

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 MAGAP¹. 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**

¹ 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**