aceptadas por la legislación ecuatoriana y destinadas al consumo humano.

Los productores y comerciantes de ganado podrán comercializar sus animales en cualquier matadero de la República a excepción de la zona donde ha sido declarada en emergencia sanitaria; asimismo, los comerciantes de carne o las empresas procesadoras están facultadas para expender sus productos en cualquier mercado del país; dando cumplimiento a disposiciones que por mandatos de Leyes u Ordenanzas rijan sobre esta materia. Unos de los requisitos para el funcionamiento de los camales son: Estar ubicados en los sectores alejados de los centros poblados, por lo menos a 1 Km de distancia, Disponer de los servicios básicos como: red de agua potable fría y caliente, en cantidad y calidad adecuada para atender las necesidades de consumo humano. La Comisión Nacional de Mataderos y el MAG, ahora MAGAP, en coordinación con los establecimientos o camales frigoríficos del país propenderá a la capacitación del personal vinculado a esta actividad

Los mataderos y sus instalaciones, sean públicos, privados o mixtos para su funcionamiento, deben reunir las siguientes condiciones mínimas: Todo el equipo, accesorios, mesas, utensilios, incluso cuchillos, cortadores, sus vainas, sierras y recipientes deben limpiarse a intervalos frecuentes durante la jornada. También deben limpiarse y desinfectarse al terminar cada jornada de trabajo. Todos los animales de abasto, deben ser faenados obligatoriamente en los mataderos o camales autorizados, a fin de salvaguardar la salud pública, en sujeción a lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Sanidad Animal. Y por último de las sanciones; para cumplir con todo lo indicado se contará con la colaboración de la Policía Municipal y de la Policía Nacional.

Los resultados de las entrevistas realizadas a los ganaderos indicaron que si conocen instituciones encargadas del sector ganadero como lo son el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, y Pesca (MAGAP), Asociación de Ganaderos del Litoral, y AGROCALIDAD.

.A continuación se menciona las instituciones que representan la actividad ganadera:

En el Ecuador existen organizaciones que representan a los ganaderos como son: ASOCIACIÓN DE GANADEROS DEL LITORAL Y GALÁPAGOS (A.G.L. Y G), la cual fue fundada el 27 de octubre del 1943, la cual representa a todos los ganaderos del litoral ecuatoriano y la región Insular, su objetivo es superar las producciones actuales a base de una ganadería desarrollada con un buen soporte biotecnológico, confluyendo hacia ellos todos los adelantos y beneficios técnicos que el crecimiento agropecuario demanda actualmente.

También cuenta con la Federación de ganaderos del Ecuador (FEDEGAN), fue fundada el 6 de octubre de 1982 compuesta por dos Asociaciones: Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos (AGL&G), Asociación de Ganaderos de la Sierra y Oriente (AGSO), por acuerdo Ministerial MAG-Nº0312 DEL 6 DE OCTUBRE DE 1982., es una institución que no tiene fines de lucro, y está administrada por el estatuto y las disposiciones legales pertinentes derivadas de las resoluciones que acojan los organismos de la Federación. Está constituida por las organizaciones de ganaderos del

Ecuador legalmente constituidas. FEDEGAN no podrá intervenir en eventos de política o religiosa, y tampoco podrá exigir a sus miembros a participar..

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) el cual se encarga de coordinar, diseñar y evaluar las políticas del sector agropecuario con el resto de sectores económicos y sociales. Además otorga estabilidad y claridad en las inversiones privadas en el sector agropecuario, entre sus principales objetivos se encuentra el fortalecimiento del sector público del agro, lo cual ayuda al mejoramiento de la competitividad, sostenibilidad y equidad de los recursos, además desarrolla estrategias de inclusión social de los PMP, vinculación al mercado nacional e internacional con el fin de mejorar las condiciones de vida de los agricultores.

Implementar factores productivos, que proporcionen condiciones humanas, naturales y materiales en las cuales se sustente la producción competitiva, a través de mesas de concertación, con el enfoque de cadenas agroalimentarias que fortalezcan y renueven al agro.

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro – Agrocalidad, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, que se encarga de la definición y ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional. La cual, es protegida por normas nacionales e internacionales, que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el soporte a la preservación de la salud pública y el ambiente, añadiendo al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos.

Agrocalidad promueve en las diversas cadenas de producción agropecuaria, procesos sostenidos en sistemas de gestión de la calidad, con el propósito de mejorar la producción, productividad y garantizar la soberanía alimentaria, para alcanzar la satisfacción de los requerimientos nacionales y el desarrollo de la competitividad internacional. Sus principales objetivos son:

- Aumentar la calidad sanitaria de la producción primaria que el Ecuador exporta.



- Incrementar la capacidad de detección de plagas y enfermedades vegetales y animales de declaración obligatoria.
- Potenciar la inocuidad de los alimentos primarios en el Ecuador.
- Fortificar la eficiencia operacional.
- Acrecentar el uso eficiente del presupuesto.
- Amplificar el desarrollo del talento humano

También se cuenta con El instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) el cual tiene como objetivos principales el desarrollo y difusión de paquetes tecnológicos referentes a los principales cultivos de la región, tiene a su cargo la difusión de técnicas de manejos de pastizales orientadas a mejorar la producción de ganado, labor que desempeña por medio de programas de extensión y de capacitación. Desde su creación, el INIAP ha desarrollado una importante tarea en el área de investigación científica, lo que ha permitido generar, validar y transferir conocimientos y tecnologías que han contribuido, inobjetablemente, al incremento de la producción y productividad de los principales rubros agropecuarios del país.

## **CAPÍTULO V**

### **5. Metodología y Análisis de Resultados**

Para poder lograr el objetivo se aplicará una metodología de tipo descriptiva, método basado en la observación sistemática, con la finalidad de conocer la realidad. La investigación tendrá un enfoque mixto, el cual se toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas y no numéricas, utilizando técnicas de investigación como: entrevistas con preguntas abiertas y cerradas, observación de tendencias obtenidas, valoraciones numéricas sobre los datos estadísticos de la población, información, que luego aportará en la corroboración de las hipótesis. (Moreno, 2000)

Se optó por este tipo de metodología ya que permitirá un alto grado de profundidad en la información obtenida, para poder responder a las preguntas de la investigación, además es el único método que nos permite realizar un enfoque mixto, es decir recopilar datos de tipos cuantitativos y cualitativos.

Se entrevistaron a 10 ganaderos y 6 comerciantes, agentes dentro de la cadena de comercialización de la carne bovina de los Cantones de Balzar y Daule. En la sección de anexos se encuentra el modelo de las entrevistas

#### **5.1. Entrevistas con ganaderos**

La unidad de investigación fueron los pequeños y medianos ganaderos de los cantones de Daule y Balzar. En menor cantidad fueron incluidos los grandes ganaderos de estos dos cantones para comparar su manera de comercialización con aquella que realizan los pequeños y medianos ganaderos. Los datos se recopilaron mediante entrevistas estructuradas con cuestionario.

**Tabla 11: Investigación realizadas con ganaderos**

No.	TIPO Y NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN	A QUIEN SE PREGUNTÓ QUÉ SE INVESTIGÓ	A CUANTAS PERSONAS/ OBJETOS	PRINCIPALES SUBTÓPICOS DE LA INVESTIGACIÓN
1	ENTREVISTA: EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE BOVINA	GANADEROS DE BALZAR Y DAULE  DE ÉSTOS:  -PEQUEÑOS (0- 50 HA)  -MEDIANOS (50- 150 HA)  -GRANDES (MÁS QUE 150 HA)	10     (4)  (4)  (2)	-PROBLEMAS -ACCESO AL MERCADO -LUGAR Y TIEMPO DE VENTA -PREFERENCIA DE PRODUCTO -INFORMACIÓN DE MERCADO -CONDICIONES EN LAS NEGOCIACIONES -INSTITUCIONES QUE AYUDAN EN LA COMERCIALIZACIÓN -FORMAS DE AUTOAYUDA -MEJORAMIENTOS

Fuente: Observación directa

Elaborado: Autora

Una muestra al azar requiere el conocimiento del universo del grupo que se investiga. Desafortunadamente no hay datos sobre la cantidad total de ganaderos en los dos cantones, lo que impide determinar el universo. Pero por el pequeño número de personas entrevistadas se puede deducir, que en ningún caso puede ser representativa la muestra.

## 5.2. Entrevista con comerciantes

Una gran parte del estudio se concentró en los comerciantes, en lo que a la clasificación y descripción de los agentes de comercialización se refiere, cabe aclarar que en la literatura al respecto existe una gran variedad de definiciones, que muchas veces no coinciden, este hecho obliga a buscar definiciones propias. Se usa por ejemplo el término intermediario para referirse a diferentes tipos de agentes, siendo de ésta manera solamente un sinónimo de comerciante. Con ellos se esperaba respuestas a importantes interrogantes de investigación, como la identificación de los canales de comercialización existentes, las cantidades que fluyen para ellos, los agentes de comercialización y sus funciones, etc.

En las investigaciones realizadas con los comerciantes se trabajó con cuestionarios pre estructurado, con la finalidad de conocer sus problemas en la comercialización y posibles soluciones a estos problemas desde el punto de vista de ellos.

**Tabla 12: Investigación realizadas con comerciantes**

No.	Tipo y nombre de la investigación	A quién se preguntó Qué se investigó	A cuántas personas/ objetos	Principales subtópicos de la investigación
	Entrevistas	Diferentes tipos de comerciantes Mayoristas( Balzar) Mayoristas ( Daule) Introductores( Balzar) Introductores( Daule) Expendedores (Balzar) Expendedores ( Daule)	6	-Costos y márgenes -Información de mercado -Diferenciación del producto -Grado de competencia -Problemas y mejoramientos Capacidad de estimar el peso al ojo -Capacidad de estimar el rendimiento en el camal

Fuente: Observación directa

Elaborado: Autora

### **5.3. Poder en el mercado desigualmente distribuido**

En base a las preguntas realizadas a los ganaderos y comerciantes de ganado bovino se pudo realizar un esquema de los agentes dentro de la cadena de intermediación y los precios de venta tanto del productor como de los comerciantes con la finalidad de poder establecer los márgenes de ganancias de cada uno, lo cual se explicará mejor en el Capítulo I.

