



**ESPE**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA DESDE LOS  
PROVEEDORES HACIA LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS EN LA  
PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN MEJÍA**

**AUTOR: ZURITA HERRERA LUIS ANTONIO**

**DIRECTOR: ING. MANTILLA, FARID, MBA/MsC**

**CODIRECTOR: ING. JARAMILLO, MARCO, MBA/MsC**

**SANGOLQUÍ**

**2015**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### CERTIFICADO

ING. MANTILLA, FARID

ING. JARAMILLO, MARCO

#### CERTIFICAN

Que la tesis ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA DESDE LOS PROVEEDORES HACIA LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN MEJÍA, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias por la ESPE, en el Reglamento de estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que si se recomienda su publicación ya que cumple con las normas estatutarias de la Universidad.

El mencionado trabajo consta de (un) documento empastado y (un disco) compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a Luis Antonio Zurita Herrera que lo entregue al Ing. Carlos Sierra, Director de la Carrera de Ingeniería Comercial modalidad presencial.

Sangolquí, 18 mayo de 2015.

---

Ing. Farid Mantilla MBA/MsC  
DIRECTOR

---

Ing. Marco Jaramillo MBA/MsC  
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Luis Antonio Zurita Herrera

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA DESDE LOS PROVEEDORES HACIA LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN MEJÍA, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan al pie de páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan a la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí, 18 mayo de 2015.



Luis Antonio Zurita Herrera

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## AUTORIZACIÓN

Yo, Luis Antonio Zurita Herrera

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación en la biblioteca virtual de la institución, el trabajo ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA DESDE LOS PROVEEDORES HACIA LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN MEJÍA, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 18 mayo de 2015.



Luis Antonio Zurita Herrera

## **DEDICATORIA**

Esta etapa de mi vida muy importante, se la dedico a una personita que llevo y llevaré en mi corazón por siempre aunque ya no esté entre nosotros, para usted abuelita Iraldita...

Luis Antonio Zurita Herrera

## AGRADECIMIENTO

Todo mi agradecimiento:

A Dios, por darme la dicha de encontrar a personas  
que me enseñaron y me apoyaron durante mi vida personal  
y profesional y me dejaron grandes lecciones de vida.

A mis padres y hermanos, por toda la dedicación y amor que me  
brindan y me enseñaron el significado de la generosidad,  
humildad y perseverancia

A mis amigos que han sabido demostrarme su amistad sincera

A ti mi amor, por tu apoyo incondicional ante todo y todos  
extendiéndome la mano en todo momento.

Luis Antonio Zurita Herrera

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
ANTECEDENTES.....	1
1.1. RESEÑA HISTÓRICA.....	1
1.1.1. GANADERÍA E INICIOS DE LA CADENA LECHERA EN EL ECUADOR... 1	1
1.1.2. INDUSTRIA LÁCTEA EN EL ECUADOR.....	1
1.2. GIRO DEL NEGOCIO.....	2
1.3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	3
1.3.1. PRINCIPIOS Y VALORES.....	3
1.3.2. MISIÓN.....	3
1.3.3. VISIÓN.....	3
1.3.4. OBJETIVOS.....	4
CAPÍTULO II.....	5
MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. TEORÍAS DE SOPORTE.....	5
2.1.1. ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	5
2.1.2. LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR.....	5
2.1.3. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR.....	6
2.1.3.1. FACTORES CULTURALES.....	6
2.1.3.2. FACTORES SOCIALES.....	6
2.1.3.3. FACTORES PERSONALES.....	6
2.1.3.4. FACTORES PSICOLÓGICOS.....	7
2.1.4. CLASES DE CONSUMIDORES.....	8
2.1.5. NECESIDADES DEL CONSUMIDOR.....	9
2.1.5.1. JERARQUÍA DE NECESIDADES DE MASLOW.....	9
2.1.6. LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA.....	10

2.1.6.1.	FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA..	12
2.1.6.2.	AGENTES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA .....	12
2.1.6.3.	CANALES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA.....	13
2.1.7.	LA PRODUCCIÓN EN LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS.....	14
2.1.7.1.	LA PRODUCCIÓN .....	14
2.1.7.2.	PROCESO PRODUCTIVO EN LA EMPRESA AGROALIMENTARIA.	14
2.1.8.	LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.....	15
2.1.8.1.	IMPORTANCIA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA INDUSTRIA LÁCTEA EN EL ECUADOR.....	15
2.2.	LA CADENA PRODUCTIVA.....	16
2.2.1.	LA CADENA LÁCTEA EN EL ECUADOR .....	16
2.2.2.	LA CADENA DE VALOR.....	18
CAPÍTULO III.....		20
DESCRIPCIÓN DEL SECTOR GANADERO, PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN LECHERA EN EL ECUADOR Y SU RELACIÓN A NIVEL MUNDIAL.....		20
3.1.	EL SECTOR GANADERO EN EL ECUADOR.....	20
3.1.1.	PARTICIPACIÓN DE CABEZAS DE GANADO POR SECTOR .....	21
3.2.	DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL GANADO LECHERO.....	21
3.2.1.	PARTICIPACIÓN ACTUAL DE VACAS ORDEÑADAS EN LAS REGIONES Y PROVINCIAS DEL ECUADOR .....	22
3.3.	COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN LECHERA EN EL MUNDO.....	24
3.3.1.	PRODUCCIÓN REGIONAL DE LECHE .....	26
3.3.2.	RANKING DE LOS PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE LECHE CRUDA EN EL MUNDO .....	27
3.4.	PANORAMA ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN LECHERA EN EL ECUADOR.....	28
3.4.1.	PRODUCCIÓN NACIONAL DE LECHE CRUDA POR REGIÓN.....	29



3.4.1.1. VACAS ORDEÑADAS Y PRODUCCIÓN DE LECHE EN LAS REGIONES DEL ECUADOR EN EL AÑO 2014 .....	30
3.4.2.    PRODUCCIÓN NACIONAL DE LECHE CRUDA POR PROVINCIA .....	31
CAPÍTULO IV .....	33
DESCRIPCIÓN DEL SECTOR GANADERO Y PRODUCCIÓN LECHERA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA Y CANTÓN MEJÍA .....	33
4.1.    DESCRIPCIÓN DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA .....	33
4.1.1.    PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN LAS ZONAS RURALES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA .....	33
4.1.1.1.    AGRICULTURA .....	33
4.1.1.2.    GANADERÍA.....	33
4.1.2.    PRODUCCIÓN LECHERA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.....	34
4.1.3.    PARTICIPACIÓN CANTONAL EN LA PRODUCCIÓN LECHERA Y VACAS ORDEÑADAS DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA .....	35
4.2.    DESCRIPCIÓN DEL CANTÓN MEJÍA .....	35
4.2.1.    PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y PRODUCTIVAS DEL CANTÓN MEJÍA .....	36
4.2.2.    PRODUCCIÓN LECHERA DEL CANTÓN MEJÍA .....	36
4.2.3.    PRINCIPALES ACTORES EN LA PRODUCCIÓN LECHERA DEL CANTÓN.....	36
CAPÍTULO V .....	38
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
5.1.    APLICACIÓN PIM .....	38
5.1.1.    PROBLEMA DE ESTUDIO .....	38
5.1.2.    NECESIDADES QUE ENFRENTA EL PROVEEDOR DE LECHE CRUDA DEL CANTÓN MEJÍA .....	39
5.1.3.    PROPÓSITO .....	39
5.1.4.    DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	40
5.1.4.1.    DIAGRAMA CAUSA-EFECTO (ISHIKAWA).....	41

5.1.5.	OBJETIVOS .....	42
5.1.5.1.	OBJETIVO GENERAL .....	42
5.1.5.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	42
5.1.6.	HIPÓTESIS.....	42
5.1.6.1.	HIPÓTESIS GENERAL .....	42
5.1.6.2.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS .....	43
5.1.7.	ÉTICA DEL INVESTIGADOR .....	43
5.1.8.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	43
5.2.	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN .....	44
5.2.1.	ENCUESTA.....	44
5.3.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	45
5.3.1.	FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS .....	45
5.3.2.	FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS .....	45
5.4.	MUESTREO ESTADÍSTICO .....	45
5.4.1.	ELEMENTOS Y UNIDADES MUESTRALES .....	45
5.4.2.	TAMAÑO DEL UNIVERSO .....	46
5.4.3.	TIPO DE MUESTREO.....	46
5.4.4.	MUESTRA .....	47
5.4.4.1.	PRUEBA PILOTO.....	47
5.4.4.2.	TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	48
5.4.4.3.	FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
5.4.5.	MATRIZ DE PLANTEAMIENTO DE CUESTIONARIO.....	49
5.4.6.	ENCUESTA PILOTO.....	51
5.4.7.	REGISTRO DE CAMBIOS.....	54
5.4.8.	CUESTIONARIO DEFINITIVO .....	56
5.4.9.	TRANSCRIPCIÓN DE DATOS .....	59
5.5.	ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
5.5.1.	ANÁLISIS UNIVARIADO.....	59

5.5.2.	ANÁLISIS BIVARIADO .....	86
5.5.2.1.	Análisis “CROSSTAB” .....	86
5.5.2.2.	Análisis “ANOVA” .....	90
5.5.2.3.	Análisis “CORRELACIÓN” .....	92
5.5.2.4.	Análisis “CHI CUADRADO” .....	94
5.5.3.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	97
CAPÍTULO VI.....		99
ANÁLISIS DE MERCADO .....		99
6.1.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	99
6.1.1.	SEGMENTACIÓN .....	99
6.1.2.	CLASES DE LA SEGMENTACIÓN.....	99
6.1.2.1.	SEGMENTACIÓN POR CONDUCTA .....	99
6.1.2.2.	SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA .....	99
6.1.2.3.	SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA .....	99
6.1.2.4.	SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA .....	99
6.1.3.	MÉTODOS PARA LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS .....	100
6.1.3.1.	MACROSEGMENTACIÓN.....	100
6.1.3.2.	MICROSEGMENTACIÓN .....	101
6.1.4.	DESCRIPCIÓN DE LOS PERFILES DE CADA SEGMENTO .....	102
6.1.5.	ELECCIÓN DEL MERCADO META.....	104
6.1.6.	POSICIONAMIENTO Y VENTAJA DIFERENCIAL .....	104
6.1.6.1.	POSICIONAMIENTO.....	104
6.1.6.2.	TIPOS DE POSICIONAMIENTO .....	104
6.1.6.3.	VENTAJA DIFERENCIAL.....	105
6.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA .....	105
6.2.1.	OFERTA .....	105
6.2.2.	DEMANDA .....	110

6.2.3.	ANÁLISIS DEL PRECIO PAGADO AL PRODUCTOR DE LECHE CRUDA EN PAÍSES DE LA REGIÓN .....	113
6.2.4.	ANÁLISIS DE RENTABILIDAD .....	115
6.2.5.	ANÁLISIS CUANTITATIVO DE CONSUMO .....	116
6.2.5.1.	CONSUMO DE LA LECHE CRUDA EN EL ECUADOR.....	116
6.2.5.2.	CONSUMO DE LA LECHE CRUDA EN LA INDUSTRIA LÁCTEA ECUATORIANA.....	117
6.2.5.3.	CONSUMO PROMEDIO DE LECHE Y DERIVADOS LÁCTEOS EN EL ECUADOR Y RELACIÓN CON SUS PAÍSES VECINOS .....	118
6.2.5.4.	ESTIMACIÓN DEL CONSUMO PROMEDIO PER CÁPITA DE LECHE Y DERIVADOS LÁCTEOS EN EL ECUADOR.....	120
CAPÍTULO VII.....		122
PROPUESTA PARA EL PROCESO.....		122
7.1.	DEFINICIÓN DE ACTIVIDAD Y PROCESO .....	122
7.1.1.	ACTIVIDAD .....	122
7.1.2.	PROCESO.....	122
7.2.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES Y PROCESOS RELACIONADOS .....	124
7.2.1.	ACTIVIDADES EN EL ORDEÑO DE LECHE CRUDA.....	124
7.2.2.	ACTIVIDADES EN LA “COMPRA DE LECHE A PRODUCTORES Y CENTROS DE ACOPIO” .....	126
7.2.3.	PROCESO “RECEPCIÓN DE LECHE CRUDA EN LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS”.....	127
7.2.4.	PROCESO “TOMA DE MUESTRAS Y ANÁLISIS DE CALIDAD DE LA LECHE CRUDA EN LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS”.....	129
7.3.	PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA EN EL CANTÓN MEJÍA DESDE LOS PROVEEDORES HACIA LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS.....	131
CAPÍTULO VIII .....		134
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		134
8.1.	CONCLUSIONES .....	134

8.2. RECOMENDACIONES.....	135
BIBLIOGRAFÍA.....	137
GLOSARIO.....	141
ANEXOS.....	145

## ÍNDICE TABLAS

<b>TABLA 1</b>	Fases y servicios de la comercialización de productos agrarios.....	11
<b>TABLA 2</b>	Balanza comercial de la leche y sus derivados año 2010-2014.....	16
<b>TABLA 3</b>	Producción industrial de leche y ventas año 2014.....	18
<b>TABLA 4</b>	Cadena de valor de la comercialización de leche en el Ecuador.....	19
<b>TABLA 5</b>	Vacas ordeñadas en el Ecuador año 2014.....	22
<b>TABLA 6</b>	Producción Nacional de leche cruda por provincias año 2014.....	31
<b>TABLA 7</b>	Producción de leche cruda en los cantones de la provincia de Pichincha año 2014.....	35
<b>TABLA 8</b>	Producción de leche cruda en el cantón Mejía año 2014.....	36
<b>TABLA 9</b>	Grupos de producción lechera en el cantón Mejía.....	37
<b>TABLA 10</b>	Tamaño de la población de estudio .....	46
<b>TABLA 11</b>	Ficha Técnica de la investigación.....	49
<b>TABLA 12</b>	Matriz del cuestionario.....	49
<b>TABLA 13</b>	Encuesta Piloto.....	52
<b>TABLA 14</b>	Encuesta Final.....	57
<b>TABLA 15</b>	Género.....	60
<b>TABLA 16</b>	Grado de Instrucción.....	62
<b>TABLA 17</b>	¿Cómo proveedor de leche, usted es?.....	63
<b>TABLA 18</b>	El ordeño que usted realiza es:.....	64
<b>TABLA 19</b>	¿Cómo proveedor de leche, cuenta con un laboratorio o centro de análisis para realizar muestras y asegurarse de la calidad de su producto?.....	66
<b>TABLA 20</b>	Sus ingresos mensuales son:.....	67

<b>TABLA 21</b>	¿Considera que su leche le compran a un precio justo?.....	68
<b>TABLA 22</b>	¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?.....	70
<b>TABLA 23</b>	¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?.....	71
<b>TABLA 24</b>	¿Tiene otra alternativa de ingresos?.....	72
<b>TABLA 25</b>	¿De qué forma distribuye su leche a la Industria Láctea?.....	74
<b>TABLA 26</b>	¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?.....	75
<b>TABLA 27</b>	¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?.....	77
<b>TABLA 28</b>	El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:.....	78
<b>TABLA 29</b>	¿Quién establece el precio de su leche?.....	79
<b>TABLA 30</b>	¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?.....	81
<b>TABLA 31</b>	¿Los precios que le paga la Industria Láctea por su leche son siempre los mismos?.....	82
<b>TABLA 32</b>	¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?.....	83
<b>TABLA 33</b>	¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?.....	85
<b>TABLA 34</b>	¿Cómo proveedor de leche, usted es?*¿Considera que su leche le compran a un precio justo?.....	87
<b>TABLA 35</b>	¿Quién establece el precio de su leche?*¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?.....	88
<b>TABLA 36</b>	¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? * ¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?.....	90
<b>TABLA 37</b>	¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche? * El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:.....	91

<b>TABLA 38</b>	¿Sus ingresos mensuales son? * ¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?.....	93
<b>TABLA 39</b>	¿Sus ingresos mensuales son? * ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?.....	94
<b>TABLA 40</b>	¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? * ¿Tiene otra alternativa de ingresos? * ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?.....	95
<b>TABLA 41</b>	¿Considera que su leche le compran a un precio justo? *¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche? * ¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?.....	96
<b>TABLA 42</b>	Descripción de los segmentos de mercado.....	102
<b>TABLA 43</b>	Oferta de leche cruda.....	109
<b>TABLA 44</b>	Capacidad instalada de procesamiento de las industrias lácteas del Ecuador.....	110
<b>TABLA 45</b>	Demanda de leche cruda.....	112
<b>TABLA 46</b>	Ingreso promedio mensual del proveedor de leche cruda.....	115
<b>TABLA 47</b>	Egreso promedio mensual del proveedor de leche cruda.....	115
<b>TABLA 48</b>	Estimación del consumo promedio per cápita anual de leche y derivados lácteos en el Ecuador año 2014.....	120
<b>TABLA 49</b>	Estrategia de precio.....	131
<b>TABLA 50</b>	Estrategia de transporte y distribución.....	132
<b>TABLA 51</b>	Estrategia de producto.....	133



## ÍNDICE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b>	Conducta del consumidor.....	6
<b>FIGURA 2</b>	Pirámide de necesidades de Maslow.....	9
<b>FIGURA 3</b>	Agentes de comercialización agroalimentaria.....	13
<b>FIGURA 4</b>	Sectores ganaderos del Ecuador.....	20
<b>FIGURA 5</b>	Participación de cabezas de ganado en el Ecuador años 2011-2013.....	21
<b>FIGURA 6</b>	Vacas ordeñadas en el Ecuador años 2005-2014.....	24
<b>FIGURA 7</b>	Producción de leche de vaca por regiones a nivel mundial año 2012.....	25
<b>FIGURA 8</b>	Datos sobre producción lechera en el mundo.....	26
<b>FIGURA 9</b>	Producción de leche cruda en América Latina y el Caribe año 2013.....	27
<b>FIGURA 10</b>	Ranking de los principales países productores de leche cruda en el mundo año 2013.....	28
<b>FIGURA 11</b>	Promedio anual de producción de leche cruda en el Ecuador años 2005 – 2014.....	29
<b>FIGURA 12</b>	Producción Nacional de leche cruda año 2014.....	29
<b>FIGURA 13</b>	Vacas ordeñadas y producción de leche cruda en las regiones del Ecuador año 2014.....	30
<b>FIGURA 14</b>	Litros de leche cruda producidos por provincia año 2014.....	34
<b>FIGURA 15</b>	Diagrama Causa-Efecto.....	41
<b>FIGURA 16</b>	Tipos de Investigación.....	44
<b>FIGURA 17</b>	Tipos de Muestreo.....	46
<b>FIGURA 18</b>	Estructura del análisis Univariado.....	60

<b>FIGURA 19</b>	Género.....	61
<b>FIGURA 20</b>	Grado de Instrucción.....	63
<b>FIGURA 21</b>	¿Cómo proveedor de leche, usted es?.....	63
<b>FIGURA 22</b>	El ordeño que usted realiza es:.....	65
<b>FIGURA 23</b>	¿Cómo proveedor de leche, cuenta con un laboratorio o centro de análisis para realizar muestras y asegurarse de la calidad de su producto?.....	66
<b>FIGURA 24</b>	Sus ingresos mensuales son:.....	67
<b>FIGURA 25</b>	¿Considera que su leche le compran a un precio justo?.....	69
<b>FIGURA 26</b>	¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?.....	70
<b>FIGURA 27</b>	¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?.....	72
<b>FIGURA 28</b>	¿Tiene otra alternativa de ingresos?.....	73
<b>FIGURA 29</b>	¿De qué forma distribuye su leche a la Industria Láctea?.....	74
<b>FIGURA 30</b>	¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?.....	76
<b>FIGURA 31</b>	¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?.....	77
<b>FIGURA 32</b>	El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:.....	78
<b>FIGURA 33</b>	¿Quién establece el precio de su leche?.....	80
<b>FIGURA 34</b>	¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?.....	81
<b>FIGURA 35</b>	¿Los precios que le paga la Industria Láctea por su leche son siempre los mismos?.....	82
<b>FIGURA 36</b>	¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?.....	83

<b>FIGURA 37</b>	¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?.....	85
<b>FIGURA 38</b>	Estructura del análisis Bivariado.....	86
<b>FIGURA 39</b>	¿Cómo proveedor de leche, usted es?*¿Considera que su leche le compran a un precio justo?.....	87
<b>FIGURA 40</b>	¿Quién establece el precio de su leche?*¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?.....	89
<b>FIGURA 41</b>	¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? * ¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?.....	90
<b>FIGURA 42</b>	¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche? * El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:.....	92
<b>FIGURA 43</b>	¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? * ¿Tiene otra alternativa de ingresos? * ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?.....	95
<b>FIGURA 44</b>	¿Considera que su leche le compran a un precio justo? * ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche? * ¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?.....	97
<b>FIGURA 45</b>	Matriz de Macrosegmentación.....	100
<b>FIGURA 46</b>	Transacciones en la cadena comercial de leche cruda.....	106
<b>FIGURA 47</b>	Curva de la Oferta.....	110
<b>FIGURA 48</b>	Curva de la Demanda.....	112
<b>FIGURA 49</b>	Precio pagado al productor de leche cruda en países de la región año 2014.....	114
<b>FIGURA 50</b>	Destino de la leche cruda en el Ecuador año 2014.....	117

<b>FIGURA 51</b>	Destino de la leche cruda en la industria láctea formal ecuatoriana año 2014.....	118
<b>FIGURA 52</b>	Consumo promedio anual de leche y derivados lácteos en Sudamérica año 2014.....	119
<b>FIGURA 53</b>	Definición del proceso.....	122
<b>FIGURA 54</b>	Ordeño Manual de leche cruda.....	124
<b>FIGURA 55</b>	Ordeño Mecánico de leche cruda.....	125
<b>FIGURA 56</b>	Compra de leche a productores y centros de acopio.....	126
<b>FIGURA 57</b>	Recepción de leche cruda en las industrias lácteas.....	127
<b>FIGURA 58</b>	Toma de muestras y análisis de calidad de la leche cruda en las industrias lácteas.....	129

## RESUMEN

A través de un estudio nacional y comparativo a nivel mundial se analizará la comercialización de leche cruda en el país, misma que comienza con la producción en finca y a partir de esta se identifican los distintos canales de distribución. Actualmente en el Ecuador la actividad ganadera ya no es exclusiva de los grandes terratenientes o latifundistas, también se ha convertido en la principal fuente de crecimiento laboral y económico de miles de productores y acopiadores. Es así, que la cadena de comercialización de leche cruda es muy amplia, ésta se estructura a partir de la relación entre productores, acopiadores y empresas industriales procesadoras. Para el presente proyecto, se ha escogido el estudio de dos panoramas dentro de la cadena de comercialización de leche cruda entre proveedores e industrias lácteas: el primero dado por el productor que realiza todas las actividades referentes al ordeño y comercializa el producto cruda con la industria láctea dependiendo del volumen que produzca, la distribución la realiza generalmente por medio de transportes especializados que la propia industria se encarga de recolectar. El segundo por el acopiador, que se encarga de recolectar cantidades menores de leche cruda de productores pequeños y almacenarlos en tanques de frío especializados y a su vez comercializar el producto con la industria láctea, mediante la misma forma de distribución que los productores. Durante la cadena de comercialización existen varias normas y leyes establecidas para comercializar leche cruda de calidad, que a su vez debe ser reconocida económicamente por las diferentes industrias lácteas según lo establece el MAGAP<sup>1</sup>. Dentro de estas relaciones comerciales, se incluye el pacto de precios por litro de leche cruda de acuerdo a la calidad de la misma y el transporte o distribución de este producto a las industrias lácteas. Mediante la investigación de mercados se conocerá cuáles son los factores que influyen directa e indirectamente en la comercialización de este producto, además de las necesidades que tienen los proveedores de leche cruda del cantón Mejía respecto al pago por litro de leche. Finalmente se realizará una propuesta de estrategias de negociación y la estructuración de actividades y procesos relacionados con la cadena comercial planteada.

### Palabras clave:

- **PROVEEDOR DE LECHE CRUDA**
- **INDUSTRIA LÁCTEA**
- **PRODUCCIÓN DE LECHE CRUDA**
- **COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA**
- **CALIDAD**

---

<sup>1</sup> Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

## ABSTRACT

Through a comparative study national and worldwide marketing of raw milk in the country, beginning with the same farm production and from this the various distribution channels are identified will be analyzed. Currently in Ecuador livestock farming is no longer exclusive to large landowners or landowners, has also become the main source of employment and economic growth of thousands of producers and middlemen. Thus, the marketing chain of raw milk is very wide, it is structured around the relationship between producers, intermediaries and processing industrial enterprises. For this project, we have chosen to study two scenarios within the marketing chain between suppliers of raw milk and dairy industries: one given by the producer who performs all activities related to milking and markets crude product industry dairy produce depending on the volume, the distribution is typically performed by specialized transport industry itself is responsible for collecting. The second by the gatherer, which is responsible for collecting smaller amounts of raw milk from small producers and cold storage in tanks and in their turn the product in the dairy market, using the same form of distribution that producers. During the marketing chain there are several rules and laws established to market raw milk quality, which in turn must be economically recognized by different dairies as established by MAGAP. Within these trade relations, the pact included price per liter of raw milk according to the quality of it and transport or distribution of this product to dairies. Through market research will be known what factors influence directly and indirectly in the marketing of this product in addition to the needs that suppliers of raw milk Canton Mejía regarding payment per liter of milk is. Finally a proposal for negotiation strategies and structuring activities and related processes raised retail chain will take place.

### **Keywords:**

- **SUPPLIER OF RAW MILK**
- **DAIRY INDUSTRY**
- **RAW MILK PRODUCTION**
- **RAW MILK MARKETING**
- **QUALITY**

## CAPÍTULO I

### ANTECEDENTES

#### 1.1. RESEÑA HISTÓRICA

##### 1.1.1. GANADERÍA E INICIOS DE LA CADENA LECHERA EN EL ECUADOR

*La ganadería lechera en Ecuador se remonta a la conquista del Reino de Quito en los años 1533-1534 con la introducción de las primeras vacas por parte de Alonso de Hernández, compañero de Sebastián de Benalcázar, fundador de la ciudad de Quito.*

*Datos del año 1659 certifican la producción de quesos en las propiedades agrícolas de los Jesuitas. Cuando por motivos políticos éstos abandonaron el territorio, sus industrias pasaron a manos de los civiles que en ese entonces ocupaban el poder.*

*Hubo un hecho que impactó en el desarrollo de la cadena lechera, esto fue la llegada del ferrocarril en 1908 el cual recorre toda la Región Sierra desde Quito hasta la Región Costa, terminando su recorrido en Durán frente al puerto de Guayaquil. A partir de este hecho se comienzan a producir los cambios más significativos en la producción pecuaria lechera, debido a la proximidad de los mercados dada por el ferrocarril que atravesaba la zona y las crecientes ganancias que se venían produciendo por los envíos cada vez mayores de mantequilla, queso y ganado en pie hacia la Región Costa. Esto generó un impacto positivo en la aptitud de los productores en inversiones en acequias de agua que permitieron ampliar la producción a partir de pasturas artificiales.*

*De esta forma es como el sistema lechero se asentó y expandió en toda la serranía y también los productos lácteos andinos se empezaron a comercializar en la Región Costa. (De la Calle J. J., 2013)*

##### 1.1.2. INDUSTRIA LÁCTEA EN EL ECUADOR

*La conquista española, trajo consigo el consumo de la leche y sus derivados en el Ecuador, en sus comienzos el consumo principal de productos lácteos se daba a nivel urbano, con productos como queso fresco o maduro, debido a la dificultad de mantener la leche cruda en buenas condiciones durante su transporte, distribución y venta.*

*El procesamiento industrial de la leche permite que este valioso alimento y sus derivados se vuelvan seguros para el consumo humano. Logra además preservar su valor nutricional durante un período prolongado de tiempo, haciendo posible que un mayor número de personas lo puedan consumir. Pero también brinda el acceso a una importante fuente de calcio para la población de todos los grupos de edad y nivel económico.*

*El consumo de leche líquida en las ciudades empieza a desarrollarse con el inicio del año 1900 y su pasteurización comienza en la ciudad de Quito a partir del año 1938. El nacimiento de la Industria Láctea Ecuatoriana como actor directo de la cadena productiva de la leche, constituye un importante eslabón y el motor que ha desarrollado*

*una actividad que dinamiza el comercio. En la actualidad es una fuente generadora de empleos directos e indirectos, para un importante grupo de familias en el país.*

*En este sentido y con perfecto conocimiento de su rol, la Industria Láctea formal del Ecuador representada por el CIL<sup>2</sup>, mantiene un compromiso de mejora continua, orientado hacia la calidad del producto, la satisfacción del consumidor, la ética y transparencia en los negocios, la responsabilidad social y la preocupación activa por el medio ambiente.*

*El 29 de diciembre del 2003, un grupo de empresarios representantes de importantes empresas, entre ellas: Reybanpac C.A (Rey leche), Floralp S.A., Nestlé/Ecuajugos S.A., Industrias Lácteas Toni S.A., Alpina productos alimenticios S.A., decidieron constituir legalmente el Centro de la Industria Láctea, con el objetivo de representar a las Industrias Lácteas del Ecuador comprometidas con la calidad de sus productos, con valores establecidos y el cumplimiento de altos estándares de responsabilidad social y ambiental.*

*El Centro de la Industria Láctea en su labor ha entablado relaciones con el sector ganadero en búsqueda de acercamientos de sus necesidades y lograr acuerdos en un trabajo conjunto para soluciones comunes que beneficien el sector. En el 2006 creó su “comisión técnica” como un comité de apoyo, cuyos objetivos principales incluyen el mejoramiento de la calidad y la actualización de la normatividad técnica de los productos lácteos en nuestro país, llevando a cabo cursos de capacitación en los que ha existido la participación de personal de las empresas asociadas al CIL, de otras empresas interesadas y personas particulares.*

*Para el año 2007 el Centro de la Industria Láctea se vincula al Consejo Consultivo de la Leche, instancia coordinada por el MAGAP<sup>3</sup>, además contribuye en el desarrollo de alternativas para la nutrición de estratos económicos menos favorecidos.*

*Entre otros aspectos importantes en pro del desarrollo del sector lechero se están encaminando proyectos para mejorar las condiciones ambientales de preservación de los recursos naturales capacitando a los propietarios de tierras en donde se lleva a cabo la ganadería, con el objetivo de transformarla en una actividad sostenible a largo plazo. (Centro de la Industria Láctea, 2005)*

## **1.2. GIRO DEL NEGOCIO**

Producir y comercializar leche cruda cumpliendo las normas de calidad e inocuidad establecidas por la ley y que aseguren la salud de los consumidores.

Los productores o ganaderos tienen como principal actividad, producir leche cruda a través de pequeñas, medianas o grandes granjas aplicando buenas prácticas de ordeño que resuelva las necesidades alimentarias de los consumidores, entregarla a los diferentes centros de acopio aledaños en caso de ser productores pequeños, y a su vez estos, almacenarla y enfriarla en tanques de acero inoxidable a una temperatura óptima para que no se acidifique el producto ni aumente la carga

---

<sup>2</sup> Centro de la Industria Láctea.

<sup>3</sup> Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).



microbiana, por último los productores medianos y grandes además de los centros de acopio distribuirán y comercializarán el producto a plantas o industrias lácteas para su posterior tratamiento agroindustrial, empresas que deberán pagar por cada litro comprado de acuerdo a lo establecido por el MAGAP.

### **1.3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

Los componentes básicos del direccionamiento estratégico para el desarrollo de este trabajo de investigación son: principios y valores, misión, visión, objetivos.

#### **1.3.1. PRINCIPIOS Y VALORES**

De acuerdo al, (Magap, Msp, & Mip, Acuerdo Interministerial, 2013) “los principios y valores necesarios para ejercer una gestión integral día a día en la producción y comercialización de leche cruda, son los siguientes”

- Legalidad
- Trato justo
- Igualdad
- Calidad
- Vigencia tecnológica
- Oportunidad
- Inclusión económica y social
- Soberanía alimentaria
- Transparencia

#### **1.3.2. MISIÓN**

Comercializar leche cruda cumpliendo con normas de calidad establecidas mediante las buenas prácticas de ordeño y distribuir a empresas agroindustriales para que éstas se encarguen de producir y comercializar leche y derivados con eficacia, conciencia social y ambiental para lograr la satisfacción del mercado Ecuatoriano.

#### **1.3.3. VISIÓN**

Al 2019 el mercado comercial de la leche cruda cumpla con las normas de calidad e inocuidad establecidas por la ley generando así estrategias adecuadas de

negociación y que tanto productores, centros de acopio e industrias lácteas generen mayor crecimiento sustentable en el cantón Mejía y en el Ecuador.

#### **1.3.4. OBJETIVOS**

##### **a) CORTO PLAZO**

Fomentar en organismos gubernamentales el mejoramiento de los controles sobre el pago que recibe el proveedor de leche cruda del cantón Mejía mediante la ejecución del acuerdo ministerial vigente.

##### **b) MEDIANO PLAZO**

Promover la capacitación permanente en los proveedores de leche cruda del cantón Mejía y asegurar la calidad e inocuidad en los procesos de producción, manipulación y comercialización de este producto para garantizar el acceso a los mercados y la salud de los consumidores.

##### **c) LARGO PLAZO**

Ser líderes en el mercado nacional comercial de la leche cruda e incursionar con gran éxito en la implementación de una planta procesadora de productos lácteos en el cantón Mejía.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. TEORÍAS DE SOPORTE

##### 2.1.1. ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

*“El comportamiento del consumidor abarca los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas al momento de adquirir bienes o servicios para satisfacer sus necesidades así como las acciones que emprenden en los procesos de consumo”.* (Peter & Olson, 2006, pág. 5)

Así, para comprender su estudio es importante reconocer en esta definición que el comportamiento del consumidor es dinámico y comprende interacciones e intercambios.

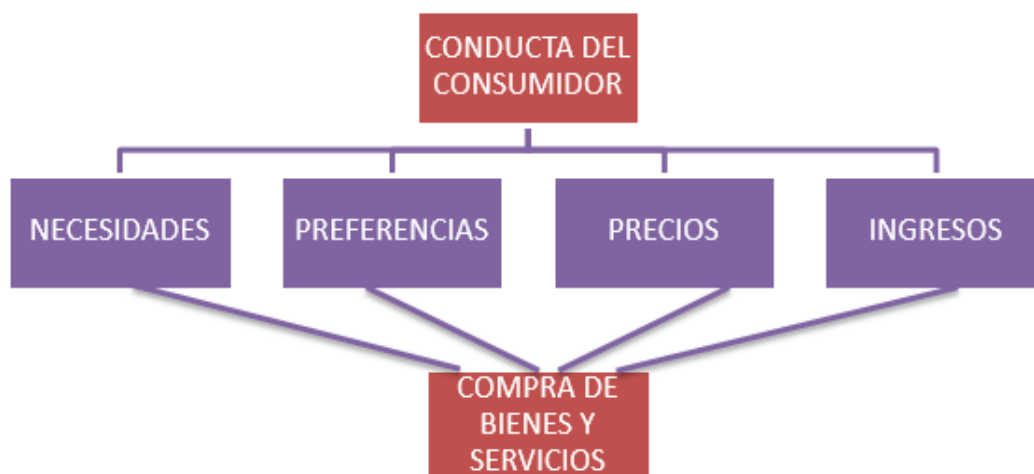
*El comportamiento del consumidor es dinámico porque los pensamientos, sentimientos y acciones de cada consumidor se modifican a cada instante. El hecho de que los consumidores y su ambiente estén en constante cambio subraya la importancia de que se realicen constantemente investigaciones y análisis de los consumidores para mantenerse al día respecto de tendencias importantes.*

*El comportamiento del consumidor abarca interacciones de los pensamientos, sentimientos y acciones de la persona con el ambiente, así se debe entender qué significan los productos y marcas para los consumidores, que deben hacer estos para comprarlos y usarlos, así como qué factores influyen en la búsqueda y comparación de precios y productos, compra y consumo. Cuanto más se conozca acerca de cómo influyen esas interacciones en el consumidor como individuo, tanto mejor se podrán satisfacer sus necesidades y deseos.*

*El comportamiento del consumidor entraña intercambios entre seres humanos, es decir las personas entregan algo de valor (dinero) a otras y reciben algo más a cambio (productos y servicios), así se establece un claro intercambio entre compradores y vendedores.* (Peter & Olson, 2006, págs. 6-9)

##### 2.1.2. LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

*“Es la interacción dinámica entre el afecto, la cognición, la conducta y las circunstancias externas por las que los seres humanos conducen los aspectos del intercambio en sus vidas”* (Peter & Olson, 2006, pág. 15).



