UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

"Estudio de la dinámica comercial de la feria pecuaria, sector "El Plateado" de la ciudad de Loja"

Tesis de grado previa a la obtención del Título de Ingeniera en Administración Púbica

AUTORA. Cevallos Cevallos Andrea Tatiana

DIRECTOR: Econ. Cueva Luzuriaga Paul Stewart

LOJA-ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

Econ.

Paúl Cueva Luzuriaga

DIRECTOR DEL INFORME DE TESIS

CERTIFICA:

Que la presente tesis titulada "ESTUDIO DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR "EL PLATEADO" DE LA CIUDAD DE LOJA". Elaborado por la señorita Andrea Tatiana Cevallos Cevallos; fue dirigida, orientada y revisada en todas sus partes, misma que cumple con los requerimientos establecidos por la normativa pertinente para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, junio de 2018

Econ. Paul Cueva Luzuriaga

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo **Andrea Tatiana Cevallos Cevallos**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de la tesis en el Repositorio Institucional - Biblioteca Virtual.

Autora: Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Firma: Andrea Tatiana Cevallos

Cedula: 1105042889

Fecha: Loja, junio de 2018

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo **Andrea Tatiana Cevallos Cevallos**, declaro ser autora de la tesis titulada: **"ESTUDIO DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR "EL PLATEADO" DE LA CIUDAD DE LOJA"**, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración Pública, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización firmo, en la ciudad de Loja, a los 25 días del mes de junio del dos mil dieciocho, firma la autora.

Firma: Andrea Tatiana Cevallos

Autora: Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Cédula: 1105042889

Dirección: Av. Orillas del Zamora y Juan de Salinas

Correo electrónico: andrea.cevallosc@unl.edu.ec

Teléfono: 0988259145

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Eco. Paul Cueva, M.A.E.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Jimmy Jumbo Valladolid. M.A.E	Presidente
Ing. José Maldonado Quezada. M.P.P	Vocal
Dr. Mario Dávila Puruncajas. M.G.C.N.I	Vocal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, por ser el pilar fundamental para alcanzar este logro académico, a mi abuelita por bríndeme su apoyo en todo momento por incentivarme a cumplir con mis metas, a mis hermanos por ser incondicionales, a mis amigos por brindarme el aliento necesario para no decaer y seguir adelante, a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron y cooperaron para la culminación de este trabajo de tesis.

Andrea Cevallos

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a la Universidad Nacional de Loja por haberme dado la oportunidad de formarme profesionalmente a través de una educación de calidad y calidez.

A cada una de las autoridades de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa por permitir la presentación y sustentación del presente trabajo de tesis .

A los docentes de la carrera de Administración Pública, por brindarme su apoyo y sus conocimientos en todo el proceso de formación académica, para Ustedes mi estima y gratitud.

Al Eco. Paul Cueva Luzuriaga (Director de Tesis) por haberme brindado la oportunidad de recurrir a sus conocimientos para guiarme durante todo el desarrollo del presente trabajo de tesis, por ser incondicional, por creer en mi capacidad como estudiante, por ser el promotor de mis logros académicos y por siempre incentivarme a superarme cada día.

Andrea Cevallos

1. TITULO

“ESTUDIO DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR “EL PLATEADO” DE LA CIUDAD DE LOJA”

2. RESUMEN

Las ferias son una estrategia de promoción para la generación de oportunidades comerciales, que se realizan a través de un contacto entre los agentes comerciales (productor, intermediario, consumidor), vinculando la oferta y la demanda.

El presente trabajo de titulación, se lo realizó con el fin de evaluar **LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR "EL PLATEADO" DE LA CIUDAD DE LOJA**, mediante la identificación de los factores que inciden en la comercialización, para ello se analizaron cuatro factores problemas sanitarios, transporte, trazabilidad y abastecimiento, identificando según los feriantes al primer descrito como el más incidente en la comercialización por tener repercusión directa en la seguridad alimentaria , en la sanidad y bienestar de los animales. Se determinó un grado de participación alto tanto en oferta como en precio para el agente intermediario por disponer de volúmenes de semovientes para proveer frecuentemente en feria y con tiempo de comercialización corto, en lo que respecta al precio la inversión realizada por estos es mínima solo en transporte y mantención por corto tiempo con utilidad alta. Los mecanismos adoptados por los feriantes para determinación del precio son el de simple inspección, deducción - comparación y el de rendimiento de carne por ser valoraciones que se fundamentan en criterios de compra como apariencia, estructura ósea, edad y raza. Es pertinente precisar que, el desarrollo de la presente tesis se la realizó cumpliendo las disposiciones del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja y de los Lineamientos de la Carrera de Administración Pública

Palabras Claves: Dinámica comercial, Factores, Participación, Mecanismos.

SUMMARY

The fairs are a promotion strategy for the generation of commercial opportunities, which are carried out through a contact between the commercial agents (producer, intermediary, consumer), linking supply and demand.

The present titration work was carried out with the purpose of evaluating "**THE COMMERCIAL DYNAMICS OF THE LIVESTOCK FAIR, SECTOR" EL PLATEADO "OF THE CITY OF LOJA"**, through the identification of the factors that affect the commercialization, for this purpose They analyzed four factors, sanitary problems, transportation, traceability and supply, identifying the first described as the most incidents in commercialization, according to the fair, because they have a direct impact on food safety, health and animal welfare. A high degree of participation was determined both in supply and in price for the intermediary agent due to the availability of volumes of semovientes to provide frequently at the fair and with short marketing time, as regards the price, the investment made by these is minimal only inTransportation and maintenance for short time with high utility. The mechanisms adopted by fair tenants to determine the price are simple inspection, deduction - comparison and meat yield because they are based on criteria such as appearance, bone structure, age and race. It is pertinent to specify that the development of this thesis was carried out in compliance with the provisions of the Rules of Academic Regulations of the National University of Loja and the Guidelines for the Public Administration Career

Key Words: Commercial Dynamics, Factors, Participation, Mechanisms

3. INTRODUCCIÓN

La importancia del sector agropecuario en el país se debe principalmente a tres aspectos, primero por su representatividad en el PIB, que según el Banco Central durante la última década el aporte del sector fue alrededor del 8,00% siendo el que más aporta después de Manufactura, Petróleo, Construcción, Comercio, Enseñanza de Servicios Sociales y de Salud; segundo, por constituir una fuente de divisas a través de la exportación de productos tradicionales, finalmente por constituir la base de la política de soberanía alimentaria promovida por la actual Constitución en el artículo 281 expuesto en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016).

Bajo éstos antecedentes y debido al rol fundamental del sector agropecuario en el Ecuador, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) a través de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) ha puesto interés en las explotaciones de ganado a nivel nacional y provincial, con el principal objetivo de obtener y producir datos que midan de manera permanente la dinámica del sector agropecuario de forma científica, moderna, eficiente determinándose para el año 2016 una existencia de ganado a nivel provincial de 185.109 Unidades Bovinas, 35.497 Unidades Porcinas y 13.640 Unidades Ovinas (Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG), 2016) (Anexo 1 y 2).

La población dedicada a las actividades agropecuarias es significativa, pues según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en Ecuador existen cerca de 14.483.499 de habitantes de los cuales el 37,00% pertenece a la población rural

(5.392.713 habitantes), los cuales realizan actividades y/o empleos que giran en torno a esta actividades (OIT, 2010).

Estudios realizados en 12 zonas de la región sur por el Centro Andino de Tecnología Rural mencionan que las actividades agropecuarias giran básicamente en dos grandes rubros: la producción agrícola y pecuaria. El primero, con cultivos perennes como: café, banano, cacao, caña de azúcar, plátano, cítricos y otros frutales y el segundo dedicado a la cría de bovinos de carne y leche, ganado porcino y aves. La característica común de estos "negocios" es que se desarrollan en el sector informal y son de carácter familiar, diferenciados por ser de forma extensiva y poco tecnificados, y comercializan sus productos como materias primas con bajo o casi nulo valor agregado con una larga cadena de intermediación, que hace que el costo al consumidor final fluctúe entre 60,00% y 150,00% más que el precio que se paga al productor, lo cual muestra problemas en el proceso de producción – consumo en la zona, por la presencia de los intermediarios (Aguinsaca, 2014)

Con respecto al ámbito económico la consolidación de las ferias como espacios de convergencia de actividades económicas y de emprendimiento reforzaría la dinámica comercial beneficiando así a pequeños productores, minoristas, como principales actores. De aquí que se desprende la importancia del **ESTUDIO DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR "EL PLATEADO" DE LA CIUDAD DE LOJA**. Fundamentada en un análisis e interpretación de las experiencias de los comerciantes pecuarios obtenidas mediante la aplicación de encuestas, con un estudio bibliográfico de documentos como Constitución , COOTAD, Ley Orgánica de Soberanía Alimentaria, Ley Orgánica de

Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria, Reglamento Zoosanitario para el Funcionamiento de Centros de Concentración de Animales de producción y en cuanto a datos estadisticos se recurrió a la información generada por la Encuesta de Superficie y Producción Continua (ESPAC) 2016.

Para dar cumplimiento del objetivo general de Evaluar la dinámica comercial de la Feria Pecuaria, sector "el Plateado" de la ciudad de Loja, se identificó los factores que inciden sobre la comercialización de semovientes de la feria pecuaria, el grado de participación de los comerciantes pecuarios en el proceso de comercialización interna y los mecanismos para la fijación de precios.

El análisis de los resultados identificará el factor más incidente en la comercialización de semovientes, la participación de productores e intermediarios en el proceso de comercialización interna en su fase de mercadeo, en cuanto a lo que tiene que ver a la negociación; los mecanismos para la fijación de precio se identificarán por medio de la preferencia de los criterios más utilizados por los comerciantes. La discusión y los resultados, se sustenta en las aportaciones teóricas de la literatura, y el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones finales son los últimos lineamientos que dan crédito del presente trabajo de tesis. Al final se encuentran los anexos que sustentan la información de la investigación, la bibliografía referida de cada una de las citas y los índices general, tablas y figuras.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Feria comercial pecuaria

El Reglamento Zoosanitario (2016) establece que una feria es el lugar de concentración autorizado y registrado por AGROCALIDAD, donde se realiza la comercialización de todo tipo de especies animales, cuyo destino final puede ser la cría o el sacrificio para consumo (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2016).

La interacción de productores y compradores en un evento ferial tienen como fin el concretar negocios, establecer contactos comerciales y alianzas estratégicas en corto tiempo, identificar posibles competidores y comparar los productos propios y su calidad con otros del mercado, así como para estudiar el comportamiento del mismo ante las ofertas y precios existentes.

En el ámbito ganadero, las ferias y exposiciones representan la oportunidad para los productores de mostrar sus mejores animales, promocionando así su ganadería y abriendo espacio a nuevas oportunidades de negocio (Sistema de Información de Precios y abastecimiento del Sector Agropecuario , 2013).

Las ferias se celebran en intervalos de tiempo y con una duración limitada. El volumen de las transacciones realizadas en las ferias es significativo debido a su carácter de no permanencia. Su importancia aumenta a medida que se incrementa el desarrollo de un país o una región.

Este tipo de feria se encuentra en todas las regiones del país, se realiza en patios adaptados con corrales para tal fin, usualmente cuentan con la presencia de las

autoridades que velan por que los animales sean propiedad de quien los comercializan, así como por las condiciones mínimas sanitarias requeridas por la ley, para este tipo de transacciones. Los semovientes son transportados por cada propietario hasta la locación del evento; independientemente al número de animales, las pérdidas y ganancias que se puedan generar en las transacciones son asumidas por los participantes. Los animales pueden ser de cualquier raza o cruce, así como de todas las edades, en cada caso el precio es tasado por el propietario y regateado cara a cara por los comparadores interesados, ofreciendo dinero según el aspecto, conformación corporal, edad y características fenotípicas valoradas como positivas. Los animales pueden ser vendidos por unidad o en lotes, y generalmente pagados con dinero en efectivo en el momento de realizar la negociación; de igual forma son entregados de inmediato al comprador, quien en adelante se encarga de su cuidado y trasporte. Los animales comercializados en este tipo de eventos tienen como fin el engorde, el sacrificio y en algunos casos la reproducción.

4.1.1. Normativa Legal

4.1.1.1. Constitución de la República del Ecuador (2008).

En su artículo 263 numeral 6 y 7 establece que los gobiernos provinciales tendrán las competencias exclusivas de fomentar las actividades agropecuarias y productivas provinciales.

El artículo 281 manifiesta que: **“**La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente”. Es por eso que estípula como

responsabilidad del Estado en su numeral 10 el impulsar la producción para así fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como también las de comercialización y distribución de alimentos para así promover la equidad entre espacios rurales y urbanos.

En el numeral 11 del artículo antes descrito, se menciona la generación de sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos, se impide prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con los productos alimenticios.

El numeral 3 del artículo 329 de la referida Constitución señala que: "Se reconocerá y protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones. Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo¨.

4.1.1.2. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010).

Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales tienen competencias exclusivas y sin prejuicio de otras que determinen la Ley. En el artículo 42, numeral f, se menciona el fomento a las actividades productivas provinciales, especialmente las agropecuarias.

Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal según el artículo 54 numeral h y p; el promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria; y el regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades

económicas, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad.

En su articulo 134 numeral c, establece una planificación coordinada con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, municipales y parroquiales rurales, para fomentar la producción, conservación, intercambio, acceso, comercialización, control y consumo de alimentos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, y la mediana producción campesina.

En lo que respecta a las actividades productivas y agropecuarias esta es asignada a los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales según lo estipula el artículo 135: "Se ejecutarán de manera coordinada y compartida, observando las políticas emanadas de las entidades rectoras en materia productiva y agropecuaria, y se ajustarán a las características y vocaciones productivas territoriales, sin perjuicio de las competencias del gobierno central para incentivar estas actividades".