**Tabla 13: Precio de venta en libra de carne bovina**

<b>AGENTE EN LA CADENA</b>	<b>PRECIO DE VENTA X LIBRA</b>
GANADERO	0,56
MAYORISTA	1,1
INTRODUCTOR	1,6
SUPERMERCADO	3,5
TERCENA	3

Fuente: Observación directa

Elaborado: Autora

Además se pudo definir la o las barreras de entrada que dificultan el acceso al mercado de carne bovina, la principal es el conocimiento, ya que se conoció que para pesar el animal, tanto los ganaderos como los comerciantes lo hacen a través de un cálculo visual y sin ningún tipo de herramienta (básculas), muchos de los productores no calculan el peso con precisión como consecuencia obtienen menos ganancias, y un bajo rendimiento en el camal. Con las encuestas también se pudo evidenciar que la comercialización de ganado bovino se realiza en forma independiente y no existe intentos de efectuar una comercialización conjunta, muchas de las respuestas obtenidas indican que eso se debe a que, los tiempos, precios, compradores y criterios de venta son diferentes, resulta imposible llegar a un acuerdo entre ganaderos.

Otro punto importante que se destaca es que los productores entrevistados indicaron que no tienen dependencias con los comerciantes, como por ejemplo deudas, o compromiso que limiten su acceso al mercado, lo que si manifestaron es que tienen criterios para escoger a los compradores, el de mayor peso es el compadrazgo, la mayoría de los productores tienen la tendencia de venderles a personas que ya conocen desde tiempo atrás y que consideran amigos o personas conocidas, de confianza y que pagan bien. Como se indicaba los ganaderos no utilizan una herramienta para pesar el

animal, por el difícil acceso a las básculas, de los entrevistados solo uno indicó que posee una báscula en la finca, el cual utiliza en el momento de las transacciones, el cálculo visual no es muy preciso una posible equivocación puede provocar un fracaso en la transacción y altos riesgos (Ver capítulo I).

#### 5.4. Identificación de la existencia del sistema de información y transparencia en la cadena de intermediación

Con la información recogida se pudo determinar que los ganaderos no cuentan con una información precisa y adecuada sobre precios en el mercado, por lo tanto se encuentran en una posición de desventaja ya que usualmente los comerciantes varían el precio final provocando desestabilidad en los ingresos de los productores, la única información que reciben algunos es por parte de los comerciantes mismos aunque a veces dicha información no es la correcta. Existe un interés por parte de los ganaderos entrevistados de un sistema de información de precios lo cual puede provocar un impacto trascendental en su posición negociadora, dentro de la actividad agrícola.

**Tabla 14. Interés de los ganaderos por un sistema de información**

PRODUCTORES/ GANADEROS	INTERES POR TENER UN SISTEMA DE INFORMACIÓN			
	BALZAR		DAULE	
	SI	NO	SI	NO
GRANDES	X		X	
PEQUEÑO 1	X		X	
PEQUEÑO 2	X		X	
MEDIANO 1		X	X	
MEDIANO 2	X		X	

Fuente: Observación directa  
Elaborado: Autora

En la tabla 14 se puede observar que de los 10 entrevistados 9 desean un sistema de información de precios cuyas consecuencias son positivas para los agricultores, comerciantes y consumidores finales. La información actualizada sobre precios y otros factores permite a los ganaderos negociar

con los comerciantes y facilita la distribución territorial desde los puntos de producción hasta las ciudades y entre los distintos puntos de venta

### 5.5. Identificación de las alternativas de venta del producto

En Daule 4 de los 5 ganaderos entrevistados afirman que el ganado lo venden en la propia finca y 1 realiza la venta en los lugares cercanos de la finca, en cambio en Balzar 3 indicaron que prefieren vender en las fincas, 1 cerca de la finca y el último tiene tres opciones para vender su ganado en la finca, cerca de la finca o en la ferias, esto se debe a que según ellos los costos de transporte de la finca a otro lugar son más altos. Además se sienten en la finca más seguros, porque si los comerciantes no ofrecen un precio aceptable, no venden. En cambio en la feria tienen que aceptar precios bajos, porque les sale más costoso regresar con los animales a casa. Este riesgo pocos comerciantes está dispuesto a correr.

**Tabla 14: Lugares de venta del ganado bovino**

DAULE					
PRODUCTOR	FINCA	CERCA DE LA FINCA	CARRETERA	FERIAS	OTROS
GRANDE	X				
PEQUEÑO 1		X			
PEQUEÑO 2	X				
MEDIANO 1	X				
MEDIANO 2	X			X	
BALZAR					
PRODUCTOR	FINCA	CERCA DE LA FINCA	CARRETERA	FERIAS	OTROS
GRANDE	X				
PEQUEÑO 1	X				
PEQUEÑO 2		X			
MEDIANO 1	X				
MEDIANO 2	X	X		X	

Fuente: Observación directa

Elaborado: Autora

Adicional se identificó que en Daule un pequeño productor realiza la transportación del ganado arreándolo, mientras que el mediano productor lo realiza en un camión, en cambio en Balzar un pequeño y mediano productor expresaron que trasladan el ganado en un camión hacia los puntos de venta.

## **5.6. Verificación de la existencia de controles de peso y calidad en los puntos de venta**

Se obtuvo de las entrevistas que los ganaderos evitan circular por las carreteras de los cantones Balzar y especialmente de Daule, ya que se encuentran en mal estado los caminos que conducen a las fincas de los ganaderos y dificulta la movilización del ganado aumentado sus costos. Además los productores indicaron que si conocen instituciones encargadas del sector ganadero como lo son el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, y Pesca (MAGAP), y AGROCALIDAD. Los productores expresaron su necesidad que se establezcan medidas o leyes para fijar un precio de venta y que sirva como reguladora de todos los productores del Ecuador.

## **5.7. Entrevistas**

A continuación se muestra las entrevistas realizadas a los diferentes intermediarios de la cadena de comercialización de carne bovina, el modelo de la entrevista se podrá observar en Anexos



## ENTREVISTA 1

Fecha: 20 de Diciembre 2013

Nombre: José Ordoñez

Función: Ganadero (Grande)

Zona: Daule

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**

La función es de doble propósito para comercializar leche y carne

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**

Por el momento tengo aproximadamente 65 cabezas de ganado

3. **Que costo debe incurrir en la producción de ganado bovino?**

En lo que respecta a mano de obra se gasta alrededor de \$16 en el cuidado de los animales, y \$ 8 en el cuidado del potrero por cada animal, como la finca es propia no gasto en hospedaje solo en alimentación por día alrededor de \$ 5, también se gasta en vitaminas, desparasitantes, alimentación, vacunas etc, un promedio de \$ 15 por animal.

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No, comencé con capital propio.

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los mayoristas que son los comerciantes que compran al por mayor.

6. **¿A qué precios vende?**

El ganado es vendido en pie al mayorista en arrobas. En 1 arroba hay 25 lbs, cada arroba se la vende en \$ 14.00, sale a 0.56 ctvs. la libra de carne.

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**

Entre 15 a 17 cabezas de ganado

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:

Paga al contado:

Parientes:

Presta servicios:

Costumbre:

Compadre

Paga bien:

Otros:

Confianza

**9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Depende, si es una persona que no me falle al momento de pagarme, sí.

---

**10. ¿Dónde vende sus animales?**

Finca

Ferias

Cerca de la finca

Otro

Carretera

**11. ¿Porque vende en ese lugar?**

Por qué me ahorro los gastos de movilización

---

**12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**

El peso del animal se lo hace a través de un cálculo visual

---

**13. ¿Quién fija el peso?**

Se llega a un mutuo acuerdo, pero el mayorista siempre se rebaja al precio que uno ofrece.

---

**14. ¿Para su criterio quien estima mejor el peso?**

Sinceramente, muchos ganaderos tienen falencias en la medición, por mis

---

años de experiencia he aprendido a pesar al animal sin básculas

---

**15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 20)

**16. ¿Cómo realiza la transportación?**

\_\_\_\_\_

**17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

\_\_\_\_\_

**18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**

\_\_\_\_\_

**19. ¿Tiene problemas en la transportación?**

\_\_\_\_\_

**20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

\_\_\_\_\_

**21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**

Siempre los vendo

\_\_\_\_\_

**22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**

Aceptar los precios ofrecidos por los mayoristas

\_\_\_\_\_

**23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

Realmente, no.

\_\_\_\_\_

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

**Porque:** Porque no tenemos acceso a esa información

(Si responde que sí, continúa)

**24. ¿Para qué le sirve esta información?**

\_\_\_\_\_

**25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

\_\_\_\_\_

**26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Si, eso nos ayudaría mucho al momento de vender.

\_\_\_\_\_

**27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos y Agrocaldidad.

\_\_\_\_\_

**28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

Actualmente se están preocupando más por los ganaderos pero deberían dar una solución ante el problema que enfrenta la actividad debido al bajo precio que recibimos los ganaderos.

**29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No, vende yo solo porque las ventas se realizan en fechas diferentes, a precios distintos es casi imposible llegar a acuerdos.

**30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Para mí, los principales problemas es el bajo precio que recibimos por el ganado comparado con el precio que pagan los consumidores finales

## ENTREVISTA 2

Fecha: 20 de Diciembre 2013

Nombre: Teodoro Villón

Función: Ganadero (Pequeño)

Zona: Daule

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**

Los animales son para doble propósito

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**

Por el momento tiene aproximadamente 43 cabezas de ganado.

3. **¿Qué costos debe incurrir en la producción de ganado bovino?**

Se gasta en medicinas, se comienza a inyectar desde los 8 días de nacido el animal para el mal bobo, fiebre aftosa (2 veces al año), desvichar además en vitaminas, alimentación del ganado un promedio de \$ 14 a \$ 15 por animal, tengo un jornalero y le pago por cuidar a los animales y los corrales \$ 25 por animal, adicional gasto de alimentación \$7.

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los mayoristas

6. **¿A qué precios vende?**

Dependiendo el peso del animal, por lo general si una vaca esta gorda, la libra de carne está entre 0,54-0,56 ctvs.

