

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de investigación nace de la necesidad de conocer las eventuales ineficiencias que pueden presentarse en los canales de comercialización de carne bovina para consumo popular en la provincia de Pichincha, así como también para determinar el incremento de precios que se presenta entre los actores de estos canales. En este proyecto también se propone un registro de ingresos, costos y gastos para que sean utilizados, tanto por los productores como por los intermediarios de esta cadena de comercialización, con la finalidad de que puedan identificar su situación económica real. Considerando que la actividad de la ganadería bovina se remonta desde el periodo neolítico y se ha mantenido hasta la actualidad como una de las actividades importantes para el consumo humano, ya que es parte de su cadena alimenticia, y que su producción es destinada tanto para el consumo personal como para diferentes actividades económicas, se analizaron los limitantes de la cadena de comercialización, conjuntamente con la normativa legal y técnica emitida por los organismos de control correspondientes, para dar un aporte a la resolución de la problemática existente.

Palabras clave:

INEFICIENCIAS

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

CARNE BOVINA

ANÁLISIS DE PRECIOS

CONSUMO POPULAR

ABSTRACT

This research work comes from the need to know the possible inefficiencies that can present the beef marketing channels for popular consumption in the Pichincha province, and also to determine the price increase among the actors of these channels. In these project has also been proposed a record of incomes, costs and expenses to be used by the producers and the intermediary of this marketing chain, in order to determinate their real economic situation. Considering that the bovine cattle activity dates back to the Neolithic era and has been maintained until today as one of the most important activities for human consumption, since it is part of their food chain and that their production is destined so much for human consumption as well as for other economic activities, the limitations of the marketing chain were analyzed jointly with the legal and technical regulations issued by the corresponding control bodies, in order to contribute to the resolution of the existing problema.

Keywords:

INNEFFICIENCIES

MARKETING CHANNEL

BEEF

PRICE ANALYSIS

POPULAR CONSUMPTION