

El precio y su influencia en la demanda de carne de cerdo importada de los países de
América del Sur

Autora: Guilca Mena, Maritza Encarnación

Director: Erazo Oña Roberto Washington

maryguilca_15@hotmail.com
wrerazo.espe.edu.ec

Fecha: Octubre – Diciembre - 2018

URL: http://world_business.espe.edu.ec/edicion-16-octubre-diciembre/

Resumen

Analizar las dimensiones precio con ventaja comparativa y la ventaja competitiva como mecanismo de análisis a partir de su demanda para el sector importador de carne de cerdo en el período 2014 – 2016. Se desarrolló un estudio aplicando el método de Cubos OLAP, considerando una base de datos estadísticos a partir de las dimensiones: país de origen, proveedor internacional, importador, partidas arancelarias, cantidad, precio y acuerdos comerciales. Se diseñaron tablas de análisis donde se representa la cantidad (kilogramos por país), los diez principales proveedores internacionales que exportan al Ecuador, la participación del mercado por los diez principales importadores ecuatorianos, el monto por partidas arancelarias, el precio por producto y los acuerdos comerciales, también se analiza la tasa de crecimiento del mercado utilizando la matriz (BCG) con las partidas arancelarias de carne de cerdo, por otra parte la exploración de campo realizada a los productores de carne de cerdo permitió determinar el incremento de la producción acontecido de manera paulatina debido a las capacitaciones que han recibido en función de mejorar la calidad de su producción. El resultado más importante obtenido señala que de los productos importados de la carne de cerdo, el que más participación de mercado tiene es el cuero de cerdo mientras que el de menor relevancia es la carne sin hueso, por lo que se concluye que el cuero es el producto con mayor rentabilidad y consumo, mientras que el resto de ellos tiende a dejar de ser importados por no presentar una adecuada rentabilidad y tener una baja participación en el mercado.

PALABRAS CLAVE

CARNE DE CERDO

VENTAJAS COMPETITIVAS

VENTAJAS COMPARATIVAS

PRECIO

OFERTA

DEMANDA

COMERCIO INTERNACIONAL.

Abstract

Analysis the competitive and comparative price-competitive dimensions as a mechanism of analysis based on their demand for the pork meat importer sector in the 2014-2016 period. A study was developed applying the OLAP Cubes method, considering a statistical database based on the dimensions: country of origin, international supplier, importer, tariff items and quantity, price and commercial agreements. Analysis tables were designed which represent the quantity (kilograms per country), the ten main international suppliers that export to Ecuador, the market share by the ten main Ecuadorian importers, the amount by tariff items, the price per product and the agreements commercial, the market growth rate is also analyzed using the matrix (BCG) with the pork tariff items, on the other hand the field exploration carried out on the pig meat producers allowed to determine the increase of the production that took place. Gradually due to the training they have received in order to improve the quality of their production. The most important result obtained points out that of the imported pork products, the one that has the most market share is pork skin while the one of less importance is the boneless meat, so it is concluded that the leather is the product with greater profitability and consumption, while the rest of them tend to stop being imported because they do not present adequate profitability and have a low market share.

KEYWORDS

PORK,

COMPETITIVE ADVANTAGES

COMPARATIVE ADVANTAGES

PRICE

OFFER

DEMAND

INTERNATIONAL TRADE.