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**

Alrededor de 17-18 cabezas de ganando

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:



Paga al contado:



Parientes:  Presta servicios:

Costumbre:  Compadre

Paga bien:  Otros:

Confianza

**9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Puede ser, si me venden buenos precios y estabilidad de pago.

---

**10. ¿Dónde vende sus animales?**

Finca  Ferias

Cerca de la finca  Otro

Carretera

**11. ¿Porque vende en ese lugar?**

Porque es más cerca para el comprador.

---

**12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**

Ninguna, con ver la vaca puedo decir el peso.

---

**13. ¿Quién fija el peso?**

Yo fijo el precio, pero al final siempre se llega a un acuerdo con el comerciante

**14. Para su criterio ¿quién estima mejor el peso?**

El ganadero y el mayorista pueden estimar el peso, pero en ocasiones el mayorista tiene una mejor estimación.

---

**15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

**16. ¿Cómo realiza la transportación?**

Arreando el ganado

**17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

Tengo que pagarle a la persona que arrea el ganado por lo general le pago \$ 10 por cabeza de ganado

**18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**

Dependiendo lo que venda, si vendo 17 cabezas de ganado, hago 3 viajes

**19. ¿Tiene problemas en la transportación?**

Los caminos están en mal estado, eso hace más difícil la movilización.

**20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

No

**21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**

Si, una vez me quedaron y tuve que regresarme a la finca

**22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**

Me toca aceptarlo para que la venida a la feria no sea en vano.

**23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

Sólo el precio que los otros ganaderos del sector venden

(Si responde que no seguir con pregunta 24)

Porque: \_\_\_\_\_

(Si responde que sí, continúa)

**24. ¿Para qué le sirve esta información?**

Para tener un precio de referencia

**25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

De los otros ganaderos.

**26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Si, sería una ayuda para todos los ganaderos

**27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos;  
Agrocalidad.

---

28. **¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

Sí, pero nos gustaría que fijen precios de venta de ganado

---

29. **¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No, porque tenemos diferentes precios y tiempo de venta

---

30. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

El problemas es la existencia de muchos intermediarios, y bajo poder de mercado que tenemos los ganaderos,

---



### ENTREVISTA 3

Fecha: 20 de Diciembre 2013

Nombre: Alberto Rodríguez

Función: Ganadero (Pequeño)

Zona: Daule

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**

Para cría y lechería

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**

Tengo 35 cabezas de ganado

3. **¿Qué costos debe incurrir en la producción de ganado bovino?**

Se gasta en medicinas, alimentación, vitaminas del ganado un promedio de \$ \$ 15 por animal, por mano de obra de mi trabajadores es \$ 24 o \$ 25, adicional gastos de alimentación \$5. , y en ciertas ocasiones tengo gastos extras

Por enfermedad del ganado, pérdida un promedio de \$ 20

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los mayoristas

6. **¿A qué precios vende?**

Se vende por arroba, la cual está en \$ 14 - \$ 15 que equivale a \$0,56 la libra de carne.

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**

Alrededor de 20 cabezas de ganando

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:

Paga al contado:

Parientes:

Presta servicios:

Costumbre:

Compadre

Paga bien:

Otros:

Confianza

**9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Sí no hay problema.  
\_\_\_\_\_

**10. ¿Dónde vende sus animales?**

Finca

Ferias

Cerca de la finca

Otro

Carretera

**11. ¿Porque vende en ese lugar?**

Porque ahí tengo todo mi ganado  
\_\_\_\_\_

**12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa? "Al ojo"**  
\_\_\_\_\_

**13. ¿Quién fija el peso?**

Se fija el precio de acuerdo al peso del animal, se llega a un mutuo acuerdo  
\_\_\_\_\_

**14. Para su criterio ¿quién estima mejor el peso?**

El ganadero y el mayorista pueden estimar el peso, pero en ocasiones el mayorista tiene una mejor estimación.  
\_\_\_\_\_

**15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**  
\_\_\_\_\_

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

**16. ¿Cómo realiza la transportación?**  
\_\_\_\_\_

**17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**  
\_\_\_\_\_

**18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**  
\_\_\_\_\_

19. **¿Tiene problemas en la transportación?**

---

20. **¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

---

21. **¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**  
Por suerte, he vendido todo el ganado

---

22. **¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**  
Por lo general somos mal pagados por los comerciantes.

---

23. **¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

No

---

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

**Porque:** Porque nunca me han dado ese tipo de información

(Si responde que sí, continúa)

24. **¿Para qué le sirve esta información?**

---

25. **¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

---

26. **¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Si, sería una ayuda para todos los ganaderos

---

27. **¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos; Agrocalidad.

---

28. **¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

En realidad estamos pasando por una crisis y hasta ahora no hacen nada

29. **¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No, porque tenemos diferentes precios y tiempo de venta

---

30. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Difícil acceso al mercado por parte de los PMP

---

## **ENTREVISTA 4**

Fecha: 20 de Diciembre 2013

Nombre: Daniel Reyes

Función: Ganadero (Mediano)

Zona: Daule

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**

Doble propósito

---

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**

Tengo 45 cabezas de ganado

---

3. **¿Qué costos debe incurrir en la producción de ganado bovino?**

Se gasta en medicinas, alimentación, vitaminas del ganado un promedio de \$ \$ 17 por animal, por mano de obra de mi trabajadores es \$ 26, adicional gastos de alimentación \$5. , y en ciertas ocasiones tengo gastos extras

---

Por enfermedad del ganado, pérdida un promedio de \$ 18

---

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

---

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los mayoristas

---

6. **¿A qué precios vende?**

La libra de carne está en \$ 0,55 a \$ 0,56 ctvs

---

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**

Alrededor de 23 cabezas de ganando

---

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:

Paga al contado:

Parientes:

Presta servicios:

Costumbre:  Compadre   
Paga bien:  Otros:   
Confianza

**9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

No creo porque ya son mis compradores fijos, y prevalece la confianza según mi criterio.

**10. ¿Dónde vende sus animales?**

Finca  Ferias   
Cerca de la finca  Otro   
Carretera

**11. ¿Porque vende en ese lugar?**

Porque siempre he vendido ahí

**12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**  
'Al ojo', que es un cálculo visual del animal

**13. ¿Quién fija el peso?**

El ganadero y el mayorista, aunque el mayorista siempre termina bajándose del precio

**14. Para su criterio ¿quién estima mejor el peso?**

Ambos el ganadero y el mayorista

**15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

**16. ¿Cómo realiza la transportación?**

\_\_\_\_\_

**17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

\_\_\_\_\_

18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?

\_\_\_\_\_

19. ¿Tiene problemas en la transportación?

\_\_\_\_\_

20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?

\_\_\_\_\_

21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?

Si vendo todo porque me pongo en contacto con los mayoristas para  
informarles que tengo ganado a la venta

22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?

Lo único que queda es negociar hasta llegar a un precio regular

23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?

No

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

Porque: Porque nunca me han dado ese tipo de información

(Si responde que sí, continúa)

24. ¿Para qué le sirve esta información?

\_\_\_\_\_

25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?

\_\_\_\_\_

26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?

Si, sería una ayuda para todos los ganaderos

27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos;  
Agrocalidad.

28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?

La verdad que no, tienen que regular el precio de la carne

29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?

No

30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?

Difícil acceso al mercado por parte de los PMP

## ENTREVISTA 5

Fecha: 20 de Diciembre 2013

Nombre: Manuel Pure

Función: Ganadero (Mediano)

Zona: Daule

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**

Doble propósito

---

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**

Tengo 50 cabezas de ganado

---

3. **¿Qué costos debe incurrir en la producción de ganado bovino?**

Se gasta en medicinas, alimentación, vitaminas del ganado un promedio de \$ \$ 17 por animal, por mano de obra de mi trabajadores es \$ 26, adicional gastos de alimentación \$5. , y en ciertas ocasiones tengo gastos extras

---

Por enfermedad del ganado, pérdida un promedio de \$ 18

---

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

---

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los mayoristas

---

6. **¿A qué precios vende?**

La libra de carne está en \$ 0,56 ctvs

---

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**

Alrededor de 18 cabezas de ganando

---

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:

Paga al contado:

Parientes:

Presta servicios:

Costumbre:

Compadre

Paga bien:

Otros:

Confianza

**9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Siempre que la paga sea buena

**10. ¿Dónde vende sus animales?**

Finca  Ferias

Cerca de la finca  Otro

Carretera

**11. ¿Porque vende en ese lugar?**

En la finca porque siempre vendo ahí, pero a veces llevo mi ganado a las ferias para captar mayor número de comerciantes.

**12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**

Ninguno, se pesa al animal con la vista

**13. ¿Quién fija el peso?**

El ganadero y el mayorista, aunque el mayorista siempre termina bajándose del precio

**14. Para su criterio ¿quién estima mejor el peso?**

Con el tiempo el mayorista ha adquirido más experiencia.

**15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

**16. ¿Cómo realiza la transportación?**

En camión

**17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

Para llevar el ganado a las ferias, se transporta en camión, por lo general cobran de \$ 12 a \$ 15 por cabeza.

**18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**

De 4 a 5 animales dependiendo el tamaño



**19. ¿Tiene problemas en la transportación?**

Las carreteras no se encuentran en buen estado, además por falta de dinero no se cuenta con los camiones adecuados para transportar ganado, no entra muchos animales el carro y hay que hacer algunos viajes además la estructura de los camiones no ayuda ya que al momento de bajar los animales se estropean.

**20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

Si, ya que los camiones no son los adecuados para transportar ganado

**21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**

Si me he quedado con animales, me regreso a la finca hasta la próxima venta

**22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**

Los mayoristas siempre quieren pagar el precio que a ellos les conviene, y como necesitamos el dinero, no nos queda más que vender.

**23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

La única información que tengo es la que comparto con los otros ganaderos

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

**Porque:** \_\_\_\_\_

(Si responde que sí, continúa)

**24. ¿Para qué le sirve esta información?**

Para tener un precio de referencia

**25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

De los ganaderos de la zona

**26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Si, sería una ayuda para todos los ganaderos

**27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos; Agrocalidad.

**28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

En ciertos aspectos si nos están apoyando, por ejemplo con el sistema de identificación y trazabilidad de ganado pero lo que nos interesa es que regulen el precio de la carne en pie porque no es justo que se venda la carne con un

precio tres veces mayor al consumidor final comparado con el precio que nos pagan los comerciantes.