4.1.1.3. Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria (2010).

En el artículo 17 se considera el fomento para la producción y regulación del desarrollo agropecuario. Cabe señalar que el Estado garantizará una planificación detallada y participativa de la política agraria, preservando las economías campesinas, estableciendo normas claras y justas. En lo que se refiere a la comercialización interna en su artículo 21 el Estado establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización.

La ley correspondiente establecerá los mecanismos para la regulación de precios en los que participarán los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores y los consumidores de manera paritaria, y para evitar y sancionar la competencia desleal, las prácticas monopólicas, oligopólicas y especulativas.

4.1.1.4. Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria (2012)

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) cumple sus funciones de gestión de la política pública de Sanidad Animal y Vegetal e Inocuidad Alimentaria a través de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), en el artículo 9 numeral a, indica como competencia: "El promover las diversas actividades de la producción agropecuaria, la implementación de procesos de gestión de calidad, con el fin de mejorar la producción y productividad, garantizar la salud y bienestar animal, la sanidad vegetal, la inocuidad y la soberanía alimentaria".

Para la comercialización de animales vivos en su artículo 24 se menciona que los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, en coordinación con los productores, comerciantes y consumidores serán los responsables de organizar, ordenar, regular y controlar la comercialización y las ferias de animales vivos, destinados al consumo humano, en su respectiva jurisdicción territorial. También serán los encargados de proveer de la infraestructura necesaria y los lugares donde se realicen las ferias y la comercialización directa de animales de consumo humano, en el marco de la economía popular y solidaria.

4.2. Dinámica Comercial

Describe la interacción comercial de un sistema. El objetivo de la dinámica es describir los factores capaces de producir alteraciones de un mercado. La población constituye un elemento fundamental para la generación de producción y riqueza en los sectores de la economía, en tanto en cuanto interviene como recurso, sujeto y objeto del sistema económico cantonal (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016).

4.2.1. Evaluación

La Evaluación permite generar información relevante para emitir un juicio sobre el desarrollo comercial y las interacciones de los agentes de comercialización, identificando sus limitaciones, y las repercusiones al momento de comercializar ya sea por la influencia de los factores, como de la competencia entre agentes comerciales (Thompson, 2014). En este sentido, cabe precisar que la evaluación es un medio para optimizar el desarrollo de los eventos feriales.

4.2.2. Comercialización

Es una combinación de actividades cuyo fin es permitir que los productos lleguen al consumidor final en forma conveniente y en el momento y lugar oportuno, y que tengan que ver con el acopio, la adecuación, la distribución y la venta de la producción agropecuaria.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la ganadería tiene una importancia clave para América Latina y

el Caribe, y es una fuente de alimentos básicos para la seguridad alimentaria de su población.

América Latina, con sus extensas áreas de pasturas, un régimen climático favorable y un uso racional de insumos cuenta con todos los ingredientes naturales para ser un importante productor pecuario, para satisfacer las demandas de alimentos y garantizar la seguridad alimentaria regional y mundial (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), 2015).

4.2.2.1. Factores que inciden en la comercialización

Los factores que inciden negativamente en la comercialización de semovientes a nivel de rastros según (Ponce, 2012) son abasto de ganado, transporte de animales, problemas sanitarios, y trazabilidad.

4.2.2.1.1. Abastecimiento de ganado.

Uno de los factores con mayor influencia sobre la competitividad de la cadena productiva de ganado, es la disponibilidad de ganado en los rastros[1] para ser comercializados. La agricultura, ganadería, silvicultura y pesca la desarrollan principalmente los habitantes de las parroquias rurales y quienes habitan en la franja periférica de la urbe, cuya producción en su mayor parte sirve para el consumo local, particularmente para el abastecimiento de ferias y mercados de la ciudad de Loja (Tabla1).

[1] Rastro, rastrillo y baratillo denominan un tipo de mercado popular, por lo general al aire libre e instalado en determinados días, en el que se venden productos a menor precio del normal. En las poblaciones occidentales se concentran en lugares públicos cedidos o consentidos por los ayuntamientos

Tabla 1 PEA sector primario cantón Loja

PEA	%	Unidades
Cantón Loja	100%	91.978
Dedicada a la agricultura ganadería y pesca	12,19%	11.212
Población	**%**	**Unidades**
Número de habitantes cantón Loja	100%	214.855
Número de habitantes de las parroquias rurales del cantón Loja	15,94%	34.248

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016) (Anexo 3 y 4)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Especialización funcional

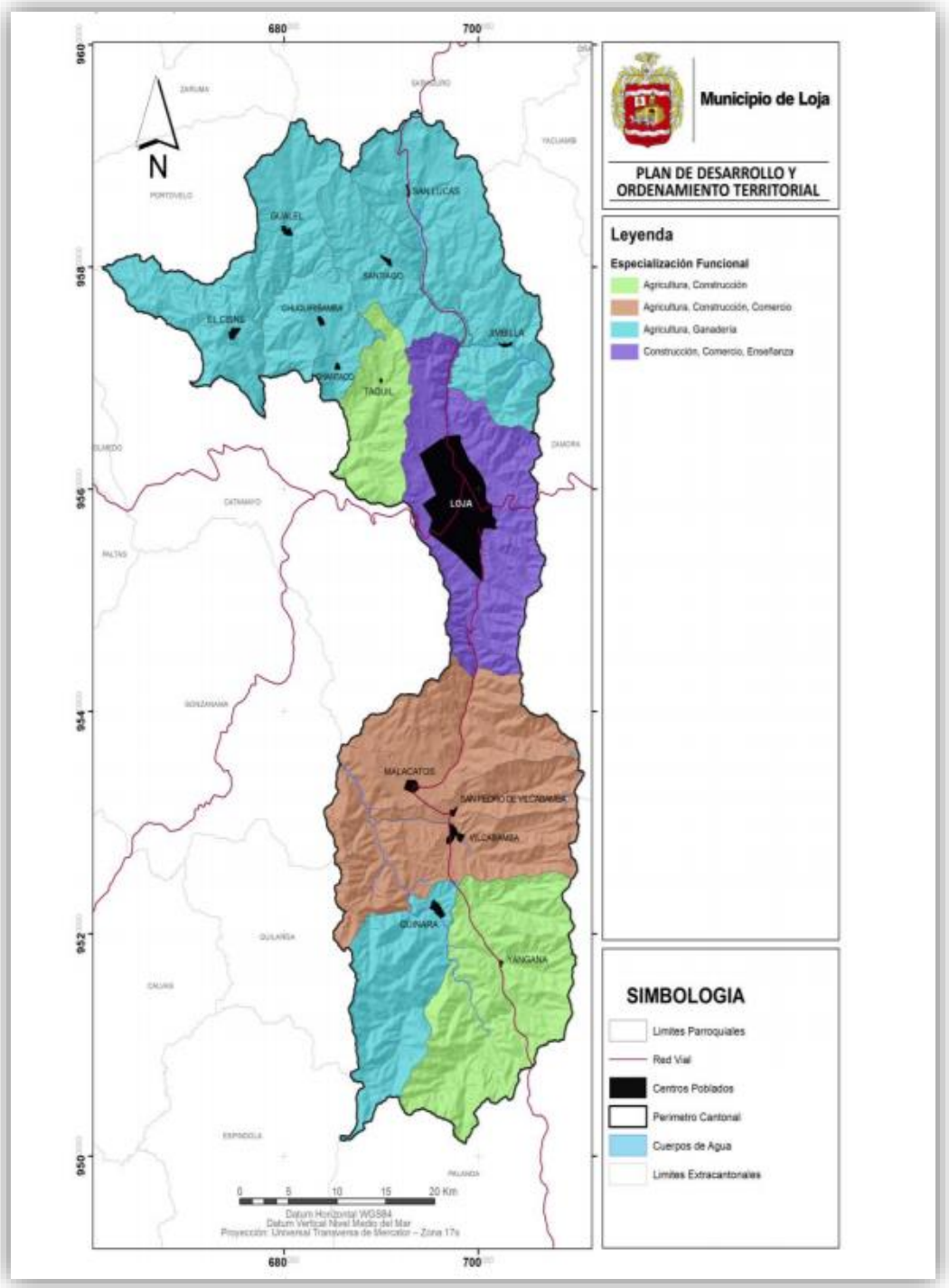
La estructura por sectores de actividad constituye una primera aproximación a la especialización económica de una zona. El último censo de población y vivienda del año 2010, establece 21 ramas de actividad, las mismas que se agrupan en tres grandes sectores de actividad: primario, secundario y terciario (Tabla 2).

Tabla 2 PEA y sectores de la economía

Parroquias	Primario	Secundario	Terciario
Loja	5%	8%	78%
Chantaco	81%	1%	10%
Chuquiribamba	70%	2%	14%
El Cisne	53%	3%	31%
Gualel	81%	1%	7%
Jimbilla	64%	2%	25%
Malacatos	42%	8%	41%
San Lucas	63%	4%	23%
San Pedro de Vilcabamba	49%	3%	44%
Santiago	51%	2%	22%
Taquil	49%	8%	33%
Vilcabamba	33%	6%	51%
Yangana	52%	3%	37%
Quinara	68%	7%	17%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016) (Anexo 5)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Figura 1 Especialización funcional de la Población Económicamente Activa



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Flujos comerciales

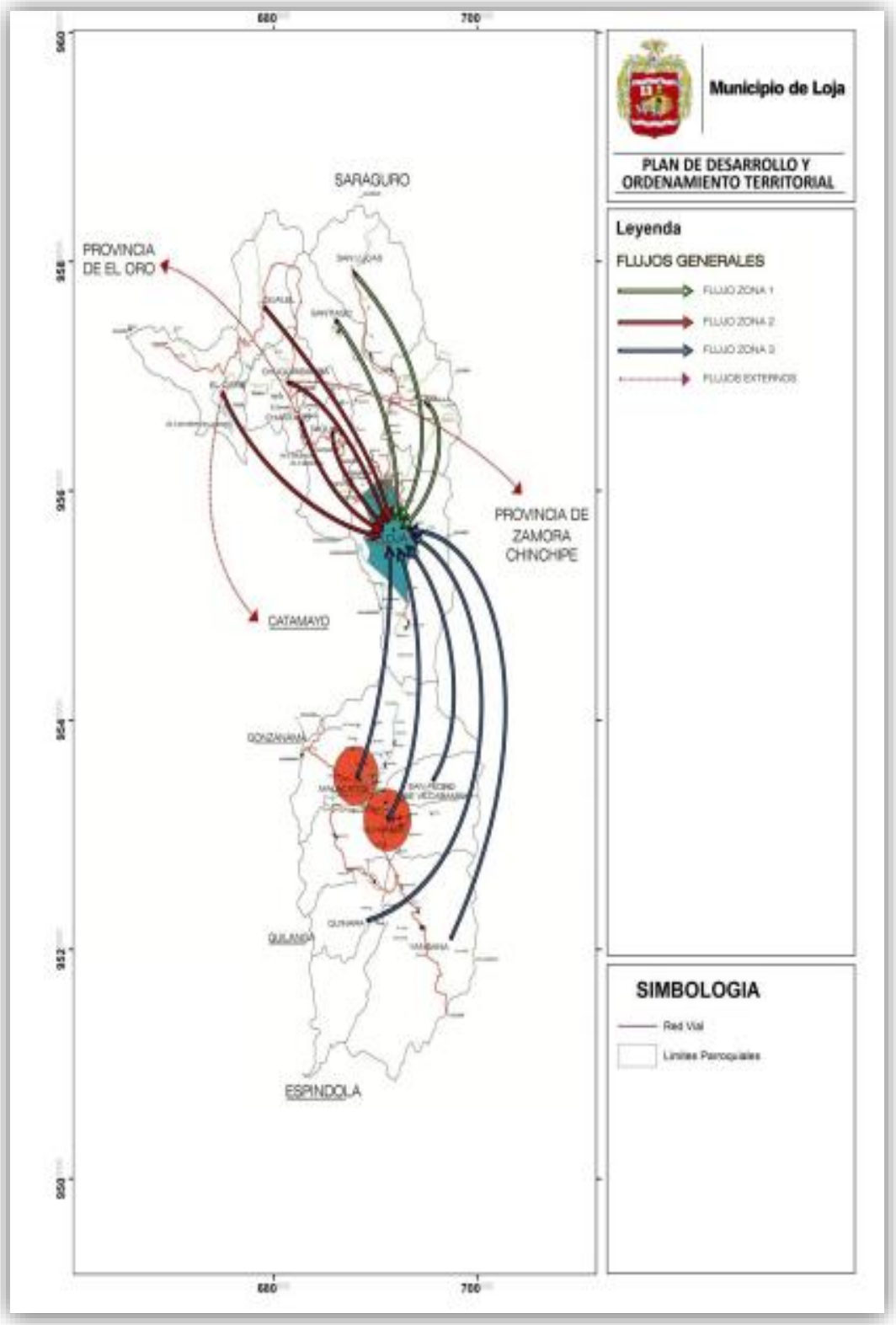
El abastecimiento para la ciudad de Loja se da gracias a los flujos comerciales de las parroquias rurales del cantón (Tabla 3).