**Figura 1. Conducta del consumidor**

**Fuente: (Peter & Olson, 2006)**

**Adaptado por: Zurita Luis**

### **2.1.3. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR**

#### **2.1.3.1. FACTORES CULTURALES**

*La cultura es la suma de creencias, valores y costumbres adquiridas y transmitidas de generación en generación, que sirven para regular el comportamiento de una determinada sociedad, además es el determinante de los deseos y del comportamiento de las personas.* (Kotler & Armstrong, 2008)

#### **2.1.3.2. FACTORES SOCIALES**

*Pertencen a distintos grupos de referencia, por un lado están todos los grupos que tienen influencia directa como: familia, amigos, compañeros de trabajo, es decir, con las personas que se interactúan de forma constante e informal sobre sus actitudes de comportamiento. Por otro lado, los llamados grupos secundarios como son: religiosos, profesionales, sindicales, que son más formales y requieren una menor frecuencia de interacción. Los grupos de referencia crean presiones que pueden influir sobre la elección de los productos y marcas.* (Alonso, 2010, pág. 56)

#### **2.1.3.3. FACTORES PERSONALES**

*Este factor incluye la imagen propia, la salud, belleza y el estado físico, cuando se percibe el producto o servicio como medio para mejorar la imagen propia, se vuelve más fuerte y es probable que se convierta en un factor más duradero y que funcione como un rasgo estable.* (D'Blackwell, 2002, pág. 91)

Los factores personales incluyen:

- **Edad y fase del ciclo de vida:** Las personas como consumidores, adquieren diferentes bienes y servicios a lo largo de su vida. El consumo también está

definido por el ciclo de vida familiar, el número, la edad y el género de los miembros de la familia a lo largo del tiempo.

- **Ocupación y situación económica:** La situación económica de los consumidores influye en la elección de un bien o servicio, hablemos así de: ingresos disponibles, ahorros y recursos, deudas, facilidades de crédito y actitud frente al gasto y al ahorro.
- **Personalidad y auto-concepto:** Las diferentes marcas de productos o servicios tienen personalidad y ésta se describe en términos de confianza, dominio, autonomía, diferencia, sociabilidad y adaptabilidad, así, los consumidores tienden a elegir los productos cuya personalidad se asemeja más a la suya y se sienten identificados.
- **Estilo de vida y valores:** El estilo de vida de una persona es el patrón de forma de vivir en el mundo como expresión de sus actividades, intereses y opiniones, es así que los diferentes estilos de vida de cada consumidor se definen por las limitaciones económicas y temporales de los mismos.

#### 2.1.3.4.FACTORES PSICOLÓGICOS

*“Los factores psicológicos que influyen en la conducta del consumidor, están basados en: la personalidad, el estilo de vida, la motivación y la percepción”* (Dvoskin, 2004)

- **La personalidad:** Para la mercadotecnia las distintas formas en que se presenta la personalidad son de suma utilidad, sobre todo en lo que se refiere a la investigación de mercados. La personalidad se define como el conjunto de características psicológicas internas que determinan y reflejan la forma en que una persona responde a su medio ambiente, es así, que existe una relación entre el comportamiento del consumidor y la personalidad a la hora de realizar una compra.
- **Estilo de vida:** Es la forma en que una persona vive, y se define a partir de tres elementos: actividades, intereses y opiniones. De esto depende la respuesta que el consumidor tiene para comprar o no un producto. El estilo de vida condiciona las necesidades de un individuo y determina, por lo tanto, su comportamiento de compra.

- **La motivación:** Para la psicología la motivación es un conjunto de factores que impulsan el comportamiento de los seres humanos hacia la consecución de un objeto.
- **La percepción:** Es el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta la información que recibe, para crear una imagen del mundo con significado. La percepción depende no sólo de la índole del estímulo físico, sino también de la relación del estímulo con el ambiente que lo rodea y de las condiciones internas del individuo.

#### 2.1.4. CLASES DE CONSUMIDORES

*“El consumidor es aquella persona que intenta satisfacer alguna necesidad realizando la compra de cierto producto o servicio utilizando una actividad económica”* (Tipos de consumidores, 2012).

Existen distintos tipos de consumidores, basados en los siguientes criterios:

- Según el tipo de necesidad:
  - Por necesidades simples o biológicas:** Consumidores que acceden a bienes básicos y de consumo inmediato
  - Por necesidades sociales:** Consumo que se produce cuando resulta elemental el desarrollo de las personas
- Según su comportamiento psicológico:
  - Compulsivo:** Son los individuos que carecen de control respecto a sus gastos, sufren un sentimiento de culpa.
  - Racional:** Previo a realizar un consumo, medita las razones de acceder a la compra.
  - Impulsivo:** Consumidor que no realiza meditaciones, accede al producto sin sentir culpa posterior.
- Según el uso del producto:
  - Personal:** Adquiere un bien o producto, buscando satisfacer individualmente sus necesidades.
  - Organizacional:** Se considera consumidores individuales o empresas que buscan satisfacer las necesidades de los entes que dirigen.

## 2.1.5. NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

### 2.1.5.1. JERARQUÍA DE NECESIDADES DE MASLOW

*Todas las necesidades humanas no poseen la misma fuerza o imperatividad para ser satisfechas, dicho enfoque sobre la motivación es uno de los más difundidos, ya que lo llevaron a estructurar las necesidades que el hombre experimenta con base en una jerarquía, haciendo que los humanos reaccionen de conformidad con la necesidad dominante en un momento determinado, estableciendo que la motivación está en función de la satisfacción que debe alcanzarse prioritariamente.* (Sinapsit, 2005)



**Figura 2. Pirámide de necesidades de Maslow**

**Fuente: (Peter & Olson, 2006)**

*Las necesidades humanas están ordenadas en una jerarquía, desde la más apremiante hasta la menos urgente, según esta teoría los individuos intentan satisfacer primero las necesidades más importantes, cuando tienen éxito, ésta necesidad deja de motivar por un momento y la persona estará motivada por satisfacer la necesidad que ocupe el siguiente lugar de importancia.*

*Es así que el orden de importancia que Maslow jerarquiza en su teoría es: primero están las necesidades fisiológicas, que una vez satisfechas generan necesidades relacionadas con la seguridad, luego con la afiliación o necesidades sociales, después el reconocimiento o estima y finalmente las necesidades de autorrealización.* (Sinapsit, 2005).

Para el presente estudio, se debe considerar, que la comercialización de leche está en la primera fase de la pirámide como la más importante y apremiante, debido a que este producto es de primera necesidad para la población y satisface su necesidad

fisiológica de alimentarse adquiriendo y consumiendo leche de buena calidad. Cabe indicar, que la leche es un producto cuyos consumidores pueden tratarse de personas como de clientes industriales, es así, que puede ser adquirido tanto en el mercado de consumo (individuos y familias) como en el mercado industrial (personas naturales o jurídicas que adquieren para destinar a la producción de otros bienes como yogur, queso y otros derivados lácteos).

#### **2.1.6. LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA**

*“La comercialización agraria o de productos agrarios, es el proceso que media y lleva a los productos desde la explotación agraria hasta que llega a manos del consumidor final”* (Caldentey & Haro, 2004, pág. 9).

Según la FAO<sup>4</sup> la comercialización comprende todas las operaciones que lleva consigo el movimiento de los productos alimenticios y de las materias primas desde la explotación agraria hasta el consumidor.

A lo largo de este proceso, los productos agroalimentarios pasan por las fases de la comercialización (ver tabla N°1).

*En cada una de las fases el producto va tomando la forma para ser consumido, llegando hasta los puntos y momento en que es demandado por los consumidores y todo ello pasando por los agentes e intermediarios que lo hacen posible. Estos son producidos en explotaciones dispersas y alejadas geográficamente de los centros de consumo y mediante la comercialización los productos agroalimentarios adquieren utilidades de forma, espacio, tiempo y posesión, las mismas que a su vez generan valor añadido.*

*Este valor añadido adquiere mayor importancia cuanto más desarrollado es el país. A mayor desarrollo los consumidores tienden a emigrar de las zonas rurales a las ciudades alejadas de los centros de producción. Por otra parte, a mayor desarrollo la demanda de calidad de alimentos frescos es cada vez más exigente conforme aumenta el poder adquisitivo de los habitantes.* (Caldentey & Haro, 2004, pág. 10).

*En la comercialización están comprendidos la manipulación y el transporte, la elaboración y embalaje iniciales destinados a simplificar la manipulación y reducir las pérdidas, la clasificación y el control de calidad para facilitar las transacciones comerciales y satisfacer las diversas necesidades de los consumidores, manteniendo además las existencias de manera que respondan a la demanda continua del consumidor, en contraposición a las temporadas de cosechas que se concentran en un periodo determinado.* (Urbano, 2007, pág. 12).

---

<sup>4</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.



**Tabla 1*****Fases y servicios de la comercialización de productos agrarios***

PRODUCCIÓN AGRARIA	Productor o agricultor realiza los procesos de ordeño o cultivo dependiendo de la producción agraria.
RECOLECCIÓN	El producto obtenido es recogido para ser almacenado en conjunto en centros de acopio más grandes.
DISTRIBUCIÓN	El producto es distribuido como materia prima o producto final a diferentes centros industriales o al consumo final.
INDUSTRIALIZACIÓN	Transformación física del producto, se añade utilidades de forma.
NORMALIZACIÓN Y TIPIFICACIÓN	Clasificar los productos en lotes homogéneos para facilitar operaciones de compra-venta.
ENVASADO	Introducir al producto en recipientes para protegerlo de su deterioro, contaminación o adulteración y mejorar su presentación.
ALMACENAMIENTO	Retener los productos para después distribuirlos al consumidor.
COMPRA Y VENTA	Comprar productos a unos individuos y venderlos a otros, aproximándolos a los consumidores.
FINANCIACIÓN	Satisfacer las necesidades financieras de los individuos que intervienen en el proceso para atender a la compra del producto.
ACEPTACIÓN DEL RIESGO	Tanto el ganadero como individuos, deben asumir riesgos como:  -Posible deterioro o pérdida del producto que son propietarios.

**CONTINÚA** 

---

-Dificultad de venta del producto o caída de los precios.

---

**Fuente: (Caldentey & Haro, 2004)**  
**Adaptado por: Zurita Luis**

*Para el productor, la función estratégica de un sistema comercial consiste en que le ofrezca una salida apropiada a sus productos, por su lado, para el consumidor y fabricante de materias primas agrícolas, la seguridad de una oferta constituye un servicio fundamental. Mediante las negociaciones de compra a nivel rural, se fijan los precios al por mayor y menor con los que se equilibra la capacidad de pago del consumidor con la necesidad de un incentivo para el agricultor o productor. (Urbano, 2007, pág. 20).*

#### **2.1.6.1.FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA**

Según (Caldentey & Haro, 2004), dentro del proceso de comercialización de productos agrarios, se consideran tres grandes funciones: el acopio, la preparación para el consumo y la distribución.

- **El Acopio** es una función típica de la comercialización de productos agrarios y derivado de la existencia de un gran número de explotaciones agrarias, por tanto su producción está dispersa en pequeños lotes en poder de los agricultores individuales.
- **La preparación para el consumo** es la función donde el producto tiene que ser sometido a una serie de operaciones previo a pasar a la siguiente fase.
- **La distribución** se trata de dividir las grandes partidas que se han formado anteriormente en pequeños lotes para atender la demanda de las unidades familiares.

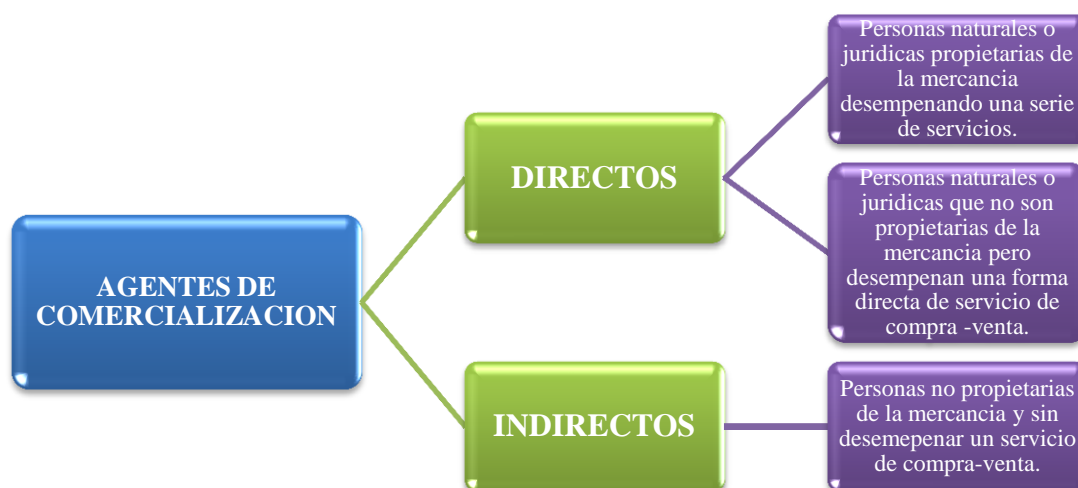
*En la industria suele usarse el término de distribución como sinónimo de comercialización, ya que al producir las industrias en grandes cantidades, no es necesario agrupar en lotes mayores y por tanto no es necesario el acopio, tampoco es necesaria la preparación para el consumo, puesto que los productos suelen salir ya dispuestos para su uso por familias, incluida la presentación en envases. (Caldentey & Haro, 2004, pág. 13).*

#### **2.1.6.2.AGENTES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA**

*“Un agente de comercialización puede considerarse a toda persona natural o jurídica que interviene en el proceso de comercialización como tal, su comportamiento actúa directa o indirectamente añadiendo alguna utilidad al producto” (Caldentey & Haro, 2004, pág. 22).*

La situación de un agente de comercialización, varía en los siguientes casos:

- Una persona adquiere la propiedad de determinados productos agrarios y posteriormente los revende, añadiendo utilidades como espacio y tiempo por medio de servicios de almacenamiento y transporte.
- Comerciantes que reciben mercancía y la venden por medio del expedidor y por su servicio de venta recibe algún tipo de comisión.
- Personas que no llegan a entrar en posesión de la mercancía, es decir, cuando facilitan la operación comercial, estableciendo contactos y condiciones entre vendedor y comprador.



**Figura 3. Agentes de comercialización agroalimentaria**  
**Fuente: (Caldentey & Haro, 2004)**  
**Adaptado por: Zurita Luis**

*“El estado desempeña funciones propias de los agentes directos o indirectos en la comercialización de los productos agrarios, su importancia principalmente está en el establecimiento de normas comerciales, información comercial, regulación de precios y márgenes”* (Caldentey & Haro, 2004, pág. 23).

### 2.1.6.3. CANALES DE LA COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA

*Los canales o circuitos de comercialización, son el conjunto de agentes por los que pasa el producto desde que sale de la explotación agraria hasta que llega al consumidor final, así un producto puede circular por distintos canales empezando en el agricultor y terminando en el consumidor, en medio de los cuales se encuentran los agentes de comercialización o mercados.*

*La filière<sup>5</sup>, se refiere a un producto o grupo de productos y a la serie de operaciones sucesivas que siguen desde la obtención de la materia prima hasta el producto final. Para los productos agrarios, este proceso se inicia en la producción agraria y termina en la compra por el consumidor como producto alimentario final, incluyendo la producción, transformación, distribución y relaciones comerciales.*

*En comercialización, el producto agrario es el elemento básico, considerándose a la industria y al comercio como actividades que añaden utilidades a aquél; en consecuencia, el producto alimentario tal como llega al consumidor es un producto agrario más un conjunto de utilidades. (Caldentey & Haro, 2004, págs. 32-37)*

## **2.1.7. LA PRODUCCIÓN EN LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS**

### **2.1.7.1. LA PRODUCCIÓN**

*“La producción agroalimentaria es el volumen o cantidad de productos cosechados o producidos en un periodo determinado de tiempo de acuerdo al ciclo de producción que tengan, el mismo que está destinado para su comercialización, autoconsumo, entre otros” (ESPAC, 2013).*

### **2.1.7.2. PROCESO PRODUCTIVO EN LA EMPRESA AGROALIMENTARIA**

*“La misión principal de éstas empresas es la de producir y en todo proceso de producción intervienen de alguna manera una serie de procedimientos cuya finalidad es de añadir valor o utilidad” (Alonso & Serrano, 2008, pág. 36).*

- Con el **transporte**, se añade al producto la utilidad de espacio al hacer disponible a éste en un determinado lugar.
- El **almacenamiento**, añade al producto la utilidad de tiempo.
- La **presentación**, añade al producto una forma determinada que lo diferencia de otro.
- Mediante la **transformación o industrialización**, se añaden diversas utilidades, es decir, se busca un incremento de valor durante un período de tiempo que recibe el nombre de ciclo productivo.

*En el proceso productivo se originan costes necesarios como el desgaste y mantenimiento de un equipo o de una maquinaria, compra de materia prima, pago por mano de obra. Por otro lado, el producto previo a ser enviado al mercado debe someterse a un control de calidad que garantice el cumplimiento de ciertas normas establecidas y así el consumidor final se sienta seguro de consumir el producto. (Alonso & Serrano, 2008, pág. 38)*

---

<sup>5</sup> Concepto o término introducido en Francia a principio de los años setenta y que es utilizado principalmente en Estados Unidos y otros países de Europa, sirvió como elemento de análisis para economistas agrarios del INRA (Institut Nationale de la Recherche Agronomique)

## 2.1.8.LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

*La industria es un agente de comercialización que fundamentalmente, añade utilidades de forma al producto agrario, es decir, desempeña el servicio de industrialización. Este ente, también desempeña el servicio de compra-venta, así como transporte, almacenamiento, financiación y aceptación al riesgo. (Caldentey & Haro, 2004, pág. 30)*

*Las industrias agroalimentarias añaden valor e incrementan la demanda de los productos y contribuyen así a reducir la pobreza y mejorar la seguridad alimentaria en las zonas rurales, ofrecen oportunidades de empleo en actividades fuera de las explotaciones agrícolas o productivas, tales como la manipulación, procesamiento, embalaje, almacenamiento, transporte. (FAO, 2015)*

### 2.1.8.1.IMPORTANCIA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA INDUSTRIA LÁCTEA EN EL ECUADOR

*La producción de leche en el Ecuador mueve alrededor de 700 millones de dólares al año dentro de la cadena primaria, mientras que en toda la cadena, que incluye transporte, industrialización, comercialización, entre otros aspectos, se manejan más de 1.000 millones de dólares anuales. (El Telégrafo, 2013)*

El Gerente General de la AGSO<sup>6</sup> manifiesta:

*La realidad del sector lechero de hace diez años no es la misma que la actual, antes se importaba leche al país y perjudicaba a la producción nacional, había productos lácteos dudosos y la comercialización de leche del productor a las industrias era deficiente.*

*Ahora el gremio se caracteriza por ser un sector exportador que tiene gran variedad de productos y mejores sistemas de comercialización.*

*Ecuador importa únicamente productos lácteos que su industria no fabrica, por ejemplo leche formulada para infantes y leche evaporada, la suma de estos productos no alcanzan al 1% del total de consumo local y la balanza comercial de lácteos es positiva para el país. Es así, que el 98% de la producción de la industria láctea de Ecuador se destina para abastecer el mercado interno, sin embargo el incremento en la producción láctea en los últimos años y al bajo consumo interno, parte del sector industrial buscó nuevos mercados en el exterior, es así que a partir del año 2009 las exportaciones se han incrementado mediante un convenio con Venezuela para que importe del país leche en polvo y leche en cartón. (De la Calle J. J., 2013)*

A continuación se presenta la balanza comercial en toneladas métricas (TM) de los valores exportados e importados desde el año 2010 al 2014. Se puede apreciar que la balanza comercial es positiva, debido que a partir del año 2010 el Gobierno anunció la prohibición a la importación de leche y derivados ante el excedente de producción local, lo que ha permitido abrir las ventas hacia el exterior.

---

<sup>6</sup> Asociación de Ganaderos de la Sierra y Oriente.

Tabla 2

**Balanza comercial de la leche y sus derivados año 2010-2014**

Año	Exportación	Importación	Balanza
	TM	TM	TM (Exp. - Imp.)
2010	10.315	40	10.275
2011	20.180	50	20.130
2012	22.930	488	22.442
2013	5.453	65	5.388
2014	10.520	5	10.515

**Fuente: (Banco Central, 2010)**

*Años atrás los ganaderos imponían algunos objetivos, entre los que estaba, sustituir toda importación que se hiciera de lácteos al Ecuador y abastecer al mercado interno con productos de calidad y en una buena variedad. El segundo fue iniciar un proceso de exportaciones en apoyo al cambio de la matriz productiva, es así que para el año 2014 han sido exportadas 10.000 toneladas métricas de leche y derivados lácteos.*

*Por otro lado, para el año 2014, el país invirtió aproximadamente 4 millones de dólares en tecnología traída desde Nueva Zelanda, “Este país produce y controla el 40% de la leche que se genera en el mundo”, así el sector cuenta con tecnología avanzada y sistemas especiales para la producción lechera, conservación de forrajes, selección de la genética del ganado, entre otros elementos, además de capacitación permanente. (El Telégrafo, 2013)*

## 2.2. LA CADENA PRODUCTIVA

*El enfoque de una cadena productiva permite interpretar la realidad económica y social que la conforman un conjunto de agentes directos e indirectos, mismos que se relacionan en diferentes formas y desarrollan actividades tanto de: producción primaria (provisión de insumos), transporte y comercialización (primaria), transformación (industrialización), almacenamiento, ventas y comercialización (al consumidor), servicios de apoyo.*

*Todas estas funciones, son parte de un sistema que satisfacen las necesidades de mercados específicos ofreciendo bienes y servicios. (Iica & Concope, 2011)*

### 2.2.1. LA CADENA LÁCTEA EN EL ECUADOR

La cadena láctea en el país, se centra principalmente en 4 eslabones: producción primaria, transformación e industrialización, comercialización y relaciones comerciales.

## **1. Producción primaria**

*El 45% de leche cruda en el Ecuador es producida por productores pequeños con extensiones menores a 20 hectáreas, el 32,5% la producen productores medianos con extensiones entre 21 a 100 hectáreas y el 22,5% de leche la generan grandes productores con extensiones mayores a 100 hectáreas.*

*Los grandes productores de leche abastecen el subsistema formal de lácteos, por otro lado los medianos productores participan en 2 subsistemas considerados como formal e informal.*

*El subsistema formal de lácteos se abastece principalmente de grandes productores de leche, los medianos participan en 2 subsistemas tanto formal (a la industria) e informal (al acopiador rural independiente o venta directa en el mercado), esto depende a quién vendan su leche. Por último los pequeños productores se encuentran acoplados en el subsistema informal. (De la Calle J. J., 2013)*

## **2. Transformación e industrialización.**

Según el CIL, del 100% de leche cruda producida a nivel nacional, un 54% se industrializa en grandes plantas, un 12% se procesa en queserías rurales y productos artesanales, un 14% se comercializa como leche cruda y un 20% se utiliza como autoconsumo dentro de las propias fincas productoras.

Dentro de las agroindustrias más grandes e importantes del país, están: Nestlé, Pasteurizadora Quito, Rey Leche, Nutrileche y Toni. Estas grandes empresas, dominan el mercado Ecuatoriano e influyen directamente en el precio de la leche, además mantienen estrictos controles de calidad e inocuidad con sus proveedores.

## **3. Comercialización**

La comercialización de la leche y sus derivados, se relaciona directamente con las ventas que tengan estos productos en el mercado.

A continuación se presenta el volumen utilizado para cada producto y los valores económicos que generó la venta diaria y anual de cada uno de ellos en el subsistema formal de la industria láctea ecuatoriana durante el año 2014.

Tabla 3

**Producción industrial de leche y ventas año 2014**

AÑO 2014	VOLUMEN LECHE PROCESADA EN LA INDUSTRIA	VENTAS DIARIAS	VENTAS ANUALES
Productos	(litros/día)	(miles USD)	(miles USD)
Leche funda	745.430	\$ 447.258	\$ 163.249.170
Quesos	1.024.966	\$ 666.228	\$ 243.173.220
Leche cartón	652.252	\$ 619.639	\$ 226.168.235
Leche polvo	310.596	\$ 295.066	\$ 107.699.090
Yogurt	341.655	\$ 324.573	\$ 118.469.145
Otros	31.060	\$ 17.083	\$ 6.235.295
<b>Total uso Industria Láctea</b>	<b>3.105.959</b>	<b>\$ 2.369.847</b>	<b>\$ 864.994.155</b>

**Fuente: (Cil, 2014)**

Las ventas anuales del subsistema formal de la industria ecuatoriana alcanzaron los 865 millones de dólares en el año 2014. Los quesos es el producto que más facturó con 243 millones de dólares al año, le siguen la leche en cartón con 226 millones de dólares y la leche en funda 163 millones aproximadamente. El yogurt generó 118 millones de dólares, la leche en polvo 107 millones y otros productos como helados, dulces se facturaron en 6 millones de dólares.

#### 4. Relaciones entre principales actores

La mayor parte de los pequeños productores no se encuentran organizados y venden su producción a centros de acopio con quienes muchas veces tienen relaciones que van más allá de lo comercial y de quienes dependen económicamente.

*La relación entre medianos y grandes productores con las agroindustrias no es formal en la mayoría de los casos, por lo que las industrias están en libertad de comprarles o no. Sin embargo, muchas pasteurizadoras grandes ya cuentan con una lista de proveedores con las que trabajan normalmente y donde los grandes distribuidores son preferidos. (Iica & Concope, 2011).*

#### 2.2.2. LA CADENA DE VALOR

*El concepto de cadena de valor proviene de la definición de cadena productiva, sin embargo esta resalta y valoriza la importancia dentro de la cadena de elementos como integración y coordinación de actores, metas compartidas, productos con atributos especiales de calidad, equidad, sostenibilidad, confianza, distribución y participación.*

*Muchos productos pasan por los canales de la cadena de valor (valor del canal) en su camino hacia el comprador. Los canales desempeñan actividades adicionales que afectan al comprador, así como influyen en las propias actividades de una empresa. El*



*producto de una empresa eventualmente pasa a formar parte de la cadena de valor del comprador.* (Iica & Concope, 2011).

A continuación se presenta la cadena de valor de la comercialización de leche y derivados lácteos en el Ecuador.

**Tabla 4**

***Cadena de valor de la comercialización de leche en el Ecuador***

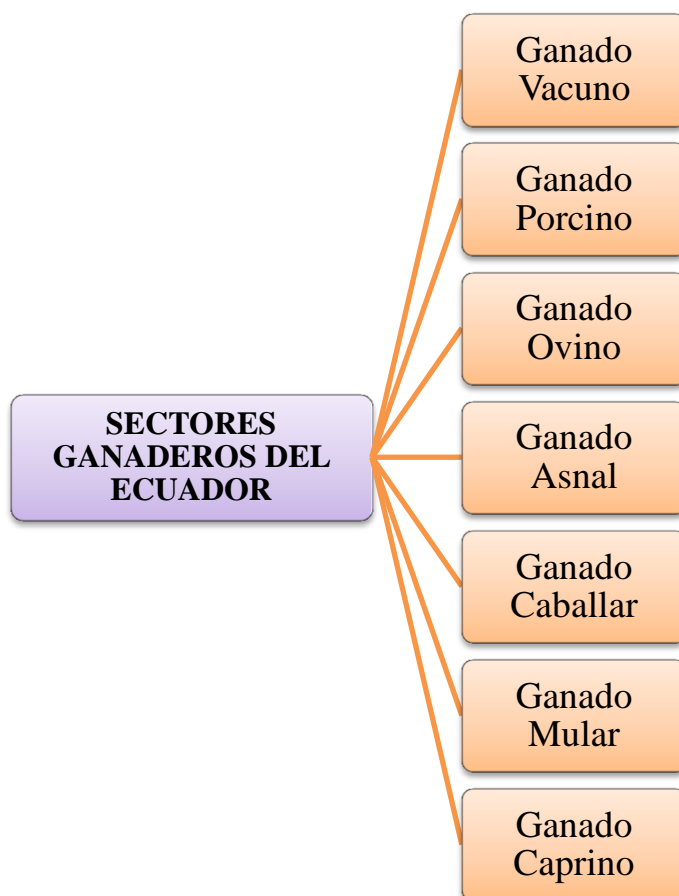
<b>CADENA DE VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS</b>						
<b>Provisión de insumos</b>	<b>Producción primaria de leche cruda</b>	<b>Comercialización y transporte de leche cruda</b>	<b>Transformación/ Industrialización de la leche</b>	<b>Transporte de productos elaborados</b>	<b>Comercialización</b>	<b>Consumo</b>
Proveedores de suplementos alimenticios para el ganado vacuno y diversos productos pecuarios.	Productores pequeños, medianos, grandes de leche cruda en las provincias del Ecuador.	Venta de leche cruda a centros de acopio e industrias.	Pequeñas, medianas y grandes industrias lácteas.	Camiones pertenecientes a empresas lácteas.	Venta de leche pasteurizada y productos lácteos.	Consumidores finales de leche y productos lácteos a nivel nacional.
Proveedores de vacunas para el ganado.		Camiones pertenecientes a productores. Transporte de las industrias.	Nestlé, Reyleche, Toni, Floralp, Alpina, Pasteurizadora Quito.		Tiendas, supermercados, Restaurantes, Hoteles, escuelas, industrias, exportadores de leche, exportadores de derivados.	

## CAPÍTULO III

### DESCRIPCIÓN DEL SECTOR GANADERO, PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN LECHERA EN EL ECUADOR Y SU RELACIÓN A NIVEL MUNDIAL

#### 3.1. EL SECTOR GANADERO EN EL ECUADOR

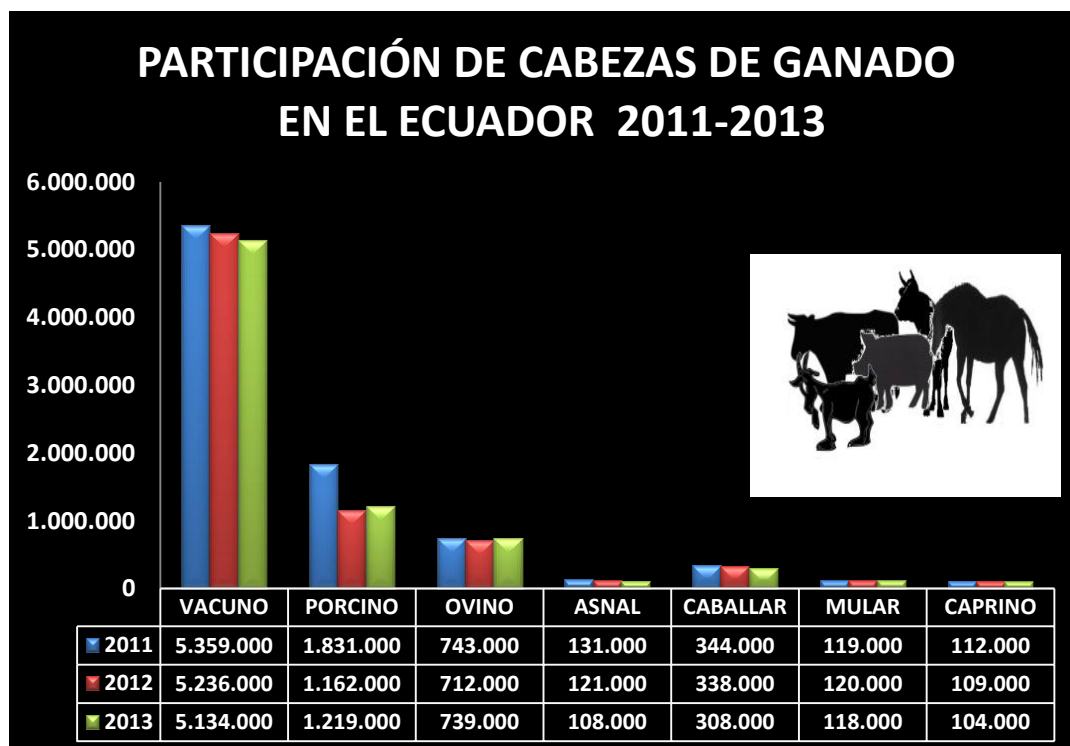
Según el Espac, el ganado en el Ecuador después de la agricultura es una de las actividades del sector rural y está compuesto por varios sectores, según la especie domesticada o criada, se clasifican en:



**Figura 4. Sectores ganaderos del Ecuador**  
Fuente: (ESPAC, 2013)  
Adaptado por: Zurita Luis

### 3.1.1. PARTICIPACIÓN DE CABEZAS DE GANADO POR SECTOR

Según la encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2013, en los últimos años, el sector ganadero que ha predominado es el vacuno con un total aproximado de 5,1 millones de cabezas a nivel nacional para dicho año.



**Figura 5. Participación de cabezas de ganado en el Ecuador años 2011-2013**

**Fuente: (ESPAC, 2013)**

**Adaptado por: Luis Zurita**

### 3.2. DESCRIPCIÓN ACTUAL DEL GANADO LECHERO

*El ganado de leche, se produce principalmente en las regiones de la Sierra y Costa del Ecuador. Sin embargo, en la Costa, el ganado pastorea la tierra no apta para la agricultura, como las planicies fluviales estacionalmente inundadas o las partes semiáridas del sur, es por ello que la lechería se lleva a cabo sobre todo en la Sierra, en los valles fértiles.*

*La ganadería de leche es uno de los renglones de mayor importancia del sector agropecuario, a tal punto que los ganaderos exhiben como insignia el hecho de que el país ahorra alrededor de \$500 millones anuales al no tener que importar el producto. El gerente de la AGSO Juan Pablo Grijalva, subraya que el sector da trabajo directo a más de 1'500.000 ecuatorianos.*

*En muchos casos, esta actividad, es para el productor y/o acopiador la única fuente estable de ingresos, sobre todo en los sectores marginales.*

*En algunos cantones de la Sierra la actividad ganadera se está viendo afectada, además, por la creación de invernaderos para la producción de flores; de esta forma, la mano de obra se dirige a este sector en busca de mejores remuneraciones, abandonando las haciendas ganaderas e impidiendo un normal desenvolvimiento de la actividad, que además se siente afectada por los desechos químicos de los pesticidas que se utilizan en la producción de las flores. Un ejemplo de esta situación se encuentra en los cantones de Cayambe y Latacunga, zonas tradicionalmente ganaderas y que en la actualidad cada vez son más las hectáreas de pastos que son reemplazadas por invernaderos de flores. (Giordanapiza, 2002)*

*Desde que los ganaderos se organizaron, el sector ha experimentado un franco proceso de expansión y modernización. La AGSO pone especial empeño en un punto que considera vital para el desarrollo del sector, como es la capacitación de los ganaderos mediante programas sobre el manejo integral de las ganaderías, la inseminación artificial, la prevención sanitaria y la provisión de insumos a los asociados.*

*La Asociación está ahora empeñada en la instalación de una red de tanques de frío y centros de acopio, con el fin de optimizar la calidad y la conservación de la producción, lograr independencia en la comercialización de la leche y mejorar los ingresos de los productores y/o acopiadores. (Cultura Empresarial Ganadera, 2005)*

### **3.2.1. PARTICIPACIÓN ACTUAL DE VACAS ORDEÑADAS EN LAS REGIONES Y PROVINCIAS DEL ECUADOR**

Según el Espac para el año 2013 se ordeñaron alrededor de 1'127. 627 vacas al día en el territorio nacional, de acuerdo a este dato y de años pasados, se realizó una proyección para el año 2014, en la cual se obtuvo un aproximado de 1.206.561 vacas al día, las provincias que tienen mayor representación son las siguientes: Manabí 176.905; Azuay 127.847; Pichincha 102.749; Chimborazo 93.910; Cotopaxi 79.954 vacas ordeñadas.