---

**29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No

---

**30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Existencia de muchos intermediarios.

---

## ENTREVISTA 6

Fecha: 21 de Diciembre 2013

Nombre: José Meza Díaz

Función: Ganadero (Grande) Presidente de la Asociación de Ganaderos de Balzar

Zona: Balzar

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**

La función es de doble propósito

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**

Por el momento tiene aproximadamente 71 cabezas de ganado

3. **¿Qué costo debe incurrir en la producción de ganado bovino?**

Un promedio de gastos por animal, en ir a comprar insumos necesarios para mantener la finca (mano de obra) se gasta un promedio de \$ 25 por animal, en pagar el cuidado de los animales \$ 15 c/a, por ejemplo vitaminas y medicamentos; alimentación de los jornaleros \$ 6, pérdidas por enfermedad del animal, u otros gastos extras \$ 20

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los mayoristas que son los comerciantes que compran al por mayor.

6. **¿A qué precios vende?**

Los comerciantes pagan máximo entre \$ 0,48- \$ 0,58 la libra de carne en pie

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**

Promedio de 20 cabezas de ganado

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:

Paga al contado:

Parientes:

Presta servicios:

Costumbre:

Compadre

Paga bien:

Otros:

Confianza

**9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Sí, siempre y cuando tenga credibilidad de pago

---

**10. ¿Dónde vende sus animales?**

Finca

Ferias

Cerca de la finca

Otro

Carretera

**11. ¿Porque vende en ese lugar?**

Por el espacio, ahorro monetario, comodidad

---

**12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**

El peso del animal se lo hace con la ayuda de una báscula que tengo en la finca

---

**13. ¿Quién fija el peso?**

Se llega a un mutuo acuerdo, en ambas parte mayorista y productor

---

**14. Para su criterio quien estima mejor el peso?**

Con la ayuda de la báscula se puede dar un peso exacto

---

**15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

**16. ¿Cómo realiza la transportación?**

---

**17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

---

**18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**

\_\_\_\_\_

**19. ¿Tiene problemas en la transportación?**

\_\_\_\_\_

**20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

\_\_\_\_\_

**21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**

Por lo general siempre vendo, ya que tengo compradores fieles.

**22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**

Se negocia hasta llegar al precio adecuado para ambas partes.

**23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

Un poco

(Si responde que no seguir con pregunta 24)

**Porque:** \_\_\_\_\_

(Si responde que sí, continúa)

**24. ¿Para qué le sirve esta información?**

Para saber quiénes en el mercado están comprando cabezas de ganado, precio de referencia para vender.

**25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

Por los comerciantes mismos del sector.

**26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Sí, es una ayuda para facilitar el comercio de carne bovina \_\_\_\_\_

**27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos; Agrocalidad.

**28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

Hemos pedido por varias ocasiones ayuda con nuestra situación y aún no recibimos soluciones.

---

**29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No, porque es el negocio de cada ganadero.

---

**30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

El problema es la existencia de muchos intermediarios, y bajo poder de mercado que tenemos los ganaderos,

---

## ENTREVISTA 7

Fecha: 21 de Diciembre 2013

Nombre: Italo Abad

Función: Ganadero (Pequeño)

Zona: Balzar

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**

Lechería y venta de ganado en pie

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**

Por el momento tiene aproximadamente 38 cabezas de ganado, por la sequía han muerto 5 animales

3. **¿Qué costo debe incurrir en la producción de ganado bovino?**

Primero mano de obra por cuidar a los animales y mantener la finca se paga \$ 26, alimentación, vitaminas, desparasitantes \$ 16,50; alojamiento no paga ya que la finca es propia y alimentación diaria unos \$ 5.

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los mayoristas.

6. **¿A qué precios vende?**

Los comerciantes pagan entre \$ 0,50 a \$ 0,58 ctvs

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**

Promedio de 17 cabezas de ganado

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:	<input checked="" type="checkbox"/>	Paga al contado:	<input type="checkbox"/>
Parientes:	<input type="checkbox"/>	Presta servicios:	<input type="checkbox"/>
Costumbre:	<input type="checkbox"/>	Compadre	<input type="checkbox"/>
Paga bien:	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>

Confianza

**9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Por lo general ya tengo el grupo de comerciantes que siempre me compra

---

**10. ¿Dónde vende sus animales?**

Finca  Ferias

Cerca de la finca  Otro

Carretera

**11. ¿Porque vende en ese lugar?**

Por el espacio, ahorro monetario, comodidad

---

**12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**

Ninguna, el peso lo calculo con la visión

---

**13. ¿Quién fija el peso?**

Se llega a un mutuo acuerdo, en ambas parte mayorista y productor

---

**14. Para su criterio quien estima mejor el peso?**

Tanto el mayorista como nosotros los ganaderos podemos estimar el peso

---

**15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

**16. ¿Cómo realiza la transportación?**

---

**17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

---



**18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**

\_\_\_\_\_

**19. ¿Tiene problemas en la transportación?**

\_\_\_\_\_

**20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

\_\_\_\_\_

**21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**

Si me ha tocado quedarme con animales.

\_\_\_\_\_

**22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**

Se negocia hasta llegar al precio adecuado para ambas partes.

\_\_\_\_\_

**23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

No

\_\_\_\_\_

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

**Porque:** No estoy enterado donde puedo obtener esa información

(Si responde que sí, continúa)

**24. ¿Para qué le sirve esta información?**

\_\_\_\_\_

**25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

\_\_\_\_\_

**26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Sí, es una ayuda para facilitar el comercio de carne bovina

\_\_\_\_\_

**27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?** Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos; Agrocalidad.

\_\_\_\_\_

**28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

Necesitamos apoyo para regular los precios que recibimos por el ganado en pie

\_\_\_\_\_

**29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No

\_\_\_\_\_

**30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Barreras de entrada para los PMP

## ENTREVISTA 8

Fecha: 21 de Diciembre 2013

Nombre: Manuel Bermeo

Función: Ganadero (Pequeño)

Zona: Balzar

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**  
Doble propósito  
\_\_\_\_\_
  
2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**  
Por el momento tiene 29 cabezas de ganado,  
\_\_\_\_\_
  
3. **¿Qué costo debe incurrir en la producción de ganado bovino?**  
Se le paga al capataz por cuidado de los animales y el cuidado de la finca \$ 25,50 por cabeza de ganado, adicional su alimentación, vitaminas, medicinas, agua \$ 15,50.  
\_\_\_\_\_
  
4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**  
No  
\_\_\_\_\_
  
5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**  
  
A los mayoristas.  
\_\_\_\_\_
  
6. **¿A qué precios vende?**  
  
Los comerciantes pagan entre \$ 0,56 por la libra de carne  
\_\_\_\_\_
  
7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**  
  
Promedio de 10 cabezas de ganado  
\_\_\_\_\_
  
8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos: <input type="checkbox"/>	Paga al contado: <input type="checkbox"/>
Parientes: <input type="checkbox"/>	Presta servicios: <input type="checkbox"/>
Costumbre: <input type="checkbox"/>	Compadre <input checked="" type="checkbox"/>
Paga bien: <input type="checkbox"/>	Otros: <input type="checkbox"/>
Confianza <input type="checkbox"/>	

9. **¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Sí, siempre y cuando sean seguros

---

10. **¿Dónde vende sus animales?**

Finca

Ferias

Cerca de la finca

Otro

Carretera

11. **¿Porque vende en ese lugar?**

Para dar mayor facilidad al mayorista

---

12. **Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**

Ninguna, el peso lo calculo con la visión

---

13. **¿Quién fija el peso?**

Primero el ganadero, después el mayorista, se llega a un peso promedio

---

14. **Para su criterio quien estima mejor el peso?**

Ambos tienen la capacidad para estimar el peso, pero debido a que el mayorista está en constante compra y venta de ganado, puedo calcular el peso más rápido

---

15. **¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

16. **¿Cómo realiza la transportación?**

En camión

---

17. **¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

De \$ 10 a \$ 12 por cabeza de ganado, cuando es a un lugar más lejos se debe sacar una guía de movilización cuyo costo es de \$ 2,75 por animal

---

**18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**

Tengo una Ford del 86 y caben de 5 a 6 cabezas de ganado.

---

**19. ¿Tiene problemas en la transportación?**

No

---

**20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

No

---

**21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**

No

---

**22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**

No vendo, y busco otro comprador

---

**23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

No

---

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

**Porque:** No estoy enterado donde puedo obtener esa información

---

(Si responde que sí, continúa)

**24. ¿Para qué le sirve esta información?**

---

**25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

---

**26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Sí, sería una herramienta útil para los ganaderos

---

**27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos; Agrocalidad.

---

**28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

Queremos una solución para los precios bajos que recibe el productor

---

**29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No

---

**30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Muchos intermediarios

---

## **ENTREVISTA 9**

Fecha: 21 de Diciembre 2013

Nombre: Carlos Bumbila

Función: Ganadero (Mediano)

Zona: Balzar

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**  
Cría, venta de ganado en pie
2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**  
Por el momento tiene 36 cabezas de ganado,
3. **¿Qué costo debe incurrir en la producción de ganado bovino?**  
Se le paga al capataz por cuidado de los animales y el cuidado de la finca \$ 24,50 por cabeza de ganado, adicional su alimentación, vitaminas, medicinas, agua \$ 14,50.
4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**  
No
5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**  
A los mayoristas.
6. **¿A qué precios vende?**  
Los comerciantes pagan entre \$ 0,50 y \$ 0,55 por la libra de carne
7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**  
Promedio de 11 cabezas de ganado
8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:	<input type="checkbox"/>	Paga al contado:	<input type="checkbox"/>
Parientes:	<input type="checkbox"/>	Presta servicios:	<input type="checkbox"/>
Costumbre:	<input type="checkbox"/>	Compadre	<input checked="" type="checkbox"/>
Paga bien:	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
Confianza	<input type="checkbox"/>		

9. **¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?**

Sí, más compradores mejor

---

10. **¿Dónde vende sus animales?**

Finca

Ferias

Cerca de la finca

Otro

Carretera

11. **¿Porque vende en ese lugar?**

Siempre vendo en mi finca, y cuando es temporada de ferias (Feria de Durán) vendo allá para hacerme conocer como ganadero y tener mayores compradores

---

12. **Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?**

Ninguna, el peso lo calculo con la visión

---

13. **¿Quién fija el peso?**

El ganadero

---

14. **¿Para su criterio quien estima mejor el peso?**

Ambos partes estiman el peso por igual

---

15. **¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?**

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

16. **¿Cómo realiza la transportación?**

---

17. **¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?**

---

18. **¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?**

---

19. **¿Tiene problemas en la transportación?**

---

20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?