Tabla 3 Flujos comerciales en el cantón Loja y otras localidades

Parroquias	Producción	Comercialización
Zona 1	**Parroquias Norte**	
Santiago	Ganado de carne y leche	Loja
San Lucas	Ganado de carne y leche	Loja
Jimbilla	Ganado de carne y leche	Loja, feria agroecológica
Zona 2	**Parroquias Nor – Occidentales**	
Taquil	Ganado de carne y leche	Catamayo, Loja
El Cisne	Ganado de carne y leche	Catamayo, Loja
Chantaco	Ganado de carne y leche	El Oro
Chuquiribamba	Ganado de carne y leche	Loja y Zamora Chinchipe.
Gualel	Ganado de carne y leche	Loja
Zona 3	**Parroquias Sur – Orientales**	
Malacatos	Ganado de leche	Loja
Quinara	Ganado de leche.	Loja
San Pedro de Vilcabamba	-	-
Vilcabamba	-	-
Yangana	Ganado de leche	Loja
Zona 4	**Hoya de Loja**	
Salapa, Chinguilanchi, Carigán, Zhucos Amable María, Zamora Huayco Alto, Villonaco	Carnes de bovinos, ovinos, Porcinos, aves	Loja

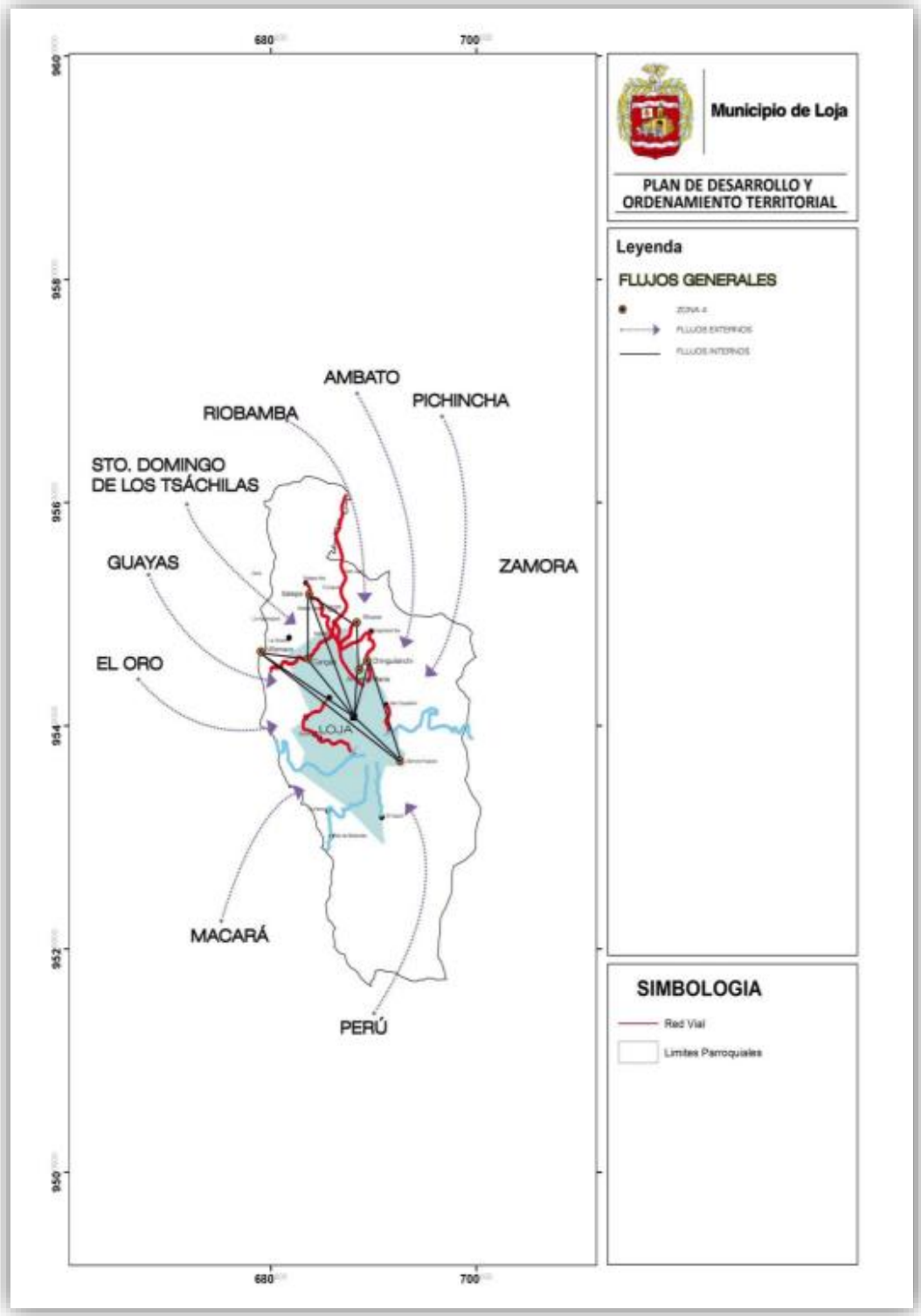
Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016) (Anexo 6)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Figura 2 Flujos Comerciales en el Cantón Loja



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Figura 3 Flujos comerciales de otras localidades



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Sistemas productivos

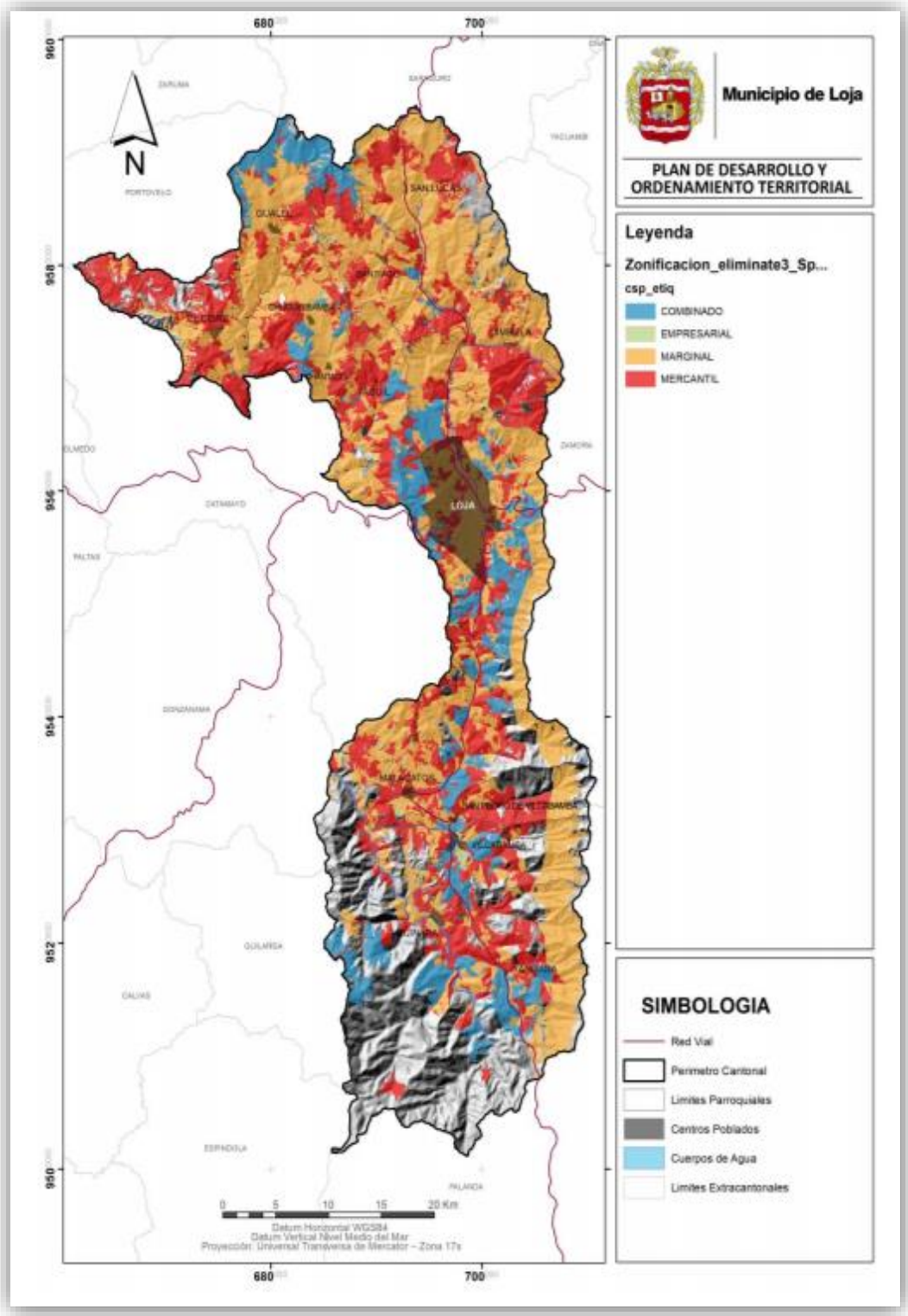
Los sistemas productivos del cantón Loja tienen cuatro orientaciones: empresarial, combinado, mercantil y marginal. Considerando que la superficie destinada a actividades agrarias es de 57.736,73 hectáreas, se establece que los sistemas productivos de mayor peso en la economía cantonal son el mercantil y el marginal (Tabla 4 y 5).

Tabla 4 Descripción sistemas productivos del cantón Loja

Sistemas productivos empresariales	En el sector pecuario, las actividades son específicas, localizadas en parte alta y fría (Salapa Alto); y, el otro en la parte más baja y cálida (Vilcabamba), en la zona cálida predomina el ganado de doble propósito de raza pura (Brown swiss) con cargas bovinas de 1.33 UB/ha, genera una producción de leche entre 2-4 l/v/d, y su comercialización se la realiza en la localidad; por su parte, la carne es comercializada a la empresa de cárnicos de la ciudad de Loja. Por otro lado, en la parte más fría predomina el ganado de leche de raza Holstein con cargas de 0.92 UB/ha, con una producción de 12 l/v/d, la misma que es comercializada a la planta de lácteos ECOLAC.
Sistemas productivos combinados	Su estructura es de medianos productores, la actividad ganadera, se localiza en medianas y grandes superficies cubiertas con pastos cultivados. Las razas en su mayoría son pura y mestizas. En la parte alta y fría las cargas animales fluctúan entre 1 y 1.5 UB/ha. La ganadería que predomina es la lechera con producciones que oscilan entre los 8 a 12 l/v/día. En la parte baja y cálida predomina el ganado de carne y de doble propósito con cargas animales de 0.50 a 0.85 UB/ha. La producción láctea varía entre 3 a 5 l/v/día y el peso a la venta generalmente es de 200 kg. La leche se la comercializa a ECOLAC.
Sistemas productivos mercantiles	Se localizan en pequeñas extensiones de pastos cultivados de entre 0.7 – 5 has, su manejo es mediante pastoreo intermitente. La raza del ganado en su mayoría es mestiza. El ganado preferido en la zona cálida por los pequeños y medianos productores, es el de carne. En la parte fría predomina el ganado de leche con producciones que promedian los 3 l/v/día. Con la leche fabrican quesillo artesanal para la vender en los lugares aledaños.
Sistemas productivos marginales	Este sistema se desarrolla precariamente en parcelas menores a las 5 ha con cargas inferiores a 0.5 UB/ha. El ganado puede ser de doble propósito (2 l/v/día). El sistema pecuario marginal se mantiene con muy poco alimento proveniente de los pastos naturales. Generalmente no se dispone de agua de riego. La mano de obra es únicamente del tipo familiar.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Figura 4 Sistemas productivos del cantón Loja



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Tabla 5 Sistemas productivos del cantón Loja

Sistema		Superficie			
		(ha)	%	Total (ha)	%
Empresarial	Agrícola	297,35	0,157	443,25	1%
	Pecuario	137,30	0,073		
	Avícola	8,60	0,005		
Combinado	Agrícola	56,78	0,030	6346,69	11%
	Pecuario	3.564,95	1,883		
	Forestal	2.724,96	1,439		
Mercantil	Agrícola	2.775,35	1,466	25.206,57	44%
	Pecuario	21.134,31	11,163		
	Forestal	1.293,78	0,683		
	Acuícola	3,13	0,002		
Marginal	Agrícola	3.175,63	1,677	25,740,22	45%
	Pecuario	21.746,50	11,486		
	Forestal	818,09	0,432		
	Subtotal	**57.736,73**	**30,500**	**57.736,73**	**100%**
No aplica		131.585,90	69,500		
Total		**189.322,63**	**100,000**		

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

4.2.2.1.2. Transporte de animales

La Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria (2012), en su artículo 23 manifiesta que: "Para la movilización de animales. Los propietarios o los responsables de la movilización de animales vivos dentro del territorio nacional deberán contar previamente con la respectiva Autorización de movilización otorgada por AGROCALIDAD". Cabe indicar que para la realización de la movilización de animales se requiere de ciertos datos como son el número de animales a ser transportados, nombre del propietario, lugar de origen -destino, fecha y hora de salida; y tiempo de duración de viaje.

El transporte de animales vivos, debe realizarse considerando la seguridad y el bienestar del animal para ello:

- El personal responsable debe ser capacitado sobre el manejo y cuidado de los animales para garantizar la seguridad y bienestar de los mismos; y, asegurarse que lleguen a su destino en las mejores condiciones, realizando revisiones periódicas durante el viaje.
- Los vehículos utilizados para el transporte de animales deben tener las condiciones adecuadas de ventilación, protección ante situaciones climáticas extremas; pisos antideslizantes, suelos que minimicen la perdida de líquidos o excremento y paredes con una altura conveniente, para proteger la integridad de los mismos. Considerar límites o parámetros de densidad de carga por especies, edades o pesos.
- Las hembras en gestación deben ser transportadas en forma adecuada y los animales jóvenes deben viajar separadamente de los adultos excepto hembras acompañadas de crías que dependan de ellas y cuya separación puede generar angustia o estrés. Se debe evitar transportar diferentes especies en el mismo medio de transporte, animales hostiles entre sí, animales atados y no atados.
- Los vehículos que se utilizan para transportar animales o sus productos deben estar identificados y registrados por el ente nacional que regula el transporte. Además, deberán ser de uso exclusivo para ese fin.
- Para la duración y el horario del transporte se tomará en cuenta la especie, edad, distancia y factores climáticos. Para el cálculo del tiempo de recorrido, se debe considerar desde el momento en que los animales son confinados para su transporte hasta su destino final (SENASA, 2014).