**Tabla 5**

#### ***Vacas ordeñadas en el Ecuador año 2014***

REGIÓN	PROVINCIA	VACAS ORDENADAS POR PROVINCIA AL DIA	% PROVINCIA	VACAS ORDENADAS POR REGION AL DIA	% REGIÓN
COSTA	ESMERALDAS	27.761	2,3%	337.519	28%
	MANABI	176.905	14,7%		
	GUAYAS	45.289	3,8%		
	SANTA ELENA	4.541	0,4%		
	SANTO DOMINGO	41.896	3,5%		
	EL ORO	24.701	2,0%		
	LOS RIOS	16.426	1,4%		
	CARCHI	54.404	4,5%		

**CONTINÚA** 

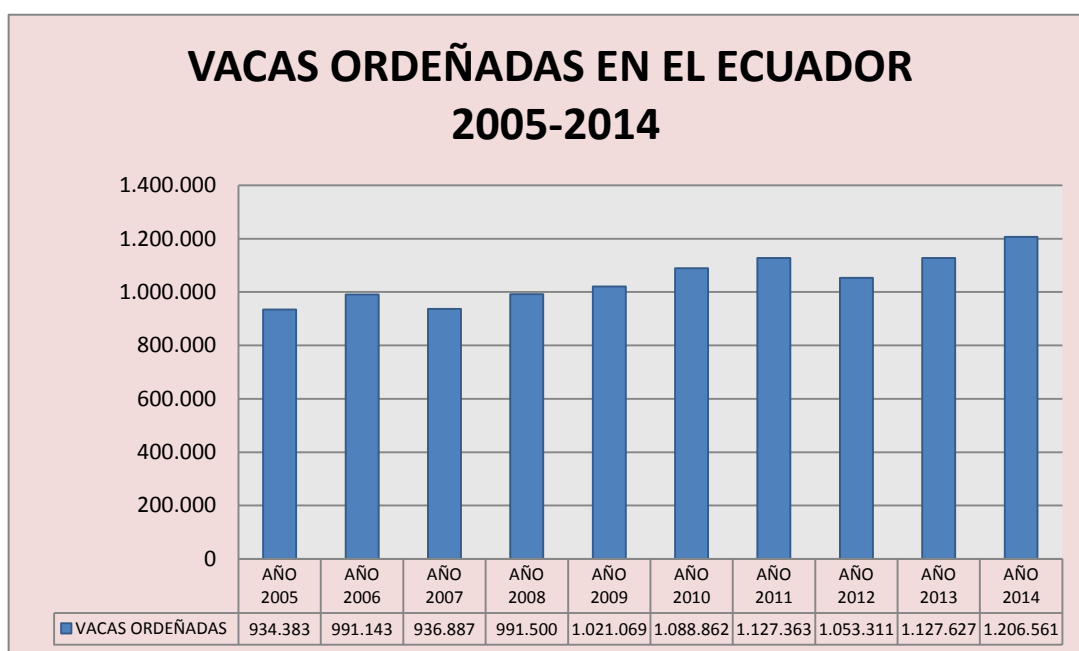
	IMBABURA	22.555	1,9%		
	PICHINCHA	102.749	8,5%		
	COTOPAXI	79.954	6,6%		
	TUNGURAHUA	57.611	4,8%		
<b>SIERRA</b>	CHIMBORAZO	93.910	7,8%	727.238	60%
	BOLIVAR	64.779	5,4%		
	CAÑAR	63.876	5,3%		
	AZUAY	127.847	10,6%		
	LOJA	59.552	4,9%		
	ZAMORA CHIMCHIPE	29.942	2,5%		
	NAPO	24.406	2,0%		
	PASTAZA	18.431	1,5%		
<b>ORIENTE</b>	MORONA SANTIAGO	44.859	3,7%	138.421	12%
	SUCUMBIOS	11.995	1,0%		
	ORELLANA	8.788	0,7%		
<b>INSULAR</b>	GALAPAGOS	3.383	0,3%	3.383	0,3%
	<b>TOTAL</b>	<b>1.206.561</b>			<b>100%</b>

**Fuente: (ESPAC, 2013)**

**Adaptado por: Zurita Luis**

Como se puede observar, la mayor participación de vacas ordeñadas está en la región sierra, la cual predomina con el 60% del resto de regiones, en segundo lugar está la región costa con el 28%, posterior sigue la región amazónica con el 12% y por último la región insular con tan solo el 0,3% de participación.

A continuación se presenta las estadísticas de vacas ordeñadas en el país en los últimos 10 años, de acuerdo a datos obtenidos del Espac.



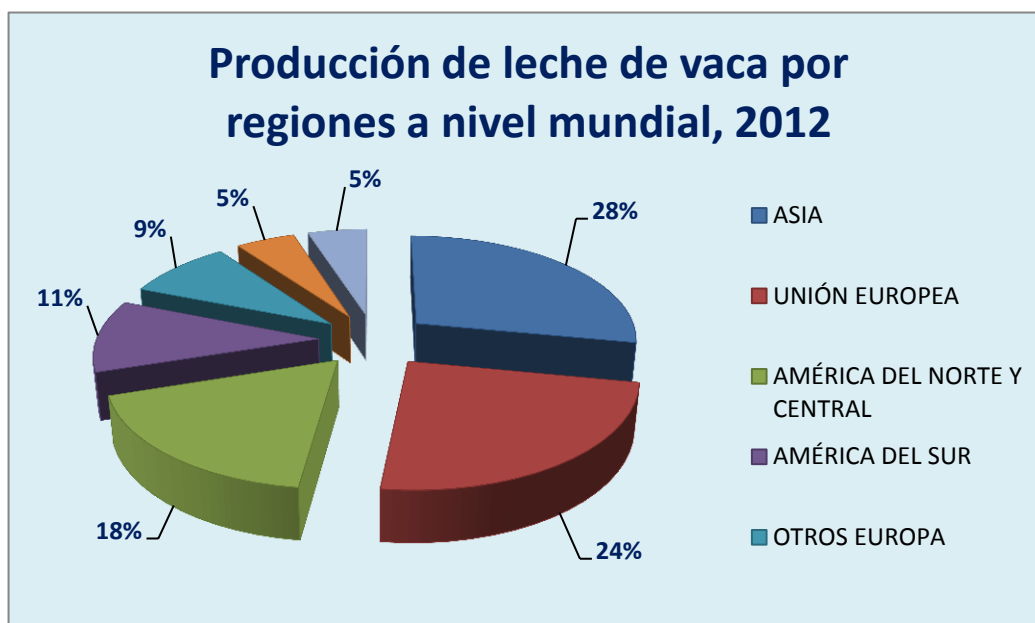
**Figura 6. Vacas ordeñadas en el Ecuador años 2005-2014**

**Fuente: (ESPAC, 2013)**

**Adaptado por: Zurita Luis**

### **3.3. COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN LECHERA EN EL MUNDO**

Según la FAO, la producción mundial de leche alcanzó en el 2012, 754 millones de toneladas aproximadamente, en cuanto a la participación de las distintas regiones en la producción de leche de vaca, Asia con el 28% y la Unión Europea con el 24% lideran el ranking mundial, seguidos por Norte y Centro América, Sudamérica, África, Oceanía y otros países Europeos.



**Figura 7. Producción de leche de vaca por regiones a nivel mundial año 2012**  
**Fuente: (Cil & Fil, 2012)**  
**Adaptado por: Luis Zurita**

*Alrededor de 150 millones de hogares en todo el mundo se dedican a la producción de leche. En la mayoría de los países en desarrollo, la leche es producida por pequeños agricultores y la producción lechera contribuye a los medios de vida, la seguridad alimentaria y la nutrición de los hogares. La leche produce ganancias relativamente rápidas para los pequeños, medianos, grandes productores y es una fuente importante de ingresos en efectivo.*

*En los últimos decenios, los países en desarrollo han aumentado su participación en la producción lechera mundial. Este crecimiento se debe principalmente al aumento del número de animales destinados a la producción, y no al de la productividad por cabeza. En muchos países en desarrollo, la mala calidad de los recursos forrajeros, las enfermedades, el acceso limitado a mercados y servicios como por ejemplo: sanidad animal, crédito y capacitación, de esta manera el reducido potencial genético de los animales lecheros para la producción láctea limitan la productividad lechera. A diferencia de los países desarrollados, muchos países en desarrollo tienen climas cálidos o húmedos que son desfavorables para la actividad lechera.*

*Algunos países del mundo en desarrollo tienen una larga tradición de producción lechera, y la leche o sus productos desempeñan un papel importante en la dieta. Otros países solo han mostrado en los últimos años un aumento significativo de la producción lechera. La mayoría de los países del primer grupo están situados en el Mediterráneo o el Cercano Oriente, el subcontinente indio, las regiones de sabana de África occidental, las tierras altas de África oriental y partes de América Latina y Central. Los países sin una larga tradición de producción lechera se encuentran en Asia sudoriental y las regiones tropicales con altas temperaturas y/o humedad ambiental. (FAO, 2015)*

A continuación se presentan datos importantes a cerca de la producción lechera a nivel mundial, obtenidos de la página oficial de la FAO.



**Figura 8. Datos sobre producción lechera en el mundo**

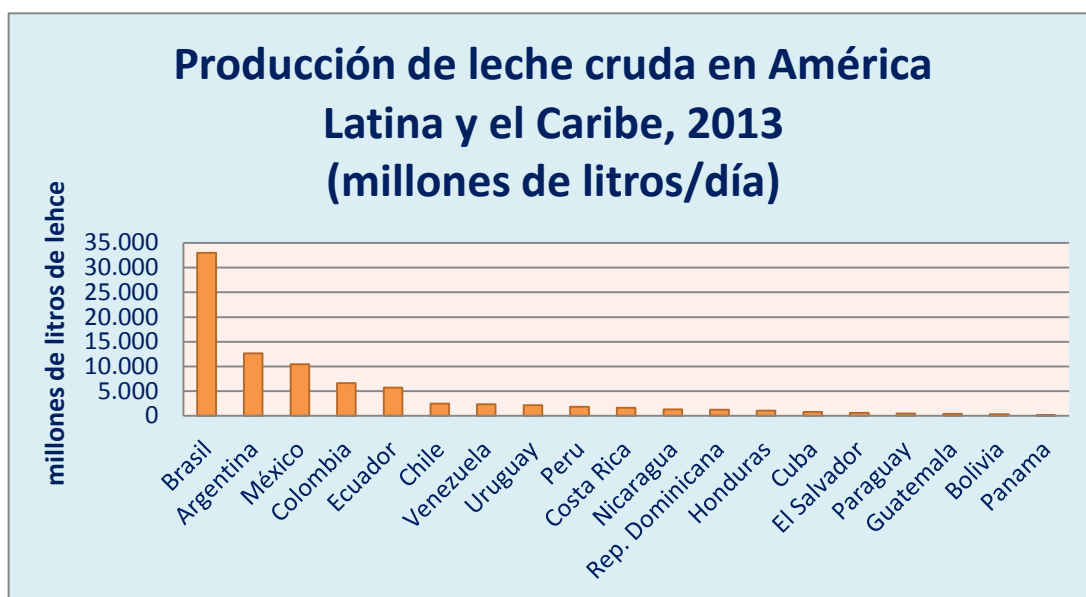
**Fuente: (FAO, 2015)**

**Adaptado por: Zurita Luis**

### 3.3.1. PRODUCCIÓN REGIONAL DE LECHE

Según la FAO, la producción de leche en países de América Latina y el Caribe en el año 2013 alcanzó los 84,503 millones de litros/día. La producción de leche en la región está bastante concentrada en línea con las diferencias de tamaño geográfico de los países, ya que el principal productor Brasil es responsable del 39% de la producción y el 66% de la misma se produce sólo en 3 de ellos: Brasil, Argentina y México.



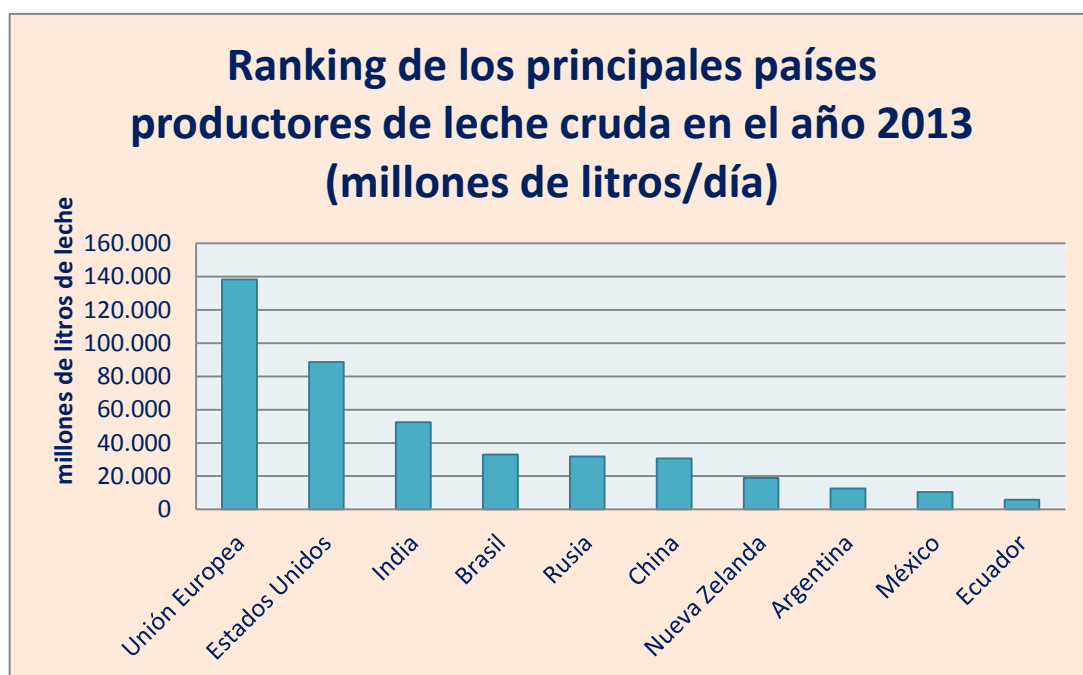


**Figura 9. Producción de leche cruda en América Latina y el Caribe año 2013**  
Fuente: (FAO, 2015)

Como se puede apreciar, Ecuador ocupa la quinta posición como productor de leche cruda en la región, actualmente la FAO reporta una producción diaria aproximada de 5.7 millones de litros de leche que además coinciden con los datos censales nacionales.

### **3.3.2. RANKING DE LOS PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE LECHE CRUDA EN EL MUNDO**

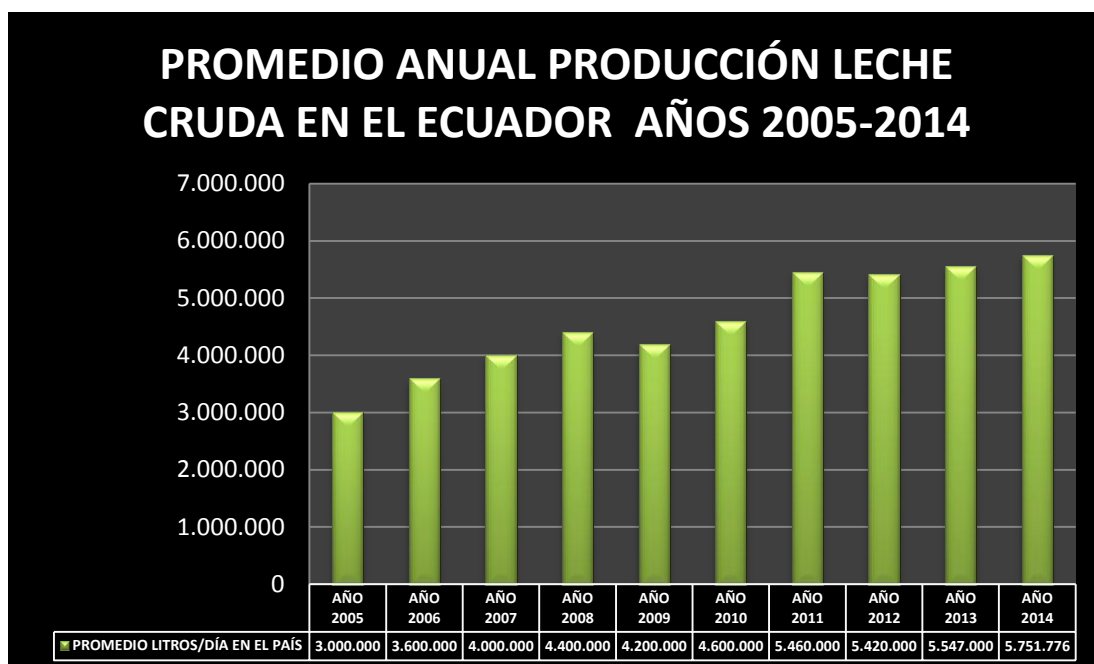
Según lo indica la FAO, dentro de los países más productores de leche cruda a nivel mundial para el año 2013, la Unión Europea encabeza el ranking con una producción aproximada de 138 millones de litros/día, sin embargo se considera a Brasil el tercer mayor productor con 33 millones de litros/día siguiendo en el ranking a países como Estados Unidos y la India con 88 millones y 52 millones de litros/día respectivamente. Ecuador se encuentra aún por debajo de México en el ranking mundial como principales países productores de leche cruda.



**Figura 10. Ranking de los principales países productores de leche cruda en el mundo año 2013**  
Fuente: (FAO, 2015)

### **3.4. PANORAMA ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN LECHERA EN EL ECUADOR**

Según Vizcarra, director ejecutivo del CIL, desde el año 2005 el sector lechero en el país mantiene un desarrollo sostenido y afronta una época de gran crecimiento, el volumen promedio diario de la producción de leche cruda en finca para dicho año era de 3.000.000 litros, que comparada con el promedio registrado en el 2014 que fue de 5.751.776 litros, el sector ha logrado un incremento del 92%, con tendencia al alza.



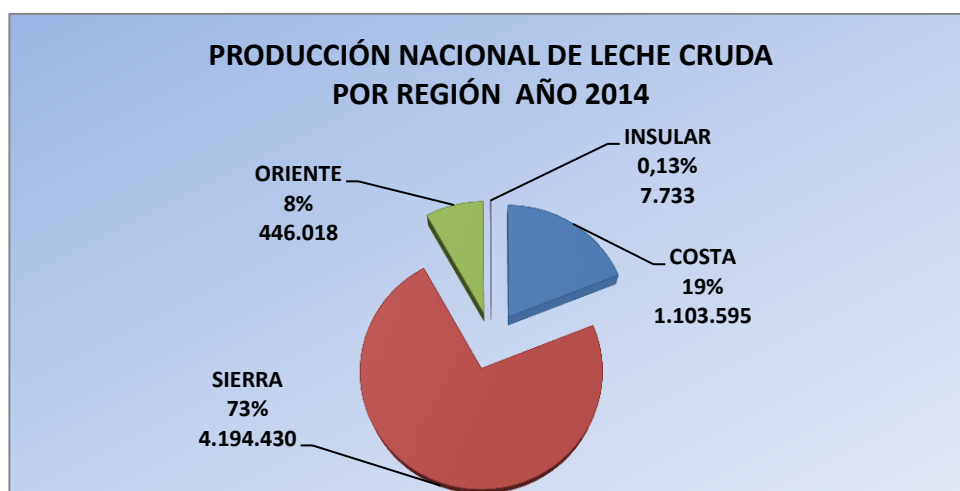
**Figura 11. Promedio anual de producción de leche cruda en el Ecuador años 2005-2014**

Fuente: (Cil, 2014)

Adaptado por: Zurita Luis

### 3.4.1. PRODUCCIÓN NACIONAL DE LECHE CRUDA POR REGIÓN

*Los mayores hatos de producción lechera se concentran en la región Interandina, considerando que el 73% de producción nacional de leche cruda se realiza en la Sierra, 19% en la Costa, 8% en la Región Amazónica y 0,13% en la Región Insular. (Cil, 2014)*



**Figura 12. Producción Nacional de leche cruda año 2014**

Fuente: (Cil, 2014)

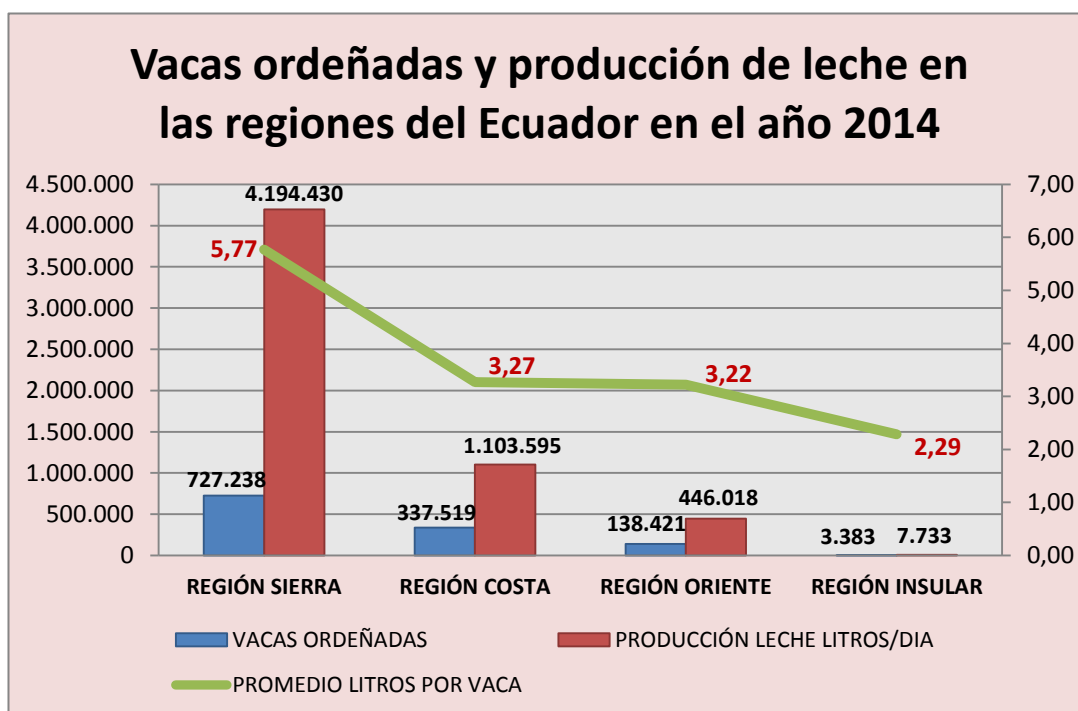
Adaptado por: Zurita Luis

Según el Gerente General de la AGSO, Juan Pablo Grijalva:

*En Ecuador el crecimiento en la producción de leche se mantiene con una tendencia entre el 25% y el 30% en los últimos años, por tal motivo, el sector busca consolidar nuevos mercados para vender el alimento. Esta industria, la cual ya ha exportado a Venezuela, está haciendo gestiones para introducir el producto a Centroamérica y otros países como Rusia, para lo cual se espera que en 2015 Ecuador sea declarado país libre de fiebre aftosa, lo que será un aspecto fundamental en el proceso de expansión de la venta del lácteo. También manifiesta que la producción lechera beneficia a unos 298.000 ganaderos, no menos de un millón y medio de personas viven directa e indirectamente de esta actividad. (El Telégrafo, 2014)*

### 3.4.1.1. VACAS ORDEÑADAS Y PRODUCCIÓN DE LECHE EN LAS REGIONES DEL ECUADOR EN EL AÑO 2014

De acuerdo a los datos del Espac y el CIL para el año 2014, la región Sierra es la que mayor aporta tanto el ordeño de vacas así como de producción lechera, seguido por la región Costa, en tercer lugar la región Amazónica y por último la región Insular.



**Figura 13. Vacas ordeñadas y producción de leche cruda en las regiones del Ecuador año 2014**

Fuente: (Espac & CIL, Producción lechera en el Ecuador, 2013-2014)  
Adaptado por: Zurita Luis

En relación al promedio de litros de leche por vaca producidos al día, la región que más se destaca es la Sierra con 5,77 litros/vaca promedio, debido a la gran cantidad de ganado lechero presente, pastos cultivados y naturales que sirven para su alimentación y la raza del animal. La región Costa ocupa el segundo lugar con 3,27 litros/vaca, continúa la región Amazónica con 3,22 litros/vaca y por último la región Insular con un promedio de 2,29 litros/vaca.

### 3.4.2. PRODUCCIÓN NACIONAL DE LECHE CRUDA POR PROVINCIA

Según datos proporcionados por el CIL, considerando que para año 2014 la Sierra es la región donde se produce la mayor cantidad de leche cruda en el país, las provincias que tienen mayor participación son: Pichincha con una producción diaria de 1.128.976 litros (20%), Cañar 452.861 litros/día (8%), Azuay 443.180 litros/día (8%), Chimborazo 434.399 litros/día (8%), Cotopaxi 414.498 litros/día (7%).

Por la región Costa, las provincias que tienen mayor producción lechera son: Manabí 519.450 litros/día (9%), Guayas 205.298 litros/día (4%).

En la región Amazónica, Morona Santiago representa el 3% de la producción diaria Nacional con 159.826 litros/día y Zamora Chinchipe 145.147 litros/día (3%).

Galápagos, perteneciente a la región Insular, representa apenas el 0,13 % de la producción diaria Nacional con 7.733 litros/día.

**Tabla 6**

#### ***Producción Nacional de leche cruda por provincias año 2014***

REGION	PROVINCIA	LITROS PRODUCIDOS POR PROVINCIA AL DIA	% PROVINCIA
COSTA	ESMERALDAS	131.291	2,28%
	MANABI	519.450	9,03%
	GUAYAS	205.298	3,57%
	SANTA ELENA	35.361	0,61%
	SANTO DOMINGO	52.577	0,91%
	EL ORO	95.410	1,66%
	LOS RIOS	64.208	1,12%
	CARCHI	264.460	4,60%
	IMBABURA	143.577	2,50%
	PICHINCHA	1.128.976	19,63%

CONTINÚA 

<b>SIERRA</b>	COTOPAXI	414.498	7,21%
	TUNGURAHUA	341.782	5,94%
	CHIMBORAZO	434.399	7,55%
	BOLIVAR	272.216	4,73%
	CAÑAR	452.861	7,87%
	AZUAY	443.180	7,71%
	LOJA	298.481	5,19%
<b>ORIENTE</b>	ZAMORA CHINCHIPE	145.147	2,52%
	NAPO	55.476	0,96%
	PASTAZA	20.803	0,36%
	MORONA SANTIAGO	159.826	2,78%
	SUCUMBIOS	36.875	0,64%
	ORELLANA	27.891	0,48%
<b>INSULAR</b>	GALAPAGOS	7.733	0,13%
<b>TOTAL</b>		<b>5.751.776</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: (Cil, 2014)

## CAPÍTULO IV

### DESCRIPCIÓN DEL SECTOR GANADERO Y PRODUCCIÓN LECHERA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA Y CANTÓN MEJÍA

#### 4.1.DESCRIPCIÓN DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Oficialmente llamada Provincia de Pichincha, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la región geográfica conocida como Sierra. Su capital administrativa es la ciudad de Quito que además es capital del Ecuador y es la ciudad más poblada de su región.

*“La provincia es administrada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha desde su capital. Con un total de 2.576.287 de habitantes, es la segunda provincia más poblada del Ecuador, después del Guayas”* (Inec, 2010).

*Con una extensión territorial de 13.465 km, actualmente, se encuentra dividida por 8 cantones: Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos.*

*Su economía se centra en su capital, debido que en esta ciudad vive la mayoría de la población, Quito es el centro político de la provincia de Pichincha y alberga principales organismos gubernamentales, culturales y comerciales de todo el país, la economía rural se centra y se especializa en la agricultura.* (Gad, 2013)

#### 4.1.1. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN LAS ZONAS RURALES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

##### 4.1.1.1.AGRICULTURA

*La zona rural de Pichincha posee grandes extensiones agrícolas y los productos obtenidos son usados principalmente para el consumo nacional, dentro de los principales productos agrícolas dados en tierras altas están: trigo, cebada, maíz, papas, avena, tomates, cebolla, y por el noroccidente se cultiva: plátano, caña de azúcar, palma africana, café, cacao, etc.* (Gad, 2013)

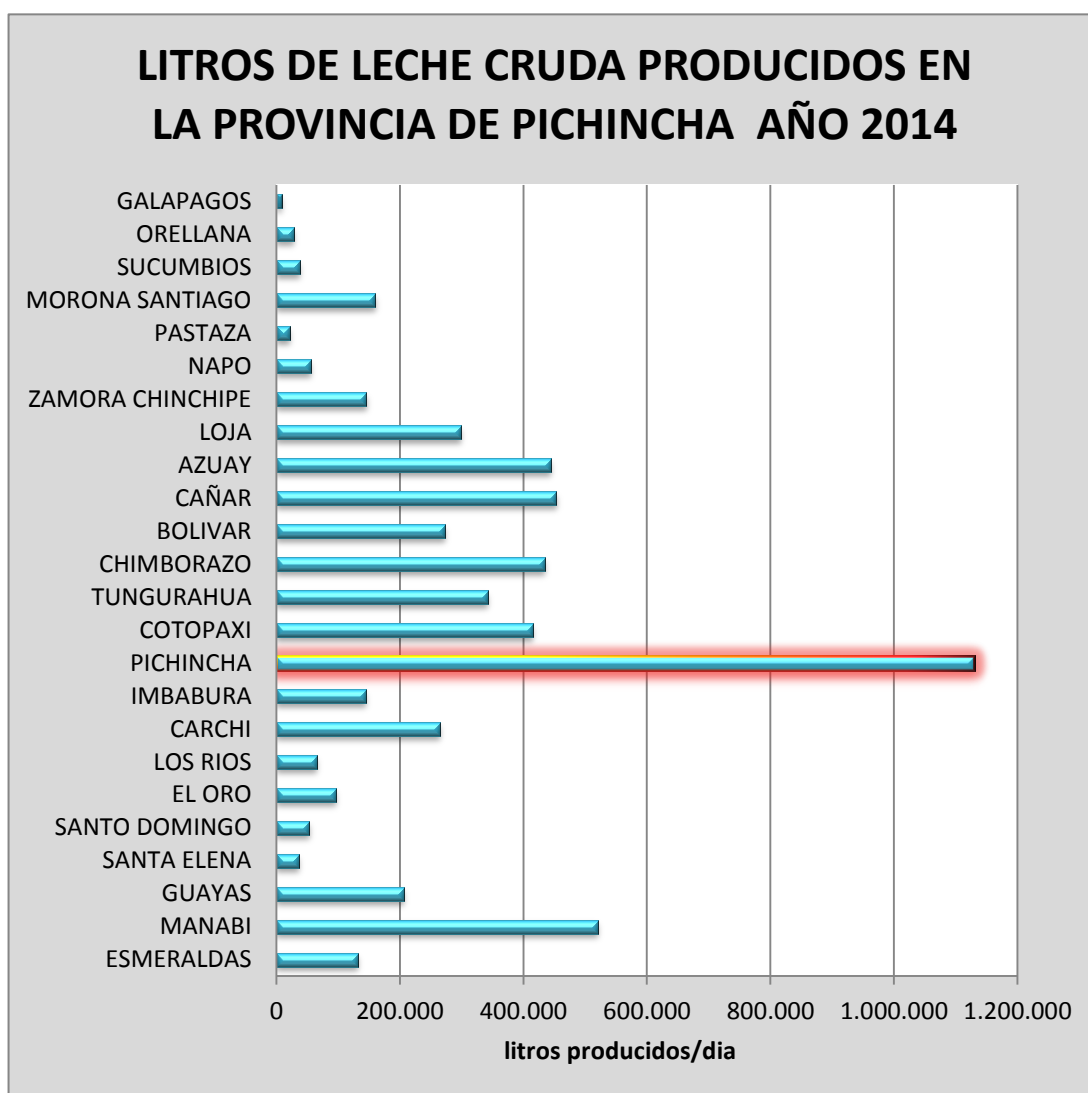
##### 4.1.1.2.GANADERÍA

Según el Espac, la ganadería es una de las principales actividades del sector rural de la provincia de Pichincha, los valles de Machachi y Cayambe han sido empleados para la formación de grandes hatos de ganado bovino, por lo cual se han convertido en importantes centros de abastecimiento lechero. Dentro de su población de ganado, ocupa el segundo lugar con 102.749 vacas ordeñadas después de Manabí la cual cuenta con 176.905 vacas ordeñadas para el último año.

#### 4.1.2. PRODUCCIÓN LECHERA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Según datos proporcionados por el CIL, en el año 2014 la producción lechera en la provincia de Pichincha ocupó el primer lugar a nivel nacional con una producción diaria de 1.128.976 litros, representando el 20% del total de la producción respecto a las demás provincias.

A continuación se puede apreciar los datos en el siguiente gráfico:



**Figura 14. Litros de leche cruda producidos por provincia año 2014**

Fuente: (Cil, 2014)

Adaptado por: Zurita Luis



### 4.1.3. PARTICIPACIÓN CANTONAL EN LA PRODUCCIÓN LECHERA Y VACAS ORDEÑADAS DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Según el CIL para el año 2014, los cantones que representan mayor producción lechera son Quito con 519.329 litros/día, Mejía 300.000 litros/día y Cayambe 138.057 litros/día.

A continuación se detalla la producción lechera (litros/día) de los cantones pertenecientes a la provincia de Pichincha:

**Tabla 7**

*Producción de leche cruda en los cantones de la provincia de Pichincha año 2014*

PROVINCIA	CANTÓN	PRODUCCIÓN POR CANTÓN	VACAS ORDEÑADAS POR CANTÓN
		(litros/día)	
PICHINCHA	Quito	419.329	39.045
	Mejía	300.000	28.495
	Cayambe	138.057	14.385
	Pedro Moncayo	22.580	3.082
	Pedro Vicente Maldonado	56.449	7.192
	Los Bancos	114.187	11.302
	Puerto Quito	55.794	6.165
	Rumiñahui	22.580	3.082
	<b>TOTAL</b>	<b>1.128.976</b>	<b>112.748</b>

**Fuente: (Cil, 2014)**

### 4.2. DESCRIPCIÓN DEL CANTÓN MEJÍA

*Ubicado al suroriente de la provincia de Pichincha a 35 km de Quito capital del Ecuador, se encuentra el cantón Mejía. Su población es de 81.335 habitantes y una superficie de 1.476 km<sup>2</sup>.*

*Actualmente su cabecera cantonal y parroquia urbana es Machachi y sus parroquias rurales son las siguientes: Alóag, Aloasí, Chaupi, Cutuglahua, Tandapi, Tambillo, Uyumbicho. Éstas son representadas por las Juntas Parroquiales ante el Municipio de Mejía.*

*La Municipalidad de Mejía es la entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. Dicha entidad, está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el Alcalde (máxima autoridad administrativa y política del cantón) y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal. (Gad, 2013)*

#### 4.2.1. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y PRODUCTIVAS DEL CANTÓN MEJÍA

*El cantón Mejía conformado por todas sus parroquias, es un cantón eminentemente agrícola y ganadero. Los principales productos que se cultivan son: maíz, fréjol, habas, papas, mellocos, arveja, zanahoria, remolacha, lechuga, entre otros. Además existen grandes sembríos de hierba para el consumo de ganado. Otra fuente de ingreso económico para esta población es el trabajo proporcionado en fábricas asentadas principalmente de productos lácteos que son distribuidos en los mercados de todo el país. (Gad, 2013)*

#### 4.2.2. PRODUCCIÓN LECHERA DEL CANTÓN MEJÍA

Según datos proporcionados por el CIL, Mejía es una de las zonas más reconocidas con gran potencial en lo que respecta a la producción del ganadero lechero, este cantón junto a todas sus parroquias producen aproximadamente 300.000 litros/día de leche cruda con una participación del 15% del total provincial, los mismos que son comprados por las diferentes industrias lácteas del país y un porcentaje pequeño es utilizado como autoconsumo para la alimentación en fincas. La producción de leche es el principal producto pecuario producido por el cantón Mejía, para el año 2014 el promedio de leche por vaca producidos al día fue de 11 litros y la producción mensual de leche cruda fue de 9.000.000 litros aproximadamente.

#### Tabla 8

##### *Producción de leche cruda en el cantón Mejía año 2014*

CANTÓN	PRODUCCIÓN DIARIA LECHE CRUDA CANTÓN MEJIA	VACAS ORDEÑADAS CANTÓN MEJIA	PROMEDIO LITROS/VACA	PRODUCCIÓN MENSUAL LECHE CRUDA CANTÓN MEJIA
<b>Mejía</b>	300.000	28.495	10,52	9.000.000

#### 4.2.3. PRINCIPALES ACTORES EN LA PRODUCCIÓN LECHERA DEL CANTÓN

Es importante considerar que la producción de leche cruda es efectuada tanto por pequeños, medianos y grandes productores en todo el cantón Mejía, donde los rangos de producción varían de acuerdo al número de vacas y hectáreas que posea cada grupo.

**Tabla 9*****Grupos de producción lechera en el cantón Mejía***

<b>Tamaño de UPA</b>	<b>Grupo de Producción</b>	<b>Producción total diaria leche cruda</b>	<b>Compradores de leche cruda</b>
0-20 hectáreas	Pequeño	50-100 litros	Centros de Acopio, tiendas, consumidor
21-100 hectáreas	Mediano	101-1000 litros	Centros de Acopio, Industrias Lácteas
> 100 hectáreas	Grande	> 1000 litros	Industrias Lácteas

Como se puede apreciar, los principales proveedores para las industrias lácteas son los medianos y grandes productores de leche cruda en el cantón Mejía debido que los pequeños productores venden su leche a Centros de Acopio y a su vez éstos últimos lo comercializan con la industria lechera.

## CAPÍTULO V

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 5.1.APLICACIÓN PIM

##### 5.1.1. PROBLEMA DE ESTUDIO

*En toda economía, uno de los sectores con mayor rotación es el alimenticio, debido que el ser humano necesita alimentarse por salud, además “las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)*

A partir de la segunda guerra mundial, actividades como la agricultura y ganadería cobraron mucha importancia, se hacía imposible importar o exportar esta clase de productos por conflictos entre naciones, esto provocó que los gobiernos subsidien estos sectores de la producción.

A nivel mundial, los grandes productores de leche se encuentran en Europa, Australia, Nueva Zelanda y América.

En América Latina la mayor producción lechera se da en Estados Unidos, sin embargo también existen otros países que producen grandes cantidades de leche y la someten a diferentes procesos de elaboración, por lo que se dispone de normativas que especifican las condiciones sanitarias en las que se debe producir, procesar y almacenar la leche. En lo que respecta al Ecuador, las regiones donde se concentran la mayor producción y comercialización de leche cruda son: Región Interandina y Costa principalmente.

Los principales problemas que están presentes en la comercialización de la leche cruda desde los proveedores, tanto productores y centros de acopio hacia las Industrias Lácteas, son que no siempre la leche alcanza la mejor calidad y a su vez el precio de sustentación pagado no cumple con las disposiciones establecidas por el MAGAP, además de otros factores influyentes directa e indirectamente en la comercialización y distribución de leche cruda.