\_\_\_\_\_

21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?

No

\_\_\_\_\_

22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?

Buscar otro comprador o si no, tratar de negociar para llegar a un precio que me beneficie

\_\_\_\_\_

23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?

No

\_\_\_\_\_

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

Porque: No es necesario

(Si responde que sí, continúa)

24. ¿Para qué le sirve esta información?

\_\_\_\_\_

25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?

\_\_\_\_\_

26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?

La verdad que con los años, no hace falta una información de precios, con mi experiencia en la actividad ganadera, es fácil estimar el precio y el peso, el problema es el monto que nos pagan los mayorista no está acorde a nuestro esfuerzo.

\_\_\_\_\_

27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos; Agrocalidad.

\_\_\_\_\_

28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?

Si nos ha apoyado en estos últimos años, pero hace falta una ley que regule el precio de la carne en pie

\_\_\_\_\_

29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?

No

\_\_\_\_\_

30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?

Muchos intermediarios.

\_\_\_\_\_

## ENTREVISTA 10

Fecha: 21 de Diciembre 2013

Nombre: Wilson Valera

Función: Ganadero (Mediano)

Zona: Balzar

1. **¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)**  
Doble propósito

---

2. **¿Cuánto ganado bovino tiene en total?**  
Por el momento tiene 50 reses

---

3. **¿Qué costo debe incurrir en la producción de ganado bovino?**  
Se le paga al capataz por cuidado de los animales y el cuidado de la finca \$ 25, por cabeza de ganado, adicional su alimentación, vitaminas, medicinas, agua \$ 15,00.

---

4. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**  
No

---

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**  
A los mayoristas.

---

6. **¿A qué precios vende?**  
La libra en 0,55 ctvs

---

7. **¿Cuántos animales vende en promedio?**  
Promedio de 15 cabezas de ganado

---

8. **¿Por qué le vende a esas personas?**

Amigos:	<input checked="" type="checkbox"/>	Paga al contado:	<input type="checkbox"/>
Parientes:	<input type="checkbox"/>	Presta servicios:	<input type="checkbox"/>
Costumbre:	<input type="checkbox"/>	Compadre	<input type="checkbox"/>
Paga bien:	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
Confianza	<input type="checkbox"/>		



9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?

Sí

---

10. ¿Dónde vende sus animales?

Finca

Ferias

Cerca de la finca

Otro

Carretera

11. ¿Porque vende en ese lugar?

Mientras en más lugares venda, obtengo mayores ganancias

---

12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?

“Al ojo”

---

13. ¿Quién fija el peso?

El ganadero y los mayoristas regatean

---

14. ¿Para su criterio quien estima mejor el peso?

Ambos partes estiman el peso por igual

---

15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?

SI

NO

(Si responde que no seguir con pregunta 21)

16. ¿Cómo realiza la transportación?

En un camión

---

17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?

Alquila un camión más grande para hacer un solo viaje, paga \$ 18 por animal

---

18. ¿Cuantos animales transporta al mismo tiempo?

10 animales dependiendo el tamaño

---

19. ¿Tiene problemas en la transportación?

No

---

20. **¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**  
Una vez, en el momento de desembarque un animal se cayó y se golpeó

21. **¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?**  
Si

22. **¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?**  
Busco otro comprador

23. **¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**  
No

(Si responde que no seguir con pregunta 26)

Porque: Muchas veces esa información no es actualizada  
(Si responde que sí, continúa)

24. **¿Para qué le sirve esta información?**

25. **¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

26. **¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

si, nos ayudaría en la comercialización del ganado, para establecer un precio fijo

27. **¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Conozco el MAGAP, y Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos; Agrocalidad.

28. **¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?**

En estos últimos años, estamos siendo perjudicados por los intermediarios, nos gustaría que el gobierno escuche nuestras peticiones

29. **¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?**

No

30. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Precio pagado por los mayoristas en bajo

## **ENTREVISTA 11**

**Fecha:** 20 de Diciembre 2013

**Nombre:** Carlos Cobos

**Función:** Mayorista

**Zona:** Daule

**1. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Mal estado de las carreteras

**2. ¿A quién le compra ganado bovino?**

A los ganaderos

**3. ¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

**4. ¿Quién fija el peso?**

La mayoría de veces el ganadero

**5. Para su criterio quien estima mejor el peso?**

Los mayoristas, porque estamos casi todos los días realizamos transacciones

**6. ¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?**

Obreros que se encargan del cuidado de los animales en la transportación \$ 10, en ciertas ocasiones debo recorrer grandes distancias para transportar el camal, cuando es así debo cubrir los costos de hospedaje y alimentación míos y de mi obreros \$ 40, por alimentación y medicina de los animales en el momento de transportarlos \$ 10, guía de movilización \$ 2,75;

**7. ¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los introductores, aquellos que llevan las carne a los camales

**8. ¿A qué precios vende?**

La arroba por lo general se la vende a 27,50, sería 1,10 por cada libra de carne

**9. ¿Cómo realiza la transportación?**

En camiones

**10. ¿Qué costos de transporte tiene?**

Se debe sacar una guía de movilización de \$ 2,75, no tengo carro propio por el momento el alquiler del camión oscila entre \$ 17 a \$ 18 por animal

**11. ¿Tiene problemas en la transportación?**

Las carreteras se encuentran en mal estado

---

**12. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**

Hasta el día de hoy no

---

**13. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**

No,

---

(Si responde que no)

Porque: Porque los ganaderos a los cuales compro son fijos

---

(Si responde que no, continúa a la pregunta 16)

**14. ¿Para qué le sirve esta información?**

---

**15. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

---

**16. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Si, sería de gran ayuda

---

**17. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

Si, el MAGAP, Agrocalidad

---

## ENTREVISTA 12

**Fecha:** 21 de Diciembre 2013

**Nombre:** Cristhian López

**Función:** Mayorista

**Zona:** Balzar

1. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**  
Altos costos en transporte de ganado bovino  
\_\_\_\_\_
2. **¿A quién le compra ganado bovino?**  
A los ganaderos- productores  
\_\_\_\_\_
3. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**  
No  
\_\_\_\_\_
4. **¿Quién fija el peso?**  
Ambas partes fijan un precio promedio  
\_\_\_\_\_
5. **Para su criterio quien estima mejor el peso?**  
Los ganaderos y mayoristas tienen las mismas capacidades para pesar  
\_\_\_\_\_
6. **¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?**  
Obreros que se encargan del cuidado de los animales en la transportación \$ 10,50, por alimentación y medicina de los animales en el momento de transportarlos \$ 10, guía de movilización \$ 2,75;  
\_\_\_\_\_
7. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**  
A los introductores,  
\_\_\_\_\_
8. **¿A qué precios vende?**  
La libra de carne entre \$ 1,10- \$ 1,12  
\_\_\_\_\_
9. **¿Cómo realiza la transportación?**  
En camiones  
\_\_\_\_\_
10. **¿Qué costos de transporte tiene?**  
Se debe sacar una guía de movilización de \$ 2,75, ya que tengo carro propio, mi gasto es el mantenimiento y gasolina del vehículo.  
\_\_\_\_\_
11. **¿Tiene problemas en la transportación?**  
No  
\_\_\_\_\_

**12. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?**  
No

---

**13. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?**  
No,

---

(Si responde que no)

**Porque:** No es necesario

---

(Si responde que no, continúa a la pregunta 16)

**14. ¿Para qué le sirve esta información?**

---

**15. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?**

---

**16. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?**

Puede ser que sirva como una herramienta de conocimiento de precios, habría que ver cómo funciona.

---

**17. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**  
MAGAP, Agrocalidad

---

## **ENTREVISTA 13**

**Fecha:** 20 de Diciembre 2013

**Nombre:** Bartolo Astudillo

**Función:** Introdutor

**Zona:** Daule

1. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Muy alto el costo de faenamiento en los camales

---

2. **¿A quién le compra ganado bovino?**

A los mayoristas

---

3. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

---

4. **¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?**

Pago un sueldo semanal a las personas que me ayudan con el cuidado del animal hasta el momento de faenamiento \$ 60 , su alimentación \$ 5 diario, además el cuidado de los animales en los corrales ya sea por alimentación, medicinas si es que se llegaran a enfermar \$ 5 por animal, para faenar el animal se debe pagar la CISA \$ 17,50 c/ u; máquina frigorífica \$ 260, máquina para los cortes \$ 200, por pérdidas de carne ya sea por mal estado robo en los camales se pierde \$ 1,60 por libra.