Requerimientos para la transportación.

Agrupamiento de los animales: Para agrupar animales se debe considerar: seleccionar grupos de animales compatibles por peso principalmente, sin permitir que animales agresivos compartan el mismo sitio, separar a los animales jóvenes o pequeños de los mayores o más grandes, excepto a las madres lactantes de sus crías, evitar mezclar animales que posean cuernos con animales que carezcan de ellos, hacerlo solamente si se los considera compatibles.

Duración del viaje*:* Se debe planificar que la duración máxima de un viaje no sobrepase las 12 horas, a partir de esto, deberá abrevarse y si fuera el caso darles la opción a los semovientes de descansar antes de continuar con el trayecto.

Espacio disponible: Depende de si los animales necesiten tumbarse o permanecer de pie. Cuando los animales se tumben deberán tener suficiente espacio para adoptar una posición normal sin estar unos encima de otros, y que permita la termorregulación necesaria. Cuando los animales estén de pie deberán tener suficiente espacio para adoptar una posición equilibrada según requiera el clima y la especie transportada. La altura libre necesaria dependerá de la especie animal transportada, cada animal deberá poder adoptar su posición natural durante el transporte (incluso durante la carga y descarga).

Densidad de animales*:* Una densidad muy baja, puede ser peligrosa para el transporte, ya que se produce una pérdida del equilibrio, lo que incrementa notablemente el número de caídas y golpes y el peligro de accidentes. Una alta densidad de carga puede afectar negativamente al animal durante el transporte, se pueden presentar golpes, caídas, imposibilidad de levantarse y en el peor de los casos

la muerte, todo lo anterior disminuye la calidad de la canal. Se han tomado como guía los siguientes parámetros (Tabla 6).

Tabla 6 Parámetros para una adecuada densidad de animales

Especie	Kg	Superficie/animal m2
Bovinos (toretes y adultos)	360	1,01
	630	1,76
Terneros	50	0,23
	90	0,40
Porcinos	90	0,37
	110	0,46
Ovinos y Caprinos	27	0,21
	54	0,31
Equinos	**Longitud m**	**Ancho m**
Adultos	2,5	0,9
Jóvenes	2,3	0,7
Aves	**Superficie cm2**	**Altura cm**
Pollos < 1.6 kg	75 por kg	23
Pollos 1.6 a 3 kg	110 por kg	25
Pollos y gallinas 3 a 5 kg	150 por kg	34

Fuente:Guia de buenas practicas ganaderas (SENASA, 2014).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Barandas*:* Los costados de los vehículos deben ser lo suficientemente altos para impedir que los animales, en especial, los cerdos, salten por encima y se lastimen. Se debe proteger el interior de la caja a nivel de los cuartos traseros para evitar golpes al ganado. No se deben dejar hendijas o huecos a través de los cuales pueda caber una pata y se quiebre. Las puertas de entrada muy angostas pueden lesionar los cuartos traseros de los animales a ser transportados.

Techos y carpas*:* No hacen falta techos en los vehículos de transporte para bovinos y pequeños rumiantes, siempre y cuando los animales no estén expuestos al sol por muchas horas. Los vehículos para transportar cerdos deben tener techos, a no

ser que los cerdos se transporten a primera hora de la mañana, o en las horas de la tarde.

Tabla 7 Consecuencias de un mal transporte de semovientes

Consecuencias	Descripción
Calidad de pieles y cueros	Las pieles y cueros tienen el mayor valor de todos los productos del animal sacrificado, con la excepción de la canal. Esto es especialmente cierto en cuanto a las pieles del ganado bovino, pequeños rumiantes. En el caso de los cerdos y las aves, la piel forma parte de la carne comestible. Se pueden aprovechar únicamente las pieles no lesionadas y correctamente tratadas, el manejo correcto de estos elementos es importante para contar con un producto de calidad. Los descuidos que ocasionan lesiones en pieles y cueros resultan en grandes pérdidas para el comerciante.
Los hematomas y lesiones	Los hematomas son la acumulación de sangre causada por una hemorragia. Pueden producirse por un golpe físico, por el cuerno de otro animal, por algún saliente metálico, o por alguna caída. Se pueden presentar en cualquier momento durante el manejo o el transporte.
Carne pálida, blanda y exudativa (PSE)	La condición PSE en los cerdos es causada por un estrés severo. En esas circunstancias, los animales están sujetos a una fuerte ansiedad y miedo por el manejo que le proporciona el hombre, por las peleas en los corrales, resbalones, caídas o por las malas técnicas de aturdimiento; todo ello resulta en una serie de procesos bioquímicos en el músculo - en especial, la rápida descomposición del glucógeno. La carne entonces se vuelve muy pálida y adquiere una acidez muy pronunciada y con poco sabor.
Carne oscura, firme y seca (DFD)	Esta condición puede presentarse en canales de ganado vacuno u ovino y ocasionalmente en cerdos. La carne de la canal es más oscura y más seca de lo normal, y tiene una textura más firme. El glucógeno muscular se consume durante el transporte.Esta carne es de una calidad inferior, ya que el sabor es menos acentuado y su color oscuro es poco apetecido por el consumidor. La carne con una condición DFD implica que la canal procedió de un animal estresado lesionado o enfermo.

Fuente: Efectos del estrés y las lesiones al transportar animales (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), 2015)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

4.2.2.1.3. Problemas sanitarios

Los problemas sanitarios limitan la competitividad de la cadena por los efectos directos en el comportamiento productivo del animal y por las restricciones en la movilización y comercialización de animales (Instituto Nicaraguense de Tecnología Agropecuaria, 2010).

La Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria (2012) establece, que la sanidad animal es el conjunto de actividades y estrategias que el Estado, los productores y la sociedad implementan con el fin de garantizar la salud y el bienestar de los animales destinados al consumo humano, la inocuidad de los alimentos y los insumos utilizados en su crianza, desde su origen hasta su consumo, y el derecho de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades para para disponer de alimentos de origen animal: suficientes, sanos, inocuos, nutritivos y culturalmente apropiados.

El Reglamento Zoosanitario (2016), en su artículo 6 indica que: "Los lugares de concentración de animales para la comercialización deberán cumplir para su funcionamiento los siguientes requisitos:

- Los centros de concentración de animales de producción deberán contar con un administrador
- La ferias o lugares de concentración de animales deberán contar con los servicios de un Médico Veterinario debidamente registrado.
- Deberán contar con un programa de bioseguridad en el que se detalle el manejo de estiércol, camas, limpieza y desinfección de instalaciones después de cada jornada.
- Contar con los equipos necesarios establecidos por la autoridad competente para la desinfección de vehículos que sea utilizados en la feria o lugares de concentración de animales

- Para el funcionamiento de los recintos feriales se debería respetar las ordenanzas municipales vigentes (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2016).

Repercusiones directas

Seguridad alimentaria: El concepto de Seguridad Alimentaria surge en la década del 70, basado en la producción y disponibilidad alimentaria a nivel global y nacional. En los años 80, se añadió la idea del acceso, tanto económico como físico. Y en la década de los 90, se llegó al concepto actual que incorpora la inocuidad y las preferencias culturales, y se reafirma la Seguridad Alimentaria como un derecho humano. Sin embargo, el concepto de seguridad alimentaria y más aún sus vinculaciones con otros ámbitos de la alimentación es aun motivo de discusión y análisis. De acuerdo a la definición aprobada por la Cumbre Mundial sobre la Alimentación organizada por la FAO en el año 1996, "existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias a fin de llevar una vida activa y sana", especificando que los cuatro pilares de la seguridad alimentaria son la disponibilidad, el acceso, la utilización y la estabilidad, definición que fue reafirmada en la Cumbre Mundial sobre la Seguridad Alimentaria.

La Seguridad Alimentaria es un tema importante de la política pública del nivel intermedio de gobierno es el de Seguridad Alimentaria, que es una competencia del Gobierno Regional pero que debe ser considerado por los Gobiernos Provinciales dado que constituye un aspecto central del desarrollo humano, del desarrollo productivo y

particularmente del agropecuario y que tiene que ver con la autosuficiencia alimentaria de la población de su territorio.

Si bien el Ecuador es una Estado unitario, es necesario que cada uno de sus territorios logren la mayor autosuficiencia alimentaria posible sobre la base de sus propias potencialidades, dado que se trata de un aspecto estratégico que hace relación al derecho humano de la sobrevivencia de los pueblos y las personas. Probablemente no todas las provincias del país estén en condiciones de ser autosuficientes alimentariamente, de ahí que sea necesario propiciar procesos de asociatividad y mancomunidad entre provincias, buscando complementar economías y procesos productivos sobre la base de las potencialidades (dotación de recursos), las capacidades humanas e infraestructura existente (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), 2010).

Bienestar animal: Designa el modo en que un animal afronta las condiciones de su entorno. Un animal está en buenas condiciones de bienestar si está sano, cómodo, bien alimentado, en seguridad, puede expresar formas innatas de comportamiento y si no padece sensaciones desagradables de dolor, miedo o desasosiego. Las buenas condiciones de bienestar de los animales exigen que se prevengan sus enfermedades y se les administren tratamientos veterinarios; que se les proteja, maneje y alimente correctamente (OIE, 2013).

El bienestar animal hace referencia a las condiciones de alojamiento, la alimentación, estado de salud y manejo de los animales, que garanticen su comportamiento normal y su mejor calidad de vida. En el marco de la producción ganadera se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Disponer de agua de buena calidad y brindar alimentación adecuada, para evitar que los animales pasen hambre, sed, y presenten una mala condición corporal;
- Proporcionar condiciones adecuadas de comodidad en las áreas de producción para evitar el estrés, o posibles lesiones;
- La infraestructura ganadera deberá estar construida de tal manera que facilite la limpieza y desinfección de la misma y mantener condiciones adecuadas de ventilación y temperatura;
- El manejo y la conducción de los animales debe realizarse sin maltratar y excitar al animal, evitando prácticas inadecuadas (SENASA, 2014).

Tabla 8 Responsabilidades de los actuantes

Responsable	Descripción
Administración de las ferias de comercialización de animales	▪ Receptar el Certificado Zoosanitario de Movilización y demás documentos que establece la normativa legal ▪ Disponer de instalaciones adecuadas en cuanto a diseño y mantenimiento, como rampas que permitan nivelar la altura o espacios existentes entre el piso del vehículo y la superficie de descarga. ▪ Disminuir en lo posible el tiempo de espera en el vehículo para la descarga de los animales al llegar a la feria de comercialización ▪ Controlar que se realice un manejo adecuado de los animales durante su descarga, evitar gritos, golpes, instrumentos punzantes y eléctricos en lo posible, y realizar una correcta ubicación del vehículo para el desembarque de los animales, ubicación en corrales de estadía. ▪ Establecer señalética identificando diferentes áreas, densidades, así como la prohibición de maltrato a los animales y las recomendaciones en el caso de la utilización de picana eléctrica. ▪ Cumplir con la normativa sanitaria para la obtención del Permiso Sanitario de Funcionamiento y otros estipulados por la ley. ▪ Capacitar al personal frente a las recomendaciones establecidas para garantizar el bienestar de los animales comer ciliados en estos establecimientos. ▪ Proporcionar lugares adecuados para la carga, descarga y estadía de los animales en condiciones seguras, con agua y protección contra condiciones meteorológicas adversas. ▪ Asegurar la limpieza de los corrales y área de embarque y desembarque, al igual que la de los vehículos posterior a la descarga de los animales. ▪ Seguimiento de la implementación de las directrices estipuladas por AGROCALIDAD.

Servicio Veterinario	▪ Establecer normas o directrices de bienestar animal. ▪ Socializar y evaluar la aplicación y eficacia de las normas y directrices establecidas ▪ Controlar los procedimientos a seguir ente la presencia de una situación de emergencia durante el desarrollo de la feria de comercialización, considerando los parámetros de bienestar animal. ▪ Capacitar con apoyo de universidades al personal de las ferias comerciales, transportistas, propietarios en cuanto al manejo de animales. ▪ Autorizar y controlar la emisión de los Certificados Zoosanitarios de Movilización.
Propietarios de los animales	▪ Brindar un trato adecuado, lo que se define como el conjunto de medidas necesarias para disminuir la tensión, sufrimiento, traumatismos y dolor de los animales, durante su arreo, traslado, descarga. ▪ Garantizar el estado sanitario de los animales y de sus aptitud o adecuada condición para ser comercializados en la feria. ▪ Disponer o contratar un medio de transporte que garantice el bienestar y seguridad de los animales. ▪ Mantener en buenas en buenas condiciones los accesos e instalaciones para la carga de los animales (corrales, mangas, embarcaderos). ▪ Cumplir con las directrices establecidas por AGROCALIDAD para el manejo de los animales. ▪ El manejo durante la carga y descarga. ▪ Recibir capacitación sobre los métodos adecuados de manejo de los animales previo, durante la carga y descarga de los animales.
Transportista	▪ Poseer un vehículo habilitado según lo estipule la normativa legal. ▪ Asegurar que los vehículos se encuentren en perfecta condición mecánica, así como de toda su infraestructura para evitar daños o lesiones a los animales. ▪ Movilizar a los animales hasta la feria de comercialización, respetando su bienestar según las directrices establecidas para ello. ▪ El manejo adecuado de los animales durante el viaje, considerando la conducción responsable, evitando frenar o acelerar de manera brusca ya que genera mayor número de animales estropeados/lesionados, o tomar las curvas a una elevada velocidad ya que provoca amontonamiento y pérdida de equilibrio de los animales. ▪ El manejo durante la carga y descarga. ▪ Respetar las densidades. ▪ Dirigir el manejo de los animales durante la carga y descarga.