Cabe indicar que en nuestro país, mediante el acuerdo ministerial 394, decretado en el año 2013, se normaliza el pago por litro de leche que entregue el productor o

centro de acopio según la calidad de la misma, sin embargo el cumplimiento de esta normativa, se vuelve hipotético en varios sectores del país.

*Esta no compensación del precio de sustentación establecido por litro de leche, se lo puede ver evidenciado, debido a que productores se reunieron para discutir sobre este tema en diciembre del año anterior.*

*En esta reunión estuvieron presentes productores de diferentes partes de la Sierra, manifiestan que desean llegar a alguna clase de acuerdo, pues incluso indican que por cada litro de leche en muchos reciben hasta 0.15 centavos de dólar, cuando la ley indica que el precio establecido es de 0.42 centavos, por lo que solicitan se respete el precio. Este es uno de los casos que se está viviendo actualmente. (Lechería Latina, 2014)*

El enfoque de la presente investigación, se ha enmarcado en el estudio de los factores más importantes que influyen en el comportamiento de la comercialización de leche cruda en el cantón Mejía de la Provincia de Pichincha desde los proveedores de este producto hacia las Industrias Lácteas.

### **5.1.2. NECESIDADES QUE ENFRENTA EL PROVEEDOR DE LECHE CRUDA DEL CANTÓN MEJÍA**

Conocer realmente la necesidad del proveedor de leche cruda del cantón Mejía al momento que comercializa su producto con las diferentes industrias lácteas del país. La relación entre proveedor e industria, presenta dificultades en la transparencia de las negociaciones, pues en muchos casos, el proveedor no tiene la posibilidad de refutar la calidad de su leche declarada por la industria láctea, además del nivel cultural que predomina en esta clase trabajadora, que poco sabe sobre sus derechos a exigir, dejando hasta cierto punto a las industrias que manejen el precio de comercialización según su conveniencia.

### **5.1.3. PROPÓSITO**

El presente análisis, beneficiará al sector productivo de leche del cantón Mejía, es así que los proveedores, ya sean productores y/o acopiadores determinen la confiabilidad del precio que reciben por la producción que comercializan diariamente a las diferentes industrias lácteas, considerando además los parámetros establecidos que debe tener la leche cruda en cuanto a su calidad.

#### **5.1.4. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

Factores que influyen en la comercialización de leche cruda en el cantón Mejía desde los diferentes proveedores hacia las industrias lácteas.

5.1.4.1. DIAGRAMA CAUSA-EFECTO (ISHIKAWA)

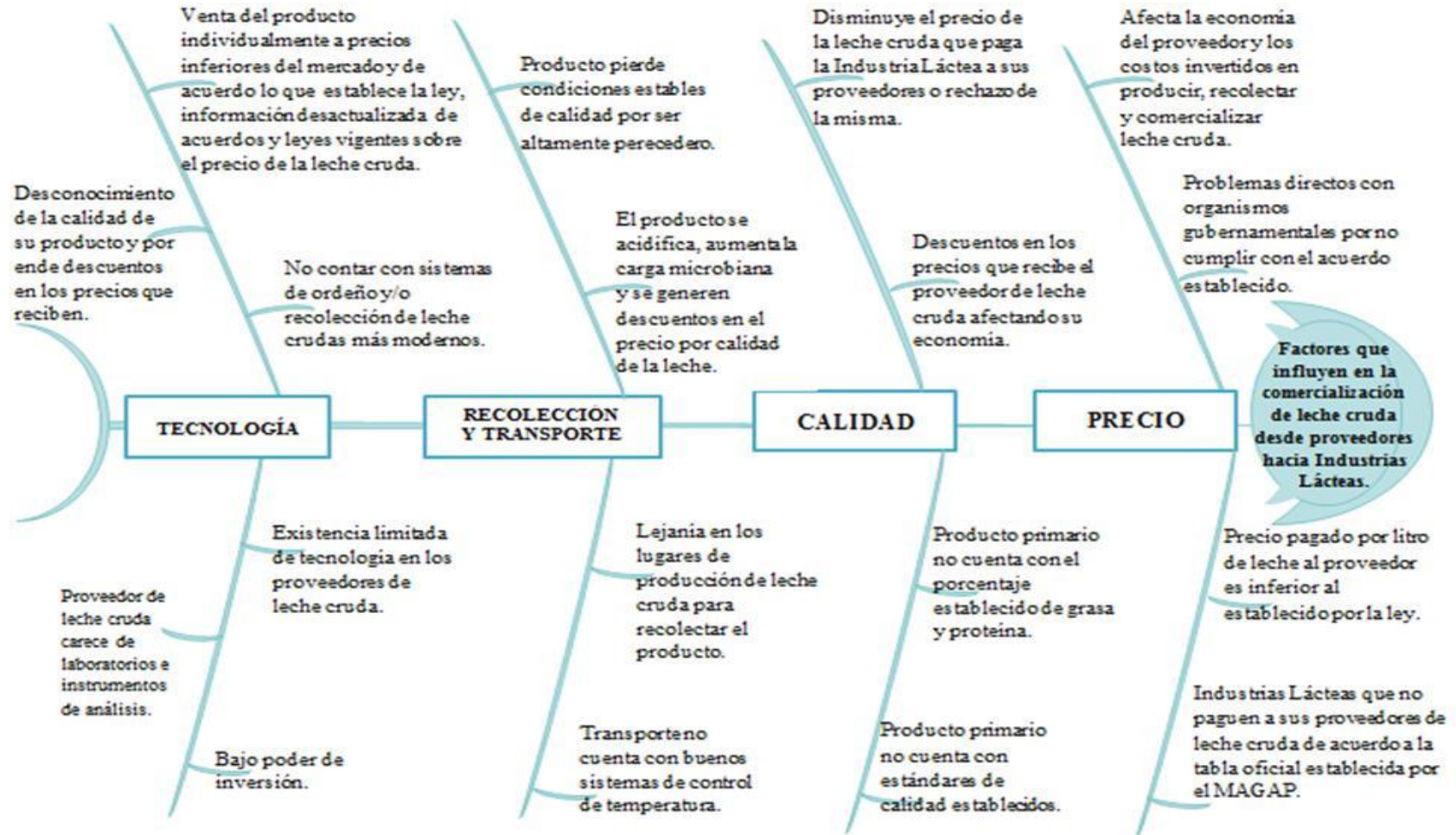


Figura 15. Diagrama Causa-Efecto

### **5.1.5. OBJETIVOS**

#### **5.1.5.1.OBJETIVO GENERAL**

Analizar el comportamiento de la comercialización de leche cruda mediante el estudio de los factores que influyen en la negociación entre proveedores del cantón Mejía e Industrias Lácteas para conocer sus necesidades.

#### **5.1.5.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar las características demográficas y geográficas de los proveedores de leche cruda del cantón Mejía mediante la elaboración de una encuesta para conocer estas variables de estudio.
- Investigar cuáles son los factores que influyen en la compra-venta de leche cruda a los proveedores del cantón Mejía, utilizando las fuentes necesarias y oficiales vigentes en la actualidad por organismos encargados de esta actividad para poder conocer las necesidades del productor.
- Conocer los beneficios que el proveedor de leche cruda debe tener al momento de comercializar su producto a las industrias lácteas, mediante el análisis actual de las relaciones comerciales entre el proveedor y la industria, para determinar el comportamiento de ambos.
- Determinar la percepción que tiene el proveedor de leche cruda sobre el pago de su producto, mediante su opinión directa en la encuesta para considerar si lo que recibe es justo o no por parte de la industria láctea
- Analizar el precio por litro de leche cruda que reciben los proveedores del cantón Mejía por medio de la relación directa con el acuerdo 394 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, para determinar la necesidad económica del proveedor.

### **5.1.6. HIPÓTESIS**

#### **5.1.6.1.HIPÓTESIS GENERAL**

La comercialización de leche cruda en el cantón Mejía carece de técnicas de negociación adecuadas entre proveedores e industrias lácteas.



### **5.1.6.2.HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

- La producción y/o comercialización de leche cruda es una de las principales actividades económicas en el cantón Mejía.
- La calidad de leche cruda influye directamente en el precio pagado al proveedor de leche cruda del cantón Mejía.
- El transporte de leche cruda es un factor que influye en la de comercialización de este producto.
- La carencia de tecnología en el proveedor de leche cruda afecta en la comercialización de su producto a la industria láctea.
- Más del 50 % de proveedores de leche cruda del cantón Mejía no conocen los beneficios que deben recibir al momento de comercializar su producto a las industrias lácteas.
- Más del 75 % de proveedores de leche cruda del cantón Mejía no consideran recibir un precio adecuado por la venta de su producto a las industrias lácteas.
- Más del 50 % de proveedores de leche cruda del cantón Mejía desconocen si el pago que reciben por la venta de su leche está basado en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013

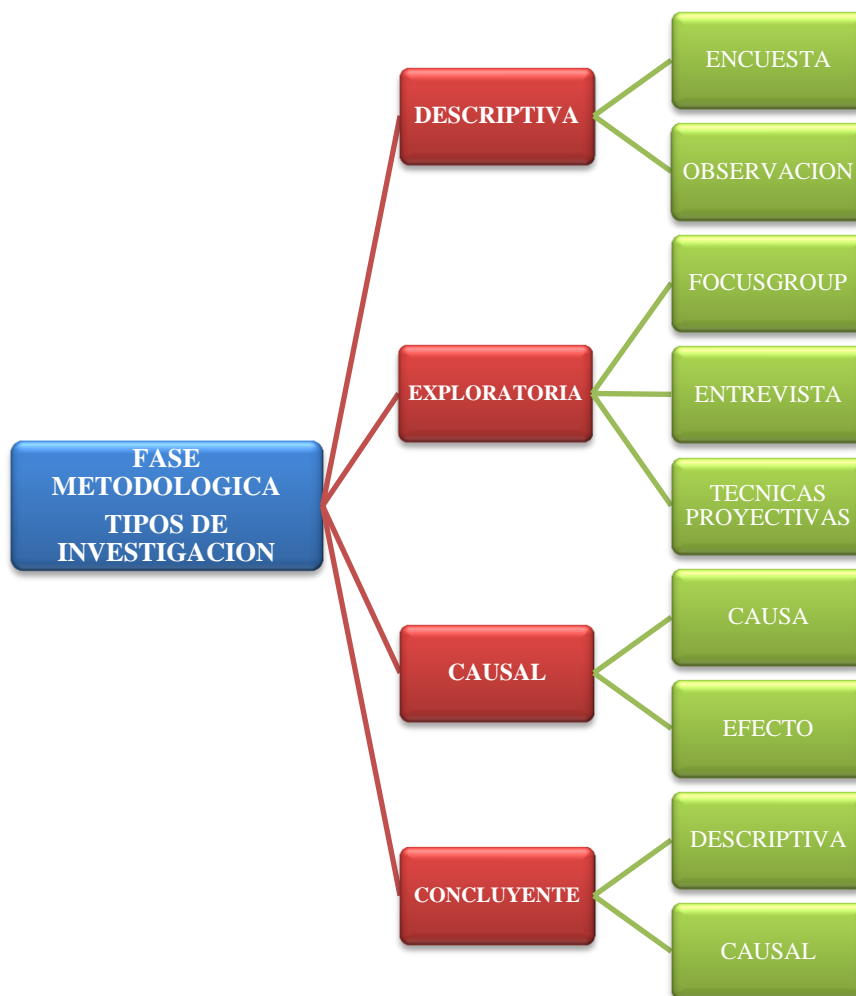
### **5.1.7. ÉTICA DEL INVESTIGADOR**

La ética del investigador, debe ser de carácter profesional para realizar un trabajo investigativo de calidad, es así que se expone ciertas características fundamentales que debe cumplir:

- Puntualidad con el tiempo pactado para realizar la encuesta o entrevista.
- No falsificar datos.
- No manipular datos de análisis.
- Ser proactivo.

### **5.1.8. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Existen diversos tipos de investigación que pueden ser utilizados en el proceso o fase metodológica de la investigación de mercados, a continuación se presenta su clasificación:



**Figura 16. Tipos de Investigación**

Para el estudio de investigación, se procederá a utilizar la investigación de tipo descriptiva, utilizando la técnica investigativa de la encuesta. De esta forma se identificará los factores reales que intervienen en la comercialización de leche cruda entre los proveedores del cantón Mejía y las industrias lácteas.

## **5.2. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN**

### **5.2.1. ENCUESTA**

Esta técnica se utilizará en la presente investigación, considerando las características que la misma que son:

- Relacionado con los objetivos planteados.
- Tiene preguntas de intervalo.
- Tienes preguntas de razón.

- Tiene preguntas nominales y ordinales.
- Se realiza una prueba piloto.

### **5.3. FUENTES DE INFORMACIÓN**

Se utilizará fuentes de información primaria y secundaria.

#### **5.3.1. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS**

Proporcionan datos no disponibles ni interna ni externamente sino que son generados por el propio trabajo de investigación. En el presente estudio, se realizará visitas y encuestas directas a la muestra seleccionada de proveedores de leche cruda del cantón Mejía, para conocer sus necesidades respecto a la comercialización de su producto a las diferentes industrias lácteas.

#### **5.3.2. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS**

Las fuentes de información secundarias se refieren a datos ya existentes y generados con otra finalidad, ya sea específica o general, distinta a las necesidades de información o a los problemas que el investigador pretende abordar en su particular estudio. Para la presente investigación, se utilizará datos estadísticos y actuales de diferentes organismos encargados de la producción y comercialización de leche cruda en el país.

### **5.4. MUESTREO ESTADÍSTICO**

#### **5.4.1. ELEMENTOS Y UNIDADES MUESTRALES**

Las unidades de muestreo son el número de elementos de la población que se van a ser objeto de estudio; para la presente investigación se considerará como elementos de muestreo los siguientes aspectos:

- **Género:** Masculino y Femenino.
- **Nivel Socioeconómico:** Bajo-Medio.
- **Población:** Rural.
- **Sector:** Cantón Mejía.
- **Lugar:** Machachi, Alóag, Aloasí, Chaupi, Cutuglahua, Tandapi, Tambillo, Uyumbicho.

### 5.4.2. TAMAÑO DEL UNIVERSO

Es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas, ante la posibilidad de investigar el conjunto en su totalidad.

Para determinar el tamaño del universo, se tomó como fuente los datos de medianos y grandes productores de leche cruda en el cantón Mejía según Agrocalidad a diciembre 2014 respecto a la última fase de vacunación contra la fiebre aftosa y los centros de acopio oficiales registrados en el cantón en la misma entidad.

**Tabla 10**

**Tamaño de la población de estudio**

PROVEEDORES DE LECHE CRUDA CANTÓN MEJIA		
PRODUCTORES	CENTROS DE ACOPIO REGISTRADOS	TOTAL POBLACIÓN
4.776	7	4.783

### 5.4.3. TIPO DE MUESTREO

En el proceso de investigación de mercados, se puede utilizar el muestreo probabilístico o muestreo no probabilístico.



**Figura 17. Tipos de Muestreo**

Para esta investigación se utilizará el muestreo aleatorio simple, considerando que cada miembro de la población entre productores y centros de acopio del cantón Mejía tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto.

#### 5.4.4. MUESTRA

Es muy importante conocer la dimensión de la muestra a la cual la presente investigación se enfrentará, debido que se trabajará con datos los mismos que serán tabulados para dar inmediatamente resultados.

##### 5.4.4.1. PRUEBA PILOTO

Mediante la prueba piloto se obtendrá principalmente los siguientes aspectos:

- Verificar que el formulario este bien estructurado.
- Encuesta realizada entre 10-15 personas.
- Determinar si las preguntas planteadas en la encuesta son entendibles y claras.
- Permite realizar modificaciones para el formulario o encuesta final y así sea entendible para el sujeto encuestado.
- Ayuda a determinar P y Q para calcular el tamaño de la muestra.

Se realizó la encuesta piloto a 10 proveedores de leche cruda del cantón Mejía, en 2 parroquias diferentes y los resultados por los que se obtiene el grado de aceptación (P) y grado de rechazo (Q) son los siguientes:

**¿Considera que su leche le compran a un precio justo?**

a) SI

b) NO

De los 10 encuestados, 6 indicaron que no consideran justo el precio que reciben por la venta de su leche y 4 indicaron estar de acuerdo; por lo que se tiene:

**P= 0.4**

**Q = 0.6**

#### 5.4.4.2.TAMAÑO DE LA MUESTRA

Luego de haber determinado el universo que es de 4.783 proveedores de leche cruda en el cantón Mejía, y los valores de P y Q mediante la encuesta piloto, se procederá a realizar el cálculo respectivo de la muestra.

A continuación se presenta la ecuación para determinar la muestra:

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2 N + z^2 pq}$$

**Dónde:**

**n**= Número de elementos que debe poseer la muestra.

**z**= Nivel de significancia.

**p**= % estimado.

**q**= 100 – p

**e**= error permitido.

**N**= Población total.

$$n = \frac{(1,881)^2 * (0,4) * (0,6) * (4.783)}{(0,06)^2 * (4.783) + (1,881)^2 * (0,4) * (0,6)}$$

$$n = \frac{3,538 * 1.147,92}{0,0036 * 4.783 + 3,538 * 0,24}$$

$$n = \frac{4.061,34}{17,2188 + 0,85}$$

$$n = \frac{4.061,34}{18,07}$$

$$n = 224,8 \cong 225$$

Se puede determinar que se necesita una muestra de 225 proveedores de leche cruda en el cantón Mejía para la presente investigación.

### 5.4.4.3.FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

**Tabla 11**

***Ficha Técnica de la investigación***

<b>UNIVERSO</b>	Medianos, grandes productores de leche cruda y centros de acopio registrados en Agrocalidad en el cantón Mejía. N=4.783
<b>ÁMBITO GEOGRÁFICO</b>	Cantón Mejía Parroquias
<b>TÉCNICA INVESTIGATIVA PARA RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	Encuesta personal
<b>TÉCNICA DE MUESTREO</b>	Muestreo probabilístico, aleatorio simple.
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	n= 225
<b>ERROR MUESTRAL</b>	± 6%
<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	94%, z= 1,881

### 5.4.5. MATRIZ DE PLANTEAMIENTO DE CUESTIONARIO

Previo a realizar el cuestionario, se comenzará con una matriz para encontrar y analizar cada variable de la investigación, la misma que está directamente relacionada con los objetivos planteados, de esta forma se logrará que la encuesta sea lo más comprensible posible para el encuestado.

**Tabla 12**

***Matriz del cuestionario***

<b>Pregunta</b>	<b>Alternativa de Respuesta</b>	<b>Escala</b>	<b>Objetivo al que pertenece</b>
<b>1. Cómo proveedor de leche, usted es:</b>	Productor Acopiador	Nominal	Objetivo General Objetivo Especifico #1
<b>2. El ordeño que usted realiza es:</b>	Manual Mecánico	Nominal	Objetivo General Objetivo Especifico #2
<b>3. ¿Sus ingresos mensuales son?</b>	Menos de 1.000\$ 1.001 – 5.000 \$ 5.001 – 10.000 \$	Intervalo	Objetivo Especifico #1

**CONTINÚA** →

	10.001 – 15.000 \$		
	Más de 15.000 \$		
<b>4. ¿Considera que su leche le compran a un precio justo?</b>	Si	Ordinal	Objetivo General Objetivo Especifico #4
	No		
<b>5. ¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?</b>	Herencia familiar	Nominal	Objetivo Especifico #2
	Buena utilidad		
	Vocación		
	Ingresos extras		
<b>6. ¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?</b>	Menos de 1 año	Intervalo	Objetivo Especifico #2
	1-5 años		
	6-10 años		
	11-15 años		
	16-20 años		
	Más de 20 años		
<b>7. ¿Tiene otra alternativa de ingresos?</b>	Si	Ordinal	Objetivo Especifico #1
	No		
<b>8. ¿De qué forma distribuye su leche a la Industria?</b>	Transporte propio	Nominal	Objetivo General Objetivo Especifico #2
	Transporte de la Industria		
<b>9. ¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?</b>	1-50 litros	Intervalo	Objetivo Especifico #2
	51-100 litros		
	101-500 litros		
	501-1000 litros		
	Más de 1000 litros		
<b>10. ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?</b>	Si	Ordinal	Objetivo Especifico #3 Objetivo Especifico #4
	No		
<b>11. El precio que le pagan por su leche, es en base a:</b>	Volumen	Nominal	Objetivo General Objetivo Especifico #4
	Calidad		
<b>12. ¿Quién establece el precio de su leche?</b>	Individualmente	Nominal	Objetivo Especifico #3 Objetivo Especifico #4

CONTINÚA →



	Industria ----- Entre ambos		
<b>13. ¿Tiene un contrato firmado con la Industria por la venta de su leche?</b>	Si ----- No	Ordinal	Objetivo General Objetivo Especifico #3 Objetivo Especifico #4
<b>14. ¿Los precios que le pagan por su leche son siempre los mismos?</b>	Si ----- No	Ordinal	Objetivo General Objetivo Especifico #4
<b>15. ¿A qué precio vende el litro de leche?</b>	Menos de 0.42 ctvs ----- 0.42-0.44 ctvs ----- 0.45-0.47ctvs ----- 0.48-0.50 ctvs ----- Más de 0.50 ctvs	Intervalo	Objetivo General Objetivo Especifico #3 Objetivo Especifico #4
<b>16. ¿Los pagos que recibe por su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP?</b>	Si ----- No ----- Desconoce	Nominal	Objetivo General Objetivo Especifico #5
<b>17. Usted como vendedor de leche, ¿tiene un certificado como predio libre de brucelosis y tuberculosis y/o buenas prácticas ganaderas?</b>	Si ----- No	Ordinal	Objetivo General Objetivo Especifico #3 Objetivo Especifico #5

#### 5.4.6. ENCUESTA PILOTO

A continuación se presenta la encuesta piloto utilizada inicialmente para verificar los aspectos mencionados anteriormente.

Tabla 13

**Encuesta Piloto**

<b>ENCUESTA A LOS PROVEEDORES DE LECHE CRUDA DEL CANTÓN MEJÍA</b>				
<b>OBJETIVO:</b> Analizar el comportamiento de la comercialización de leche cruda mediante el estudio de los factores que influyen en la negociación entre proveedores del cantón Mejía e Industrias Lácteas para conocer sus necesidades.				
<b>INSTRUCCIONES:</b> Encierre la respuesta que corresponda.				
<b>PERFIL DEL ENCUESTADO</b>				
<b>Género</b>	<input type="checkbox"/>	Femenino		
	Masculino <input type="checkbox"/>	<b>Parroquia que vive actualmente</b> _____		
<b>Grado de instrucción</b>	Primaria	Secundaria	Superior	Otro
<b>COMPORTAMIENTO DEL PROVEEDOR</b>				
<b>1. Cómo proveedor de leche, usted es:</b>				
a) Productor		b) Acopiador		
<i>Si su respuesta es b, diríjase a la pregunta 3.</i>				
<b>2. El ordeño que usted realiza es:</b>				
a) Manual		b) Mecánico		
<b>3. ¿Sus ingresos mensuales son?</b>				
a) Menos de 1.000\$ 10.001 – 15.000 \$		b) 1.001 – 5.000 \$ e) Más de 15.000		c) 5.001 – 10.000 d)
<b>4. ¿Considera que su leche le compran a un precio justo?</b>				
a) SI		b) NO		

CONTINÚA →

**5. ¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?**

- a) Herencia familiar                      b) Buena utilidad                      c) Vocación                      d) Ingresos extras

**6. ¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?**

- a) Menos de 1 año                      b) 1-5 años                      c) 6-10 años                      d) 11-15 años  
e) 16-20 años                      f) Más de 20 años.

**7. ¿Tiene otra alternativa de ingresos?**

- a) SI    b) NO

¿Cuál es?

---

**8. ¿De qué forma distribuye su leche a la Industria?**

- a) Transporte propio                      b) Transporte de la Industria

**9. ¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?**

- a) 1-50 litros                                      b) 51-100 litros                                      c) 101-500 litros  
d) 501-1000 litros                                      e) Más de 1000 litros

**10. ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?**

- a) SI    b) NO

**11. El precio que le pagan por su leche, es en base a:**

- a) Volumen    b) Calidad

**12. ¿Quién establece el precio de su leche?**

- a) Individualmente                                      b) Industria                                      c) Entre ambos

**13. ¿Tiene un contrato firmado con la Industria por la venta de su leche?**

- a) SI    b) NO

**14. ¿Los precios que le pagan por su leche son siempre los mismos?**

- a) SI    b) NO

¿De qué depende?

---

**CONTINÚA** 



- En la **pregunta N°12**: Se incluye la palabra **Láctea** en la opción de respuesta.

¿Quién establece el precio de su leche?		
a) Individualmente	b) Industria <b><u>Láctea</u></b>	c) Entre ambos

- En la **pregunta N°13**: Se incluye la palabra **Láctea** en la pregunta.

¿Tiene un contrato firmado con la Industria <b><u>Láctea</u></b> por la venta de su leche?	
a) SI	b) NO

- En la **pregunta N°14**: Se incluye la palabra **Industria Láctea** en la pregunta.

¿Los precios que le paga la <b><u>Industria Láctea</u></b> por su leche son siempre los mismos?	
a) SI	b) NO
¿De qué depende? _____	

- En la **pregunta N°15**: Se cambia la formulación de la pregunta para que se entienda de mejor manera.

¿A qué precio vende el litro de leche?
<b>¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?</b>

- En la **pregunta N°16**: Se cambia la formulación de la pregunta para que se entienda de mejor manera.

¿Los pagos que recibe por su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP?
--

**¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?**

- Se elimina la **pregunta 17**, debido que su contenido se sobreentiende en la nueva formulación de la pregunta 16.
- Se añade una pregunta sobre el manejo de laboratorio o centro de análisis en los proveedores para asegurar la calidad de su leche, haciendo referencia a la tecnología como factor que interviene en la comercialización de este producto desde los proveedores del cantón Mejía hacia las Industrias Lácteas:

**¿Cómo proveedor de leche, cuenta con un laboratorio o centro de análisis para realizar muestras y asegurarse de la calidad de su producto?**

a) SI

b) NO


*Si su respuesta es a, indique si es propio o particular \_\_\_\_\_*

#### **5.4.8. CUESTIONARIO DEFINITIVO**

Después de haber realizado los cambios respectivos, el cuestionario definitivo es el siguiente:

Tabla 14

**Encuesta Final**

<b>ENCUESTA A LOS PROVEEDORES DE LECHE CRUDA DEL CANTÓN MEJÍA</b>				
<b>OBJETIVO:</b> Analizar el comportamiento de la comercialización de leche cruda mediante el estudio de los factores que influyen en la negociación entre proveedores del cantón Mejía e Industrias Lácteas para conocer sus necesidades.				
<b>INSTRUCCIONES:</b> Encierre la respuesta que corresponda.				
<b>PERFIL DEL ENCUESTADO</b>				
<b>Género</b>	<input type="checkbox"/>	Femenino		
	Masculino <input type="checkbox"/>	<b>Parroquia que vive actualmente</b> _____		
<b>Grado de instrucción</b>	Primaria	Secundaria	Superior	Otro
<b>COMPORTAMIENTO DEL PROVEEDOR</b>				
<b>1. Cómo proveedor de leche, usted es:</b>				
			a) Productor	
		b) Acopiador		
<i>Si su respuesta es b, diríjase a la pregunta 3.</i>				
<b>2. El ordeño que usted realiza es:</b>				
	a) Manual		b) Mecánico	
<b>3. ¿Cómo proveedor de leche, cuenta con un laboratorio o centro de análisis para realizar muestras y asegurarse de la calidad de su producto?</b>				
	a) SI		b) NO	
<i>Si su respuesta es a, indique si es propio o particular</i> _____				
<b>4. ¿Sus ingresos mensuales son?</b>				
a) Menos de 1.000\$		b) 1.001 – 5.000 \$		c) 5.001 – 10.000
d) 10.001 – 15.000 \$		e) Más de 15.000 \$		
				<b>CONTINÚA</b> 

**5. ¿Considera que su leche le compran a un precio justo?**

a) SI

b) NO

**6. ¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?**

a) Herencia familiar

b) Buena utilidad

c) Vocación

d) Ingresos extras

**7. ¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?**

a) Menos de 1 año

b) 1-5 años

c) 6-10 años

d) 11-15 años

e) 16-20 años

f) Más de 20 años.

**8. ¿Tiene otra alternativa de ingresos?**

a) SI

b) NO

¿Cuál es?

---

**9. ¿De qué forma distribuye su leche a la Industria Láctea?**

a) Transporte propio

Láctea

b) Transporte de la Industria

**10. ¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?**

a) 1-50 litros

b) 51-100 litros

c) 101-500 litros

d) 501-1000 litros

e) Más de 1000 litros

**11. ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?**

a) SI

b) NO

**12. El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:**

a) Volumen

b) Calidad

c) Desconoce

**13. ¿Quién establece el precio de su leche?**

a) Individualmente

b) Industria Láctea

c) Entre ambos

**14. ¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?**

a) SI

b) NO

**CONTINÚA** →



<b>15. ¿Los precios que le paga la Industria Láctea por su leche son siempre los mismos?</b>		
a) SI		b) NO
<i>¿De qué depende?</i> _____		
<b>16. ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?</b>		
a) Menos de 0.42 ctvs	b) 0.42-0.44 ctvs	c) 0.45-0.47 ctvs
d) 0.48-0.50 ctvs	e) Más de 0.50 ctvs	
<b>17. ¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?</b>		
a) SI	b) NO	c) Desconoce
<b>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</b>		

#### 5.4.9. TRANSCRIPCIÓN DE DATOS

Las encuestas realizadas a la muestra obtenida de proveedores de leche cruda del cantón Mejía arrojaron datos, los mismos que serán transcritos mediante el programa estadístico SPSS para realizar los respectivos análisis de investigación univariado y bivariado.

### 5.5. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 5.5.1. ANÁLISIS UNIVARIADO

El análisis univariado permite el estudio de variables por separado, de esta manera se analiza y determina sus características o propiedades, midiéndolas una a una, de forma univariante. Los tipos de medidas a analizar son las siguientes:

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

MEDIDAS DE TENDENCIA

### Figura 18. Estructura del Análisis Univariado

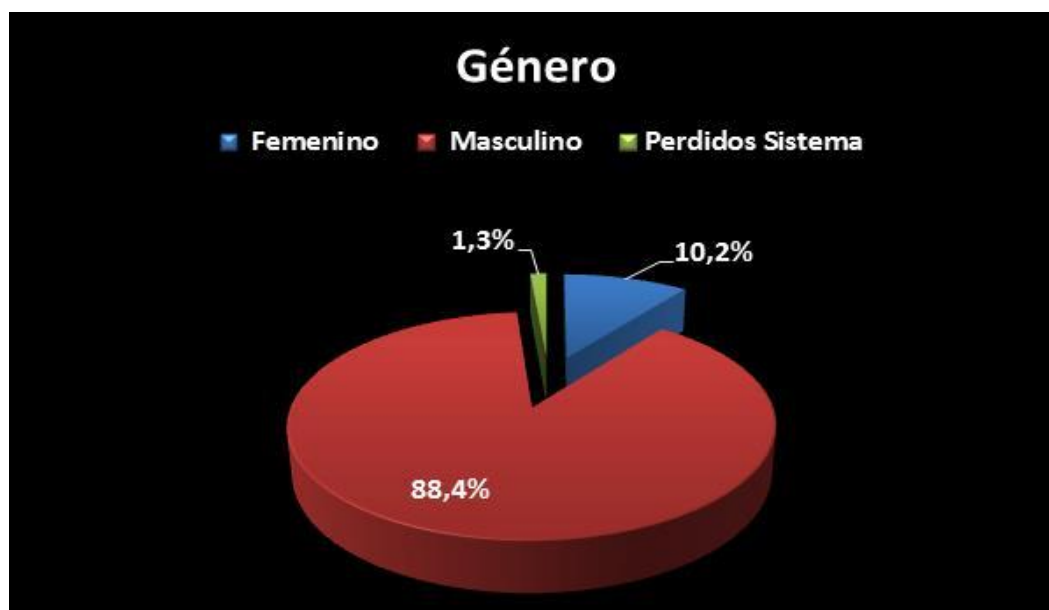
A continuación se presenta el análisis univariado de cada variable o pregunta realizada en la encuesta a los proveedores de leche cruda del cantón Mejía y una vez realizado la tabulación de datos en el programa estadístico SPSS:

#### a) GÉNERO

**Tabla 15**

#### **Género**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Femenino	23	10,2	10,4	10,4
	Masculino	199	88,4	89,6	100,0
	Total	222	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,3		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



**Figura 19. Género**

#### **Análisis Ejecutivo:**

De acuerdo al estudio realizado en el cantón Mejía, el mayor porcentaje de proveedores de leche cruda corresponde al género masculino dado que es una actividad fuerte en el campo, mientras que un pequeño porcentaje representa al género femenino debido que las mujeres en la actualidad también realizan actividades de ordeño y venta de este producto.

#### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

Según datos del último censo nacional agropecuario en el año 2000, el mayor porcentaje de productores y comerciantes de leche cruda corresponde a hombres con el 71% dentro de la provincia de Pichincha y en el cantón Mejía, lo que indica actualmente que los datos obtenidos no han cambiado en el transcurso de los últimos años.

## b) GRADO DE INSTRUCCIÓN

Tabla 16

*Grado de Instrucción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	146	64,9	66,7	66,7
	Secundaria	64	28,4	29,2	95,9
	Superior	6	2,7	2,7	98,6
	Otro	3	1,3	1,4	100,0
	Total	219	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	6	2,7		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



Figura 20. Grado de Instrucción

**Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta, se observa que el mayor porcentaje de proveedores tienen únicamente entre estudios primarios y secundarios principalmente por la escases de recursos económicos y es por ello que desde niños se han dedicado a actividades de tipo agrícola y ganadero además de la venta de su producción diaria, mientras que un

mínimo porcentaje de los encuestados indican tener otro tipo de instrucción y/o estudios superiores debido que en la actualidad poca gente de estas zonas rurales inician y culminan sus estudios .

### Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)

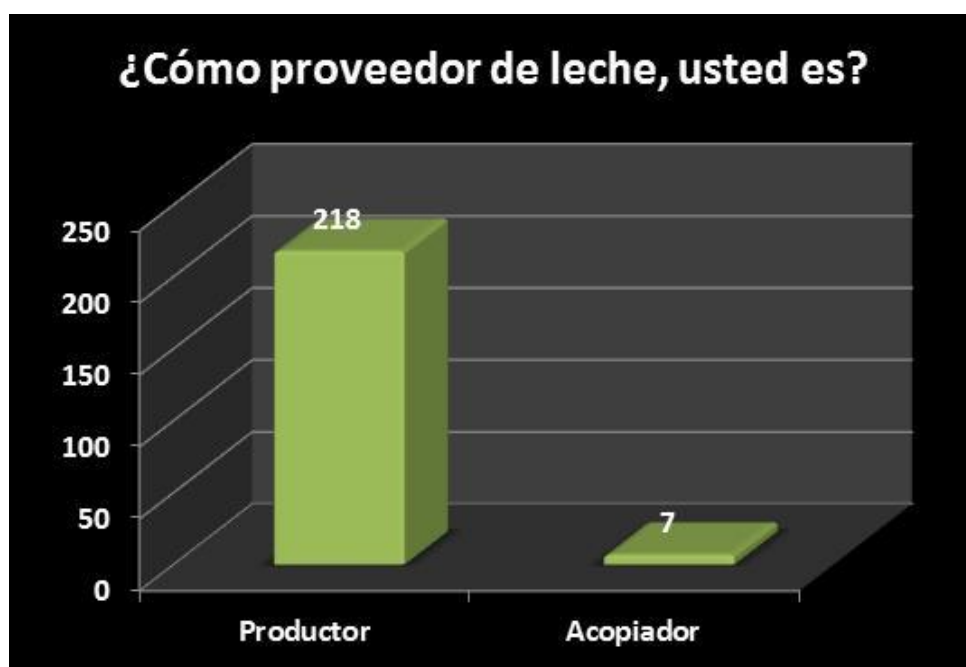
Según datos del último censo nacional agropecuario en el año 2000, el nivel primario aprobado como instrucción para personas productoras y/o comerciantes de leche en el cantón Mejía representa el 58%, seguido por el nivel secundario con 13% y niveles de estudios superiores lo tienen apenas el 9%, es así que los datos a la actualidad no han variado en gran proporción.

### PREGUNTA 1.

**Tabla 17**

**¿Cómo proveedor de leche, usted es?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Productor	218	96,9	96,9	96,9
	Acopiador	7	3,1	3,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 21. ¿Cómo proveedor de leche, usted es?**

### **Análisis Ejecutivo:**

Se puede observar que del total de proveedores de leche cruda encuestados en el cantón Mejía, la mayor parte pertenece al sector de productores y una mínima cantidad a acopiadores, es decir el porcentaje de productores predomina sobre los centros de acopio registrados en Agrocalidad para realizar actividades de comercialización formalmente, siendo un mercado potencial que en la actualidad es demandado por ser producto primario.

### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

Según datos proporcionados por Agrocalidad y de acuerdo a la investigación realizada, en diciembre del año 2010, Pichincha contaba con 10 centros de acopio registrados, actualmente son 16 y en el cantón Mejía eran 4 acopios los que operaban mediante registro oficial, actualmente son 7, por lo que se considera que para el año 2014 existió un incremento del 75%. En cuanto a los datos de medianos y grandes productores, según el último censo nacional agropecuario en el año 2000 la cantidad era de aproximadamente 2.035 y actualmente son 4.776 productores de leche, según los datos que arrojaron la última fase de la vacunación contra la fiebre aftosa realizada por Agrocalidad en diciembre del 2014, existiendo un incremento del 135% aproximadamente.

### **PREGUNTA 2.**

**Tabla 18**

***El ordeño que usted realiza es:***

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Manual	11	4,9	5,1	5,1
	Mecánico	206	91,6	94,9	100,0
	Total	217	96,4	100,0	
Perdidos	Sistema	8	3,6		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



**Figura 22. El ordeño que usted realiza es:**

#### **Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta, se observa que el mayor porcentaje de productores de leche cruda encuestados en el cantón Mejía realizan su ordeño de forma mecánica considerando que el cuestionario estaba dirigido exclusivamente a medianos y grandes productores al ser estos proveedores directos para las Industrias Lácteas, solo un mínimo porcentaje indicaron que realizan ordeño manual por falta de presupuesto.

#### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

Según datos del último censo nacional agropecuario en el año 2000 existía más ordeños de tipo manual en diversas parroquias del cantón Mejía, sin embargo en el transcurso de estos años el proyecto Red Lechera, del Programa Nacional de Ganadería Sostenible, del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) ha entregado varios equipos de ordeño mecánico a este sector con lo cual ha mejorado las actividades productivas, ahorro de tiempo en la producción, mejor calidad de leche y mejores condiciones de trabajo de muchos campesinos dedicados al ganado.

**PREGUNTA 3.****Tabla 19**

***¿Cómo proveedor de leche, cuenta con un laboratorio o centro de análisis para realizar muestras y asegurarse de la calidad de su producto?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	21	9,3	9,4	9,4
	No	202	89,8	90,6	100,0
	Total	223	99,1	100,0	
Perdidos	Sistema	2	,9		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



**Figura 23. ¿Cómo proveedor de leche, cuenta con un laboratorio o centro de análisis para realizar muestras y asegurarse de la calidad de su producto?**

**Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta, se observa que el mayor porcentaje de proveedores de leche cruda del cantón Mejía no cuenta con un laboratorio o centro de análisis para realizar muestras de leche y asegurar la calidad de su producto, lo que evidencia que lo venden a las Industrias Lácteas sin verificación de ellos mismos lo que tiene consecuencias negativas en los precios que reciben, mientras que a penas un mínimo



porcentaje si cuentan con laboratorio propio principalmente grandes productores que tienen algún centro particular donde llevan las muestras para analizarlas y las venden con mayor calidad.

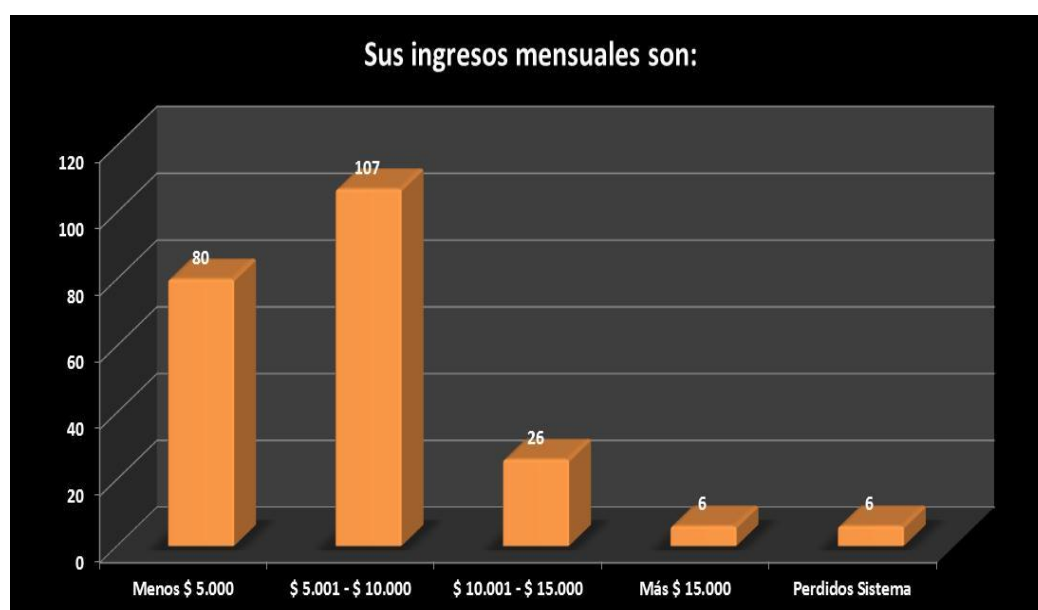
Los datos de la presente investigación reflejan que debería existir mayor apoyo de organismos gubernamentales para que este sector productivo tenga acceso a esta clase de tecnología brindando mayor oportunidad para conocer la calidad de su producto y el pago que deben recibir por el mismo.

#### PREGUNTA 4.

**Tabla 20**

**Sus ingresos mensuales son:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos \$ 5.000	80	35,6	36,5	36,5
	\$ 5.001 - \$ 10.000	107	47,6	48,9	85,4
	\$ 10.001 - \$ 15.000	26	11,6	11,9	97,3
	Más \$ 15.000	6	2,7	2,7	100,0
	Total	219	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	6	2,7		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



**Figura 24. Sus ingresos mensuales son:**

### **Análisis Ejecutivo:**

Del total de proveedores de leche cruda del cantón Mejía encuestados, la gran mayoría indica tener ingresos mensuales entre \$ 5.001 - \$ 10.000 por la venta de leche y en algunos casos por realizar otras actividades de campo considerando así que esta actividad genera amplios ingresos en la actualidad debido a la regulación de precios por parte del Gobierno, sin embargo tienen que pagar a todo el personal que trabaja en la finca, adquirir insumos y alimentar al ganado; en el caso de los acopiadores pagar a sus pequeños proveedores, por lo que la utilidad que queda sirve para seguir invirtiendo en esta actividad agroalimentaria.

### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

Al comparar los ingresos que percibía este sector productivo y comercial del cantón Mejía 10 años atrás, ha mejorado debido al ajuste de precios que ha realizado el Gobierno mediante el MAGAP, es así que en el último ajuste en el año 2013 a la actualidad donde el precio mínimo por litro de leche pagado en finca y/o centro de acopio es de 0.42 ctvs, los proveedores de leche cruda han podido tener mayor estabilidad económica y/o mejores condiciones de vida.

### **PREGUNTA 5.**

**Tabla 21**

***¿Considera que su leche le compran a un precio justo?***

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Si	46	20,4	20,5	20,5
	No	178	79,1	79,5	100,0
	Total	224	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



Figura 25. ¿Considera que su leche le compran a un precio justo?

#### Análisis Ejecutivo:

En esta pregunta se observa que del total de proveedores encuestados en diferentes parroquias del cantón Mejía, el mayor porcentaje considera que no recibe un buen precio por la venta y/o comercialización de su leche a las Industrias Lácteas, principalmente porque los costos que invierten en producir y alimentar al ganado son elevados, en el caso de los acopios porque deben pagar a sus productores pequeños pues estos también les exigen que el precio sea mayor, pero como los primeros no son bien remunerados por las Industrias no les alcanza muchas veces y pierden ganancias propias para poder cumplir con sus proveedores pequeños.

**PREGUNTA 6.****Tabla 22*****¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Herencia familiar	100	44,4	44,4	44,4
	Buena utilidad	40	17,8	17,8	62,2
	Vocación	66	29,3	29,3	91,6
	Ingresos extras	19	8,4	8,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura 26. ¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?****Análisis Ejecutivo:**

La mayor parte de proveedores encuestados del cantón Mejía se dedican a la producción y/o comercialización de leche cruda principalmente porque esta actividad ha sido fuente de ingresos familiares, el porcentaje que ocupa el segundo lugar es por vocación básicamente por productores grandes que tienen estudios y se han

especializado en este campo, considerándose así un mercado que poco a poco emplea recursos para aprender más sobre esta actividad.

### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

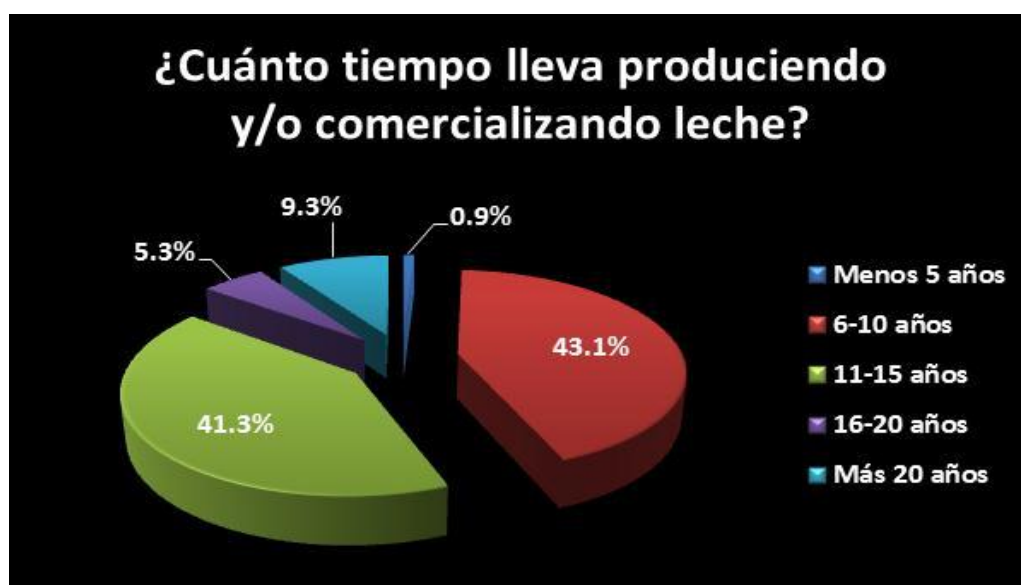
Según datos proporcionados por la municipalidad del cantón Mejía, este ha sido reconocido a nivel nacional por la gran producción de leche que maneja en diversas de sus parroquias, por la cultura que hasta la actualidad las personas dedicadas tanto a la producción y/o comercialización de leche cruda manejan y por ende la utilidad que les brinda, sin embargo la falta de recursos económicos-financieros y fuentes de apoyo han impedido que crezcan empresarialmente y es razón por la que mucha gente se ha dedicado a esta actividad por herencia de familiares que generación tras generación han ido dejando, es importante además reconocer que el nivel de estudios poco a poco ha ido aumentando en estas zonas rurales y es por ello que un pequeño porcentaje se dedica a esta actividad por vocación lo que para el año 2000 aún no lo hacía.

### **PREGUNTA 7.**

**Tabla 23**

***¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?***

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Menos 5 años	2	,9	,9	,9
	6-10 años	97	43,1	43,1	44,0
	11-15 años	93	41,3	41,3	85,3
	16-20 años	12	5,3	5,3	90,7
	Más 20 años	21	9,3	9,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 27. ¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?**

#### **Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta se observa que el tiempo que los proveedores de leche cruda del cantón Mejía llevan produciendo y/o comercializando este producto a las Industrias Lácteas están en su gran mayoría entre 6 y 15 años, esto conlleva que principalmente los años que realizan estas actividades se lo relaciona con su tradición, cultura o herencia familiar.

#### **PREGUNTA 8.**

**Tabla 24**

#### **¿Tiene otra alternativa de ingresos?**

		¿Tiene otra alternativa de ingresos?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	48	21,3	21,3	21,3
	No	177	78,7	78,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 28. ¿Tiene otra alternativa de ingresos?**

#### **Análisis Ejecutivo:**

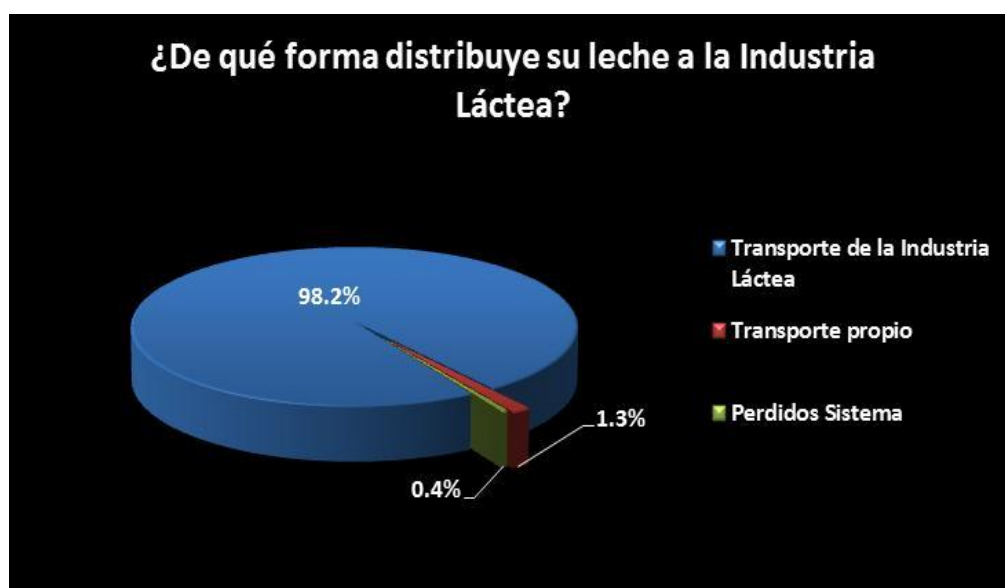
En esta pregunta, se observa que el mayor porcentaje de proveedores no tiene otra alternativa de ingresos considerando a la actividad ganadera y comercial de la leche como su única actividad económica que les permite sobrevivir, sin embargo un pequeño porcentaje si tiene otra alternativas de ingresos, entre las principales mencionadas por los encuestados están: agricultura, venta de ganado, trabajo en campo, comerciantes y recibir remesas de familiares migrantes.

#### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

De acuerdo a la AGSO, desde hace unos 20 años atrás la actividad ganadera y comercial de la leche se ha mantenido como única fuente de ingresos en la gran mayoría de proveedores del cantón Mejía y varios sectores del país hasta la actualidad.

**PREGUNTA 9.****Tabla 25*****¿De qué forma distribuye su leche a la Industria Láctea?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Transporte propio	3	1,3	1,3	1,3
	Transporte de la Industria Láctea	221	98,2	98,7	100,0
	Total	224	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,4		
<b>*Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		

**Figura 29. ¿De qué forma distribuye su leche a la Industria Láctea?****Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta el porcentaje que mayor prevalece en cuanto a la forma de distribución de leche cruda desde los proveedores hacia las Industrias Lácteas es mediante transporte que esta última envía por rutas establecidas para recolectar este producto por las diferentes fincas de medianos y grandes productores y/o centros de



acopio en las diferentes parroquias del cantón Mejía, debido que se necesita un vehículo de un material especializado que permita mantener la temperatura y calidad de la leche; mientras que un mínimo porcentaje de proveedores si cuenta con vehículo propio en el que entregan la leche a las Industrias Lácteas, principalmente se considera pocos grandes productores que tienen este medio por el costo que representa adquirirlos.

### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

Según lo conversado con el Gerente General de una de las empresas lácteas más grandes de Quito y del país “Rey Leche”, indica que la recolección de materia prima (leche cruda) de los productores y centros de acopio del cantón Mejía y el resto del país la realizan mediante transporte que ellos mismo contratan, así lo han venido realizando desde varios años atrás y es así como operan las mayoría de empresas, por lo que al comparar los resultados obtenidos en este estudio se puede indicar que la forma de distribución de la leche cruda hacia las Industrias Lácteas no ha cambiado con el pasar de los años.

### **PREGUNTA 10.**

**Tabla 26**

***¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?***

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Menos 500 litros	36	16,0	16,3	16,3
	501-1000 litros	135	60,0	61,1	77,4
	Más 1000 litros	50	22,2	22,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>98,2</b>	<b>100,0</b>	
Perdidos	Sistema	4	1,8		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



**Figura 30. ¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?**

#### **Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta se puede observar que el mayor porcentaje de proveedores encuestados en el cantón Mejía produce y/o comercializa alrededor de 501-1000 litros diariamente, por consiguiente este valor corresponde a medianos productores y centros de acopio, por otro lado se identifica que el cantón Mejía es un mercado potencial siendo uno de los mayores productores de leche cruda a nivel nacional, considerando que además para que este tipo de producciones se lleve a cabo diariamente los productores necesitan dar buena alimentación al ganado, buen manejo del pasto y las buenas prácticas de ordeño.

#### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

De acuerdo a los datos del último censo nacional agropecuario en el año 2000, la producción y/o comercialización de leche cruda en el cantón Mejía para dicho año fue de 100.000 litros diarios aproximadamente y para el año 2014 según datos del MAGAP la producción y/o comercialización diaria aproximada de leche cruda en este sector del país fue 300.000 litros, incrementándose así en un 200% en el transcurso de estos años.

### PREGUNTA 11.

Tabla 27

*¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	132	58,7	58,7	58,7
	No	93	41,3	41,3	100,0
	Tot al	225	100,0	100,0	

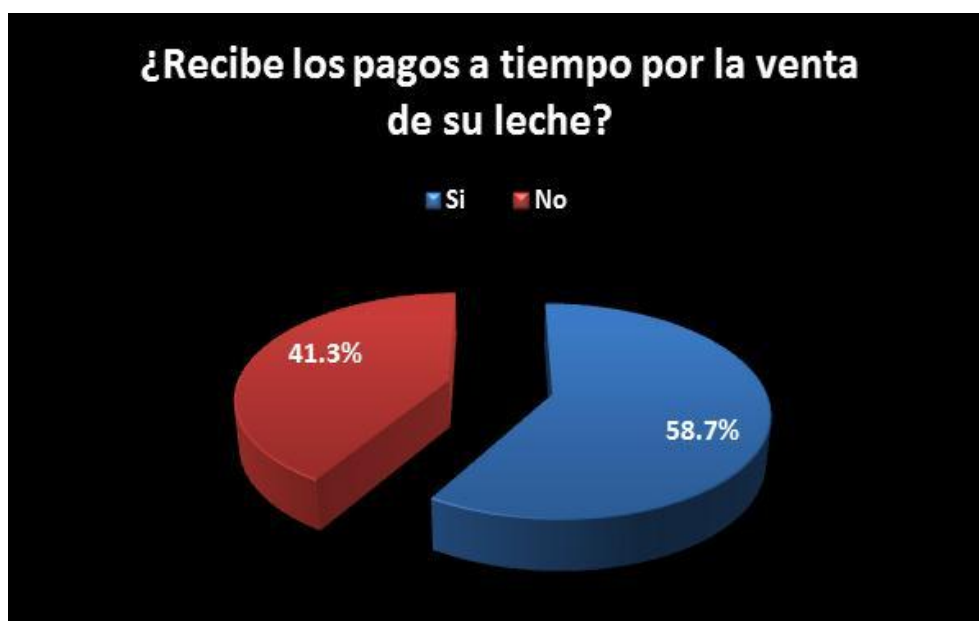


Figura 31. ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?

#### Análisis Ejecutivo:

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que casi la mitad de proveedores encuestados si recibe a tiempo los pagos correspondientes a la venta y/o comercialización de su leche y según manifestaron los pagos tienen una frecuencia quincenal en su gran mayoría, sin embargo otro gran porcentaje indica que ciertas empresas lácteas no les realizan sus pagos a tiempo y muchas veces sobreviven con

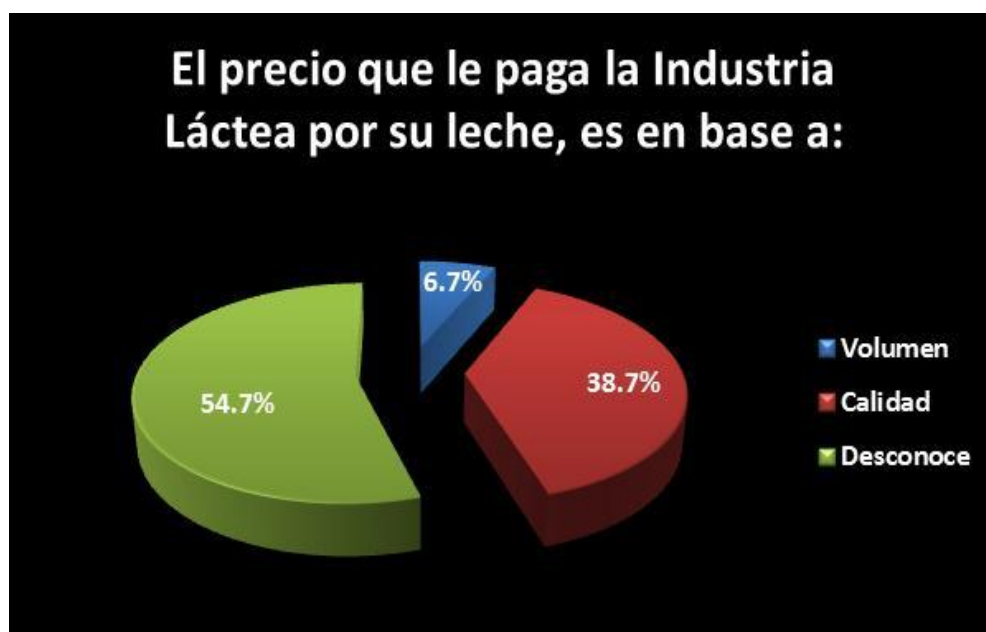
otras actividades referentes al campo y la agricultura, esto se debe principalmente al no existir un contrato entre ambas partes y los proveedores poco conocen sobre sus derechos a exigir.

## PREGUNTA 12.

**Tabla 28**

***El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:***

El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Volumen	15	6,7	6,7	6,7
	Calidad	87	38,7	38,7	45,3
	Desconoce	123	54,7	54,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 32. El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:**

### **Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta, se puede observar que el mayor porcentaje de proveedores encuestados desconoce sobre los factores que influyen en el precio por la venta y/o comercialización de su leche a las Industrias Lácteas y esto se da principalmente por el nivel escaso de estudios que tienen, además de no contar con laboratorios para

analizar su producto, por otro lado un porcentaje medio indica recibir sus pagos en base a la calidad de su producto debido a los análisis que realizan antes de venderlo, mientras que un pequeño porcentaje recibe sus pagos en base al volumen o cantidad que entregan a la Industria Láctea diariamente.

### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

Según lo indica el acuerdo ministerial 394 establecido por el MAGAP en el año 2013, las industrias lácteas y en general toda persona natural o jurídica que adquieran leche cruda, están obligados a pagar en finca y/o centro de acopio el precio mínimo de sustentación de 0.42 ctvs., mas componentes exclusivamente basados en la calidad del producto y no en el volumen, comparando este acuerdo con los resultados obtenidos, se puede indicar que gran parte de los productores y/o acopiadores de leche cruda del cantón Mejía desconocen sobre esta normativa y por ende el factor por el que están hechos sus pagos, en cuanto a los que indicaron que reciben sus pagos en base al volumen se debe tener en cuenta que este no es un factor por el que la ley exige pagar este producto primario.

### **PREGUNTA 13.**

**Tabla 29**

***¿Quién establece el precio de su leche?***

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Individualmente	0	0	0	0
	Industria Láctea	195	86,7	86,7	86,7
	Entre ambos	30	13,3	13,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 33. ¿Quién establece el precio de su leche?**

#### **Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta y de acuerdo a los resultados obtenidos, el mayor porcentaje de proveedores de leche cruda del cantón Mejía encuestados manifiestan que el precio por la venta y/o comercialización de su leche lo establece la Industria Láctea, en la mayoría de los casos sin que ellos puedan opinar sobre si están de acuerdo o no con lo que reciben, de lo contrario les dejan de comprar y muchas veces reciben únicamente el precio mínimo establecido por la ley o incluso inferior a este, considerándose así un nicho de mercado el cual no está siendo satisfecho, mientras que un pequeño porcentaje indica tener acuerdos mutuos con la Industria Láctea para establecer el precio de su producto, principalmente esto pertenece a grandes productores del sector.

#### **Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

Según datos proporcionados por el CIL a diciembre del 2014, es la propia Industria la que establece los pagos para sus proveedores de leche cruda, en la actualidad se ajustan a la tabla oficial establecida por el MAGAP.

#### PREGUNTA 14.

Tabla 30

**¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	3,6	3,6	3,6
	No	217	96,4	96,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

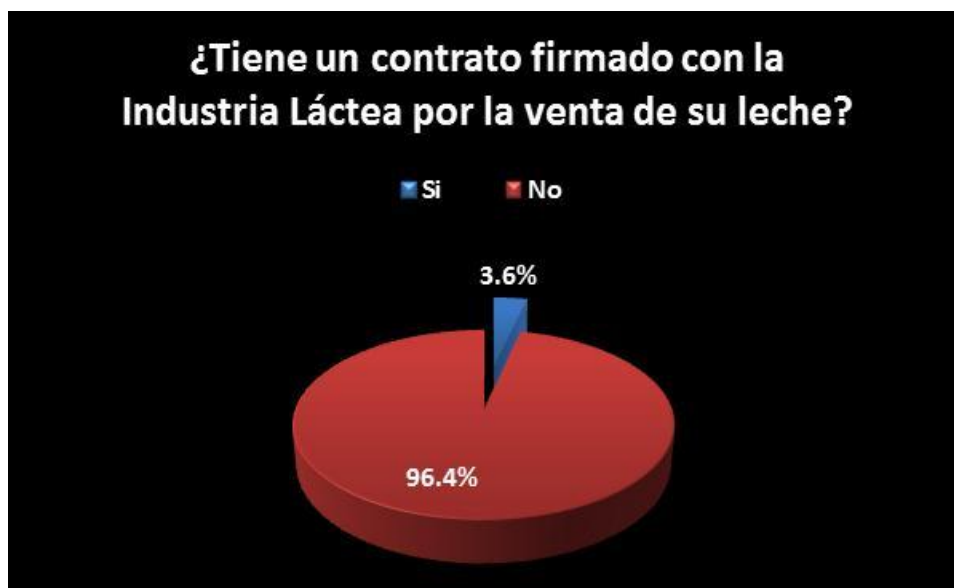


Figura 34. ¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?

#### Análisis Ejecutivo:

Del total de encuestados en esta pregunta, el mayor porcentaje no tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta y/o comercialización de su leche, razón por la cual no existe un acuerdo mutuo en los precios que reciben y varían los mismos en ciertas ocasiones pero en su gran mayoría son estáticos, por otro lado la empresa no se exige con los pagos al no existir un contrato y paga de acuerdo a su capacidad de producción, sus ventas en el mercado, etc., apenas un

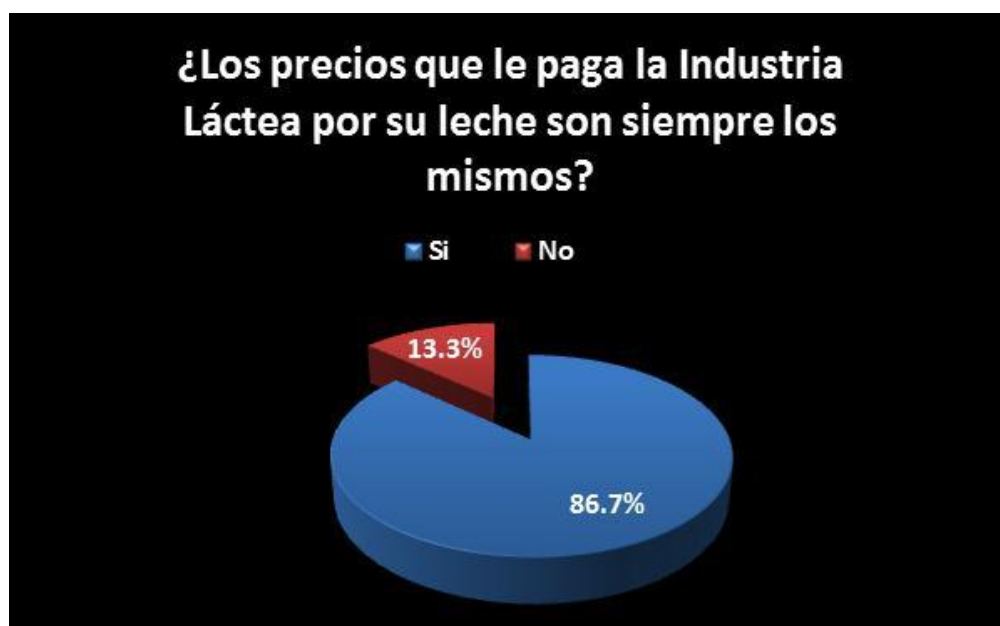
mínimo porcentaje si tiene contrato firmado con ciertas Industrias Lácteas principalmente grandes productores y haciendas lecheras.

#### PREGUNTA 15.

**Tabla 31**

***¿Los precios que le paga la Industria Láctea por su leche son siempre los mismos?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	195	86,7	86,7	86,7
	No	30	13,3	13,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 35. ¿Los precios que le paga la Industria Láctea por su leche son siempre los mismos?**

#### **Análisis Ejecutivo:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta, el mayor porcentaje de los proveedores de leche cruda del cantón Mejía indican que los pagos que reciben por parte de la Industria Láctea por la venta y/o comercialización de su producto generalmente son los mismos, es decir que ni les bajan el precio ni les suben aunque



ya tenga muchos años trabajando para la misma Industria, teniendo como consecuencias que otras Industrias demanden su producto con mayor oferta de dinero, sin embargo un pequeño porcentaje manifiesta que los precios varían, como pueden subir o también bajar (es por ello que al no existir un contrato no existe un precio fijo) dependiendo principalmente de la temporada en la que se encuentren y el mercado nacional de leche.

### PREGUNTA 16.

**Tabla 32**

*¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos 0.42 ctvs.	11	4,9	5,0	5,0
	0.42-0.44 ctvs.	99	44,0	44,8	49,8
	0.45-0.47 ctvs.	86	38,2	38,9	88,7
	0.48-0.50 ctvs.	18	8,0	8,1	96,8
	Más 0.50 ctvs.	7	3,1	3,2	100,0
	Total	221	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,8		
<b>Total</b>		<b>225</b>	<b>100,0</b>		



**Figura 36. ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?**

**Análisis Ejecutivo:**

La tabla oficial de pago por litro de leche cruda para productores y acopiadores indica que el precio de sustentación está indexado en 52.4% al precio de venta al público del litro de leche UHT en funda más componentes de calidad, es decir el precio mínimo es de 0.42 ctvs de dólar, como se puede apreciar en el gráfico un pequeño porcentaje indica recibir sus pagos por debajo de este precio, manifestando que muchas veces reciben descuentos por calidad y esto afecta su economía, la mayoría se encuentra entre los rangos de 0.42-0.47 ctvs., siendo estos los precios más pagados en este nicho de mercado donde no todos consideran justo lo que reciben y sólo un pequeño porcentaje indica recibir por encima de 0.50 ctvs de dólar que según la tabla oficial es el precio máximo que generalmente lo reciben las grandes haciendas productoras de leche.

**Análisis Comparativo (utilización de fuentes secundarias)**

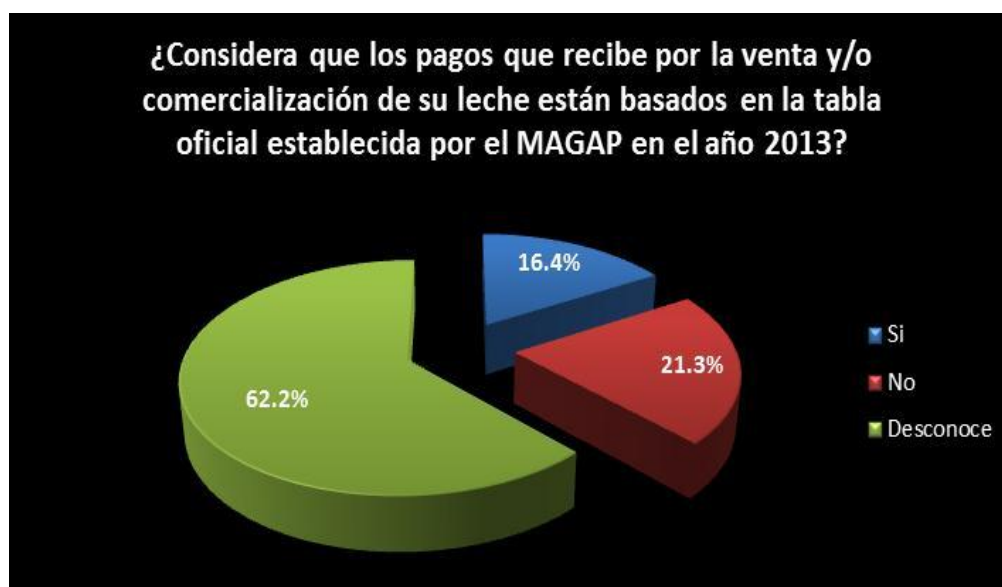
Según datos proporcionados por la Subsecretaría de Ganadería del MAGAP en Febrero del presente año, si se compara el precio mínimo por litro de leche cruda que los industriales deben pagar actualmente a productores y acopiadores dentro del territorio ecuatoriano establecido por el Gobierno en el año 2013 de 0.42 ctvs de dólar con el valor anterior que era de 0.39 ctvs de dólar en el año 2010, se puede evidenciar un incremento del 8%, mismo que está basado en estudios técnicos en el que se determinó que existía un incremento en los costos de producción de aproximadamente el 20%.

**PREGUNTA 17.**

**Tabla 33**

***¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	37	16,4	16,4	16,4
	No	48	21,3	21,3	37,8
	Desconoce	140	62,2	62,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	



**Figura 37. ¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?**

**Análisis Ejecutivo:**

En esta pregunta, el mayor porcentaje desconoce sobre la tabla oficial establecida por el MAGAP para el pago de la leche que venden y/o comercializan a las Industrias Lácteas y por ende desconocen si el precio que reciben está correcto o no, es por ello que debería existir mayor capacitación y apoyo por parte de este ente gubernamental y así beneficiar las actividades económico-comerciales de los

proveedores de leche cruda del cantón Mejía, por otro lado un porcentaje medio conoce sobre la tabla oficial de pagos pero manifiestan no recibir lo que se merecen especialmente son grandes productores que cuentan con laboratorios o centros de análisis donde verifican la calidad de leche que tienen y que venden, sin embargo en muchos casos es su única fuente económica por lo se ajustan a la demanda del mercado, buscando siempre mejores horizontes.

### 5.5.2. ANÁLISIS BIVARIADO

El análisis bivariado permite el diseño de tablas con tabulaciones cruzadas, de esta manera los resultados de una variable se cruza con las de otra variable mediante la asociación y/o relación de las mismas. Las medidas a analizar son las siguientes:



**Figura 38. Estructura del Análisis Bivariado**

#### 5.5.2.1. Análisis “CROSSTAB”

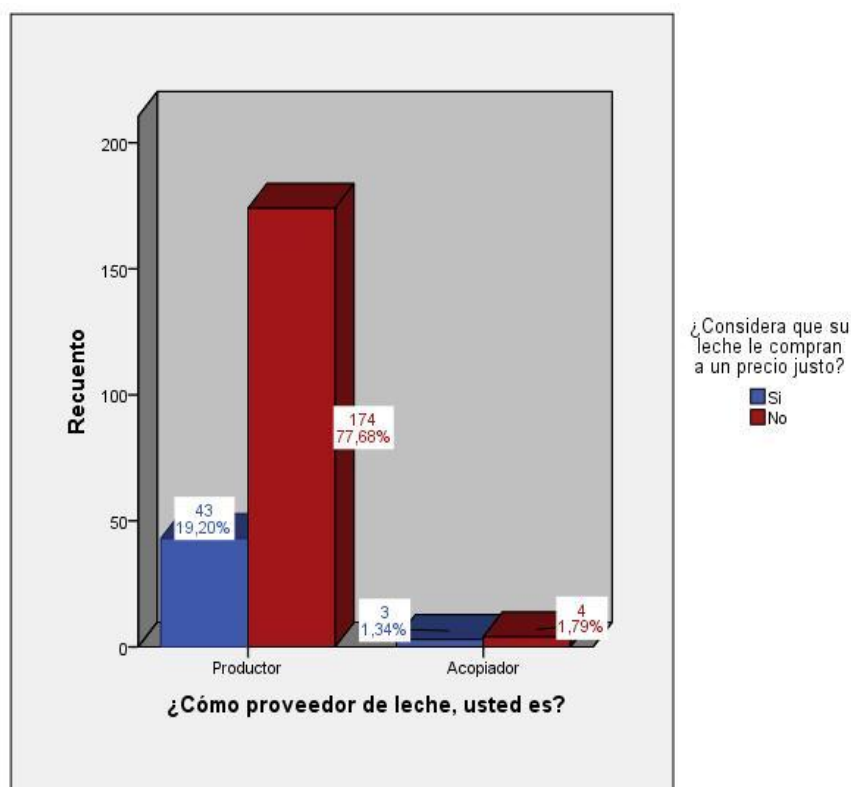
Es la asociación y relación entre 2 variables de estudio, que permite revisar y analizar el mayor contingente.