---

5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

A los expendedores, tercenistas

---

6. **¿A qué precios vende?**

La libra de carne a \$ 1,60

---

7. **¿Qué costos de transporte tiene?**

Ninguno porque por lo general llevan la carne a los camales, y cuando no les llega la carne y tienen que ir a las ferias a comprar debe sacar una guía de movilización de \$ 2,75

---

8. **¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

MAGAP, Agrocalidad

---

## **ENTREVISTA 14**

**Fecha:** 21 de Diciembre 2013

**Nombre:** Benjamin Sempertegui

**Función:** Introdutor

**Zona:** Balzar

1. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**  
Pérdidas por al estado o robo en los camales  
\_\_\_\_\_
2. **¿A quién le compra ganado bovino?**  
A los mayoristas  
\_\_\_\_\_
3. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**  
No  
\_\_\_\_\_
4. **¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?**  
Pago un sueldo semanal a las personas que me ayudan con el cuidado del animal hasta el momento de faenamiento \$ 80 , su alimentación \$ 5 diario, además el cuidado de los animales en los corrales ya sea por alimentación, medicinas si es que se llegaran a enfermar \$ 5 por animal, para faenar el animal se debe pagar la CISA \$ 17,50 c/ u; máquina frigorífica \$ 240, máquina para los cortes \$ 200, por pérdidas de carne ya sea por mal estado robo en los camales se pierde \$ 1,60 por libra.  
\_\_\_\_\_
5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**  
A los expendedores, tercenistas  
\_\_\_\_\_
6. **¿A qué precios vende?**  
La libra de carne a \$ 1,56- \$ 1,60  
\_\_\_\_\_
7. **¿Qué costos de transporte tiene?**  
Ninguno porque por lo general llevan la carne a los camales,  
\_\_\_\_\_
8. **¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**  
MAGAP, Agrocalidad  
\_\_\_\_\_



## ENTREVISTA 15

**Fecha:** 20 de Diciembre 2013

**Nombre:** Alvaro Macías

**Función:** Tercenista

**Zona:** Daule

1. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**  
Por la sequía, tiene poca carne bovina para vender  
\_\_\_\_\_
2. **¿A quién le compra ganado bovino?**  
A los introductores  
\_\_\_\_\_
3. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**  
No  
\_\_\_\_\_
4. **¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?**  
Alimentación diaria \$ 4; local para comercializar la carne \$ 100 mensual, pérdida por carne en mal estado \$ 3 por libra de carne y otros gastos extras que se presentan en el momento de comercialización  
\_\_\_\_\_
5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**  
Al consumidor final  
\_\_\_\_\_
6. **¿A qué precios vende?**

Hueso (carnudo) a	1.00
Hueso blanco a	0.50
Costilla a	2.00
Carne pura a (pulpa, pajarilla, atravesado, salón, lomo de asado)	3.00
Carne de segunda calidad (gallinazo)	2.00
7. **¿Qué costos de transporte tiene?**

3.00 para transportarse al canchón  
1.00 al que pesa y sacada al furgón  
3.00 para poner en el furgón  
1.00 para que la lleve a la tercena  
2.00 regresar a su casa
8. **¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**  
MAGAP, Agrocalidad  
\_\_\_\_\_

## ENTREVISTA 16

**Fecha:** 21 de Diciembre 2013

**Nombre:** Dennis Campos Sánchez

**Función:** Tercenista

**Zona:** Balzar

**1. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**

Poca carne bovina para vender, baja de ingresos

---

**2. ¿A quién le compra ganado bovino?**

A los introductores

---

**3. ¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**

No

---

**4. ¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?**

Alimentación diaria \$ 5; local para comercializar la carne \$ 120 mensual, pérdida por carne en mal estado \$ 2,50 a \$ 3 por libra de carne y otros gastos extras que se presentan en el momento de comercialización como por ejemplo fundas para vender la carne \$ 5.

**5. ¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**

Al consumidor final

---

**6. ¿A qué precios vende?**

**1 brazo se compone de:**

Pecho de manzana limpio	\$ 1.30
Pecho para filetear	\$ 2.00
Codillo= pulpa brazo	\$ 2.10
Carne dura:	\$ 1.30
Carne – producción embutido:	\$ 0.90 (lagartillo, dura)

**1 pierna:**

Pulpa: prieta, blanca, pajarilla, salón, pulpa ciega	\$ 2.40
Filo:	\$ 3.20
Asado:	\$ 2.40
Costilla:	\$ 1.15

**7. ¿Qué costos de transporte tiene?**

3.00 para transportarse al canchón  
1.00 al que pesa y sacada al furgón  
2.00 regresar a su casa

**8. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**

MAGAP, Agrocalida

## **5.8. Análisis de resultados**

Con las entrevistas realizadas se pudo identificar cuáles son los principales problemas de los ganaderos especialmente de los PMP, en lo que se refiere al poder de mercado, dieron a conocer que existe mayor poder de mercado por parte de los grandes ganaderos, además de barreras de entrada como lo son el conocimiento y de capital que dificulta el acceso al mercado, también menciona que existe desunión entre productores es decir que no llegan a un acuerdo para poder comercializar el ganado en conjunto y de esa manera evitar los altos costos y tener economía en escala.

Además se identificó que existe un problema en la medición del peso, primero los PMP no cuentan con las herramientas adecuadas para realizar un pesaje exacto, ellos lo realizan a través del cálculo visual del animal, lo cual es muy riesgoso, porque calcular mal el peso del animal puede provocar grandes pérdidas y bajo rendimiento en los camales, además existe desigualdad en el conocimientos de precios es decir, los mayoristas y los ganaderos al momento de vender establecen diferentes precios ya que no existe precios regulados para todo el mercado de carne bovina.

Otro dificultad que se pudo evidenciar es la falta de un sistema de información adecuada, que permita a los PMP, estar actualizados con las novedades en el mercado ya sea de precios, tendencias, principales comerciantes etc., Los PMP manifestaron su interés por un sistema de información de precios que ayuda a mejorar el comercio del ganado.

Los PMP, tienen pocas alternativas para vender el producto, esto se refiere con mayor peso a los productores que optan por vender en las ferias, los comerciantes rebajan mucho el precio ofrecido por ellos, y muchas veces dejan esperando a los productores todo el día y no compran nada hasta que acepten el precio planteado, los productores no tienen más remedio que vender para no volver a casa con el ganado, lo cual representaría mayor costo, lo cual también es riesgoso ya que el ganado se puede lastimar o perder en la transportación. Los PMP, no utilizan economía de escala en la transportación, es decir no ahorran costos de transporte aumentándose el número de animales por viaje.

Finalmente no existe una infraestructura vial adecuada para el comercio de la carne, lo cual resulta ser un costo adicional para los productores, manifestaron que si hay una mejora, sería muy beneficioso para ambas partes productor- comerciantes, también se les pregunto si conocen a las instituciones que regulan, controlan, apoyan la actividad ganadera y respondieron que el MAGAP, AGROCALIDAD, son la más conocidas, pero manifestaron su necesidad que estas instituciones regulen el precio para tener un comercio justo.

## 6. CONCLUSIONES

El Objetivo de este estudio fue conocer a través de un árbol de problemas los diferentes inconvenientes que tiene los PMP en la cadena de intermediación de carne bovina en la Provincia del Guayas. Para conseguir ese objetivo identificamos los problemas de los ganaderos

Existe un bajo poder de negociación de los pequeños y medianos productores, resultado del bajo grado de información sobre peso, rendimiento en el camal de los animales y precios, así como de las pequeñas e irregulares cantidades vendidas. El poder de negociación de los PMP es limitado por el número de comerciantes, por relaciones de dependencia resultantes de la otorgación de créditos o de formas sociales como el compadrazgo. Un problema de mucha importancia es la menor capacidad de los productores con respecto a los comerciantes de estimar el peso al ojo de los animales (estimación asimétrica de peso).

Informaciones sobre precios son obtenidas de diferentes fuentes, entre las cuales la fuente principal para los productores son los mismos comerciantes, dicha información muchas veces no es real y provoca una variación negativa en sus ingresos por ventas. Los ganaderos expresaron que en algunas ocasiones no tienen acceso a la información lo cual no les permite fijar los precios como es debido, como solución fijan los precios de acuerdo al peso del animal, pero como se menciona en la sección anterior los ganaderos no tienen experiencia en la medición del animal "al ojo". Los comerciantes sacan ventaja de ello.

El sistema de comercialización se ha adaptado al riesgo resultante del precio y del peso por medio del papel importante que juega dentro de las transacciones el prestigio y la confianza de los comerciantes.

Las capacidades de transporte no utilizadas aumentan los costos de transporte entre la finca y los puntos de venta. La capacidad de la mitad de los camiones es utilizada en promedio solo en un 50%. Por medio de efectos escala se podrían disminuir en este sentido los costos de transporte. Se deben tomar en cuenta sin embargo los costos de organización si dos o más productores deciden transportar en conjunto

El sistema de vías en Daule en comparación con Balzar está poco desarrollado. Las vías que pueden ser transitados con camión son contadas; la mayoría solo son transitables a pie o a caballo hasta llegar a los lugares de mercadeo.

La infraestructura técnica de las ferias locales es deficiente. Ello pone en peligro la seguridad de las personas y de los animales y disminuye la capacidad de desempeño económico de estos lugares. En los mismos lugares por lo general no existen servicios de apoyo a la comercialización y a la producción por parte del gobierno local.

## 7. RECOMENDACIONES

Una vez analizado los problemas en la cadena de intermediación que afectan a los PMP, se puede emitir posibles soluciones para mejorar la situación actual. De acuerdo a los problemas expresado:

A través de la introducción de básculas en lugares centrales y de la capacitación de los productores en métodos simplificados de estimación de peso de los animales se podrá disminuir la desigualdad que tienen los productores en la capacidad de determinación del peso y así aumentar su poder en la negociación y disminuir su riesgo en la comercialización, también se sugiere la introducción de una medida objetiva de determinación de las variables peso, de esa manera recuperará la variable precio considerablemente sus funciones de reguladora de la oferta , de la demanda y de instrumento de planificación.

Se recomienda un mejor desarrollo del sistema nacional de información de precios. La elaboración de un esquema para el juzgamiento de ganado, será una solución efectiva que facilitará a los productores y comerciantes la determinación aproximada del peso de sus animales. Para esto se debería buscar el apoyo de las instituciones del gobierno cuyos objetivos es mejorar el sector agropecuario. El esquema de juzgamiento debería ser en forma de una lista de chequeo, que ayude a todos los ganaderos a estudiar en forma efectiva su animal y concentrarse en las partes que tienen una relación muy alta con el peso y el rendimiento en el camal.

La recopilación, procesamiento y difusión del desarrollo de los precios de la carne y ganado en pie a través de boletines mensuales en los puntos de comercialización más importantes de la zona, contribuirá al desarrollo de una información transparente para los agentes de la cadena de comercialización.