Fuente:Guia de buenas practicas ganaderas (SENASA, 2014).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Sanidad animal: La Ley Orgánica de Sanidad Agropecuaria (2017), en su artículo 37 establece que los sitios de concentración de animales, en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados, provinciales, municipales y metropolitanos, para la prevención, control y erradicación de enfermedades de control

oficial, la Agencia, autorizará y establecerá las medidas zoosanitarias para la instalación y funcionamiento de ferias de ganado y sitios de concentración de animales, de conformidad con el reglamento a esta Ley . Para el ingreso de animales sujetos a control oficial a las ferias o sitios de concentración de animales se requerirá el certificado de vacunación correspondiente actualizado. La sanidad animal tiene por objeto preservar la salud de los animales, a través de la prevención control y erradicación de las enfermedades o plagas que pueden afectarles.

La FAO considera la sanidad animal una herramienta necesaria para una producción ganadera más sostenible. Los productos de origen animal no sólo representan una fuente de alimentos de calidad, sino que son también una fuente de ingresos para muchos pequeños agricultores y criadores de ganado en los países en desarrollo.

Tabla 9 Principios de la sanidad animal

Principios	Descripción
Armonización	Establecer medidas fito y zoosanitarias basadas en normas nacionales e internacionales comunes de varios países, con la finalidad de proteger la salud y vida de las personas, garantizar la soberanía alimentaria, el bienestar de los animales o preservar la inocuidad de los vegetales y facilitar el comercio internacional;
Diversificación	Fortalecer la diversificación y la utilización de tecnologías limpias en la producción agropecuaria;
Equivalencia	Cuando las regulaciones de sanidad agropecuaria expedidas en virtud de esta Ley, aunque difieran de otras similares de la normativa internacional se recocerán como válidas por su jerarquía, a las internacionales cuando se logre el nivel adecuado de protección sanitaria y fitosanitaria;
Evaluación de riesgo	Evaluación del nivel de riesgo existente para la salud de las personas y la protección de la sanidad agropecuaria;
No discriminación	Trato igualitario a los productos importados como a los de producción nacional respetando la cláusula de la nación más favorecida del sistema multilateral de comercio, salvo los casos de excepción previstos en la Ley;
Transparencia	Notificar a nivel nacional e internacional información sobre las medidas fito y zoosanitarios y su fundamento

Precautelatorio	Adoptar medidas fito y zoosanitarias eficaces y oportunas ante la sospecha de un posible riesgo grave para la salud de las personas, plantas, animales o al medio ambiente, aún sin contar con evidencia científica de tal riesgo
Protección	Establecer medidas fito y zoosanitarias previstas legal y técnicamente que garanticen la vida y la salud de las personas, los animales y la preservación de los vegetales, así como la protección contra otros daños resultantes de la entrada, radicación o diseminación de plagas o enfermedades;
Prevención	Adoptar políticas públicas que precautelen la salud de las personas, de los animales y de las plantas, a través de medidas de prevención, control y mitigación de plagas y enfermedades;
Seguridad alimentaria	Garantizar la sostenibilidad del acceso a los alimentos para las generaciones presentes y futuras;
Solidaridad	Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no afectarán la salud ni la producción y comercialización de alimentos producidos localmente.

Fuente: Ley Orgánica de Sanidad Agropecuaria (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2017).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Manejo sanitario

Según la resolución 111 en su artículo 15 de la sanidad se establece:

- El manejo sanitario de los animales comprende un conjunto de acciones tendientes a garantizar la salud animal y la inocuidad de sus productos mediante medidas de prevención, control y/o erradicación de enfermedades, prescripción y administración de fármacos, y tratamientos terapéuticos y quirúrgicos realizados con responsabilidad y ética profesional por un médico veterinario.
- El manejo sanitario se realizará de acuerdo con las disposiciones establecidas por AGROCALIDAD, para lo cual las explotaciones deben contar con la asesoría técnica de un profesional médico veterinario. Este apoyará en la cuidadosa observación del surgimiento de enfermedades y en el tratamiento de las mismas. Se deberá disponer de un registro de sus visitas.

- Con el fin de prevenir la difusión de enfermedades zoonóticas entre las explotaciones pecuarias, se recomienda realizar el control del ingreso y egreso de animales, permitiendo únicamente la movilización de animales cuya condición sanitaria esté certificada por un veterinario oficial o autorizado por AGROCALIDAD.
- Se deben controlar las condiciones sanitarias en las cuales se realiza el transporte de los animales que van a ingresar a la explotación pecuaria, disponer de un vehículo adecuado y aplicar un programa de limpieza y desinfección del mismo. Además, se recomienda aislar los animales recién introducidos a la explotación por un período adecuado de vigilancia de acuerdo a la especie (cuarentena).
- Los animales enfermos y/o tratados deben ser identificados, controlados y separados del resto del lote si el tratamiento de la enfermedad así lo requiere. Esta identificación debe ser de carácter individual cuando se trate de reproductores y por lote cuando se trate de animales destinados a otro fin.
- Cuando se utilizan camas, éstas deben ser cambiadas o tratadas con regularidad de acuerdo a la especie, con el propósito de prevenir enfermedades y contaminaciones con desechos de roedores, aves silvestres u otros animales (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), 2010).

4.2.2.1.4. Trazabilidad del ganado.

La trazabilidad según la Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria (2012), posibilita la reconstrucción del historial de un animal, producto utilizado en su crianza, o alimento de origen animal, desde su nacimiento u origen,

hasta su consumo final, pasando por todas las etapas de su producción, transformación y distribución.

Para mejorar la competitividad en el mercado local, nacional e internacional, es necesario garantizar al consumidor final, la calidad y la seguridad de un producto nutritivo e inocuo, que pueda ser rastreado desde su origen. La trazabilidad es un sistema que aporta datos tales como fecha, lugar de nacimiento, propietario, sexo y raza. (Ponce, 2012). La seguridad del consumidor se ha convertido en uno de los temas más críticos y prioritarios dentro de la cadena de abastecimiento de alimentos. Es por ello que un efectivo y eficiente sistema de trazabilidad puede localizar con precisión un problema de una región específica o un grupo de productores.

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) establece que el registro del animal es un requisito obligatorio para obtener el Certificado Único de Movilización Interna a granjas, ferias, camales.

Según la resolución 111 en su artículo 25 de rastreabilidad establece:

- Las explotaciones pecuarias deben contar con registros que permitan conocer la rastreabilidad de los animales e insumos pecuarios.
- Los productores deben mantener registro de las actividades sanitarias y de manejo que permitan rastrear la historia del animal desde las explotaciones pecuarias hasta el receptor inmediato.
- Los registros de las explotaciones pecuarias deben contener como información general los siguientes puntos:
    - Razón social y dirección.
    - Ubicación geográfica georeferenciada (AGROCALIDAD - MAGAP).

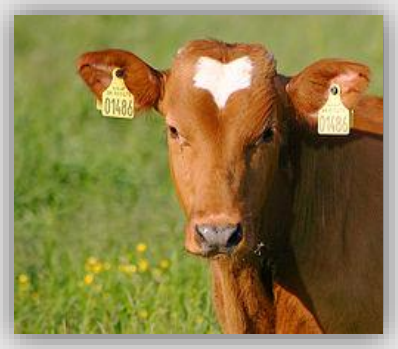
- Tipo de explotación (Ej. carne, leche, huevos, mixta).
- Tamaño del establecimiento.
- Nombre del propietario y/o representante de la explotación.
- Nombre del profesional que atiende la explotación.
- Especies de animales y número de cada una.
- Identificación individual o grupal de los animales (según las disposiciones de AGROCALIDAD).
- Código o registro oficial de la explotación pecuaria (otorgado por AGROCALIDAD).
- Tipo de alimentación.

▪ Es fundamental la identificación de los animales en forma clara y segura, dependiendo del tipo de explotación, según lo dispuesto por AGROCALIDAD. La identificación del animal debe realizarse al momento de su ingreso a la explotación pecuaria, ya sea por nacimiento o por compra, y el sistema debe asegurar su rastreabilidad hasta el momento del sacrificio del animal (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), 2010).

Identificación animal

La palabra identidad deriva del latín "ídem" y en el sentido más preciso y amplio “es el conjunto de cualidades de una cosa que hacen que sea ella misma y se diferencie de otra, por muy semejante que a ella sea”. En el ámbito ganadero “es el conjunto de caracteres, rasgos o atributos que posee un animal y lo distinguen de todos los demás” (Tabla 10).

Tabla 10 Métodos para la identificación de animales

Método	Descripción	
Marcación en frío		Se utilizan hierros enfriados con nitrógeno líquido, aplicados sobre zonas pigmentadas. Origina una escara y depilación similar a la producida por el marcado a fuego, pero luego regenera con la aparición de pelos blancos. Se aplica sobre zonas depiladas y limpias, previa inmovilización del animal. Se humedece la zona pelada con alcohol o xilol e inmediatamente se coloca el hierro.
Tatuaje		Se basa en una combinación de letras y números en la oreja, con tinta indeleble; debe colocarse la marca en una zona que no tenga pigmentación y sin pelaje
Caravana electrónica		Una caravana electrónica puede brindar el mismo tipo de funcionalidad que un bolo, con la diferencia de que la caravana, al ser externa, es susceptible de pérdida
Identificación por aretes		La identificación por aretes es uno de los métodos más usados en el ganado. Los aretes son plásticos y flexibles; fáciles de colocar y muy visibles. El arete se coloca con un aplicador especial que perfora la oreja. Se acostumbra poner un arete en cada oreja del animal, llevando el mismo número en cada uno de ellos

Marcación a fuego		Es el metodo mas común, existiendo una gran variedad de marcas, formadas por letras, anagramas figuras, escudos etc. El sistio de marcación puede ser en un lugar en el que no se dañen las pieles. El animal ha de ser inmovilizado, la operación se ha de realizar con la mayor brevedad y la zona de aplicación ha de poseer una adecuada masa muscular.
Marcación por corrosión		Se aplica con sustancias corrosivas que atacan el bulbo piloso, creando una depilación. El hierro, en este caso, va impregnado de sustancias corrosivas que al destruir parte de la estructura de las capas superficiales de la piel y los bulbos pilosos provoca una depilación permanente de la zona.
Bolos intrarruminales con RFID		Es una cápsula de cerámica de 7 cm de largo por 3 cm de ancho que contiene en su interior un microchip. Se aplica por vía oral a los rumiantes (bovinos, ovinos, caprinos y camélidos) y se aloja en el retículo (o segundo estómago) de estos animales, permitiendo así identificar a los animales de por vida.
Marca de Sangre		Marca de Sangre o señal de sangre es la marcación que se hace por medio de cortadas, incisiones o perforaciones en las orejas del ganado menor o bien en el ganado bovino menor de un año. Es el marcado colectivo tradicional..

Fuente: Métodos de marcado de ganado (Organización Boliviana , 2012).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

4.2.3. Proceso comercial

En los procesos comerciales se distinguen tres fases (producción, mercadeo y consumo) se desarrollan en forma sucesiva, existiendo una interrelación entre ellas y una estrecha vinculación entre las dos primeras, a tal punto que es difícil establecer dónde termina la producción y dónde empieza el mercadeo.

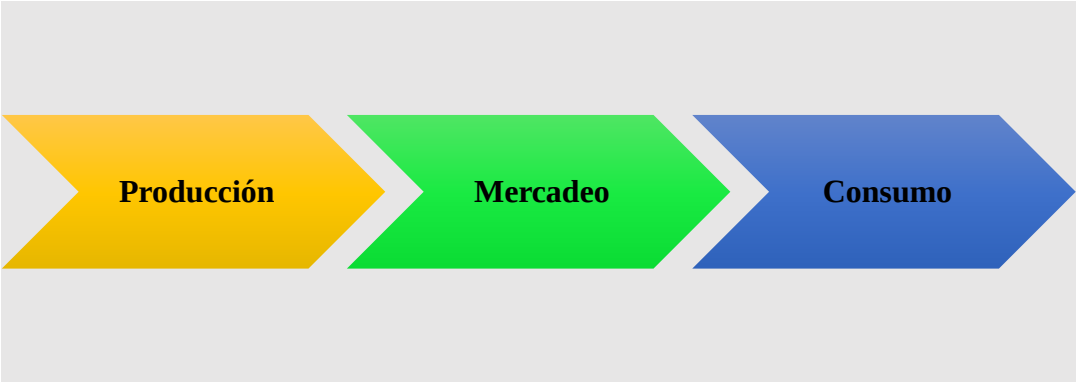


Figura 5 Fases del proceso comercial
Fuente: Mercadeo agropecuario (Garcés, 2015)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

4.2.3.1. Producción

Incluye los factores de producción que determinan las decisiones sobre qué, cómo, cuánto, cuándo y a qué costo producir. La producción es la creación de valor económico por medio de la agregación de utilidades para que un producto sea apto para satisfacer necesidades.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO (2011), define al Sistema de Producción Pecuaria Familiar, como "la cría de animales domésticos que emplea predominantemente mano de obra familiar, con limitado acceso a recursos productivos, cuyo propósito es favorecer la economía familiar básica para la seguridad alimentaria nacional y regional".

Estos sistemas de producción pecuarios, juegan un rol preponderante para dar solución al problema del hambre en la Región, dado que generan una parte importante de los alimentos necesarios para el mercado interno de los países, mejorando la seguridad alimentaria y la nutricional, y por ende contribuyendo significativamente al desarrollo nacional.

