

RESUMEN

El presente proyecto de investigación busca analizar el impacto económico y social del sector ganadero en la sierra ecuatoriana tras el establecimiento de políticas que impulsan la comercialización de carne bovina motivando la producción a nivel nacional y el cambio de la matriz productiva. Desde hace varios años el sector ganadero ha ido en constante declive, provocando que en el país se incrementen las importaciones de carne bovina y los ganaderos se sientan desmotivados, debido a la falta de políticas y apoyo económico gubernamental, que les permitan ser competitivos en el mercado. A partir de la declaración del ganado ecuatoriano libre de fiebre aftosa en el 2015, surge una oportunidad y se crea un plan estratégico que permita mejorar la raza del ganado bovino, por medio de importaciones de ganado fino desde Paraguay y Brasil, con el objetivo de mejorar la calidad de los productos y permitir que sus subproductos sean más atractivos en el mercado nacional e internacional. Empezar las exportaciones de carne de marca país, representaría un gran impulso tanto para a nivel social como económico del sector ganadero y el país, permitiendo mantener la conciencia de cumplimiento de los objetivos del plan nacional del buen vivir, los cuales buscan mejorar la calidad de vida de cada uno de sus ciudadanos.

Palabras clave:

IMPACTO SOCIOECONÓMICO

GANADERÍA

COMPETITIVIDAD

POLÍTICAS COMERCIALES

ECONOMÍAS POPULARES

ABSTRACT

This research project aims at analyzing the economic and social impact of the livestock sector in the Ecuadorian highlands after the establishment of policies that promote the marketing of beef, encouraging national production and change of the productive matrix.

For several years the livestock sector has been steadily decline, leading to increased imports of beef and cattle ranchers feel demotivated because of the lack of political and economic support governmental, to help them become competitive in the market.

From the declaration of eradication of FMD in Ecuador in 2015, an opportunity arises, and created a strategic plan to improve the breed of cattle, through imports of fine livestock from Paraguay and Brazil with the aim of improving the quality of products, and allow their products be more attractive in the national and international market.

Start exports of beef country brand, would represent a major social and economic boost for the livestock sector and the country, allowing maintain awareness of compliance with the objectives of the national plan of good living, which seek to improve the quality of life of each one of its citizens.

Keywords:

SOCIO-ECONOMIC IMPACT

LIVESTOCK

COMPETITIVITY

TRADE POLICY

POPULAR ECONOMIES