##### a) PRIMER ANÁLISIS

Tabla 34

**¿Cómo proveedor de leche, usted es? \* ¿Considera que su leche le compran a un precio justo?**

		¿Considera que su leche le compran a un precio justo?		Total
		Si	No	
¿Cómo proveedor de leche, usted es?	Productor	43	174	217
	Acopiador	3	4	7
Total		46	178	224



**Figura 39. ¿Cómo proveedor de leche, usted es? \* ¿Considera que su leche le compran a un precio justo?**

#### Análisis

Al realizar el cruce de variables entre las preguntas **Cómo proveedor de leche, usted es** y **¿Considera que su leche le compran a un precio justo?**; el mayor contingente es de 174 investigados lo que determina que son productores de leche cruda y consideran que no les pagan un precio justo, siendo esto una problemática

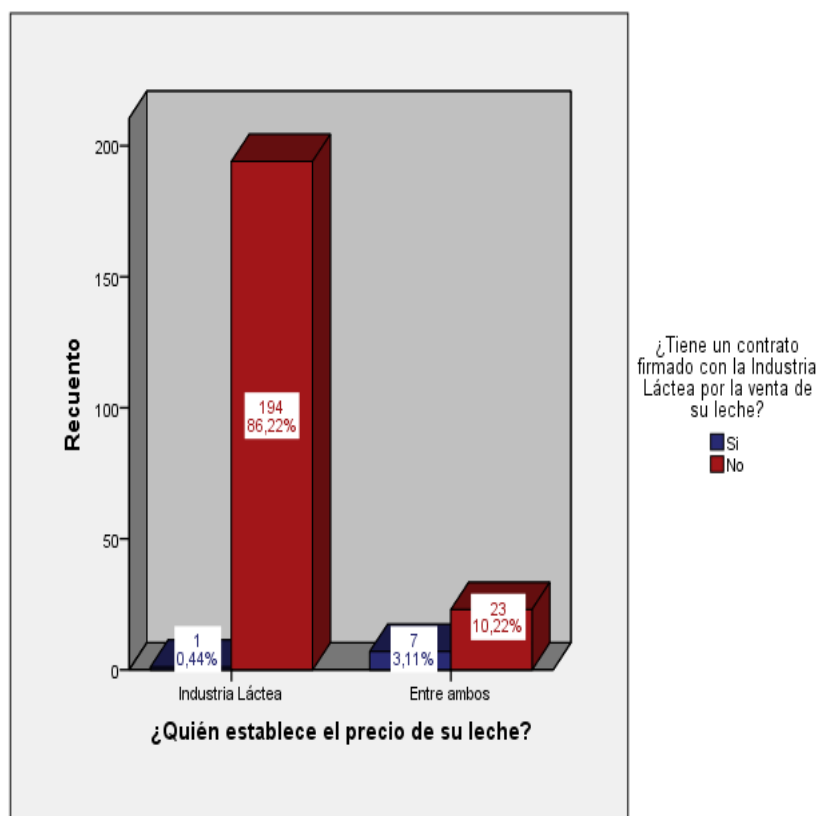
debido que los costos por producir un litro de leche en la actualidad son mayores, y además no les alcanza el precio que reciben para contar siempre con los insumos adecuados para alimentar al ganado; lo que determina que el objetivo específico: Determinar la percepción que tiene el proveedor de leche cruda sobre el pago de su producto, cumple con lo planteado en la fase cualitativa, mismo que es comprobado con la hipótesis: Más del 75 % de proveedores de leche cruda del cantón Mejía no consideran recibir un precio adecuado por la venta de su producto a las industrias lácteas, debido que los resultados arrojaron un 79,5 % de rechazo.

b) **SEGUNDO ANÁLISIS**

**Tabla 35**

***¿Quién establece el precio de su leche? \* ¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?***

<b>¿Quién establece el precio de su leche? * ¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche? tabulación cruzada</b>				
		<b>Recuento</b>		
		<b>¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?</b>		<b>Total</b>
		<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>¿Quién establece el precio de su leche?</b>	<b>Industria Láctea</b>	1	194	195
	<b>Entre ambos</b>	7	23	30
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>217</b>	<b>225</b>



**Figura 40. ¿Quién establece el precio de su leche? \* ¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?**

### **Análisis**

Al realizar el cruce de variables entre las preguntas **¿Quién establece el precio de su leche?** y **¿Tiene un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta de su leche?**, el mayor contingente es de 194 investigadores lo que determina que no tienen un contrato firmado con la Industria Láctea por la venta y/o comercialización de leche cruda, es así que en la mayoría de los casos son las empresas quienes establecen el precio por litro de leche a pagar a sus proveedores y solo en un pequeño porcentaje existe acuerdo entre el proveedor y la Industria Láctea; lo que determina que el objetivo específico Conocer los beneficios que el proveedor de leche cruda debe tener al momento de comercializar su producto a las industrias lácteas, cumple con lo planteado en la fase cualitativa, mismo que es comprobado con la hipótesis: Más del 50 % de proveedores de leche cruda del cantón Mejía no conocen los

beneficios que deben recibir al momento de comercializar su producto a las industrias lácteas, debido que los resultados arrojaron un 96,4 % de rechazo.

### 5.5.2.2. Análisis “ANOVA”

Es la relación entre 2 variables de estudio de estudio con respecto a su promedio.

#### a) PRIMER ANÁLISIS

Tabla 36

*¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? \**  
*¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?*

ANOVA					
¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	10,512	4	2,628	2,498	,044
Dentro de grupos	231,417	220	1,052		
Total	241,929	224			

$H_0$ : Si  $AB > 5\%$  Hipótesis Rechazada

$H_1$ : Si  $AB < 5\%$  Hipótesis Aceptada

Resultado:  $0.044 * 100 \Rightarrow 4.4\%$

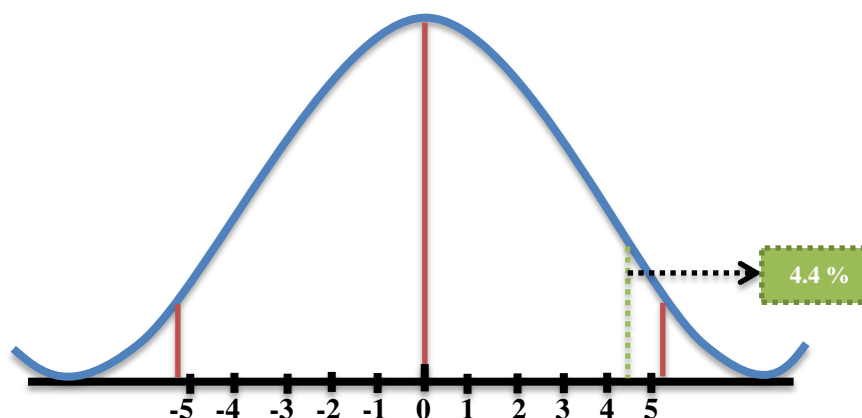


Figura 41. ¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? \* ¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?



## Análisis

Existe relación entre las preguntas **¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?** y **¿Cuánto tiempo lleva produciendo y/o comercializando leche?**, debido que al realizar el cálculo matemático se determina un valor de 4.4% por lo que se encuentra en la zona de aceptación, es decir  $< 5\%$ , haciendo referencia que los proveedores de leche cruda se dedican a la producción y/o comercialización de este producto principalmente por herencia familiar razón por la cual es una actividad en la que han empleado varios años de su vida, por consiguiente la hipótesis alternativa se acepta, misma que es verificada con la hipótesis: La producción y/o comercialización de leche cruda es una de las principales actividades económicas en el cantón Mejía.

### b) SEGUNDO ANÁLISIS

**Tabla 37**

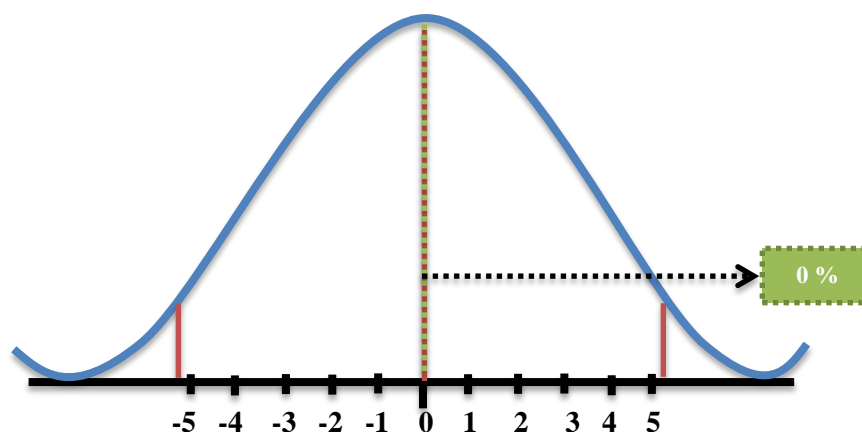
***¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche? \* El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:***

ANOVA					
¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Entre grupos</b>	14,291	2	7,145	39,391	,000
<b>Dentro de grupos</b>	40,269	222	,181		
<b>Total</b>	<b>54,560</b>	<b>224</b>			

**H<sub>0</sub>:** Si  $AB > 5\%$  Hipótesis Rechazada

**H<sub>1</sub>:** Si  $AB < 5\%$  Hipótesis Aceptada

**Resultado:**  $0.0 * 100 \Rightarrow 0\%$



**Figura 42. ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche? \* El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a:**

### **Análisis**

Existe relación entre las preguntas **¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?** y **El precio que le paga la Industria Láctea por su leche, es en base a,** debido que al realizar el cálculo matemático se determina un valor de 0% por lo que se encuentra en la zona de aceptación, es decir  $< 5\%$ , por consiguiente la hipótesis alternativa se acepta, misma que es verificada con la hipótesis: Más del 50 % de proveedores de leche cruda del cantón Mejía no conocen los beneficios que deben recibir al momento de comercializar su producto a las industrias lácteas, pues los resultados arrojaron un 54,7 % en cuanto al desconocimiento de los proveedores sobre sus pagos y en base a qué a factores lo realizan.

### **5.5.2.3. Análisis “CORRELACIÓN”**

Es la asociación entre 2 variables de estudio.

#### **a) PRIMER ANÁLISIS**

Tabla 38

**¿Sus ingresos mensuales son? \* ¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?**

Correlaciones			
		Sus ingresos mensuales son:	¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?
Sus ingresos mensuales son:	Correlación de Pearson	1	,535**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	219	217
¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?	Correlación de Pearson	,535**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	217	221

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

### Análisis

Existe asociación entre la pregunta **¿Sus ingresos mensuales son?** y **¿Cuántos litros de leche produce y/o comercializa al día?**, entre estas 2 variables se puede observar que existe una “correlación mediana”, es decir se asocian de manera media pues el valor obtenido es de 0,53; por consiguiente se debe fortalecer para que exista una excelente correlación mediante el incremento de la producción de leche cruda en el cantón Mejía y por ende su mayor comercialización hacia las empresas lácteas.



### b) SEGUNDO ANÁLISIS

Tabla 39

**¿Sus ingresos mensuales son? \* ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?**

Correlaciones			
		Sus ingresos mensuales son:	¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?
Sus ingresos mensuales son:	Correlación de Pearson	1	,713**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	219	216
¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?	Correlación de Pearson	,713**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	216	221

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

### Análisis

Existe asociación entre la pregunta **¿Sus ingresos mensuales son?** y **¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?**, entre estas 2 variables se puede observar que existe una “correlación mediana”, es decir se asocian de manera media pues el valor obtenido es de 0,71; por consiguiente se debe fortalecer para que exista una excelente correlación mediante estrategias de negociación adecuadas para que el precio del litro de leche pagado a los proveedores del cantón Mejía esté recompensado de acuerdo a los costos que invierten en su producción y así incrementen sus ingresos mensuales.



### 5.5.2.4. Análisis “CHI CUADRADO”

Es la relación y asociación entre más de 2 variables de estudio con respecto a su promedio, mediante datos observados frente a datos esperados.

#### a) PRIMER ANÁLISIS

Tabla 40

*¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? \*  
 ¿Tiene otra alternativa de ingresos? \* ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?*

Estadísticos de prueba			
	¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche?	¿Tiene otra alternativa de ingresos?	¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?
Chi-cuadrado	65,080 <sup>a</sup>	73,960 <sup>b</sup>	6,760 <sup>b</sup>
Gl	3	1	1
Sig. asintótica	,000	,000	,009

$H_0$ : Si  $ABC > 5\%$  Hipótesis Rechazada

$H_1$ : Si  $ABC < 5\%$  Hipótesis Aceptada

Resultado:  $0.009 * 100 \Rightarrow 0.9\%$

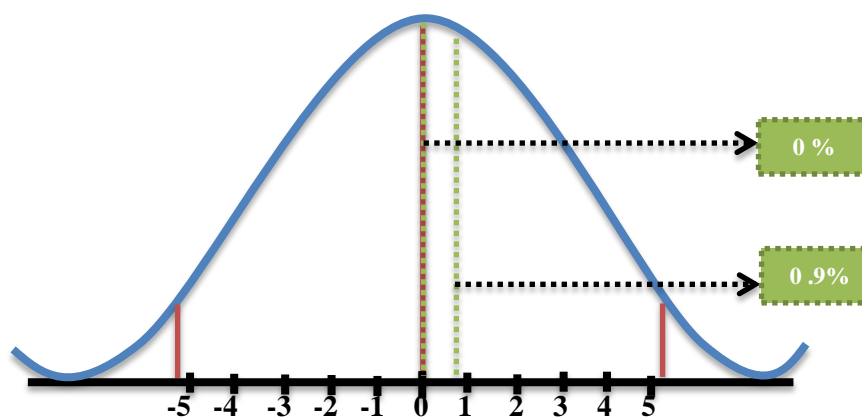


Figura 43. *¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? \* ¿Tiene otra alternativa de ingresos? \* ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?*

## Análisis

Se evidencia que existe relación y asociación entre las variables de estudio: **¿Por qué se dedica a la producción y/o comercialización de leche? \* ¿Tiene otra alternativa de ingresos? \* ¿Recibe los pagos a tiempo por la venta de su leche?**, porque al realizar sus cálculos matemáticos, los mismos se encuentran en la zona de aceptación teniendo un nivel de significancia menor al 5% por consiguiente la hipótesis alternativa se acepta.

### b) SEGUNDO ANÁLISIS

Tabla 41

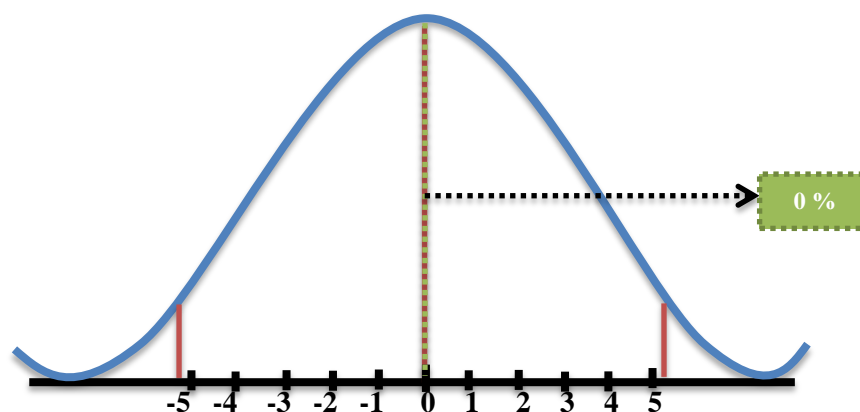
**¿Considera que su leche le compran a un precio justo? \* ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche? \* ¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?**

Estadísticos de prueba			
	¿Considera que su leche le compran a un precio justo?	¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche?	¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?
Chi-cuadrado	77,786 <sup>a</sup>	179,249 <sup>b</sup>	85,307 <sup>c</sup>
G1	1	4	2
Sig. Asintótica	,000	,000	,000

**H<sub>0</sub>:** Si  $ABC > 5\%$  Hipótesis Rechazada

**H<sub>1</sub>:** Si  $ABC < 5\%$  Hipótesis Aceptada

**Resultado:**  $0.00 * 100 \Rightarrow 0\%$



**Figura 44. ¿Considera que su leche le compran a un precio justo? \* ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche? \* ¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?**

### **Análisis**

Se evidencia que existe relación y asociación entre las variables de estudio: **¿Considera que su leche le compran a un precio justo? \* ¿Qué precio recibe por la venta y/o comercialización de su leche? \* ¿Considera que los pagos que recibe por la venta y/o comercialización de su leche están basados en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013?**, porque al realizar sus cálculos matemáticos, los mismos se encuentran en la zona de aceptación teniendo un nivel de significancia menor al 5% por consiguiente la hipótesis alternativa se acepta, misma que es verificada con la hipótesis: Más del 50 % de proveedores de leche cruda del cantón Mejía desconocen si el pago que reciben por la venta de su leche está basado en la tabla oficial establecida por el MAGAP en el año 2013, pues los resultados arrojaron un 62,2%.

### **5.5.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Como se ha podido observar a través de la investigación realizada, el estudio consideró la población de los diferentes sectores que proveen de leche cruda a la Industria Láctea, por lo que se ha podido tener una muestra representativa de la población estudio.

Los principales hallazgos de la investigación de mercado muestran lo siguiente:

- Como proveedores de leche cruda, en el cantón Mejía existen más cantidad de productores que centros de acopio.
- El ordeño que realizan los medianos y grandes productores del cantón Mejía es en su mayoría Mecánico debido a la gran cantidad de producción diaria.
- Solamente el 9% de la muestra seleccionada cuentan con laboratorio o centro de análisis para realizan muestras y asegurar la calidad de su producto.
- El 79% de los proveedores no consideran recibir un precio justo por la venta de su leche.
- La actividad de producir y comercializar leche radica principalmente en los proveedores por herencia familiar y por vocación.
- El 78% de los proveedores de leche cruda del cantón Mejía no tienen otra alternativa de ingreso por lo que esta actividad productiva/comercial es su única fuente de supervivencia.
- La forma de distribución de leche cruda desde el proveedor a la Industria Láctea se da principalmente por medio de tanqueros o vehículos apropiados enviados a recolección por parte de la misma Industria.
- Existen más cantidad de medianos productores en el cantón Mejía debido que las mayores producciones arrojan entre 501 a 1.000 litros de leche al día.
- Principalmente la Industria Láctea es la que establece el precio a pagar a sus proveedores.
- No existen contratos firmados que validen la negociación entre proveedor e Industria Láctea.
- La mayor cantidad de proveedores de leche cruda del cantón Mejía reciben sus pagos basados en la tabla oficial del MAGAP aunque desconozcan sobre esta regularización.



## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS DE MERCADO

#### 6.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

##### 6.1.1. SEGMENTACIÓN

*La segmentación de mercados se define como el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para ser eficaz, la segmentación debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí, estos grupos son denominados segmentos de mercado. (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 167)*

##### 6.1.2. CLASES DE LA SEGMENTACIÓN

###### 6.1.2.1.SEGMENTACIÓN POR CONDUCTA

*Constituye el enfoque más poderoso porque utiliza el comportamiento real del consumidor o el uso del producto para hacer distinciones entre los segmentos de mercado. Por lo general, estas distinciones están vinculadas a las razones por las que los clientes compran y usan productos. En consecuencia, la segmentación por conducta, a diferencia de otros tipos de segmentación, está mucho más asociada con las necesidades del consumidor. Una de sus aplicaciones comunes consiste en agrupar a los consumidores con base en su grado de uso del producto: usuarios fuertes, medios y ligeros. Los fuertes son los clientes esenciales de una empresa y siempre deben ser bien atendidos. (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 176)*

###### 6.1.2.2.SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

*Divide los mercados por características demográficas, como género, edad, ingreso y educación. La segmentación demográfica tiende a ser la base más ampliamente utilizada para dividir los mercados de consumo porque esta información está ampliamente disponible y es relativamente fácil de medir. De hecho, gran parte se obtiene con facilidad durante el análisis de situación por medio de las fuentes secundarias. (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 177)*

###### 6.1.2.3.SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

*Trata con temas del pensamiento como motivaciones, actitudes, opiniones, valores, estilos de vida, intereses y personalidad. Estos temas son más difíciles de medir y con frecuencia requieren investigación de mercados primaria para determinar en forma apropiada la constitución y el tamaño de diversos segmentos de mercado. (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 177)*

###### 6.1.2.4.SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

*Requiere dividir un mercado en diferentes unidades geográficas, como naciones, estados, regiones, municipios, ciudades o barrios. Una compañía podría decidir operar en una o unas cuantas áreas geográficas, u operar en todas las áreas, pero poner especial atención en las diferencias geográficas en lo que respecta a necesidades y deseos. (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 178)*

### 6.1.3. MÉTODOS PARA LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

#### 6.1.3.1.MACROSEGMENTACIÓN

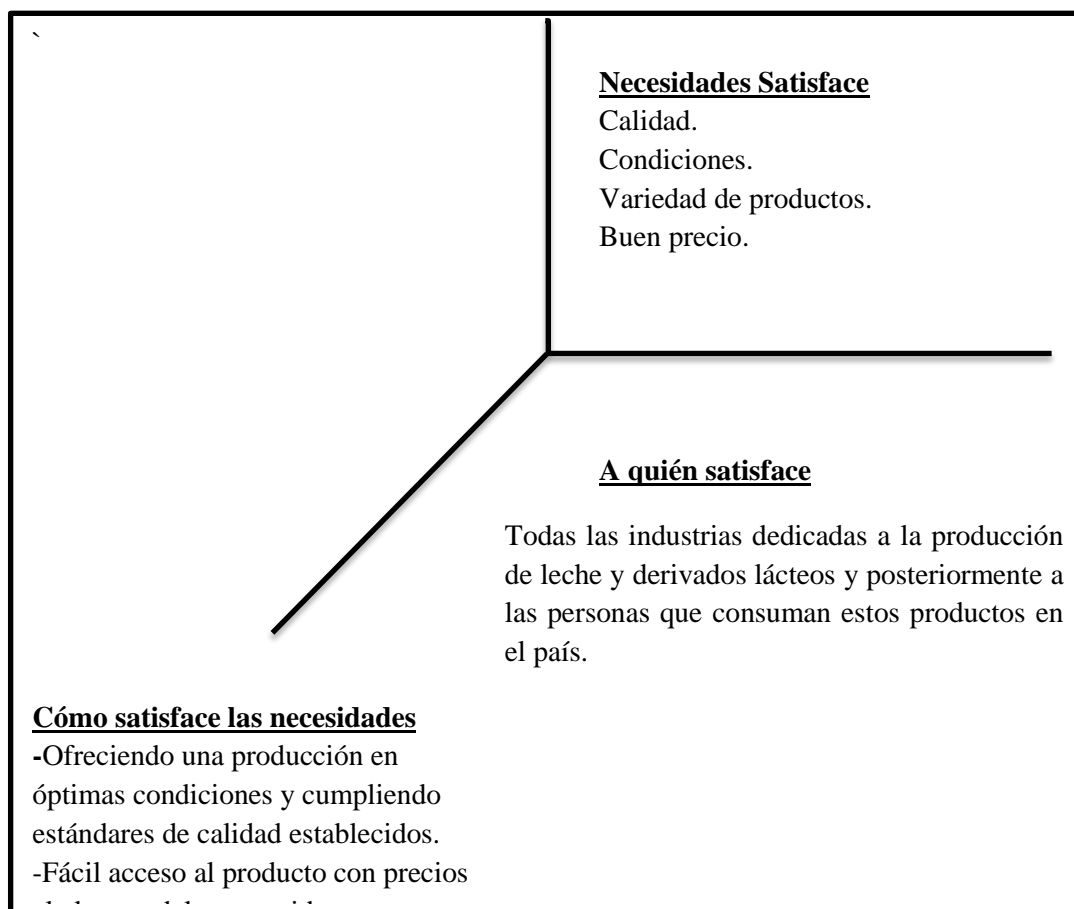
*“Consiste en definir el mercado de referencia desde la perspectiva del comprador y no desde el punto de vista del producto” (Lambin, 2003).*

##### a) Orientación al mercado

El ámbito de actividad del proyecto presentado es la comercialización de leche cruda, es decir, la compra-venta de este producto destinado al mercado formal o industrial y posteriormente comercializado al consumidor final.

##### b) Conceptualización del mercado de referencias

El mercado de referencia desde el punto de vista del comprador de leche cruda y posteriormente el consumidor final del producto elaborado, es la facultad de adquirir un producto de calidad, en óptimas condiciones físico-químicas, que exista variedad de productos para el consumidor final y esté a precios cómodos.



**Figura 45. Matriz de Macrosegmentación**

### 6.1.3.2.MICROSEGMENTACIÓN

*“Consiste en analizar las diferentes necesidades de los clientes de forma detallada, dentro de cada macrosegmento. Su objetivo es identificar grupos de clientes que buscan las mismas ventajas del producto”* (Lambin, 2003)

Para lo cual es necesario identificar algunas fases como:

- Análisis de la segmentación o subdivisión de mercado en distintos grupos de compradores potenciales con las mismas expectativas o requerimientos y diferentes de los otros compradores que están en otro segmento.
- Selección del mercado objetivo o selección de un segmento o unos segmentos de mercados específicos según la ambición estratégica y capacidades de la empresa.
- La elección del posicionamiento en el mercado o como quiere ser la empresa percibida en la mente de los clientes potenciales, de acuerdo a la calidad del producto y el posicionamiento del competidor.
- La programación del marketing dirigido a segmentos objetivos. (Ventaja Diferencial). Esta última implica el desarrollo y la implementación de un programa o programas específicos de marketing especialmente diseñados para alcanzar el posicionamiento en el segmento objetivo.

Para realizar la segmentación se ha considerado los grupos de proveedores de leche cruda mediante una segmentación demográfica principalmente por la capacidad de producción de cada proveedor, obteniendo así 3 segmentos de mercado que son:



#### 6.1.4. DESCRIPCIÓN DE LOS PERFILES DE CADA SEGMENTO

Tabla 42

##### *Descripción de los segmentos de mercado*

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2	SEGMENTO 3
		Medianos Productores	Grandes Productores	Centros de Acopio
<b>GEOGRÁFICA</b>	Región	Sierra	Sierra	Sierra
	Provincia	Pichincha	Pichincha	Pichincha
	Cantón	Mejía	Mejía	Mejía
	Clima	Templado	Templado	Templado
<b>DEMOGRÁFICA</b>	Genero	M / F	M / F	M / F
	Ocupación/Actividad	Producir y comercializar leche cruda	Producir y comercializar leche cruda	Comprar leche cruda y comercializarla
	Ingresos	Mayores a \$500	Mayores a \$1.000	Mayores a \$.1000
	Educación/Nivel de instrucción	Primaria/Secundaria	Primaria/Secundaria/Superior	Primaria/Secundaria
	Tamaño de UPA	21 – 100 hectáreas	Más de 100 hectáreas	21 – 100 hectáreas
	Capacidad de producción y/o comercialización al día	101 - 1.000 litros	Más de 1.000 litros	Más de 1.000 litros

CONTINÚA →

<b>PSICOGRÁFICA</b>	Clase Social	Baja	Baja-Media	Baja-Media
	Estilo de vida	Trabajo heredado por familiares	Trabajo heredado por familiares, por vocación	Trabajo heredado por familiares
	Intereses	Recibir el valor justo por la venta de su leche	Recibir el valor justo por la venta de su leche	Recibir el valor justo por la venta de su leche
<b>DE CONDUCTA</b>	Frecuencia de producción y/o comercialización	Diaria	Diaria	Diaria
	Beneficios buscados	Precio	Precio	Precio

### 6.1.5. ELECCIÓN DEL MERCADO META

*“Se basa en una evaluación del atractivo de cada segmento y en si cada uno ofrece oportunidades que concuerdan con las capacidades y recursos de la empresa”* (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 189).

En el caso de los proveedores de leche cruda del cantón Mejía, el segmento seleccionado para que constituya el mercado meta es:



Se ha seleccionado este segmento del mercado, debido a la gran cantidad actual de medianos productores que existen en el cantón Mejía, mismos que abarcan alrededor del 40% de producción total del cantón y que gracias al apoyo de organismos gubernamentales han ido creciendo poco a poco tecnológica y productivamente, es por ello que se puede aprovechar producciones de mayor calidad, mismas que sean dirigidas no solo a las industrias locales sino alrededor de todo el país.

### 6.1.6. POSICIONAMIENTO Y VENTAJA DIFERENCIAL

#### 6.1.6.1.POSICIONAMIENTO

*“Consiste en crear una imagen del producto en la mente de los consumidores de manera tal que lo haga diferente a los productos de la competencia”* (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 189).

#### 6.1.6.2.TIPOS DE POSICIONAMIENTO

- Posicionamiento basado en características del producto: Algunos productos son posicionados en base a sus características o cualidades.
- Posicionamiento en base a precio-calidad.
- Posicionamiento con respecto al uso o beneficios que reporta el producto.
- Posicionamiento por estilo de vida.
- Posicionamiento por competencia.
- Posicionamiento por atributos o beneficios principales.

El tipo de posicionamiento para el segmento de mercado seleccionado está orientado en base al precio-calidad del producto que ofertan diariamente al usuario o consumidor del mismo, es decir la industria láctea y posteriormente al consumidor final, ofreciendo: un producto que cumpla con los parámetros de calidad necesarios, mediante las buenas prácticas ganaderas, manipulación y recolección del producto para que no perjudique la salud del consumidor, es así que el precio pagado a este segmento de mercado debe estar ajustado en gran medida a su calidad .

### **6.1.6.3.VENTAJA DIFERENCIAL**

*Es el factor que el cliente o consumidor percibe como mejor y es competitiva cuando determina su decisión de compra, permitiendo además obtener rendimientos superiores al de sus competidores* (Ferrell & Hartline, 2012, pág. 190).

La principal ventaja diferencial es la experiencia que tienen en el mercado lechero los medianos productores de leche cruda del cantón Mejía, considerados uno de los más importantes dentro de la Provincia de Pichincha y del país, además del beneficio que tienen de organismos gubernamentales para aportar mayor calidad a su producción.

## **6.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA**

Según Vizcarra, Director Ejecutivo del CIL:

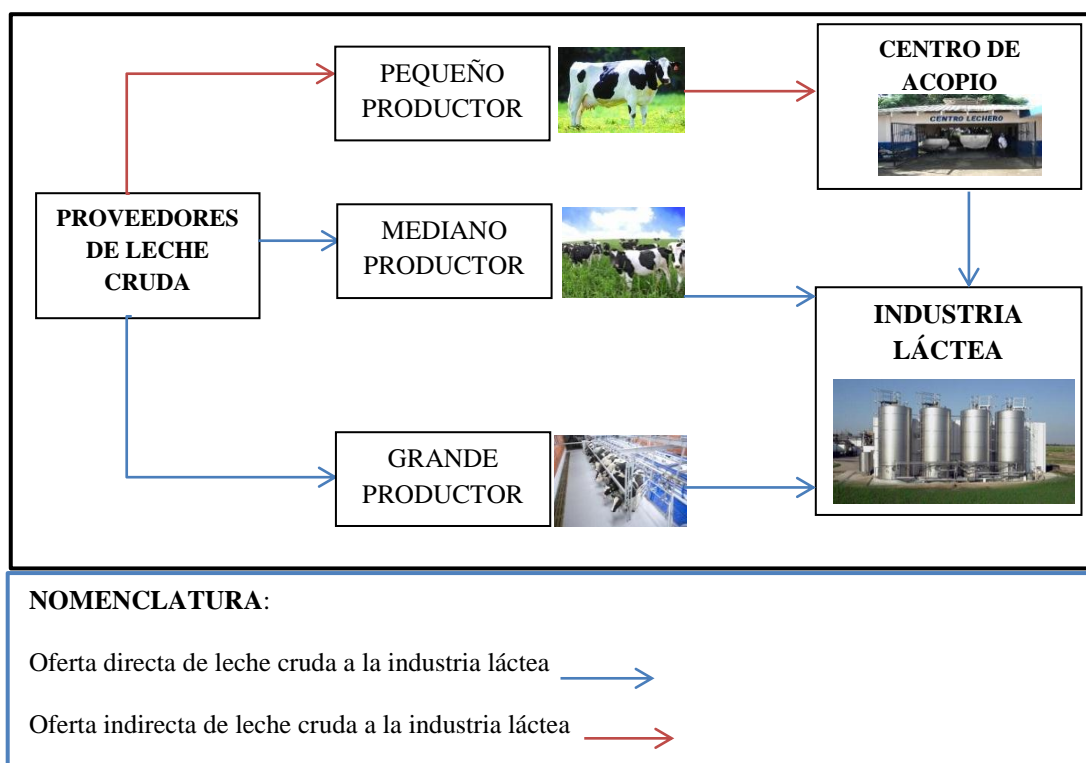
*El Ecuador, cuenta actualmente con una producción diaria promedio de leche cruda de 5.751.776 litros, cifra que sufre variaciones estacionales de +/- 200.000 litros/día, a causa principalmente de los efectos del clima. Si se descuentan unos 1.150.355 litros (20%) que en promedio se utilizan de forma diaria para el autoconsumo en las fincas lecheras, principalmente para la alimentación de terneras, el país cuenta con un volumen promedio de 4.601.421 litros/día de leche cruda, disponibles para ser direccionados a la alimentación humana y/o para que las industrias los transformen en productos lácteos.*

### **6.2.1. OFERTA**

De acuerdo a la investigación realizada, la oferta actual de leche cruda corresponde a pequeños, medianos y grandes productores ubicados en varios sectores del país, quienes producen y/o comercializan su producto a centros de acopio y/o impresas lácteas, dependiendo de la capacidad productiva que tengan.

A continuación se exponen las transacciones que se realizan en la cadena comercial de la leche cruda, considerando que los actores que intervienen en la oferta

directa de este producto al mercado nacional industrial son los medianos, grandes productores y centros de acopio.



**Figura 46. Transacciones en la cadena comercial de leche cruda**

El análisis se orienta a determinar y medir los principales factores que afectan a la oferta actual de este producto en el mercado nacional, se han considerado los siguientes:

### 1. Precios establecidos en el mercado

Una leche puede ser pagada al productor y/o acopiador de acuerdo a la calidad que contenga la misma, debido que, es más fácil “trabajar” y da un mejor rendimiento en la industria y en el mercado. La finalidad del pago de la leche respecto a su calidad, es favorecer la producción de leche de buena calidad y las buenas prácticas pecuarias y de ordeño en las fincas, que posteriormente beneficiaran al consumidor final, debido a que éste paga un precio por recibir un producto de buena calidad.

En el país, el precio de la leche cruda fijado es de 0.42 ctvs., según acuerdo ministerial 394 establecido por el MAGAP en octubre del 2013 el cual regula y



controla el precio del litro de leche cruda pagado en finca y/o centro de acopio y promueve la calidad e inocuidad de este producto.

El acuerdo ministerial, establece lo siguiente:

## **Capítulo I**

### **Del precio al productor**

**Artículo 1.** “El MAGAP establece que el precio de sustentación pagado al productor en finca y/o centro de acopio por la industria o agente comprador está indexado en un 52.4% del precio de venta al público, vigente del litro de leche UHT en funda de 1.000 ml a nivel nacional, más lo estipulado en la tabla oficial de pago por componentes, calidad higiénica y calidad sanitaria”.

Los componentes por los cuales el MAGAP exige el pago del litro de leche al productor y/o acopiador según la tabla oficial son principalmente por:

- Grasa ( > 3,00% > 4,5% < )
- Proteína ( > 2,80% > 4,00% < )

Los siguientes son los métodos oficiales que permite a las Industrias Lácteas escoger para determinar la calidad higienica de la leche cruda adquirida en finca y/o centro de acopio de leche:

- Reductasa
- Conteos Bacterianos Totales
- Unidades Formadoras de Colonias

Por último se tendrá en cuenta las bonificaciones por calidad sanitaria que el agente comprador otorgará al proveedor de leche cruda cuando:

- Los hatos se encuentren certificados, libres de brucelosis y tuberculosis.
- Por buenas prácticas ganaderas.

A continuación se presenta la función del precio pagado en finca y/o centro de

$$\text{Precio Leche Cruda} = \{(\text{Precio Sustentación} + \text{Componentes}) + (\text{Calidad Higiénica})\} + \{\text{Bonificaciones}\}$$

## 2. Calidad del producto

*La leche cruda de buena calidad no debe contener residuos ni sedimentos; no debe ser insípida ni tener color y olor anormales; debe tener un contenido de bacterias bajo; no debe contener sustancias químicas (por ejemplo, antibióticos y detergentes), y debe tener una composición y acidez normales. La calidad de la leche cruda es el principal factor determinante de la calidad de los productos lácteos.*

*La calidad higiénica de la leche tiene una importancia fundamental para la producción de una leche y productos lácteos que sean inocuos e idóneos para los usos previstos. Para lograr esta calidad, se han de aplicar buenas prácticas de higiene a lo largo de toda la cadena láctea. Los productores de leche a pequeña escala encuentran dificultades para producir productos higiénicos por causas como la comercialización, manipulación y procesamiento informal y no reglamentada de los productos lácteos; la falta de incentivos financieros para introducir mejoras en la calidad, y el nivel insuficiente de conocimientos y competencias en materia de prácticas de higiene. (FAO, 2015)*

Las pruebas y el control de calidad de la leche deben realizarse en todas las fases de la cadena láctea. La leche puede someterse a pruebas de:

- **Cantidad** – medida en volumen o peso;
- **Características organolépticas** – aspecto, sabor y olor;
- **Características de composición** – especialmente contenido de materia grasa, de materia sólida y de proteínas;
- **Características físicas y químicas;**
- **Características higiénicas** – condiciones higiénicas, limpieza y calidad;
- **Adulteración** – con agua, conservantes, sólidos añadidos, entre otros;
- **Residuos** de medicamentos.