4.2.3.2. Mercadeo

El término mercado se confunde a menudo con el de mercadeo; tradicionalmente se ha considerado el mercado como el lugar destinado a la compra, venta o intercambio de productos. En la concepción moderna, la noción de mercado se desvincula de la connotación física y enfatiza la relación entre compradores y vendedores. De esta manera, existen mercados locales, regionales, nacionales o internacionales, mercados de productores, de mayoristas, de minorista. Mientras la comercialización o mercadeo es concebida como una serie de actividades de transferencia de productos, el mercado se destaca como el mecanismo que involucra las circunstancias de tiempo, lugar y forma en que se manifiestan la oferta y la demanda. En este sentido, el mercado constituye el eje del sistema de mercadeo, en cuyo concepto se incluyen las diferentes funciones que implica el proceso, en una visión más amplia, así como sus interrelaciones políticas, económicas, sociales y culturales; esto produce una serie de efectos, que no dejan de generar sus correspondientes conflictos.

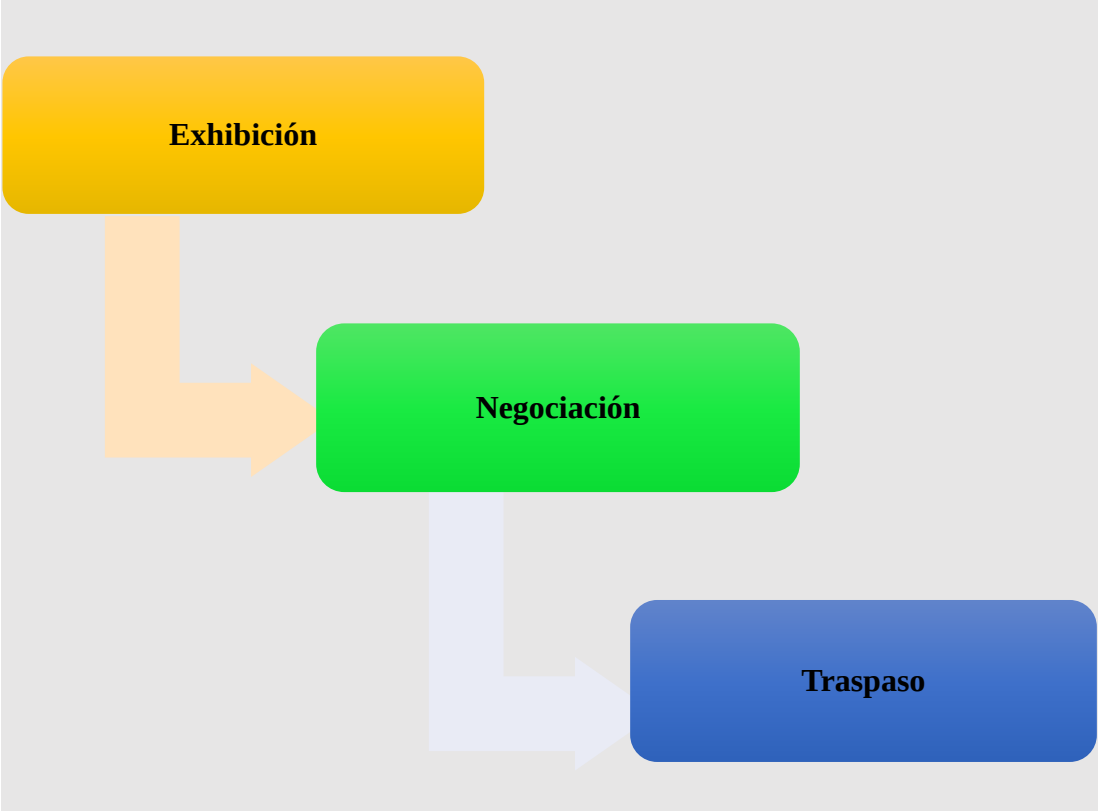


Figura 6 Proceso de comercialización interna fase de mercadeo
Fuente: Mercadeo agropecuario (Garcés, 2015)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

El proceso de comercialización interna se fundamenta en esta segunda fase el mercadeo, en el que se establece una secuencia de exhibición, negociación y traspaso. En lo que respecta a la negociación este aborda la oferta, demanda y determinación de precios.

4.2.3.2.1. La oferta

Hace relación a la actividad de los diferentes productores, quienes siguiendo "la ley de la oferta" les interesa que suban los precios para producir más y vender más. Cuando los productores se enfrentan al mercado buscan ser más eficientes, teniendo en cuenta que una adecuada combinación de sus costos, les permitirá obtener mayores márgenes de ganancia y vender a precios competitivos en el mercado.

4.2.3.2.2. La demanda

Está constituida por las personas naturales o jurídicas que compran los productos, es decir, se refiere a las condiciones en que actúan los consumidores en el mercado. Tiene que ver con la “ley de la demanda”, en la cual si bajan los precios se aumenta el consumo.

4.2.3.2.3. Los precios

Con respecto a la regulación de precios referenciales el artículo 25 de la Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria (2012) establece que: “La compra-venta de un animal vivo destinado a la alimentación humana se lo hará en base a su peso; el mismo que se calculará en Kilogramos (Kg) o en libras (lb)”.

Para que se produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por ello, el precio es un indicador del equilibrio entre los diversos agentes comerciales que interactúan. Existe una teoría económica que sirve para representar ese equilibrio entre compradores y vendedores y es la llamada ley de la oferta y la demanda.

La variable precio es de vital importancia para fomentar el intercambio y el comercio, permitiendo que las personas puedan desarrollarse y poder vivir, por tanto, es en cierta medida, un indicador no sólo económico sino también social que mide el estado de bienestar de una sociedad (Garcés, 2015).

4.2.3.2.3.1. Metodología para fijación de precios

En la producción ganadera, el animal no sólo es el medio de producción, sino también es el producto. Una vaca lechera produce leche y terneros, pero a su vez carne, que es el producto que se logra al final de su vida útil. Así, los ovinos producen lana, corderos y carne. En la crianza de cerdos y vacunos, se produce tanto carne como animales para la reproducción (CIAP, 2013).

El precio se suele fijar de tal manera, para que el producto se pueda vender rápido, y con una tasa de beneficios satisfactoria. La cantidad producida tiene que ser la suficiente como para satisfacer toda la demanda potencial, pero tampoco debe resultar excesiva, evitando la reducción forzosa del precio con el fin de incrementar las ventas y aminorar el nivel de existencias.

Criterios para valoraciones de mecanismos

Raza: Es un concepto técnico científico, identificador y diferenciador de un grupo de seres vivos de variadas características. Las mismas son transmisibles con la descendencia y pueden variar.

La importancia de las especies de animales que se utilizan para la producción ganadera varían en función de las regiones y las categorías de los propietarios de ganado. Las diferentes razas juegan un papel importante para la producción de alimentos y la generación de ingresos.

En la provincia de Loja existe un total 361.456 cabezas de ganado bovino en 37.751 UPAs. Entre las principales razas se encuentran: criollo, mestizo sin registro, mestizo con registro, pura sangre de carne, pura sangre de leche, pura sangre doble

propósito. Entre los diferentes tipos de ganado el que más se destaca es el criollo con un total de 264.999 cabezas en 31.767 UPAs (Tabla 11).

Tabla 11 Razas ganado bovino provincia de Loja

Ganado Bovino	Unidad de Producción Agropecuaria (UPAs)	Cabezas ganado
Criollo	84,15 %	73,31 %
Mestizo sin registro	15,45 %	26,24 %
Mestizo con registro	0,03 %	0,13 %
Pura sangre de carne	0,27 %	0,11 %
Pura sangre de leche	0,02 %	0,09 %
Pura sangre doble propósito	0,07 %	0,11 %
Total	**100,00 %**	**100,00 %**

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario *(Instituto Nacional de Estadisticas y Censos (INEC), 2000)*. (Anexo 7)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

En cuanto al ganado porcino en la provincia existe un total de 35.598 UPAs, con 137.903 cabezas de ganado porcino. Entre las principales se encuentran: criollo, mestizo y pura sangre. El ganado porcino que más se destaca es el criollo con 33.085 UPAs y 124.660 unidades porcinas (Tabla 12).

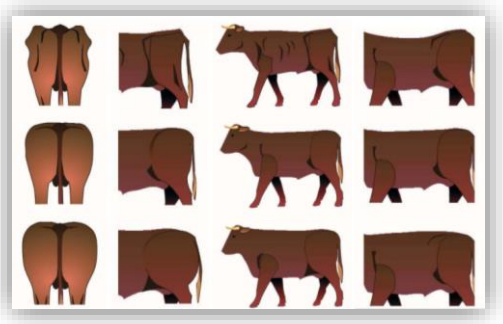
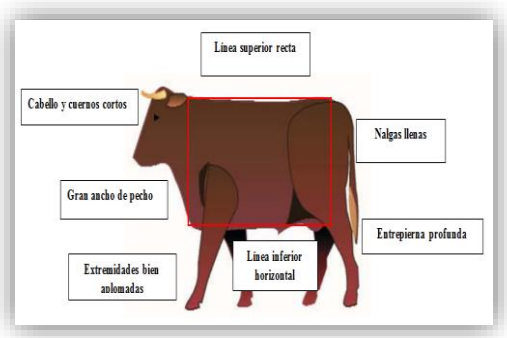
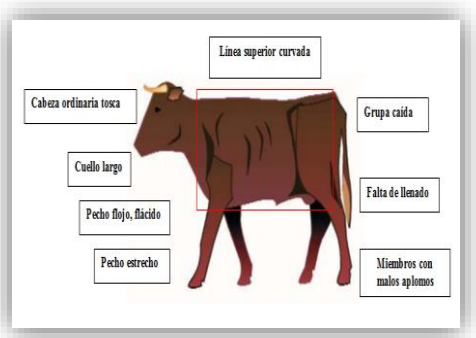
Tabla 12 Razas ganado porcino provincia de Loja

Ganado Porcino	Unidad de Producción Agropecuaria (UPAs)	Cabezas ganado
Criollo	92,94 %	90,40 %
Mestizo	6,95 %	9,27 %
Pura Sangre	0,11 %	0,33 %
Total	**100,00 %**	**100,00 %**

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario *(Instituto Nacional de Estadisticas y Censos (INEC), 2000)*. (Anexo 8)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Apariencia: Es la apreciación directa que tiene el comprador al ver la contextura del animal. Desde el punto de vista práctico se eligen sectores claves del animal con el propósito de determinar: volumen de músculo, hueso y grasa (Tabla 13).

Tabla 13 Valoración in vivo del animal.

Ganado Bovino	
En exposiciones y remates, la importancia del exterior es fundamental, pues sólo se puede disponer de información suministrada por el vendedor del animal o por las autoridades sanitarias de la exposición (Bavera, Regiones del exterior , 2008). Para la valoración "in vivo" los comerciantes se basan en: Anchura de los muslos, profundidad del tórax, desarrollo del dorso, y compacidad.	 **Figura 7** Características de valoración in vivo **Fuente:** Regiones del exterior **(Bavera, Regiones del exterior , 2008)** **Elaboración**: Andrea Tatiana Cevallos
En lo que respecta a un tipo ideal de bovino se estiman características primordiales como líneas, anchura de pecho, extremidades aplomadas etc.	En una mala conformación de un bovino se considera las líneas, la falta de llenado, pecho estrecho, cuello largo, cabeza tosca etc.
 **Figura 8** Características ideales de un semoviente bovino **Fuente:** Regiones del exterior **(Bavera, Regiones del exterior , 2008)** Elaboración**: Andrea Tatiana Cevallos**	 **Figura 9** Mala conformación de un semoviente bovino **Fuente:** Regiones del exterior **(Bavera, Regiones del exterior , 2008)** **Elaboración**: Andrea Tatiana Cevallos

Ganado Porcino

Para realizar un análisis externo del ganado porcino se fijan especialmente en dos características como son la gordura y la conformación. En cuanto a la gordura este hace referencia al grado de cebamiento. La comercialización de porcinos en mercado, feria o camal admite dos clases de ganado porcino siendo este tipo graso y magro. El rendimiento de carne y grasa varia de uno a otro tipo, y esto naturalmente influye en el valor comercial del semoviente. Un tipo magro tiene mayor rendimiento de carne por lo que su precio comercial es mucho mayor a un tipo graso.

En lo que respecta a la conformación, existe una relación entre la conformación o silueta y el tipo graso o magro del semoviente. El ganado porcino tipo magro presenta espinazo largo, recto costillar plano, pecho profundo, perniles anchos, la cola bien destacada y colocada alta, la capa de tocino no es muy espesa y las mantecas interiores son de escaso espesor.

Un tipo ideal de ganado porcino presenta espinazo largo, recto costillar plano, pecho profundo, perniles anchos, la cola bien destacada y colocada alta, la capa de tocino no es muy espesa y las mantecas interiores son de escaso espesor.