Una de las posibles soluciones que el Gobierno puede implementar contra la desinformación es un sistema de información de precios, a través de un análisis del desarrollo de los precios (Movimiento Cíclico, estacional y errático y tendencias a largo plazo) para la formulación de políticas de precios y

difusión de los resultados, recopilados en una base de datos general, los que pueden ser aprovechados y explotados por los sistemas de información de un negocio, puede facilitar el acceso a una variedad de opciones estadísticas y de información con el objetivo de conocer la situación del mercado, precios, principales productores, intermediarios, porcentaje de consumidores de carne, precios de transporte. Dicha información es luego publicada en un sitio Web. Al combinar la información se generará una alta eficiencia en la comercialización de carne bovina, de tal forma que el sector agropecuario podrá responder de forma eficaz y efectiva a las demandas y requerimientos del mercado. El objetivo principal es proporcionar información básica, oportuna, veraz y confiable a los productores y comerciantes de ganado bovino y a los consumidores de carne. El beneficiario principal debe ser el productor, el cuál con más información sobre el comportamiento del mercado incrementará su poder de negociación.

**Tabla 15: Reacciones de ganaderos respecto a un sistema de información de precios**

Ganaderos	Cantones	n=	Interés en recibir información sobre precios	
			si	No
Ganaderos Pequeños	Daule	2	2	0
	Balzar	2	2	0
	<b>Total</b>	4	4	0
Ganaderos medianos	Daule	2	2	0
	Balzar	2	2	0
	<b>Total</b>	4	4	0
Ganaderos grandes	Daule	1	1	0
	Balzar	1	1	0
	<b>Total</b>	2	2	0

Fuente: Encuesta  
Elaborado: Autora

La tabla 16 muestra el número de PMP, interesados en obtener un sistema de información de precios, el 100% de los ganaderos entrevistados confirman que si desean el sistema en mención, lo cual ayuda a estabilizar el poder de negociación y estabilidad económica,



A continuación se presentan las ventajas de un mejoramiento del servicio de información

- Pequeños y medianos ganaderos tendrían un mejor y fácil acceso a información sobre precios de carne y ganado en pie de diferentes mercados. Junto con un mejor conocimiento sobre el peso de sus animales ellos incrementarían su poder de negociación.
- Pequeños y medianos productores tendrían con esta información un mayor margen para decidir donde vender sus animales con mayor utilidad.
- Pequeños y medianos productores recibirían información sobre precios relevantes en su propia zona.
- Información sobre precios y conocimientos sobre el peso de sus animales disminuirían la inseguridad de los pequeños y medianos productores de vender en las ferias.
- Conocimientos sobre el desarrollo de los precios permitirían los pequeños y medianos productores determinar el momento óptimo de venta.

Pero debe tenerse en cuenta, que es difícil organizar y mantener un servicio de información de un alto grado de exactitud y confiabilidad. Se requiere paciencia y perseverancia (porque la organización toma muchos años), personal altamente calificado por supuesto los necesarios recursos financieros.

Se recomienda el fomento de Asociaciones que representen los intereses de los PMP. A través de ello se podrá aumentar el poder de mercado de los pequeños y medianos productores y aprovechar rendimientos de escala en el transporte de los animales. En el largo plazo y en el caso de que comercialicen un gran número de animales podrían desarrollar estas agrupaciones una contrafuerza al poder de los comerciantes. Esta posibilidad requiere de costos de organización que por lo general son muy elevados.

El mejoramiento de la infraestructura de las vías para un comercio más rentable, sería una solución óptima para mejora en la comercialización, en el caso que se considere que el mejoramiento de la infraestructura es justificado

este puede ser financiado por medio de recursos propios por ejemplo a través de tasas.

Tras la insistencia de parte de los ganaderos por precio justo, el Gobierno ofreció el establecimiento de un precio indexado al valor pagado por el consumidor, publicado el 18 de febrero 2014, en el diario "El Universo". El acuerdo Ministerial está listo y se encuentra en análisis de los ganaderos. Para el cálculo del precio de la libra de carne en pie, el MAGAP fijó una tabla con las condiciones y el porcentaje que recibirán los productores con respecto al precio de la carne al consumidor. Ese porcentaje va del 28% al 32% según la edad del animal.

**Tabla 16: Tabla para el cálculo del precio**

CATEGORIA	EDAD	RAZÓN DE INDEXACIÓN
TERNERO	hasta 9 meses	32%
NOVILLO	12-18 meses	32%
TORETE	18-30 meses	32%
TORO JOVEN	12-30 meses	30%
VAQUILLA	12-30 meses	30%
TORO DESCARTE	30-72 meses	28%
VACA DESCARTE	30-72 meses	28%

Fuente: Diario "El Universo"

La tabla 17 muestra el porcentaje que recibirán los productores con respecto al precio de la libra de carne al consumidor. En las categorías, el animal debe cumplir con ciertas especificaciones. Se tendría 0,70 ctvs. por cada libra en pie de una vaca de descarte de 30 a 72 meses, que equivale al 28% del precio final, de \$ 2.50 en las tercenas.

Mediante Acuerdo Ministerial # 041 del 15 de Marzo del 2012 expedido por el Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, resuelve expedir el reglamento del Sistema de Identificación y trazabilidad en el Ecuador (SITA), MAGAP, a través de la Unidad Administrativa funcional de la Subsecretaría de Fomento Ganadero, encargada del levantamiento de la línea base, y la identificación animal, junto con la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro- AGROCALIDAD, han implementado el

Sistema de Identificación y Trazabilidad Animal (SITA), cuyo objetivo es implementar la identificación y trazabilidad del ganado para asegurar la sanidad animal, la vigilancia epidemiológica, la creación de programas nacionales de productividad ganadera acorde a las condiciones productivas del país. La meta es ayudar a mejorar la buena calidad en la alimentación de las personas y mejorar los ingresos de los productores.

Control abigeato y contrabando: que todo animal registrado en la base de datos oficial con su código, y el SITA es una herramienta que puede permitir la identificación de animales Bovinos que han sido robados y ayuda a controlar todas sus posibles consecuencias.

El sistema cuenta con dos etapas, identificación del animal y trazabilidad, la identificación del ganado bovino será obligatoria para todos quienes se dediquen a esta actividad ganadera. La información a recolectarse es toda la relativa al origen, identificación y eventos hasta la vida y muerte del animal. La identificación animal inicia con la aplicación del dispositivo de identificación y el Registro Único Animal (RUA). Finaliza con el registro de dicho código en la Central Nacional de Información Pecuaria.

Y la trazabilidad es un proceso mediante el cual se recopila información del histórico del manejo desde el nacimiento hasta la muerte del animal; permitiendo así obtener un producto de calidad, trazado e inocuo. Es una forma de conocer el origen, movimiento, salud y nutrición de cada animal para ayudar con la sanidad de los bovinos y proteger la salud de las personas que consumen la carne y leche. Es un proceso de registro voluntario para el ganadero.

Los beneficios para los diferentes actores del sistema de identificación son:

- Catastro ganadero: Actualización del número de animales y predios ganaderos en el Ecuador.
- Control Sanitario: para efectuar controles sanitarios focalizados en las zonas de mayor riesgo epidemiológico.

- Movilización del ganado: para registrar su transporte a cualquier parte del país, ya sea para ferias, para la comercialización; o para el faenamiento.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Bascal. F. ( 2002). Consumidor, clientela, y distribución para la economía del futuro. Madrid. ESIC editorial.
- Bourgeois. R, Herrera,D. (1996). Cadena y diálogo para la acción. Enfoque participativo para el desarrollo de la competitividad de los sistemas agroalimentarios. Recuperado de: <http://books.google.com.ec/books?id=YT4sT96e424C&pg=PA26&dq=Malassiss+1992&hl=es&sa=X&ei=JfuwUo73AqSvsQSqpoGACw&ved=0CEwQ6AEwBg#v=onepage&q=Malassiss%201992&f=false>
- Bustamante. W (2001). Apuntes de mercadotecnia para la microempresa rural. Santiago de Chile. Ograma s.a
- Caldentey.A, y De Haro. T (2004) . Comercialización de productos agrarios. Madrid. Agrícola española
- Díez.E, Días.I, 2008. Gestión de precios. Madrid ESIC Editorial.
- Domínguez. 2011. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, Pesca. Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua ( ESPAC). Recuperado de:<http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/resultados-provinciales/category/20-guayas>.
- Espinosa. O, López. D, García. B, Gómez. G , Velásquez. P, Riera. H, (2002). Márgenes de comercialización de la leche cruda producida en sistema familiar. Revista Científica. XII-Suplementario (2) : 650-654
- Ferrel.O, Hartline.M, ( 2011). Estrategias de Marketing. México. Cengage Learning editores s.a.
- Fischer.L, Espejo, J. 2004. Mercadotecnia. Tercera edición. McGraw-Hill Interamericana. México, D.F.540 p.
- Gobierno autónomo descentralizado provincial del Guayas.2013. Plan de desarrollo de la provincia del Guayas. Recuperado de: <http://www.guayas.gob.ec/dmdocuments/ley-de-transparencia/literal-k/Plan-de-Desarrollo-2013.pdf>
- Graue.A, 2006. Microeconomía. Enfoque de negocios. México. Pearson Education.
- Godas.L, 2006. La distribución: Instrumentos para el diseño de estrategias de marketing en la oficina de farmacia. OFFARM.. 25( 10) : 116- 120
- Hoyos. B. (2008).Marketing: Más de 100 años de historia. Génesis y evaluación de un concepto. Revista de Asomercados: 1-12
- Iturrioz. M, Iglesias.H (2006). Los márgenes de comercialización en la cadena de la carne bovina de la provincia de La Pampa .Cuadernos del CEAgro. 8:51-56