## 3. Recolección y Transporte del producto

*“Las dificultades para establecer un sistema viable de recolección y transporte de la leche cruda, a causa de los pequeños volúmenes de leche producida por explotación y a la lejanía de los lugares de recolección” (FAO, 2015).*

*“El transporte de leche cruda, deberá ser realizado en camiones cisterna (o de enfriamiento) o recipientes de acero inoxidable o aluminio que permitan mantener las condiciones de este producto que garanticen su conservación e inocuidad” (Magap, 2013).*

#### 4. Tecnología en los proveedores

Respecto a este factor, principalmente los ofertantes de leche cruda se ven afectados principalmente por el bajo poder de inversión, es así que existe escases de laboratorios que permitan verificar la calidad de su producto y no contar con adecuados sistemas de ordeño, recolección y enfriamiento previo a comercializarlo con la Industria Láctea.

*“La leche ordeñada se enfriará inmediatamente a una temperatura no superior a 4 °C +/- 2°C”* (Magap, 2013)

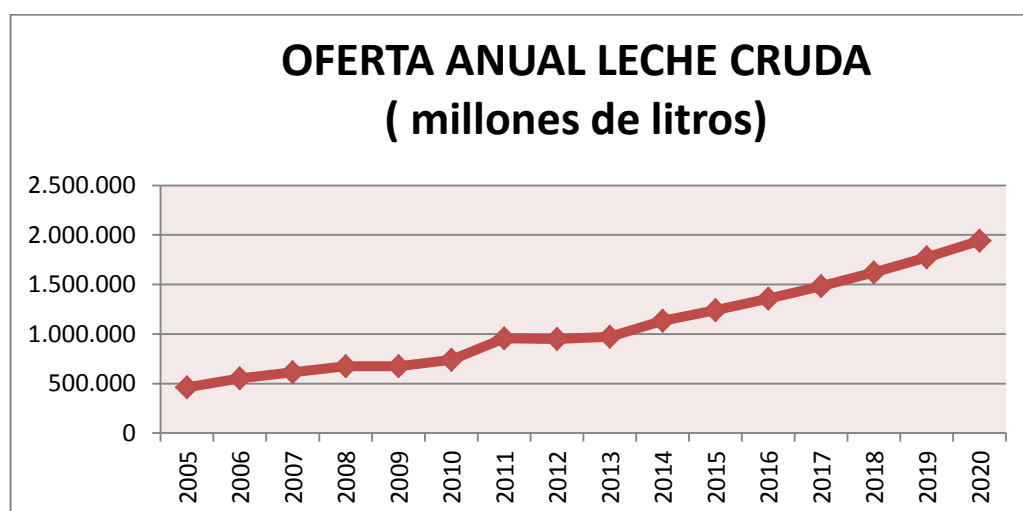
Para realizar el cálculo de la oferta se consideró los datos proporcionados por el CIL referentes al volumen de producción de leche cruda a nivel nacional destinado para las industrias lácteas a partir del año 2005. Tomando en cuenta que para la proyección a partir del año 2015 la tasa de crecimiento es del 9,37%.

**Tabla 43**

#### ***Oferta de leche cruda***

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA ANUAL LECHE CRUDA ( millones de litros)</b>
2005	459.900
2006	551.880
2007	613.200
2008	674.520
2009	674.520
2010	738.760
2011	956.592
2012	949.584
2013	971.834
2014	1.133.675
2015	1.239.900
2016	1.356.079
2017	1.483.144
2018	1.622.114
2019	1.774.106
2020	<b>1.940.340</b>

**Fuente: (Cil, 2014)**



**Figura 47. Curva de la Oferta**

### 6.2.2. DEMANDA

La demanda de leche cruda por parte de las industrias lácteas a nivel nacional depende en gran medida de la capacidad instalada de producción y procesamiento que tengan cada una, pero principalmente del volumen de leche cruda procesada por día en base a la participación que tengan en el mercado respecto al consumo de lácteos de la población ecuatoriana.

**Tabla 44**

***Capacidad instalada de procesamiento de las industrias lácteas del Ecuador***

EMPRESAS LÁCTEAS	CAPACIDAD INSTALADA DE PROCESAMIENTO (litros/día)
<b>Año 2014</b>	
DPA Nestlé S.A	450.000
Pasteurizadora Quito S.A	400.000
Lácteos San Antonio-Nutrileche	340.000
REYBANPAC/ Rey Leche	300.000
Toni S.A	250.000
Floralp S.A	150.000
Alpina Ecuador S.A	200.000
Lechera Andina S.A	140.000
Mi Ranchito	130.000
El Ordeno	120.000

**CONTINÚA** →

El Salinerito	100.000
Inprolac S.A-Productos Dulac's	90.000
Indulac	80.000
Parmalat	70.000
Pura Crema	60.000
Chivería	60.000
Lactojubones	50.000
Marcus	30.000
Miraflores	30.000
Tanilac	30.000
La Holandesa	40.000
Ecuilac	25.000
Pampa	20.000
Ambato	20.000
Alpen Swiss	20.000
La Leche	10.000
Yulec	10.000
La Estancia	10.000
Pura Vida	10.000
Ecolac	10.000
Otras (varias pequeñas)	250.000
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>3.505.000</b>

**Fuente: (Cil, 2014)**

Para el cálculo de la demanda se tomó como base los datos proporcionados por el CIL referentes al volumen de compra de leche cruda procesada por día a nivel nacional demandado por las Industrias Lácteas. Tomando en cuenta que para la proyección a partir del año 2015 la tasa de crecimiento es del 9,94%.

Tabla 45

***Demanda de leche cruda***

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA ANUAL LECHE CRUDA (millones de litros)</b>
2005	405.150
2006	474.500
2007	518.300
2008	602.250
2009	620.500
2010	675.250
2011	876.000
2012	894.250
2013	905.200
2014	1.045.725
2015	1.149.670
2016	1.263.947
2017	1.389.584
2018	1.527.708
2019	1.679.562
2020	1.846.511

Fuente: (Cil, 2014)

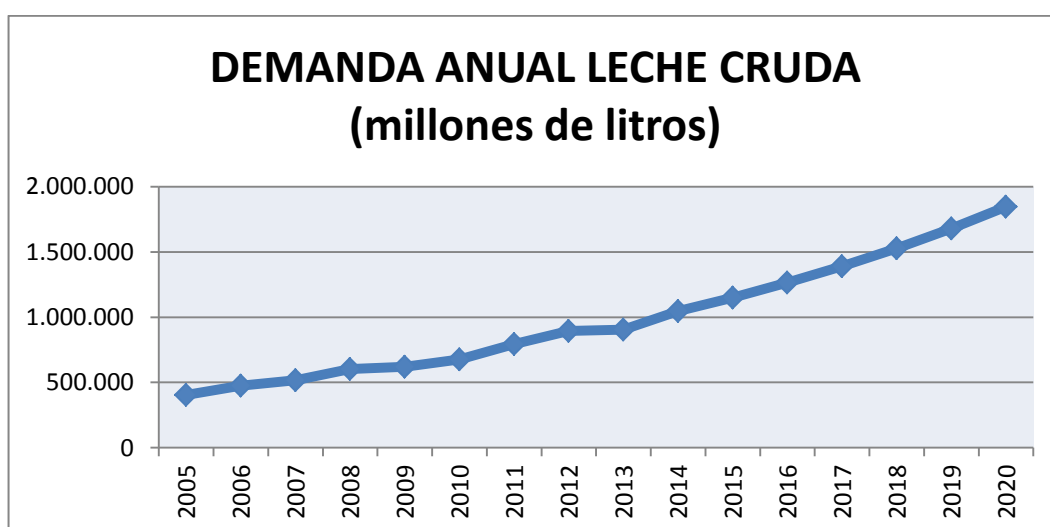


Figura 48. Curva de la Demanda

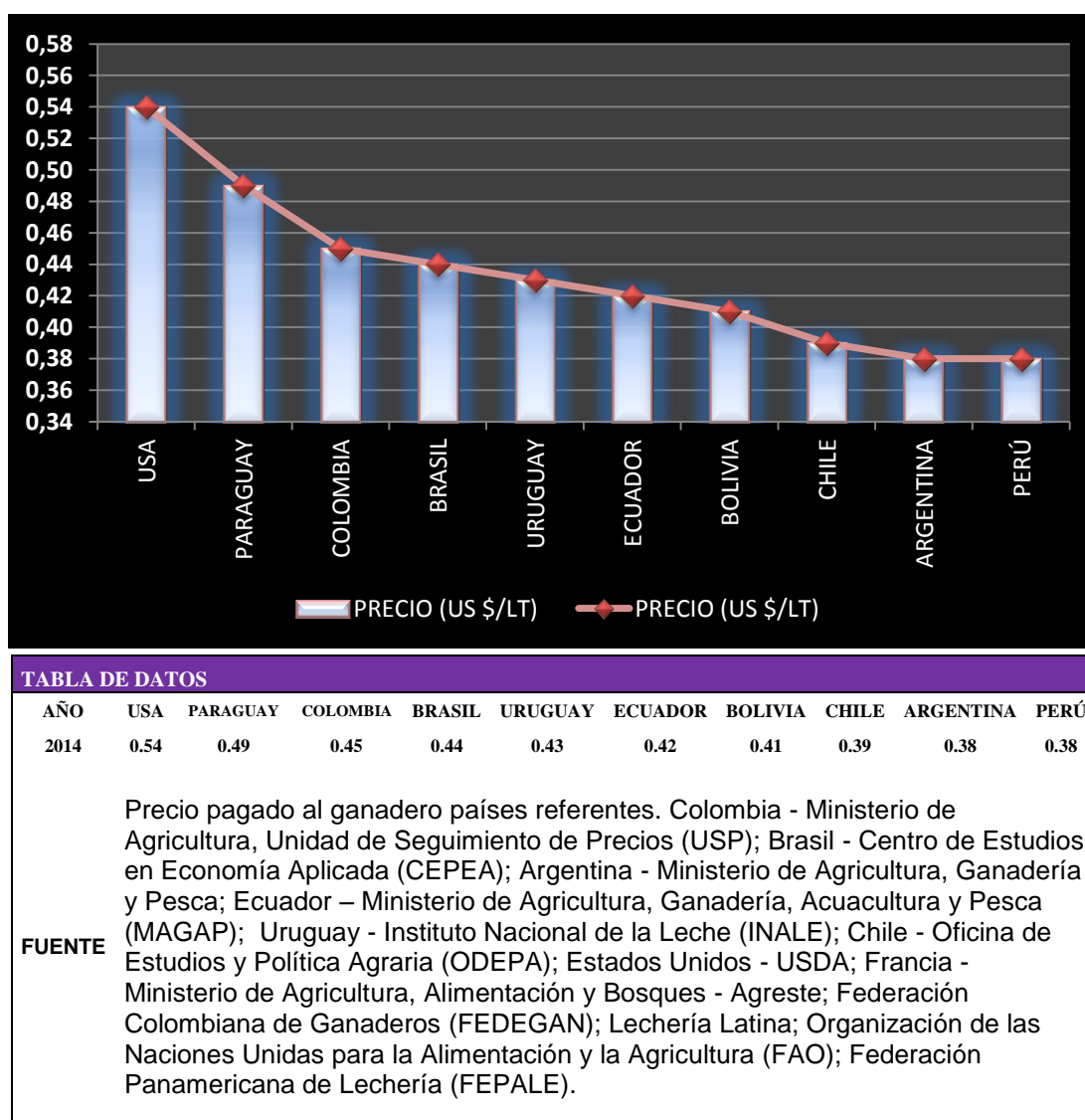
Actualmente el excedente de producción de leche cruda es de alrededor de 200.000 litros diarios, sin embargo este excedente es controlable, siendo el Gobierno el principal actor de intervención, mismo que ha destinado el producto principalmente para:

- Alimentación escolar.
- Exportación del producto.

### **6.2.3. ANÁLISIS DEL PRECIO PAGADO AL PRODUCTOR DE LECHE CRUDA EN PAÍSES DE LA REGIÓN**

*El precio al productor es una variable clave dentro de la cadena láctea. Si bien existen diferencias apreciables en composición físico-química (básicamente contenidos de sólidos como: grasa y proteína), calidad microbiológica y sanitaria entre la leche que se produce en los distintos países, la leche cruda es un producto relativamente comparable y dada la gran cantidad de productores en relación con la cantidad de industrias lácteas, es una variable esencialmente “política”. (Fao & Fepale, 2015)*

Para la elaboración de la figura 49 se ha considerado el precio pagado al productor por litro de leche cruda en países de Sudamérica y Estados Unidos, obtenido de un conjunto de fuentes oficiales, es así que el precio promedio en el año 2014 del conjunto de países mencionados es de 0.43 ctvs. de dólar.



**Figura 49. Precio pagado al productor de leche cruda en países de la región año 2014**  
Adaptado por: Luis Zurita

Como se puede apreciar en el gráfico, el rango de precios en la región va de 0.38 a 0.54 US\$/litro, sin embargo, según la Fao, en estos países coexisten segmentos de productores con diferentes grados de articulación al mercado formal, es por ello que las diferencias pueden ser más amplias a las que se reportan en la figura, adicional, los precios no reflejan con exactitud cuestiones de calidad o diferencias estacionales.



#### 6.2.4. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

Para realizar el análisis de rentabilidad, se ha considerado los resultados obtenidos en las encuestas a proveedores de leche cruda del cantón Mejía, realizando un promedio de 3 variables importantes:

- Litros de leche cruda producidos y comercializados al día.
- Precio pagado al productor por litro de leche cruda.
- Ingresos mensuales del productor de leche cruda.
- Gasto promedio mensual empleado en la producción de leche cruda (datos obtenido en el Departamento de Comercialización de Leche del MAGAP y de testimonios de proveedores de leche encuestados del cantón Mejía).

**Tabla 46**

***Ingreso promedio mensual del proveedor de leche cruda***

<b>INGRESOS</b>	
litros promedio producen al día	500
tamaño promedio UPA	50 ha
vacas promedio ordenadas	55
promedio litros/vaca	11
precio promedio pagado	\$0.44
Ingreso promedio diario (\$)	\$220.00
<b>Ingreso promedio mensual (\$)</b>	<b>\$6,600.00</b>

**Tabla 47**

***Egreso promedio mensual del proveedor de leche cruda***

<b>RUBRO</b>	<b>% destinado</b>	<b>Costo \$ USD</b>
<b>Semillas</b>	1.80	83.16
<b>Fertilizantes</b>	6.70	309.54
<b>Herbicida</b>	0.50	23.10
<b>Alimentación</b>	22.26	1,028.41
<b>Inseminación</b>	1.00	46.20
<b>Sanidad Animal</b>	16.70	771.54
<b>Combustible</b>	1.89	87.32
<b>Lubricantes</b>	0.30	13.86

CONTINÚA →

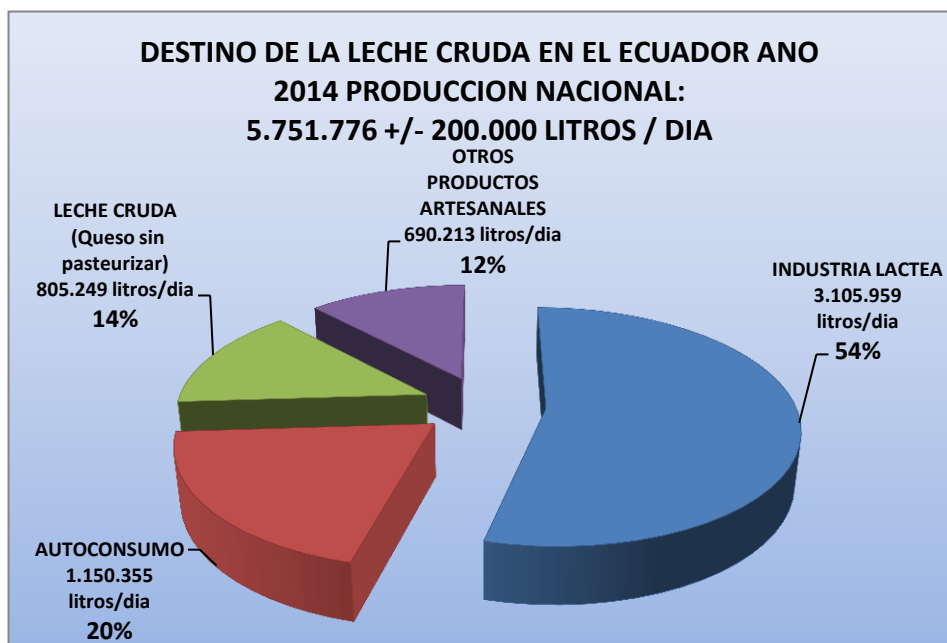
<b>Mantenimiento, reparaciones</b>	0.50	23.10
<b>Riego</b>	0.10	4.62
<b>Arriendo maquinaria</b>	0.04	1.85
<b>Veterinario</b>	4.75	219.45
<b>Electricidad</b>	1.95	90.09
<b>Teléfonos</b>	1.70	78.54
<b>Control Lechero</b>	0.20	9.24
<b>Agso</b>	0.01	0.46
<b>Otros Servicios</b>	9.00	415.80
<b>Mano de Obra</b>	25.00	1,155.00
<b>Depreciación</b>	2.50	115.50
<b>Impuestos</b>	0.27	12.47
<b>Gastos Financieros</b>	0.65	30.03
<b>Varios</b>	2.18	100.72
<b>Egreso promedio mensual \$</b>	<b>% 100.00</b>	<b>\$ 4,620.00</b>

La rentabilidad promedio del productor de leche cruda en el cantón Mejía es del 30% del total de los ingresos obtenidos por esta actividad.

## **6.2.5. ANÁLISIS CUANTITATIVO DE CONSUMO**

### **6.2.5.1. CONSUMO DE LA LECHE CRUDA EN EL ECUADOR**

Según el CIL, para el año 2014 el destino y consumo de la leche cruda en el país se distribuyó de la siguiente manera: el 54% destinado a las industrias lácteas para la elaboración de leche pasteurizada, entera, bebidas y derivados lácteos (3.105.959 litros/día), el 20% al autoconsumo de terneras en finca (1.150.355 litros/día), el 14% para leche cruda y quesos sin pasteurizar (805.249 litros/día) y el 12% para otros productos como quesos artesanales (690.213 litros/día).

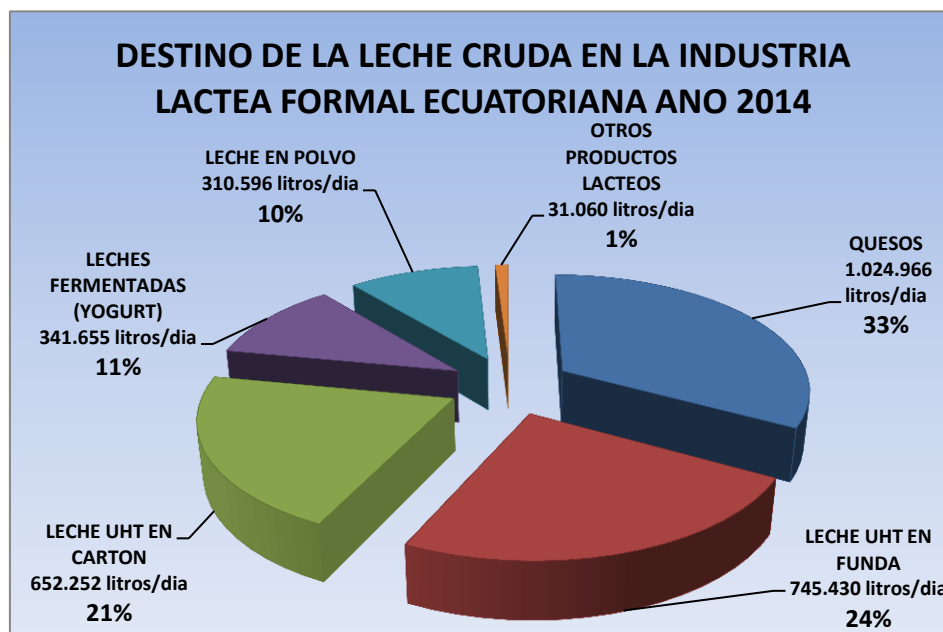


**Figura 50. Destino de la leche cruda en el Ecuador año 2014**  
Fuente: (Cil, 2014)

#### **6.2.5.2. CONSUMO DE LA LECHE CRUDA EN LA INDUSTRIA LÁCTEA ECUATORIANA**

Según el CIL, para el año 2014 del volumen total de la producción nacional de leche cruda en fincas, la industria láctea formal procesó diariamente un promedio de 3.105.959 litros (54%), de los cuales:

- 1.024.966 litros (33%) se transforman en Quesos (frescos y maduros);
- 745.430 litros (24%) en Leche UHT en funda;
- 652.252 litros (21%) en Leche UHT en cartón (incluida leche saborizada);
- 341.655 litros (11%) en yogurt;
- 310.596 litros (10%) en Leche en polvo, y
- 31.060 litros (1%) en otros productos/derivados lácteos.



**Figura 51. Destino de la leche cruda en la industria láctea formal ecuatoriana año 2014**  
Fuente: (Cil, 2014)

### 6.2.5.3. CONSUMO PROMEDIO DE LECHE Y DERIVADOS LÁCTEOS EN EL ECUADOR Y RELACIÓN CON SUS PAÍSES VECINOS

Según la FAO, para el año 2013 aproximadamente más de 6.000 millones de personas en el mundo consumieron leche y productos lácteos, la mayoría vive en países en desarrollo.

Según la OMS<sup>7</sup> y expertos nutricionistas a nivel mundial, el consumo mínimo por persona recomendado es 270 litros o su equivalente en productos lácteos.

En la figura 52 se presenta el consumo promedio de leche y derivados lácteos en el Ecuador y los principales países Sudamericanos, Europa, Estados Unidos y China.

<sup>7</sup> Organización Mundial de la Salud.



**Figura 52. Consumo promedio anual de leche y derivados lácteos en Sudamérica año 2014**  
Fuente: (Cil, 2014)

Como se aprecia en el figura, el consumo promedio anual de leche y derivados lácteos por persona en países como: Uruguay y el continente Europeo, se encuentran dentro del mínimo recomendado por la OMS y expertos nutricionistas a nivel mundial; actualmente en nuestro país el consumo promedio por persona es de 110 litros de leche al año.

Según Vizcarra:

*Se calcula que la leche cruda que se produce en el país es alrededor de 5'700.000 litros/día, que alcanza para un tercio de población ecuatoriana, que según el último Censo es de 14'500.000 personas. De esta forma la producción de leche sólo alcanza para 5 millones de personas, y los 9 millones restantes no consumen o lo hacen escasamente.*

*Para cubrir este déficit en el consumo hay dos variables: la primera es lograr una mayor producción de leche en el Ecuador, para abastecer con procesados a la población y la segunda sería importante diversificar y generar nuevos productos más atractivos y de menor precio, pero con calidad y propiedades nutritivas, como por ejemplo el uso del Suero. (El Mercurio, 2011)*

**“La demanda de leche y productos lácteos en los países en desarrollo está creciendo como consecuencia del aumento de los ingresos, el crecimiento demográfico, la urbanización y los cambios en los regímenes alimentarios”. (FAO, 2015)**

#### 6.2.5.4. ESTIMACIÓN DEL CONSUMO PROMEDIO PER CÁPITA DE LECHE Y DERIVADOS LÁCTEOS EN EL ECUADOR

Según datos proporcionados por el CIL para el año 2014, el consumo promedio anual de leche y derivados lácteos por persona en el Ecuador fue de 110 litros, cifra de consumo que está por debajo de los mínimos recomendados por la OMS y expertos nutricionistas a nivel mundial.

A continuación se presenta una estimación del consumo promedio anual per cápita de leche y derivados lácteos en el Ecuador para el año 2014, para lo cual se han considerado cifras del INEC de la población nacional y económicamente activa según el último censo en el año 2010, además de la producción diaria de leche según datos del CIL y por último el promedio mínimo recomendado de consumo de leche por persona anualmente según los expertos nutricionistas a nivel mundial.

**Tabla N. 48**

#### ***Estimación del consumo promedio per cápita anual de leche y derivados lácteos en el Ecuador año 2014***

<b>100% producción diaria leche cruda (CIL 2014)</b>	5.751.776	litros/día
<b>20% autoconsumo fincas, alimentación de terneras</b>	1.150.355	litros/día
<b>Total leche cruda para el consumo humano diario nacional</b>	<b>4.601.421</b>	litros/día
<b>Población nacional aproximada (INEC 2010)</b>	14.500.000	habitantes
<b>Consumo diario per cápita nacional</b>	<b>0,32</b>	litros/día por persona
<b>Cantidad de días por año</b>	365	Días
<b>Consumo anual per cápita nacional</b>	<b>116</b>	litros/año por persona
<p>El consumo diario per cápita nacional se estima en <b>0,32 litros/día por persona</b>, lo que equivale a 320 ml, es decir 1,4 vasos al día. Al multiplicar esta cantidad por los 365 días del año, se tiene que el consumo promedio anual per cápita es de <b>116 litros</b>.</p>		

CONTINÚA →

<p>Si utilizamos el dato de la población económicamente activa , que se define como: "<i>La población conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora a la semana, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados)</i>"., se obtendrá lo siguiente:</p>		
<b>Total leche cruda para el consumo humano diario nacional</b>	<b>4.601.421</b>	litros/día
<b>Población económicamente activa (INEC 2010)</b>	6.093.173	Habitantes
<b>Consumo diario per cápita nacional</b>	<b>0,76</b>	litros/día por persona
<b>Cantidad de días por año</b>	365	Días
<b>Consumo anual per cápita nacional</b>	<b>276</b>	litros/año por persona
<p>El consumo diario per cápita nacional se estima en <b>0,73 litros/día por persona</b>, al multiplicar esta cantidad por los 365 días del año, se tiene que el consumo promedio anual per cápita nacional es de <b>276 litros</b>.</p>		

**Fuente: (Cil, 2014)**

**Adaptado por: Luis Zurita**

El consumo per cápita promedio anual mínimo recomendado por especialistas nutricionistas a nivel mundial es de 270 litros/año por persona y según la estimación obtenida respecto a la población económicamente activa del país, el consumo promedio sería de 276 litros/año por persona, de esta forma se podría considerar que el consumo de lácteos en el país se encuentra sobre los límites recomendados.

## CAPÍTULO VII

### PROPUESTA PARA EL PROCESO

#### 7.1. DEFINICIÓN DE ACTIVIDAD Y PROCESO

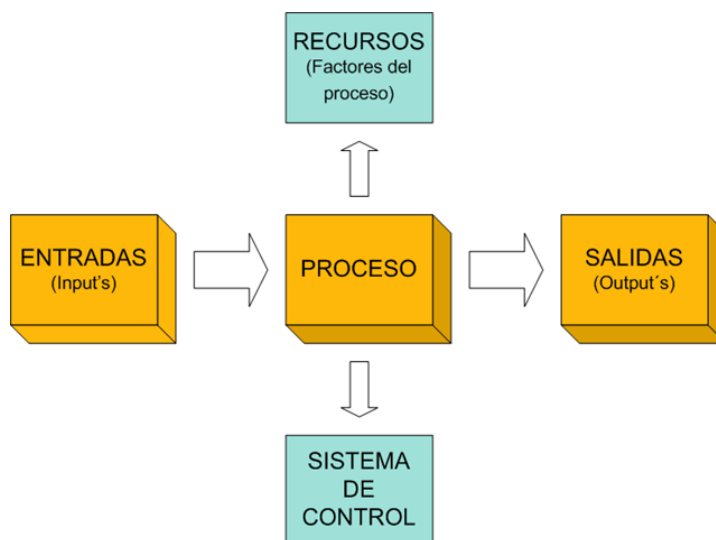
##### 7.1.1. ACTIVIDAD

Es el conjunto de tareas necesarias para obtener un resultado.

##### 7.1.2. PROCESO

Es el conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

Es importante indicar los siguientes elementos que son parte de un proceso:



**Figura 53. Definición del proceso**  
Fuente: (Iso 9000, 2013)

1. **Entradas:** Con características definidas de ante mano que permite aceptarlas o rechazarlas.
2. **Salidas:** Producto/servicio destinado al cliente interno/externo, es habitual que la salida de un proceso sea la entrada del siguiente.
3. **Recursos o factores:** Se asocian 3 preguntas; ¿Quién lo hace?, ¿Con qué lo hace?, ¿Con qué herramientas?, es decir las personas, materiales e infraestructura empleada en la elaboración y ejecución del proceso.



4. **Sistema de Control:** Formado por indicadores, sus objetivos y cuadros de mando resultantes para la toma de decisiones, es fundamental para evaluar la marcha del proceso, corregir deficiencias y mejorar continuamente.

## 7.2. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES Y PROCESOS RELACIONADOS

### 7.2.1. ACTIVIDADES EN EL ORDEÑO DE LECHE CRUDA

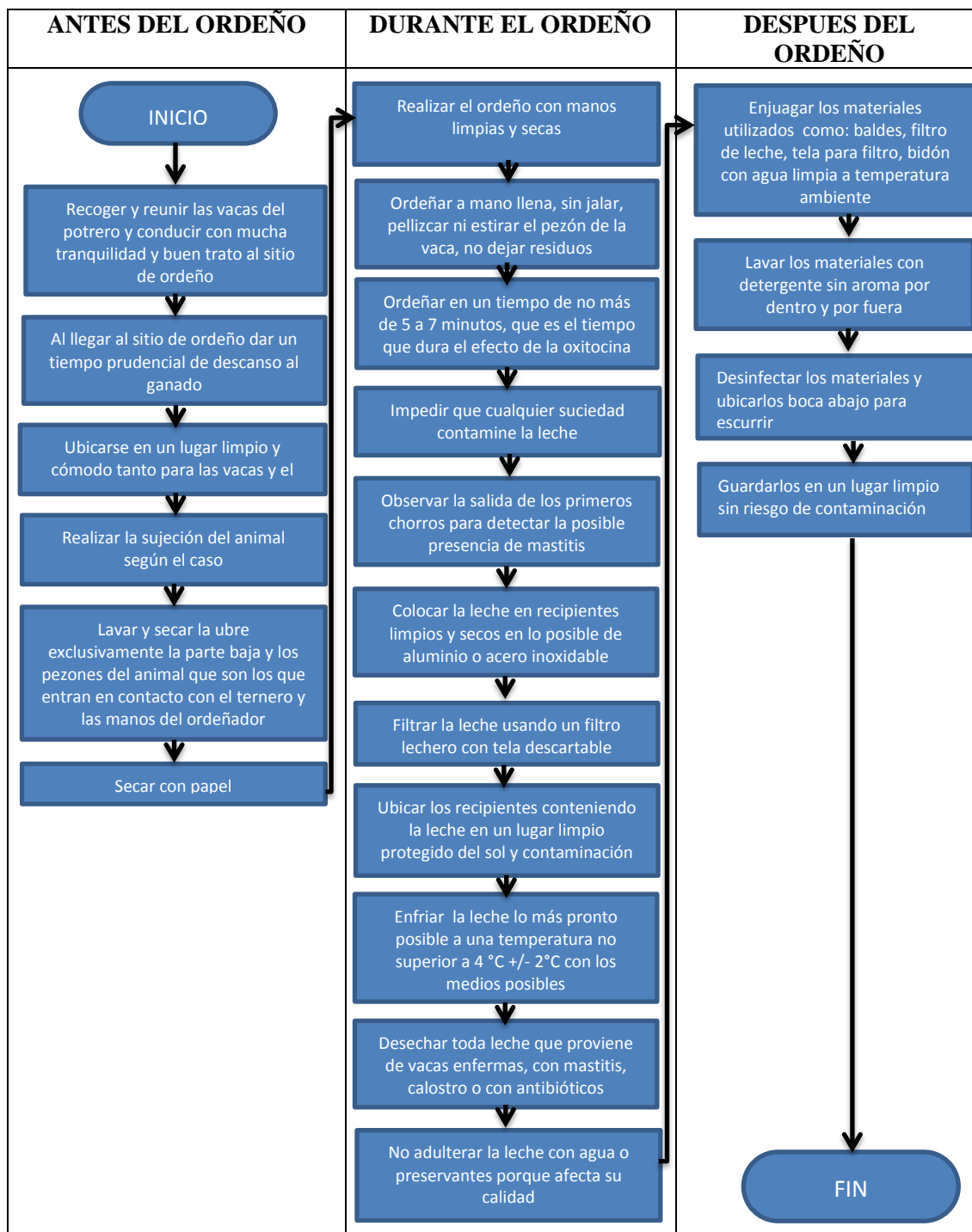
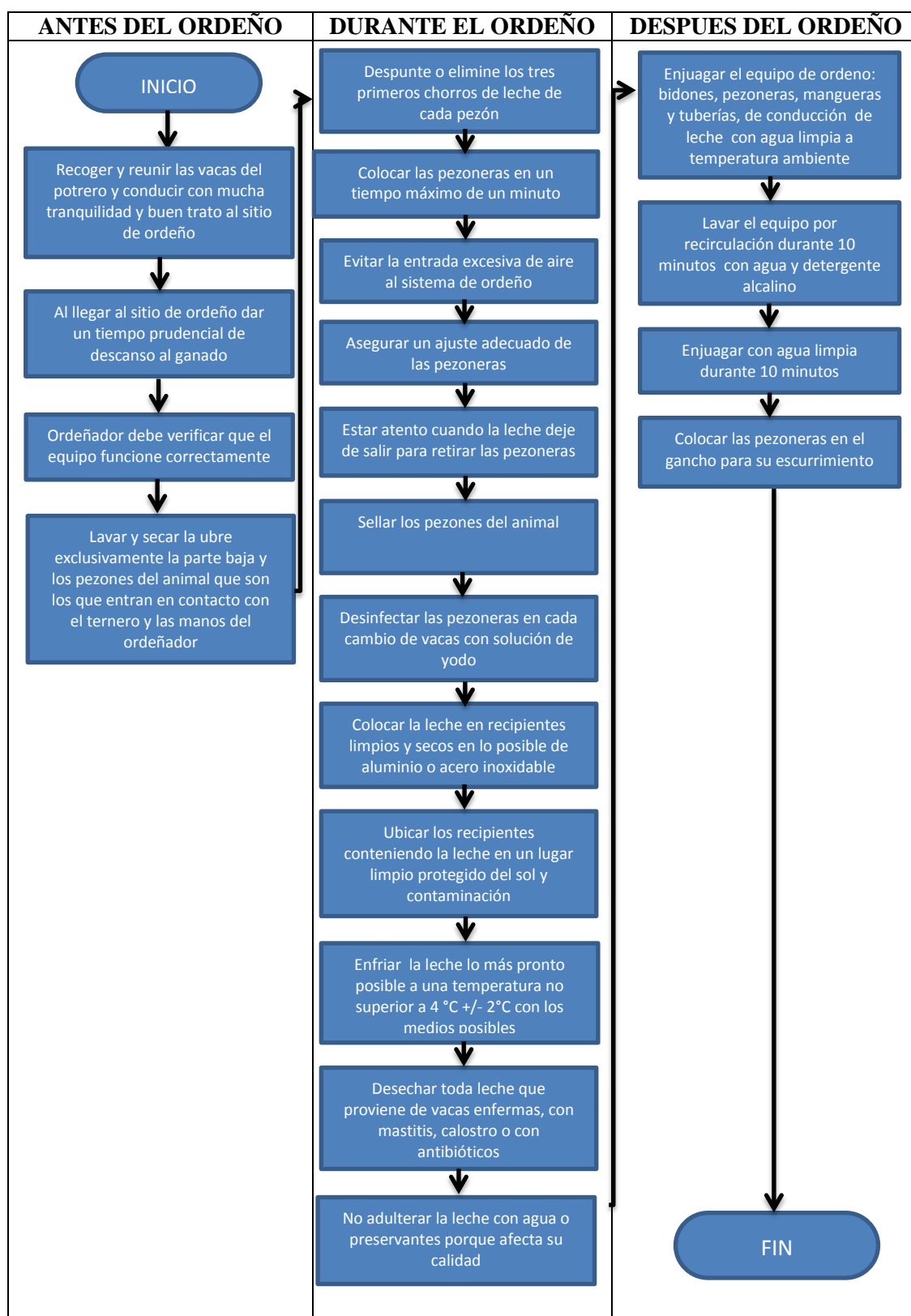
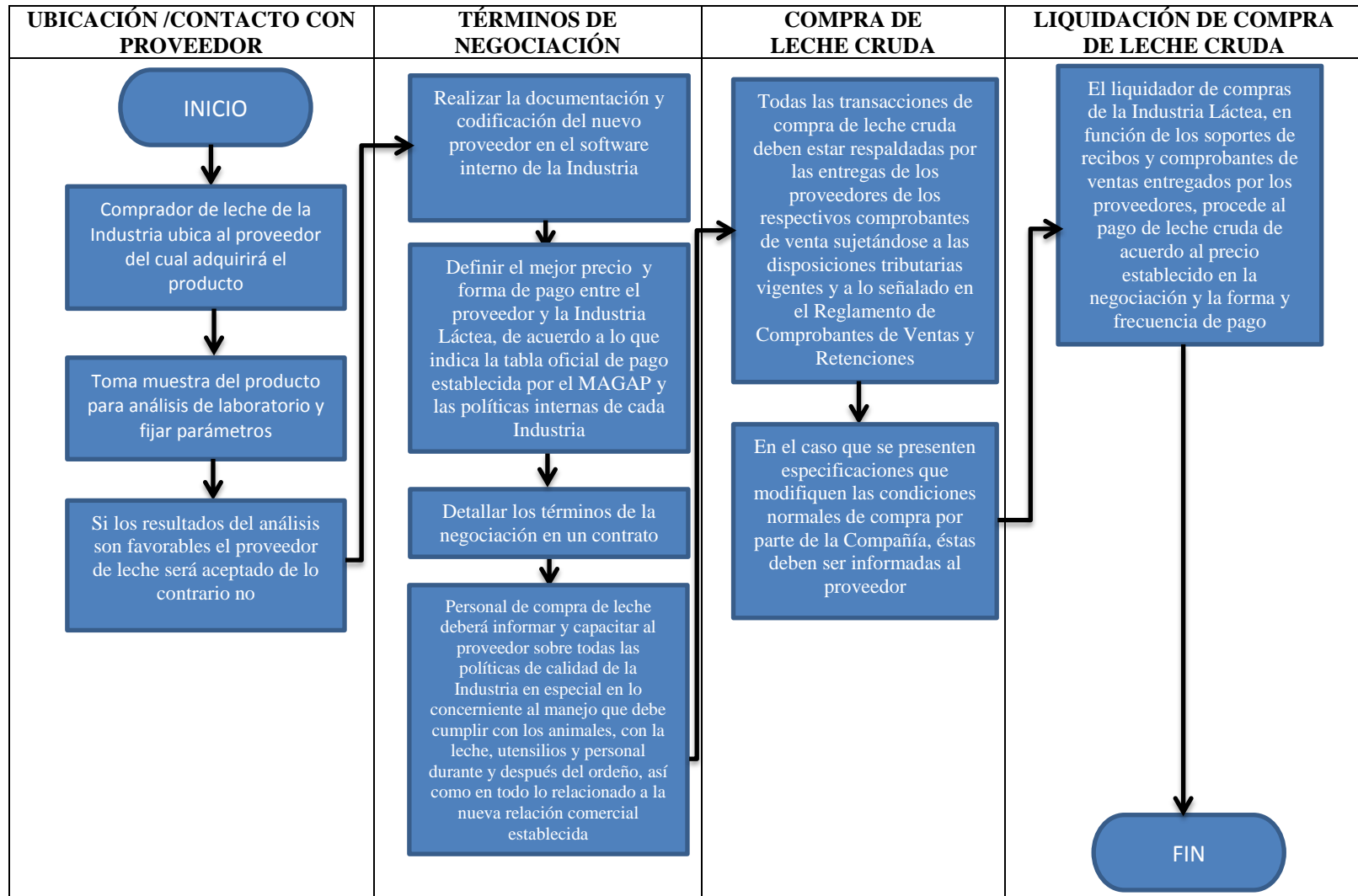