El ganado porcino tipo graso presenta el espinazo arqueado, costillares arqueados, grandes chichones por todo el cuerpo, y en especial en las caderas y paletillas, en general la superficie del cuerpo es abultada. Perniles recortados y línea posterior muy curvada; el nacimiento de la cola muy hundida, la capa de tocino muy espesa, rebasa los tres centímetros

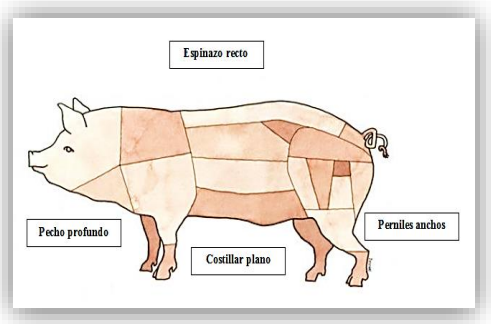


Figura 10 Características ideales de un semoviente porcino
Fuente: Regiones del exterior **(Bavera, Regiones del exterior , 2008)**
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

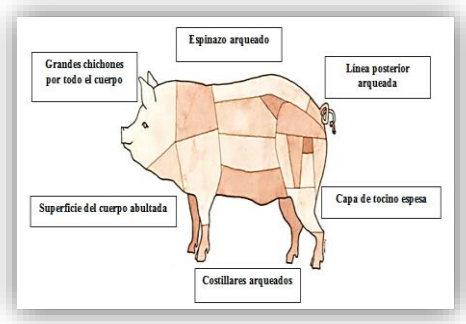


Figura 11 Deficiencias en la conformación de un porcino.
Fuente: Regiones del exterior **(Bavera, Regiones del exterior , 2008)**
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Fuente: Regiones del exterior **(Bavera, Regiones del exterior , 2008)**
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Edad: Es fundamental en Producción Animal dada su correlación con la aptitud: las funciones fisiológicas no aparecen hasta determinada edad y su cuantía o intensidad varía con ella. Igualmente, dos animales, muy parecidos o semejantes, que puedan parecernos idénticos en cuanto a la conformación corporal, la capa, medidas, etc, pueden ser diferenciarse fácilmente si tienen diferente edad. La determinación de la edad tiene una doble importancia: como elemento decisivo de identificación y como valoración funcional y económica.

La edad en la comercialización de semovientes bovinos es importante para la estimación de calidad de carne y rendimiento de leche (Tabla 14).

Tabla 14 Edades y ganancia de peso en ganado bovino

Edad meses	Peso (Kg)	Ganancia Kg/día	Altura (cm)
2	87	0,789	86
4	137	0,834	94
6	186	0,971	101
8	240	0,889	107
10	294	0,907	114
12	348	0,907	118
14	402	0,902	123
16	456	0,884	127
18	508	0,857	130
20	558	0,816	133
22	605	0,748	135
24	627	0,698	136

Fuente: Manual para la cría efectiva de novillas *(SEMEX, 2003)*
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Los rangos de edades de ganado bovino menores e iguales a dos años de edad son los más representativos a nivel provincial con un 54,25% (10.004 Unidades bovinas). El 45,75% (8.436 Unidades bovinas) restantes comercializadas sobrepasan los dos años de edad. Estos son vendidos al descarte cuando oscilan los 8 a 10 años edad (Tabla 15).

Tabla 15 Bovinos según rangos de edad provincia de Loja

Ganado Bovino	Unidades Bovinas
De menos de 1 año de edad (Terneros)	7,98 %
De 1 año a menos de 2 años de edad (Toretes)	30,80 %
De 2 o más años de edad (Toros)	19,42 %
De menos de 1 año de edad (Terneras)	4,38 %
De 1 año a menos de 2 años de edad (Vaconas)	11,09 %
De 2 o más años de edad (Vacas)	26,33 %
Total	100,00 %

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG), 2016) (Anexo 9)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

En el ganado porcino la edad tiene interés práctico desde el nacimiento hasta los 12 meses, ya que por lo general las exposiciones o ferias admiten animales de 4 a 12 meses. Además, difícilmente se adquieren reproductores mayores de un año.

A nivel nacional el promedio de días para el sacrificio del ganado porcino es de 183,53 días con un peso alcanzado de 95,23 kg (Tabla 16).

Tabla 16 Rangos regionales de edades y pesos de ganado porcino

Región	Días Sacrificio	Peso Sacrificio (Kg)	Ganancia Promedio (Kg/día)
Costa	172,00	100,40	0,58
Sierra	168,50	114,00	0,68
Oriente	171,10	96,90	0,57
Galápagos	222,50	69,60	0,31
Promedio Nacional	**183,53**	**95,23**	**0,53**

Fuente: Encuesta Nacional Sanitaria de Granjas de Ganado Porcino (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), 2010)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

En la provincia de Loja el ganado porcino menor de 2 meses de edad representa el 1,76% (2.996 Unidades Porcinas) y de mayor de 2 meses de edad el 1,48 % (5.248 unidades porcinas) (Tabla 17).

Tabla 17 Ventas de ganado porcino a nivel de la Región Sierra considerando edades

Provincia	Menores de 2 meses de edad	Mayores de 2 meses de edad
	Unidades Porcinas	Unidades Porcinas
Azuay	1,479 %	1,516 %
Bolívar	0,549 %	1,539 %
Cañar	0,586 %	1,694 %
Carchi	0,459 %	4,020 %
Cotopaxi	1,530 %	3,013 %
Chimborazo	0,704 %	1,753 %
Imbabura	0,831 %	1,482 %
Loja	1,756 %	1,915 %
Pichincha	89,469 %	55,784 %
Tungurahua	0,911 %	1,199 %
Santo domingo de los Tsáchilas	1,727 %	26,084 %
Total	**100,000 %**	**100,000 %**

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG), 2016). (Anexo 10)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Métodos para determinación de edad

Se recurre a métodos basados en cronometría dentaria y cuernos, está determinada por el largo o por su osificación de radios óseos (Tabla 18).

Tabla 18 Métodos para la Determinación de la edad

Método	Definición	
Según los cuernos	Largo del cuerno: Permite la determinación de la edad en un período particularmente confuso de los dientes de leche. Se emplea hasta los 18 meses por que hasta aquí crece 1 cm por mes.	$DELC = largo\ del\ cuerno + 2\ meses$
	Osificación de distintos radios óseos: En el adulto especialmente en vacas se puede determinar la edad por el número de anillos o surcos que se encuentran en la base del cuerno. Cuando el cuerno alcanzó su constitución definitiva pierde movilidad y se fija al cráneo. De opacos y rugosos pasan a ser lisos y brillantes. A partir de aquí crecen 1 segmento o cm por año. Pero durante los 2 primeros años son poco marcados, recién a partir del tercero se hace evidente. En vacas el surco se debe a la reducción del tamaño del cuerno en cada gestación como consecuencia del consumo de minerales y nutrientes que le ocasiona el feto	$DEA = numero\ de\ anillos + 3\ años$
Cronometría dentaria	**Bovinos:** Si elegimos a un bovino de producción láctea, como ejemplo, la capacidad reproductora óptima del macho está entre los 2 y 5 años; después de esta edad existen algunos inconvenientes que dificultan la función genésica. Tratándose de hembras, la máxima producción láctea se alcanza entre el 4º y 6º parto, esto es, entre los 5'5-7'5 años de edad	
	Porcinos: La determinación de la edad en los cerdos reviste importancia solo en la compra de reproductores, sobre todo cuando no tienen pedigree. El peso en relación con la edad y la erupción de los dientes son los factores determinantes de la precocidad, aspecto muy importante en la compra de cerdos. Tiene interés práctico desde el nacimiento hasta los 12 meses, ya que por lo general las exposiciones admiten animales de 4 a 12 meses. Además, difícilmente se adquieren reproductores mayores de un año.	
	Ovinos y Cabras: La clasificación por dientes es útil para agrupar las majadas y es la base de la comercialización de lanares por edad.	

Fuente: Introducción a la Producción Animal (UNNE, 2014).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Peso: Cuando se transan animales vivos o en pie, se determina a través de una estimación, cuál es el peso del animal sin contenido rumial. Ello se debe a que el sistema digestivo de los rumiantes es capaz de almacenar un gran volumen y peso de alimento para ser convertido en carne, presentando una gran variabilidad según el grado de llenado. Esta medida de rendimiento se conoce como "destare" y mide la pérdida de peso que sufre el animal durante su traslado a la feria, matadero o lugar de comercialización. Otra forma de obtener el peso del animal es con la utilización de una báscula o balanza (Tabla 19).

Tabla 19 Estimaciones en precios y pesos de animal en pie por libra

Tipo semovientes	Precio Mínimo	Precio Máximo	Precio Promedio	Peso Promedio (libras)
		Bovinos		
Toros	$ 0,62	$ 0,80	$ 0,74	984
Toretes	$ 0,70	$ 0,80	$ 0,75	676
Vacas	$ 0,58	$ 0,68	$ 0,63	892
Vaconas	$ 0,60	$ 0,68	$ 0,64	657
		Porcinos		
Cerdos engorde	$ 1,20	$ 1,30	$ 1,26	183
Cerdos descarte	$ 1,05	$ 1,08	$ 1,07	438

Fuente: Precios Referenciales de Ganado por Libra en Pie **(ASOGAN, 2016)**
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Estructura ósea: Las proporciones corporales resultan de comparar los diámetros regionales en el animal. Estos diámetros se refieren fundamentalmente al tronco: longitud, anchura o profundidad del mismo. Igualmente pueden deducirse las proporciones comparando la longitud corporal con la alzada o talla de los individuos (UCO, 2010).

Género: En la provincia de Loja en el año 2016 se vendieron 10.731 unidades bovinas (machos), y en lo que respecta a hembras la venta alcanzó las 7.708 unidades bovinas (Tabla 20).

Tabla 20 Ventas de ganado bovino a nivel de la Región Sierra considerando género.

Provincia	Machos	Hembras
	Unidades bovinas	Unidades bovinas
AZUAY	8,21 %	9,99 %
BOLÍVAR	7,59 %	9,35 %
CAÑAR	4,36 %	8,16 %
CARCHI	8,78 %	11,54 %
COTOPAXI	13,13 %	7,61 %
CHIMBORAZO	7,38 %	7,29 %
IMBABURA	7,66 %	4,18 %
LOJA	7,12 %	8,43 %
PICHINCHA	17,75 %	15,41 %
TUNGURAHUA	7,85 %	6,46 %
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	10,16 %	11,57 %
Total	**100,00 %**	**100,00 %**

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG), 2016).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

En ventas de ganado porcino en la provincia de Loja se alcanzó las 8.244 unidades porcinas considerando machos y hembras en el año 2016 (Tabla 21).

Tabla 21 Ventas de ganado porcino a nivel de la Región Sierra considerando género.

Provincia	Machos y Hembras		Total
	Menores de 2 meses de edad	Mayores de 2 meses de edad	
AZUAY	1,48 %	1,52 %	1,50 %
BOLÍVAR	0,55 %	1,54 %	1,16 %
CAÑAR	0,59 %	1,69 %	1,27 %
CARCHI	0,46 %	4,02 %	2,65 %
COTOPAXI	1,53 %	3,01 %	2,44 %
CHIMBORAZO	0,70 %	1,75 %	1,35 %
IMBABURA	0,83 %	1,48 %	1,23 %
LOJA	1,76 %	1,92 %	1,85 %
PICHINCHA	89,47 %	55,78 %	68,71 %
TUNGURAHUA	0,91 %	1,20 %	1,09 %
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	1,73 %	26,08 %	16,74 %
Total	**100,00 %**	**100,00 %**	**100,00 %**

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG), 2016).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Mecanismos para fijación de precios

Valoración basada en simple inspección: Consiste en la apreciación empírica a través de un examen rápido de la apariencia, estructura y raza del animal. Era el método utilizado en la compra-venta en las ferias de ganados. El aspecto a considerar en esta valoración es la apariencia enfocada específicamente en la conformación y terminación del animal (Garriz & Gallinger , 2016).

Valoración basada en comparación y deducción: Es el más utilizado por el ganadero en su actividad diaria, fijándose en aquel animal que presenta la mejor estructura, considerando el género y la raza; o en aquel que presenta la región con mayor concordancia con la aptitud deseada. Consiste en comparar cada animal con los del rebaño.

Para ello hay que definir un modelo ideal. Cada uno de los caracteres del animal se valora por comparación con el modelo.

Valoración basada en rendimiento de carne según razas: Está basada en el rendimiento de carne de los diversas razas de animales en pie estableciéndose a las razas de pura sangre con una mejor calidad de carne magra por el material genético que poseen, las mestizas como razas más adaptables al medio por los cruces entre diversas razas que al igual que las pura sangre disponen de una calidad de carne aceptable para la comercialización pero ya con un grado de tipo graso, y finalmente las criollas que son adaptables al medio y con un grado superior de tipo graso. Dado esto la diferenciación según razas en los precios que se establecen en la comercialización (Limousine, 2014).

Valoración basada en la razón de indexación: Fundamentada en criterios como la edad, género y peso. Para el cálculo del precio total del semoviente en pie basado en la razón

de indexación (%) se deberá utilizar la siguiente fórmula (Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2014).

PVA= Peso vivo del animal en libras

PLCRSH= Precio de libra publicada mensualmente en la página web MAGAP

Ecuación 1 Precio de bovino en pie

$$\mathbf{PBP} = \{\mathbf{PVA}(\mathbf{libras})\} * \{\%\ \mathbf{de\ indexación} * \mathbf{PLCRSH}(\mathbf{USD}\ \$)\}$$

Para el cálculo del precio que se pagará al comerciante se estable una Tabla Oficial Obligatoria (Tabla 22).

Tabla 22 Porcentajes de razón de indexación.

Categoría	Descripción	Edad	Razón de indexación
Ternero	Animal macho o hembra de aptitud cárnica destinado para cría engorda o faenamiento	Hasta 9 meses	32%
Novillo	Animal macho o hembra de aptitud cárnica destinado para cría engorda o faenamiento	12 a 18 meses	32%
Torete	Animal castrado destinada a faenamiento	18 a 30 meses	32%
Toro joven	Animal entero no apto reproductivamente destinado a faenamiento	12 a 30 meses	30%
Vaquilla	Animal sin pariciones no apto reproductivamente destinado a faenamiento	12 a 30 meses	30%
Toro descarte	Animal entero con problemas reproductivos o vejez destinado a faenamiento	30 a 72 meses	28%
Vaca descarte	Animal con al menos un parto y destinado a faenamiento por problemas productivos, reproductivos o vejez.	30 a 72 meses	28%

Fuente: Acuerdo Ministerial N° 16 (Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2014).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos.