- Kotler. P, Armstrong .G (2001). Marketing. México. Pearson Education.
- Ley de Mataderos (1964). La H. Junta Militar del Gobierno. Ecuador
- Nicholson. W, 2007. Teoría Microeconómica. Principios básicos y aplicaciones. México. Cengage Learning Editores s.a
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, Pesca. 2013. Informe por cadena para la inclusión de productos en la matriz productiva. Subsecretaría de Ganadería. Boletín N° 1. Ecuador
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, Pesca. 2012. Acuerdo Ministerial N ° 041 .Sistema de Identificación y Trazabilidad animal ( SITA) . Ecuador
- Míreles. C, Durán. A, ( 2002). Canales de distribución. España. Paidós Ibérica
- Moreno.G, 2000.Introducción a la metodología de la investigación educativa. Volumen 2. Guadalajara. Editorial Progreso s.a
- Müller.H, Vinueza.R, Antezana.I, Brechelt.A, Ceballos.J,Kleefisch.R, Kress.A, Stuckenberg.M,(1990). El sistema de comercialización de ganado bovino en tres cantones del Ecuador: Análisis y Recomendaciones.Berlín. F.u.T Müllerbader GmbH.
- Páramo. M (2002). Ingeniería de mercados. Una aproximación al marketing de hoy. Revista Colombiana de Marketing. 3(5): 63-91
- “Precio de res en pie se fijará según edad; 15 de febrero 2014 pero valor no agrega a todos”;Producción, Diario El Universo.
- Rey. F, 2003. Técnicas de resolución de problemas. Madrid. Fundación Confimetal.
- Rodriguez.J ( 2011). Ganadería y empresarios ganaderos de la Araucanía, 1900-1960. Revista científica Scielo, julio-diciembre, pag 2-3, Recuperado de : [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-71942011000200004](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-71942011000200004)
- Sapag, 200. Preparación y evaluación de proyectos. Chile. Salesianos s.a
- Sulser. R, Pedroza. José, 2004. Exportación efectiva. Reglas básicas para el pequeño y mediano exportador. México. ISEF
- Sherpherd. A,( 2001) . La Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Servicios de información y mercados. Teoría y práctica. Recuperado de <http://books.google.com.ec/books?id=rOygn7pnJtEC&pg=PA9&dq=teoria+del+acceso+a+la+informacion&hl=en&sa=X&ei=H8rlUoioOZTRsASo-IDwBA&ved=0CC4Q6AEwAQ#v=onepage&q=teoria%20del%20acceso%20a%20la%20informacion&f=false>

## 9. GLOSARIO

**PMP:** pequeños y medianos productores

**TERNERO(A):** Cría de la vaca durante el periodo de lactancia

**NOVILLO:** Es el bovino macho de 12 a 18 meses de edad, castrado en los primeros meses de su vida, antes de desarrollar los caracteres sexuales secundarios.

**TORETE:** Cría macho de más de un año y medio a dos años y medio, cuya finalidad será la reproducción, pero sin haber iniciado su labor de fecundar.

**TORO JOVEN:** Animal entero apto para la reproducción

**VAQUILLA:** Cría bovino mayor de un año y que no ha parido, puede estar cargada o en capacidad de ser fecundada.

**TORO DE DESCARTE:** Animal entero con problemas reproductivos o vejez destinada al faenamiento

**VACA DE DESCARTE:** Animal con al menos un parto, con problemas reproductivo o vejez destinado al faenamiento

**UPA:** Unidad de producción agropecuaria

**PPA:** Personas productoras agropecuarias.

**SEAN:** Sistema Estadística Agropecuario Nacional

**MERCADO:** Es un lugar conformado por compradores y vendedores del producto o servicio para realizar compra o venta de un producto o servicio, en el mercado se reflejan los intereses, deseos o necesidades. (Sapag,2000)

**DEMANDA:** La demanda muestra la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios (Graue, 2006, pág. 46)

**PRECIO:** El precio se conoce como la cantidad de dinero que las personas deben dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio (Diéz, Días, 2008)

**ECONOMIA DE ESCALA :**Se define como la disminución de los costos, conforme se incrementa el tamaño de una instalación y los niveles de utilización de inputs( Graue, 2006)

**CADENA DE INTERMEDIACIÓN:** Diferentes eslabones que intervienen en un proceso económico, se inicia con la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. (Hoyos, 2008)

**PRODUCTOS SUSTITUTOS:** Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad (Graue, 2006)



## 10. ANEXOS

### Anexo1 Formato de entrevista



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**(Entrevista para los PMP de ganado bovino)**

Fecha:

Nombre:

Función:

Zona:

1. ¿Con que fin vende los animales? ( Propósito: cría, engorde, doble propósito, lechería)

---

2. ¿Cuánto ganado bovino tiene en total?

---

3. ¿Qué costo debe incurrir en la producción de ganado bovino?

---

4. ¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?

---

5. ¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)

---

6. ¿A qué precios vende?

---

7. ¿Cuántos animales vende en promedio?

\_\_\_\_\_

8. ¿Por qué le vende a esas personas?

- |            |                          |                   |                          |
|------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Amigos:    | <input type="checkbox"/> | Paga al contado:  | <input type="checkbox"/> |
| Parientes: | <input type="checkbox"/> | Presta servicios: | <input type="checkbox"/> |
| Costumbre: | <input type="checkbox"/> | Compadre          | <input type="checkbox"/> |
| Paga bien: | <input type="checkbox"/> | Otros:            | <input type="checkbox"/> |
| Confianza  | <input type="checkbox"/> |                   |                          |

9. ¿Cree usted que podría venderle a otros compradores aparte de los que ya mencionó anteriormente?

\_\_\_\_\_

10. ¿Dónde vende sus animales?

- |                   |                          |        |                          |
|-------------------|--------------------------|--------|--------------------------|
| Finca             | <input type="checkbox"/> | Ferias | <input type="checkbox"/> |
| Cerca de la finca | <input type="checkbox"/> | Otro   | <input type="checkbox"/> |
| Carretera         | <input type="checkbox"/> |        |                          |

11. ¿Porque vende en ese lugar?

\_\_\_\_\_

12. Al momento de pesar sus animales para la venta ¿Qué herramienta usa?

\_\_\_\_\_

13. ¿Quién fija el peso?

\_\_\_\_\_

14. Para su criterio ¿quién estima mejor el peso?

\_\_\_\_\_

15. ¿Usted hace el transporte hasta el lugar de venta?

SI  NO

(Si responde que no seguir con pregunta 8)

16. ¿Cómo realiza la transportación?

\_\_\_\_\_

17. ¿Qué costos de transporte tiene hasta el lugar de la venta?

\_\_\_\_\_

18. ¿Cuántos animales transporta al mismo tiempo?

\_\_\_\_\_

19. ¿Tiene problemas en la transportación?

\_\_\_\_\_

20. ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?

\_\_\_\_\_

21. ¿Alguna vez no pudo vender todos los animales en el punto de venta?

\_\_\_\_\_

22. ¿Qué hace si no puede negociar un precio de venta aceptable?

\_\_\_\_\_

23. ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?

(Si responde que no )

Porque: \_\_\_\_\_

(Si responde que sí, continúa)

24. ¿Para qué le sirve esta información?

25. ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?

\_\_\_\_\_

26. ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?

\_\_\_\_\_

27. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?

\_\_\_\_\_

28. ¿Está usted satisfecho con los servicios que presta la o las instituciones mencionadas en la pregunta anterior?

\_\_\_\_\_

29. ¿Se une usted con otros ganaderos para vender el ganado?

\_\_\_\_\_

30. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**(Entrevista para los mayoristas de ganado bovino)**

Fecha:

Nombre:

Función:

Zona:

1. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?  
\_\_\_\_\_
2. ¿A quién le compra ganado bovino?  
\_\_\_\_\_
3. ¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?  
\_\_\_\_\_
4. ¿Quién fija el peso?  
\_\_\_\_\_
5. Para su criterio quien estima mejor el peso?  
\_\_\_\_\_
6. ¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?  
\_\_\_\_\_
7. ¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)  
\_\_\_\_\_
8. ¿A qué precios vende?  
\_\_\_\_\_
9. ¿Cómo realiza la transportación?  
\_\_\_\_\_
10. ¿Qué costos de transporte tiene?  
\_\_\_\_\_
11. ¿Tiene problemas en la transportación?  
\_\_\_\_\_

**12.** ¿Alguna vez se murió o se lastimó un animal durante la transportación?

\_\_\_\_\_

**13.** ¿Tiene usted información de precios sobre los animales al momento de vender?

\_\_\_\_\_

(Si responde que no)

Porque: \_\_\_\_\_

(Si responde que no, continúa a la pregunta 16)

**14.** ¿Para qué le sirve esta información?

\_\_\_\_\_

**15.** ¿De qué lugar o de quienes usted obtiene esta información?

\_\_\_\_\_

**16.** ¿Estaría usted interesado en recibir información sobre precios?

\_\_\_\_\_

**17.** ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?

\_\_\_\_\_



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**(Entrevista para los introductores de ganado bovino)**

**Fecha:**

**Nombre:**

**Función:**

**Zona:**

1. **¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?**  
\_\_\_\_\_
2. **¿A quién le compra ganado bovino?**  
\_\_\_\_\_
3. **¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?**  
N  
\_\_\_\_\_
4. **¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?**  
\_\_\_\_\_
5. **¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)**  
\_\_\_\_\_
6. **¿A qué precios vende?**  
\_\_\_\_\_
7. **¿Qué costos de transporte tiene?**  
\_\_\_\_\_
8. **¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?**  
\_\_\_\_\_



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

(Entrevista para los expendedores de carne bovina)

Fecha:

Nombre:

Función:

Zona:

1. ¿Qué problema ve usted en la venta de sus animales?  
\_\_\_\_\_
2. ¿A quién le compra ganado bovino?  
\_\_\_\_\_
3. ¿Frecuentemente pide préstamos o créditos para su negocio?  
\_\_\_\_\_
4. ¿Qué costos debe incurrir en la comercialización de ganado?  
\_\_\_\_\_
5. ¿A quién vende sus animales? ( Identificación de la cadena de intermediación)  
\_\_\_\_\_
6. ¿A qué precios vende?  
\_\_\_\_\_
7. ¿Qué costos de transporte tiene?  
\_\_\_\_\_
8. ¿Conoce usted las instituciones del gobierno que apoyan a la ganadería?  
\_\_\_\_\_

## Anexos 2

### Fotografías de campo



Vaca de descarte



Sr. José Ordoñez- Ganadero de la Hacienda el Destino





Ganado bovino



Vaona de descarte



Realizando investigación de campo



Potreros



Hacienda Dinastia- Balzar



Julio Garzón- Mayorista de Balzar



Alvaro Macías- Tercenista



Dennis Campos Sánchez- Tercenista