Figura 54. Ordeño Manual de leche cruda



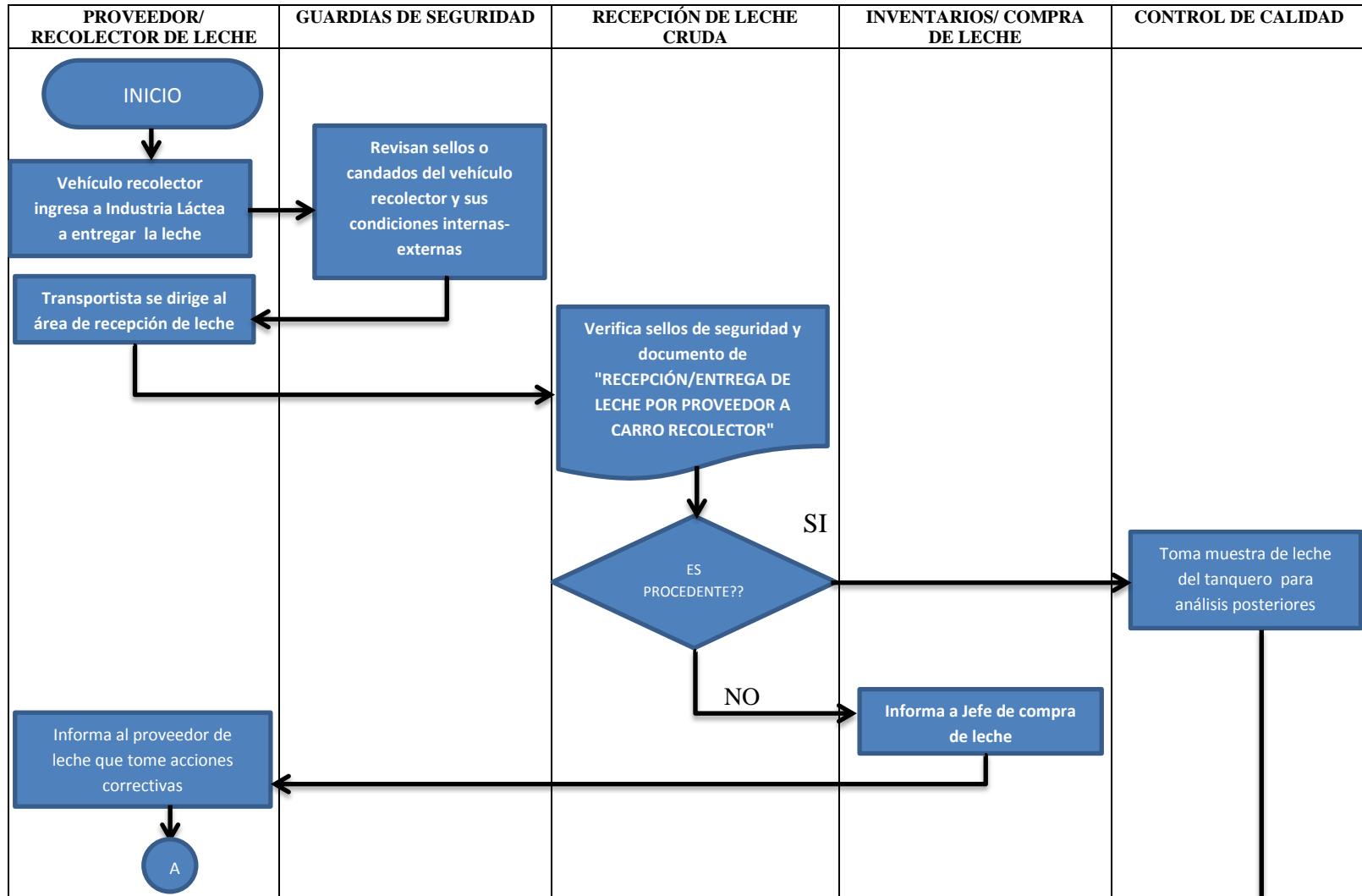
**Figura 55. Ordeño Mecánico de leche cruda**

**7.2.2. ACTIVIDADES EN LA “COMPRA DE LECHE A PRODUCTORES Y CENTROS DE ACOPIO”**



**Figura 56. Compra de leche a productores y centros de acopio**

**7.2.3. PROCESO “RECEPCIÓN DE LECHE CRUDA EN LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS”**



CONTINÚA →

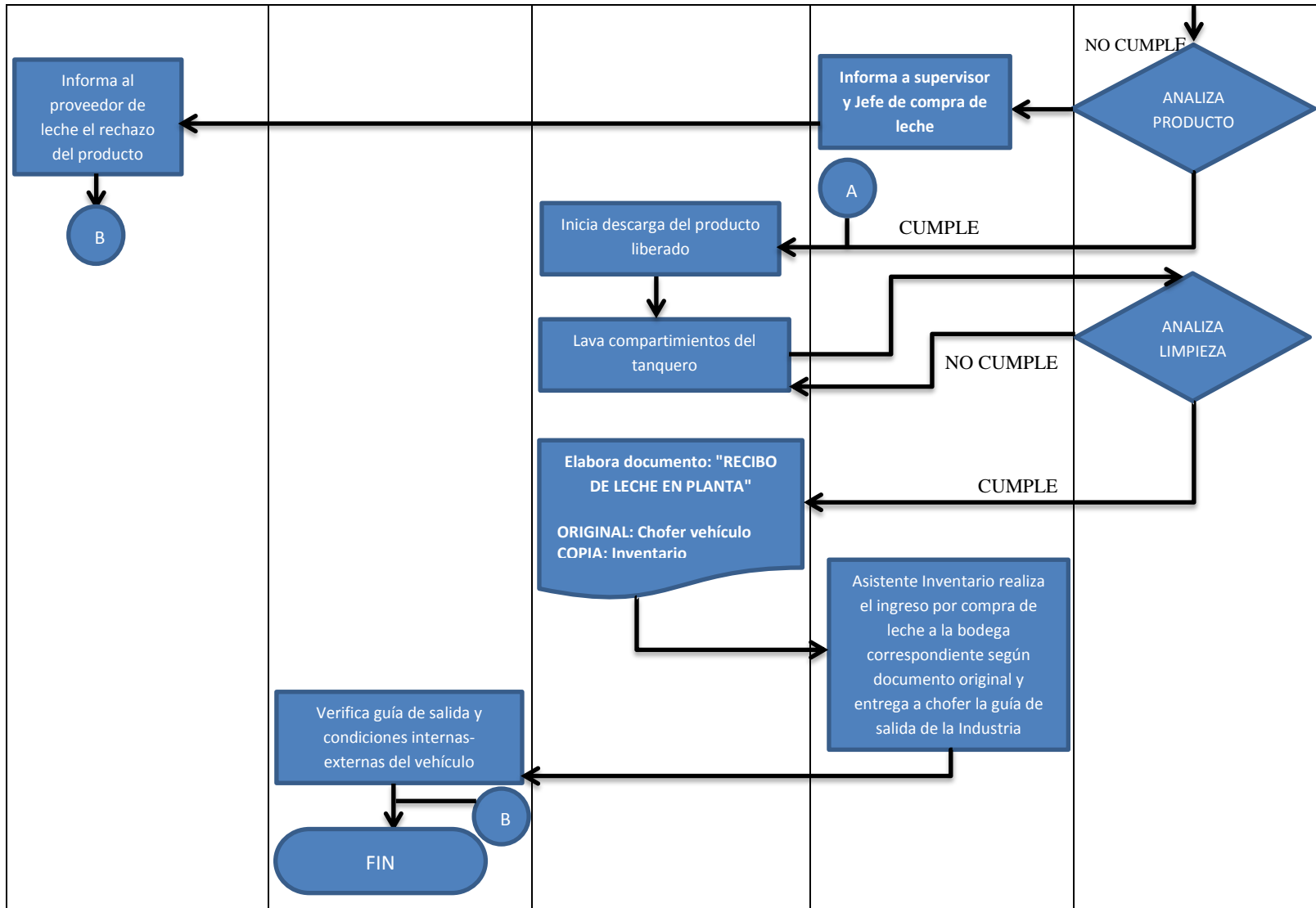
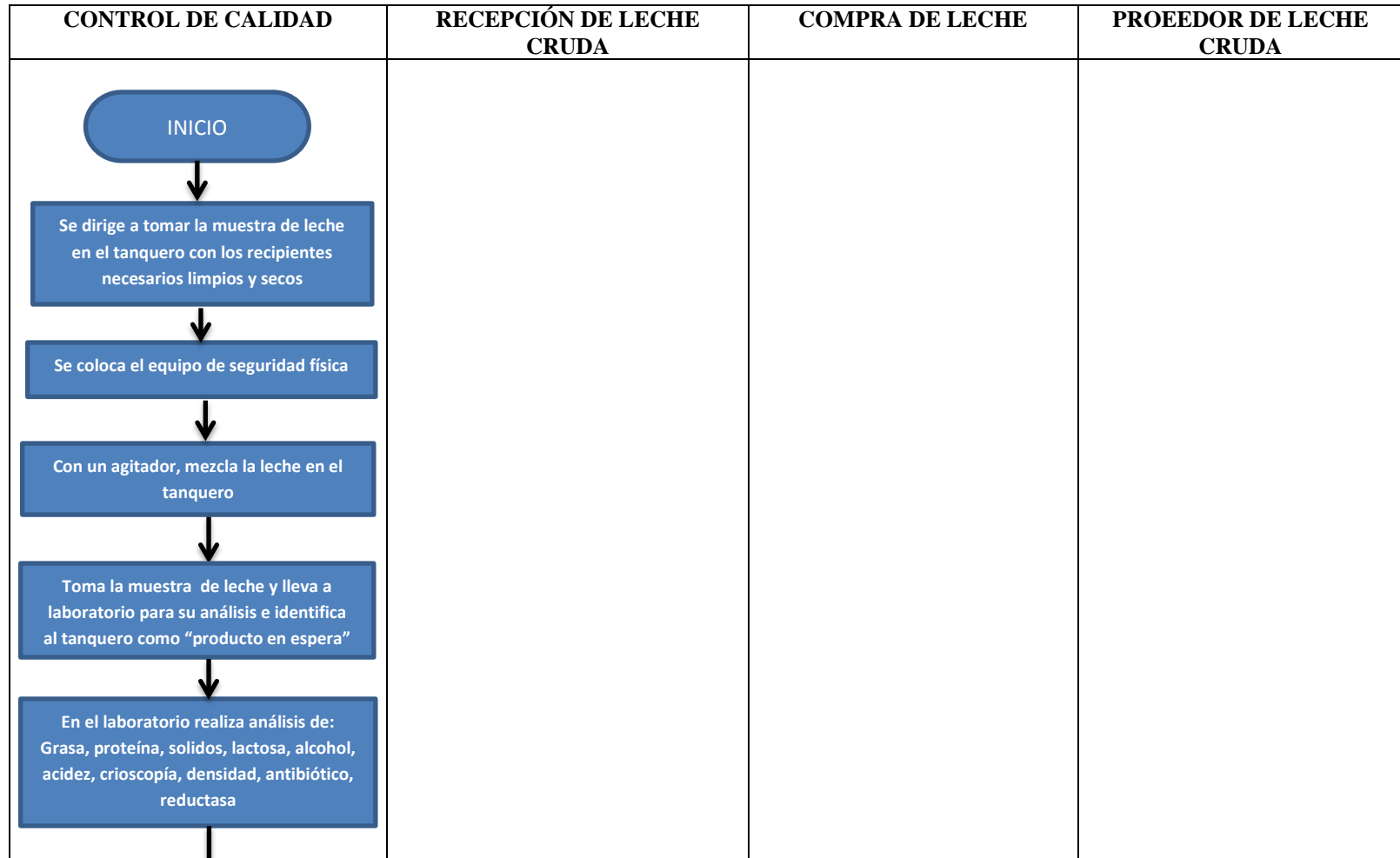


Figura 57. Recepción de leche cruda en las industrias lácteas

**7.2.4. PROCESO “TOMA DE MUESTRAS Y ANÁLISIS DE CALIDAD DE LA LECHE CRUDA EN LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS”**



CONTINÚA →

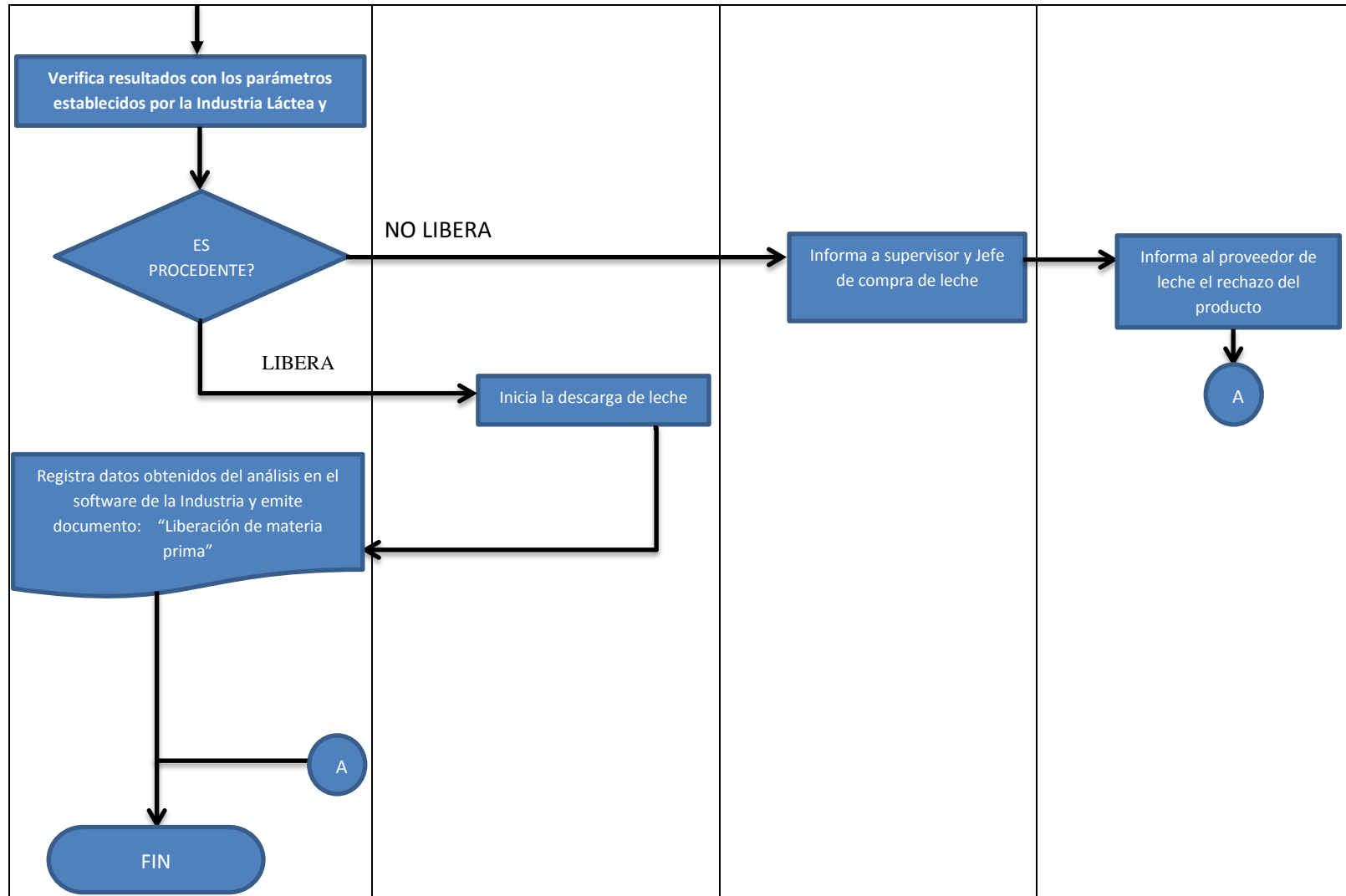


Figura 58. Toma de muestras y análisis de calidad de la leche cruda en las industrias lácteas



**7.3. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA EN EL CANTÓN MEJÍA DESDE LOS PROVEEDORES HACIA LAS INDUSTRIAS LÁCTEAS**

**Tabla 49**

***ESTRATEGIA DE PRECIO***

<b>ESTRATEGIA DE PRECIO</b>						
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>META</b>	<b>IMPULSOR</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>MEDICIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>
	Estudio óptimo fijación de precios	100%	Investigar los precios reales del mercado	Fijar precios acorde al mercado	Semestral	Industrias Lácteas
<b>Contar con precios competitivos en el mercado de la leche cruda para abarcar más segmentos del sistema formal de comercialización</b>	% Eficiencia en la calidad de la leche cruda	100%	Eficiencia en el ordeño y recolección de leche cruda	Capacitar al proveedor en buenas prácticas de ordeño, recolección y manipulación de leche cruda	Trimestral	Industrias Lácteas Organismos públicos
	Tecnología implementada	100%	Equipamiento mejorado de equipos de ordeño y recolección de leche cruda	Implementación de una caja de ahorro y crédito	Semestral	Organismos municipales de cada parroquia del cantón Mejía

Tabla 50

**ESTRATEGIA DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN**

<b>ESTRATEGIA DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN</b>						
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>META</b>	<b>IMPULSOR</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>MEDICION</b>	<b>RESPONSABLE</b>
	Lugar de recolección de leche cruda	100%	Menor tiempo posible de recolección y permanencia del producto en el vehículo recolector	Productores de leche entreguen su producto a centros de acopio más cercanos a la Industria	Diario	Productores de leche cruda del cantón Mejía  Industrias Lácteas
<b>Comercializar leche cruda mediante el uso adecuado del transporte y distribución del producto en las mejores condiciones posibles</b>	% Eficiencia en la limpieza y condiciones del tanquero de leche cruda	100%	Revisiones periódicas de la sanidad, limpieza y condiciones necesarias del tanquero transportador de leche cruda	La Industria Láctea realice la limpieza del tanquero cada vez que descargue el producto en su planta procesadora	Diario	Industrias Lácteas  Organismos públicos
	Registro del transporte de leche cruda en AGROCALIDAD	100%	Control sobre el registro de transportes de leche cruda	Realizar operativos a las transportes de leche cruda	Mensual	Organismos públicos

Tabla 51

**ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

<b>ESTRATEGIA DE PRODUCTO</b>						
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>META</b>	<b>IMPULSOR</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>MEDICION</b>	<b>RESPONSABLE</b>
	% Garantizar un producto de calidad	100%	Cumplir con los estándares de calidad del producto	Implementación de laboratorios comunitarios	Semestral	Organismos municipales de cada parroquia del cantón Mejía  Proveedores de leche cruda del cantón Mejía
<b>Alcanzar liderazgo en la calidad del producto que ofrecen los proveedores de leche cruda del cantón Mejía a las Industrias Lácteas</b>	Análisis del producto y condiciones del lugar de ordeño y recolección de leche cruda	100%	Revisiones periódicas de la sanidad, limpieza y condiciones necesarias del proveedor de leche cruda	La Industria Láctea realice visitas constantes a sus proveedores para conocer las condiciones reales del producto	Mensual	Industrias Lácteas
	% Compradores de leche cruda de calidad	100%	Industrias lácteas que paguen de acuerdo a lo que establece la ley	Plan de control acerca del pago que reciben los proveedores de leche cruda del cantón Mejía	Mensual	Organismos públicos

## CAPÍTULO VIII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1. CONCLUSIONES

- El diagnóstico de la producción diaria de leche cruda en el país ha tenido una evolución favorable entre el año 1978 y el año 2014. En 36 años, la producción nacional ha crecido en un 140% principalmente por la expansión tanto del hato bovino, así como del área destinada al pastoreo de ganado vacuno en las distintas regiones del país.
- Dentro de la producción y estructura provincial del hato lechero en las provincias de la sierra, la de mayor aporte a la producción es Pichincha con un 20% para el año 2014, a pesar de haber reducido su participación en 17 puntos desde 1978 cuando su aporte era del 37%.
- La producción de leche en el cantón Mejía es una de las más amplias del país, sin embargo los proveedores solo se limitan a producirla y no se abastecen de centros de acopio principalmente por su escasez.
- El sistema formal de la comercialización de leche cruda representa el 25% del total de productores del cantón Mejía y el 15% del volumen de leche cruda comercializada en la provincia de Pichincha, sin embargo los procesos tecnológicos hacia la calidad del producto no está al alcance de todo este segmento de mercado, es por ello que no se observa un nivel de contratos entre los actores involucrados, los cuales se hacen indispensables para generar incentivos de mejora en la calidad del producto y por ende la mejora en los precios.
- A pesar de que en el país ya se promulgó el último decreto ministerial 394, en el cual se normaliza el pago del litro de leche cruda según la calidad del producto entregado a las Industrias Lácteas, el cumplimiento del mismo se ve bastante

retrasado por varias fugas que aparecen en la cadena comercial, considerando las más importantes:

- Escasez tecnológica en el proveedor de leche cruda.
- Bajo nivel cultural/educativo en los proveedores de leche cruda.
- Poca capacitación hacia los proveedores en el óptimo manejo de ordeño y recolección de leche, que ayude en la calificación de la calidad del producto.
- Escasez de centros de acopio formales en el cantón Mejía que ayuden en la recolección y enfriamiento de la leche cruda que a su vez será comercializada a la Industria Láctea.

## **8.2.RECOMENDACIONES**

- Para que la cadena productiva de leche cruda y la comercialización del producto en el cantón Mejía sea aprovechado de mejor manera, debe existir mayor ayuda económica y social de entidades gubernamentales vinculadas con este sector productivo del país.
- Brindar capacitaciones constantes a los proveedores de leche cruda, mediante el asesoramiento sobre el manejo del ganado, higiene del ordeño, manipulación y recolección del producto.
- El emprendimiento de unos o varios acopios mejoraría la calidad de vida de los productores además de tener una visión más extensa en la comercialización formal de leche pasteurizada y derivados lácteos, así ya no venderían solamente a la Industria sino directamente al consumidor.
- Las entidades gubernamentales encargadas del control acerca del cumplimiento del Acuerdo Ministerial N°. 394 publicado el 4 de septiembre del 2013, realice revisiones a las condiciones pactadas en la negociación y producción de leche cruda en los proveedores del cantón Mejía e Industrias Lácteas, un resumen de estas condiciones es como sigue:
  - Establecer el precio base por litro de leche comprada a proveedores.
  - Pagos de bonificación a proveedores.

- Controles y sanciones por incumplimiento de lo dispuesto en el Acuerdo Ministerial.
  - Certificación de laboratorios para el control de la calidad de leche.
- 
- Actualmente en el país, la leche es el principal producto primario dentro de la producción pecuaria, a la cual se dedica gran parte de la población, donde si bien es cierto faltan implementar nuevas tecnologías que mejore la calidad del producto, además el proveedor se ha encontrado con un gran problema como es la saturación del mercado, es así que para incrementar la demanda del producto, los actores de la cadena comercial de la leche: proveedores, industrias lácteas, autoridades gubernamentales, deben realizar campañas publicitarias para que el consumo interno de leche y derivados sea mayor en la población nacional.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alonso. (2010). *Comportamiento del consumidor*. España: ESIC.
- Alonso, R., & Serrano, A. (2008). *Economía de la Empresa Agroalimentaria*. Madrid: Mundi-Prensa.
- Banco Central. (2010).
- Caldentey, P., & Haro, T. (2004). *Comercialización de Productos Agrarios*. Madrid: Agrícola Española.
- Centro de la Industria Láctea. (2 de Enero de 2005). *Centro de la Industria Láctea*. Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de [www.cilecuador.org](http://www.cilecuador.org)
- CIL. (15 de Enero de 2005). *Centro de la Industria Láctea*. Obtenido de [www.cilecuador.org](http://www.cilecuador.org)
- Cil. (2014). *Consumo de leche y derivados lácteos en el Ecuador*. Quito.
- Cil. (2014). *Producción lechera Ecuador*. Quito.
- Cil. (2014). *Ventas anuales de leche y derviados*. Quito.
- Cil. (15 de Febrero de 2015). Industrialización de leche en el país. (L. Zurita, Entrevistador)
- Cil, & Fil. (2012).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Elementos Constitutivos del Estado*. Quito.
- Cultura Empresarial Ganadera. (2005). *La Ganadería de leche*. Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de <http://www.culturaempresarialganadera.org>
- D'Blackwell, R. (2002). *Comportamiento del consumidor*. México: ESIC.
- De la Calle, J. (15 de Febrero de 2015). El mercado de lácteos en el Ecuador. (L. Zurita, Entrevistador)

- De la Calle, J. J. (2013). Estudio del sistema de agronegocios lechero de la Región Sierra del Ecuador. *Estudio del sistema de agronegocios lechero de la Región Sierra del Ecuador*. Buenos Aires, Argentina.
- Dvoskin. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: Granica S.A.
- El Mercurio. (1 de Octubre de 2011). *Ecuador debe incrementar consumo de leche*. Recuperado el 17 de Febrero de 2015, de <http://www.elmercurio.com.ec>
- El Telégrafo. (11 de Septiembre de 2013). *Producción lechera mueve \$700 millones al año*. Recuperado el 2 de Marzo de 2015, de [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec)
- El Telégrafo. (18 de Octubre de 2014). *La producción lechera en Ecuador genera \$1600 millones en ventas anuales*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de <http://www.eltelegrafo.com.ec>
- ESPAC. (2013). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua*. Quito.
- Espac. (2 de Mayo de 2013). *Estadísticas Agropecuarias*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Espac, & CIL. (2013-2014). *Producción lechera en el Ecuador*. Quito.
- Fao. (2012). *Producción de leche cruda en América*. Obtenido de <http://www.fao.org/>
- Fao. (2013). *Países productores de leche cruda*. Obtenido de <http://www.fao.org/>
- FAO. (2015). *Producción lechera mundial*. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de <http://www.fao.org/ag/ags/industrias-agroalimentarias/es/>
- Fao, & Fepale. (2015). *Precios de leche cruda*. Obtenido de <http://www.fao.org/>
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Gad. (17 de Abril de 2013). *Gobierno de Pichincha*. Obtenido de <http://www.pichincha.gob.ec>



- Giordanapiza. (2002). *Historia de la Ganadería en el Ecuador*. Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de <http://giordanapiza.blogspot.com>
- Iica & Concope. (2011). *Enfoques de asociatividad*. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de <http://www.iica.int>
- Inec. (2010). *Población y Demografía*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Iso 9000. (2013).
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Prentice Hall.
- Lambin. (2003). *Marketing Estratégico*. En Lambin. Madrid: McGraw Hill.
- Lechería Latina. (5 de Diciembre de 2014). *Lecheros planifican protestas sino son escuchados*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de <http://www.lecherialatina.com>
- Magap. (2013). *Conservación de la leche cruda*. Quito.
- Magap. (2013). *Transporte de leche cruda*. Quito.
- Magap. (15 de Febrero de 2015). Producción primaria de leche. (L. Zurita, Entrevistador)
- Magap, Msp, & Mip. (2013). Acuerdo Interministerial. *Reglamento de control y regulación de la cadena de producción lechera en el Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Maslow, A. (2005). *La Motivación. Una teoría sobre la motivación humana*.
- Peter, J., & Olson, J. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing*. México: Mc Graw-Hill.
- Sinapsit. (Febrero de 2005). *Pirámide de Maslow*. Recuperado el 14 de Febrero de 2015, de [www.sinapsit.com/psicologia/piramide-de-maslow/](http://www.sinapsit.com/psicologia/piramide-de-maslow/)
- Tipos de consumidores*. (Marzo de 2012). Recuperado el 8 de Febrero de 2015, de [www.tiposde.org/ciencias-sociales/544-tipos-de-consumidores/](http://www.tiposde.org/ciencias-sociales/544-tipos-de-consumidores/)

Urbano, B. (2007). *Comercialización y Marketing de Productos Agroalimentarios*. España: Junta de Castilla y León.

Vizcarra, R. (2014). *El Consumo de lácteos en el Ecuador*. Quito.

Vizcarra, R. (15 de 02 de 2015). *Historia del CIL*. Obtenido de [www.cilecuador.org](http://www.cilecuador.org)

Vizcarra, R. (15 de 02 de 2015). *Historia del CIL*.

## GLOSARIO

**BPA: Buenas Prácticas Agrícolas.** Comprenden prácticas orientadas a la mejora de los métodos convencionales de producción y manejo en el campo, haciendo hincapié en la prevención y control de los peligros para la inocuidad del producto y reduciendo, a la vez, las repercusiones negativas de las prácticas de producción sobre el medio ambiente, la fauna, la flora y la salud de los trabajadores.

**BPM: Buenas Prácticas de Manufactura.** Principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

**Cadena de frío:** Indica la continuidad de los medios empleados sucesivamente para mantener la temperatura de los alimentos, según corresponda, desde la recepción, hasta la elaboración, el transporte, el almacenamiento y la venta al por menor.

**Centro de Acopio:** Establecimiento donde se reúnen y almacenan la producción de varios productores de leche y cuentan con una infraestructura, equipos y materiales que permitan mantener una temperatura de 2 °C a 4 °C y la inocuidad de la leche cruda; así mismo el centro debe contar con áreas definidas para: recepción, análisis, enfriamiento y entrega.

**Comercialización:** Las actividades de promoción, distribución, venta, publicidad, relaciones públicas y servicios de información relativas a un producto.

**Consumidor:** persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.

**Consumo:** Utilización de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades humanas.

**Control:** Comprobación, inspección, fiscalización o intervención de algún ente regulador del estado con el fin de asegurar la calidad de la leche cruda.

**Control de Calidad:** son todos los mecanismos, acciones, herramientas realizadas para detectar la presencia de errores. La función del control de calidad existe primordialmente como una organización de servicio, para conocer las especificaciones establecidas por la ingeniería del producto y proporcionar asistencia al departamento de fabricación, para que la producción alcance estas especificaciones.

**Demanda:** Es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad y satisfacción.

**Filière:** Concepto o término introducido en Francia a principio de los años setenta y que es utilizado principalmente en Estados Unidos y otros países de Europa, sirvió como elemento de análisis para economistas agrarios del INRA (Institut Nationale de la Recherche Agronomique).

**Ganadería:** Es una actividad económica de origen muy antiguo que consiste en el manejo de animales domesticables con fines de producción para su aprovechamiento

**Ganado:** Conjunto de animales domésticos que se cría para su explotación. El ganado puede ser mayor o menor.

**Hato:** Conjunto de cabezas de ganado como bueyes, vacas, ovejas, etc.

**Higiene:** Es el conjunto de conocimientos y técnicas que aplican los individuos para el control de los factores que ejercen o pueden ejercer efectos nocivos sobre su salud.

**Industria láctea:** Sector de la industria que tiene como materia prima la leche cruda procedente de la especie bovina.

**Inocuidad:** Es la certeza de que los alimentos o ingredientes utilizados para hacer el mismo, no van a causar daño o lesión al consumidor cuando éste sea preparado y/o consumido de acuerdo al uso al que deban destinarse.

**Leche:** Producto muy perecedero, altamente contaminable y sensible altas temperaturas, sugiere especiales cuidados tanto en la recolección, transporte, recepción y elaboración de diferentes productos.

**Leche cruda de vaca:** Producto de la secreción normal de las glándulas mamarias, obtenida a partir del ordeño integro e higiénico de vacas sanas, sin adición ni sustracción alguna, exento de calostro y libre de materias extrañas a la naturaleza, destinada al consumo humano en su forma natural o a la elaboración de subproductos.

**Limpieza:** Eliminación de tierra, residuos de alimentos, suciedad, grasa u otras materias objetables.

**Lote:** Cualquier cantidad de material de características similares, provenientes de una fuente común.

**Medio de Transporte:** Transporte que cuenta con recipientes para transporte de leche cruda que ha sido previamente registrado.

**Muestra:** Porción de material o cantidad representativa extraída al azar de un lote.

**Muestreo:** Procedimiento mediante el cual se recolectará las muestras representativas para el análisis de leche cruda.

**Negociación:** Es el proceso por el cual las partes interesadas resuelven conflictos, acuerdan líneas de conducta, buscan ventajas individuales o colectivas, procuran obtener resultados que sirvan a sus intereses mutuos. Se contempla generalmente como una forma de resolución alternativa de conflictos o situaciones que impliquen acción multilateral.

**Oferta:** Conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes y servicios.

**Ordeño:** Proceso del ordeño y ordeñadoras mecánicas que son los procesos de manejo importantes y, a la larga, toman parte del proceso de transmisión de mastitis, seudosífilis, mamitis ulcerativa bovina, sífilis, impétigo de ubre, papilomatosis del pezón y aparición de puntos negros, son una puerta de entrada especial para la infección en vacas, cabras y raramente en ovejas.

**Precio:** Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. A pesar

que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias.

**Precio por Litro de leche:** El MAGAP fijará el precio de sustentación más calidad, por litro de leche cruda pagada en finca.

**Productor:** Persona o fuerza que realiza el ordeño respectivo en su ganado para producir leche bovina.

**Proveedor:** Persona o empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), o materia prima, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente a un consumidor final o directamente se compran para su venta.

**Recipiente para transporte de leche cruda:** Recipiente y/o bidón, tanque de cisterna y/o tanque de enfriamiento, todos ellos construidos de acero inoxidable y/o aluminio, que cumple la función de almacenar leche durante el transporte.

**Segmentación de mercado:** Proceso de clasificación de clientes en grupos con distintas necesidades, características o comportamientos. Se divide un mercado en grupos de consumidores bien definidos que acaso requieran productos o mezclas de mercadotecnia distintas

**Tanque de enfriamiento:** Todo aquel equipo que se utiliza para almacenar leche cruda a una temperatura de  $4\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 2\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

**Transportista:** Toda persona natural o jurídica que se dedique al transporte exclusivo de leche cruda en bidones, tanques de acero inoxidable o aluminio garantizando la inocuidad de la misma.

**ANEXOS**