Valoración mediante márgenes de comercialización: Teniendo en cuenta que los productores agropecuarios se desenvuelven en un marco altamente competitivo, es indispensable conocer la realidad técnica de su negocio y su implicancia económica. Se considera que el estudio de costos, ingresos y márgenes, es la herramienta que al productor

le permite evaluar las acciones realizadas y por realizar y le brinda información para una mejor toma de decisión.

Ecuación 2 Márgen Bruto de comercialización

$$\mathbf{MBC} = \frac{(\mathbf{Precio\ consumidor\ final} - \mathbf{Precio\ del\ productor}\ )}{\mathbf{Precio\ consumidor\ final}} * \mathbf{100}$$

Ecuación 3 Márgen Bruto de comercialización intermediario.

$$\mathbf{MBC}\ (\mathbf{intermediario}) = \frac{(\mathbf{Precio\ intermediario} - \mathbf{Precio\ del\ productor}\ )}{\mathbf{Precio\ consumidor\ final}} * \mathbf{100}$$

Ecuación 4 Participación directa productor

$$\mathbf{PDP} = \frac{(\mathbf{Precio\ consumidor\ final} - \mathbf{MBC})}{\mathbf{Precio\ consumidor\ final}} * \mathbf{100}$$

Valoración mediante medidas corporales (barimetría): Existen una variedad de métodos barimétricos de determinación del peso vivo, siendo los más conocidos y empleados en el medio la Cinta Bovino métrica, el Método de Quetelet, y el Método de Escobar:

- **Cinta Bovino métrica**: Es una de las alternativas que nos permite estimar pesos rápidos de los animales en cualquiera de las etapas de producción. Está indicado para estimar el peso en vivo de ganado de engorde y de ganado normal (leche).
- **Método de Quetelet:** Se debe tomar la medida del perímetro torácico que se toma por detrás de la cruz, espalda y codo; y el largo del animal que va desde el encuentro (hombro) hasta la punta y las medidas obtenidas remplazarlas en la fórmula ya establecida y con su constante correspondiente para cada sexo.

  Constante para hembras= 87,5

  Constante para machos= 99

Ecuación 5 Fórmula método Quetelet

$$\textbf{Peso vivo} = (\textbf{perímetro torácico})^2 * \textbf{longitud del cuerpo} * \textbf{constante}$$

- **Método de Escobar:** Este método requiere como información básica para su utilización saber el perímetro torácico y el perímetro abdominal del animal y se aplica algunas constantes señaladas en la siguiente fórmula, que es utilizada tanto a hembras como a machos.

Ecuación 6 Formula método Escobar

$$\textbf{Peso vivo (kg)} = -413.36 + (2.69 * \textbf{perímetro torácico cm}) + (1.50 * \textbf{perímetro abdominal cm})$$

4.2.3.3. Consumo

El artículo 13 de la Constitución de la República declara que 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; y que, para garantizar este derecho, el Estado promoverá la soberanía alimentaria; que el artículo 281, numeral 13 de la Constitución señala que la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados en forma permanente, y que para ello, será responsabilidad del Estado prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos; y, precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.

4.2.4. Agentes de comercialización

Como elemento básico para conocer y ubicar a los diferentes entes que participan en el proceso de comercialización y encajarlos en sus respectivos eslabones de la cadena que los liga mediante la búsqueda del interés común de un lucro. Tradicionalmente estos agentes son:

4.2.4.1. Productor

Es la persona natural o jurídica que tiene la iniciativa económica y técnica con pleno poder de decisión y aprovechamiento de la Unidad Pecuaria.

La producción pecuaria familiar juega un rol preponderante para dar solución al problema del hambre en la región. La pequeña producción pecuaria puede y genera una parte importante de los alimentos necesarios para el mercado interno, mejorando la seguridad alimentaria y la nutricional, y por ende contribuyendo significativamente al desarrollo nacional. Los sistemas de producción pecuaria, son considerados como la estrategia social, económica y cultural más apropiada para mantener el bienestar de las comunidades, debido a que es la única actividad que puede simultáneamente proveer seguridad en el sustento diario, conservar ecosistemas, promover la conservación de la vida y satisfacer los valores culturales y tradiciones.

4.2.4.2. Intermediarios

La intermediación es la institucionalización de la actividad de quienes actúan como intermediarios en el mercadeo, es decir, las personas que intervienen en el proceso, distintos de productores y consumidores. Para el consumidor, los intermediarios son los nuevos

vendedores, esto debido a que generan un margen de ganancia a partir del intercambio comercial entre el productor y el mayorista. Una forma técnica de conocer si los precios aumentan entre el productor y el consumidor es mediante la aplicación del margen bruto de comercialización.

Un canal de comercialización está conformado por un conjunto de intermediarios que hacen posible que el producto llegue desde el productor al consumidor. Pueden coexistir un conjunto de canales con diferentes estructuras dentro de una cadena de comercialización (Cruz, 2013).

Mayorista: Es un intermediario que se caracteriza por vender a los detallistas, pero nunca al consumidor o usuario final. Los mayoristas pueden comprar a un productor o también a otros mayoristas. Estos concentran la producción y la ordenan en lotes grandes y uniformes que permitan la función formadora del precio y faciliten operaciones masivas y especializadas de almacenamiento y transporte.

Minorista o detallista: Son los que venden al consumidor final. Son el último eslabón del canal de comercialización, el que está en contacto con el mercado. Son importantes porque pueden alterar, frenando o potenciando, las acciones de los mayoristas. Son capaces de influir en las ventas y resultados finales de los productos que se comercializan..

4.2.4.3. Entidades o agencias gubernamentales

Agrupan todos los organismos estatales encargados de la doble función de garantizar los precios mínimos al productor y el abastecimiento regular a precios controlados al consumidor (Ferrer, 2016).

4.2.5. Canales de comercialización

Dada la estructura de la cadena de comercialización es posible efectuar el estudio de las relaciones entre los canales de comercialización, distinguiendo diferentes canales entre los cuales se puede indicar:

4.2.5.1. Canal directo

El productor vende el producto directamente al comprador final sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda es bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo.

4.2.5.2. Canal indirecto

Un canal de comercialización suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el productor y el comprador final. El tamaño de los canales de comercialización se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.

Canal corto: Sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre el productor y el comprador final. Este canal es habitual en la comercialización en que los minoristas o detallistas tienen la exclusiva venta para una zona.

C**anal largo:** Intervienen muchos intermediarios (mayoristas, minoristas, compradores finales, etc.) Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

Para llevar a cabo la presente investigación se requirió de:

Suministros de oficina: Papel boom tamaño INEN A4, grapadora, calculadora, bolígrafos, cartuchos tinta negra y color.

Equipos informáticos: Computadora, impresora, pendrive, cámara, flash para almacenamiento de información

Recurso humano: Autor: Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Tutor: Eco. Paúl Cueva Luzuriaga

5.2. Métodos

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los métodos: deductivo, analítico-sintético y estadístico, por la necesidad de obtener información teórica y estadística para dar respuesta a los objetivos planteados en el "**ESTUDIO DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA DEL SECTOR EL PLATEADO".**

5.2.1. Deductivo

Este método permitió a partir de conceptualizaciones generales estudiar el dinamismo económico de una feria de comercialización (pecuaria), considerando para ellos factores incidentes, agentes de comercialización (productor, intermediarios, consumidor), como participantes del proceso comercial. Y mecanismos de valoración para establecer los precios en compra venta.

5.2.2. Analítico sintético

Método que permitió analizar los tres objetivos individualmente, sintetizando y correlacionándolos con el dinamismo de la feria para dar cumplimiento a la evaluación de la feria de comercialización del sector "El Plateado, identificando la mayor afección de los factores, determinando la participación de los agentes comerciales en la fase de mercadeo, etapa de negociación, e identificando los mecanismos de valoración para compra venta.

5.2.3. Estadístico

El método estadístico nos permitió seguir una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cuantitativos de la investigación en lo que respecta a recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis (Obregón, 2015). Dicho cálculo de datos tuvo como propósito la determinación de valores porcentuales que permitieron el análisis de la encuesta aplicada a los feriantes.

5.2.4. Metodología para cumplimiento de objetivos

Factores que inciden sobre la comercialización de semovientes de la feria pecuaria: Para la identificación se estructuró una escala con cuatro niveles alta, moderada, leve y baja para determinar según el criterio de los feriantes que nivel de afectación tienen los factores descritos por (Ponce, 2012). Determinando la escala más representativa, se identificó al factor con mayor incidencia en la comercialización rankeandolos según el porcentaje de votación que estos obtuvieron.

Grado de participación de los comerciantes pecuarios en el proceso de comercialización interna: Se analizó la fase de mercadeo, etapa de negociación,

considerando las variables oferta y precio, fundamentadas en criterios como tiempo de comercialización, frecuencia y producción destinada a feria y la variable precio con criterios como inversión y ganancia. Con los discernimientos del agente intermediario y productor se determinó los grados de participación según las tablas dispuestas en el (Anexo 11).

Mecanismos adoptados por los comerciantes pecuarios para determinar el precio de los semovientes: Se analizó considerando el nivel de instrucción, conocimiento en el campo de la zootecnia y en los criterios de compra. Determinado esto se realizó un comparativo de los criterios establecidos por los diferentes autores, con los adoptados por los feriantes en la compra-venta (Anexo 12).

5.3. Técnicas

Las técnicas permitieron formar un registro de los 16 eventos feriales, para la determinación de la población y estimación de muestra, para proceder a la obtención de la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

5.3.1. Observación

Técnica aplicada que ayudó a determinar el horario de mayor afluencia de feriantes en el recinto, y a construir el registro de ingreso en horario de 6:00 - 9:00 am, información que se corroboró considerando las guías de movilización que AGROCALIDAD emitió durante las fechas de desarrollo de la investigación (mayo – junio) del año 2016 (Tabla 23).

Tabla 23 Registro guías de observación feria pecuaria "Sector Plateado"

Fecha	Días	Hora	Número de especies ingresadas		Total de especies	Número Feriantes
			Bovinos	Otras especies		
01 de mayo del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	119	50	169	49
05 de mayo del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	0	254	254	51
08 de mayo del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	145	29	174	53
12 de mayo del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	0	350	350	70
15 de mayo del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	127	0	127	42
19 de mayo del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	0	267	267	53
22 de mayo del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	0	0	0	0
26 de mayo del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	3	191	194	39
29 de mayo del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	112	45	157	42
			506	**1186**	**1692**	**399**
02 de junio del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	4	347	351	55
05 de junio del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	164	53	217	64
09 de junio del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	4	183	187	32
12 de junio del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	168	43	211	72
16 de junio del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	8	293	301	61
19 de junio del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	185	76	261	77
23 de junio del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	5	348	353	71
26 de junio del 2016	Domingo	6:00 - 9:00	0	0	0	0
30 de junio del 2016	Jueves	6:00 - 9:00	0	247	247	49
			538	**1590**	**2128**	**481**
Total			**1044**	**2776**	**3820**	**880**

Fuente: Guías observación (Anexo 13)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

5.3.2. Encuesta

Estructurada con preguntas cerradas y escalas de calificación, aplicada de forma aleatoria y asistida, este diseño de encuesta minimiza el sesgo y la influencia sobre la respuesta del feriante (Graterol, 2011).

5.3.2.1. Población

Determinado el registro, la población objetiva fue de 880 feriantes que ingresaron durante los meses de mayo y junio, en horario de 6:00 a 9:00 am los días

jueves y domingos en los que se realiza la feria. Es importante enfatizar que el horario es el de mayor afluencia de feriantes.

5.3.2.1.1. Muestra

Según Fisher el tamaño de la muestra debe definirse partiendo de dos criterios, de los recursos disponibles y de los requerimientos que tenga el análisis de la investigación. Por tanto, mientras más grande y representativa sea la muestra, menor será el error de la misma (López, 2004). Otro aspecto a considerar es la lógica que se debe respetar para seleccionar la muestra en la que se habrá que tomar por lo mínimo un 30%, considerándose como óptimo un 50% para no caer en la categoría de muestra pequeña.

Bajo estos argumentos se considero el 50% del registro por evento ferial para encuestar. Determinándose un total de 440 encuestas realizadas durante los 16 eventos feriales de los meses de mayo y junio del 2016 (Tabla 24).

Tabla 24 Desagregación registro ingreso por evento ferial.

Fecha	Número Feriantes		
	Jueves	**Domingo**	**50%**
01 de mayo del 2016		49	25
05 de mayo del 2016	51		26
08 de mayo del 2016		53	27
12 de mayo del 2016	70		35
15 de mayo del 2016		42	21
19 de mayo del 2016	53		27
22 de mayo del 2016		0	0
26 de mayo del 2016	39		20
29 de mayo del 2016		42	21
02 de junio del 2016	55		28
05 de junio del 2016		64	32
09 de junio del 2016	32		16
12 de junio del 2016		72	36
16 de junio del 2016	61		31
19 de junio del 2016		77	39
23 de junio del 2016	71		36
26 de junio del 2016		0	0
30 de junio del 2016	49		25
Total	**481**	**399**	**440**

Fuente: Guías observación
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

6. RESULTADOS

6.1. Factores que inciden sobre la comercialización de semovientes de la feria pecuaria.

La literatura revisada definió según Ponce (2012) que los factores que inciden (afectaciones) en la comercialización de ganado en pie son el abastecimiento, transporte, trazabilidad y problemas sanitarios; con ayuda de la escala definida (Tabla 25), se determinó que el 28,18% de los feriantes (mayor valor porcentual), perciben que los cuatro factores descritos afectan moderadamente la comercialización en feria. El factor de mayor incidencia de acuerdo al 11,25% de feriantes son los problemas sanitarios.

Tabla 25 Escalas de afección de los factores que inciden en la comercialización de semovientes.

Descripción	Alta afectación	Moderada afectación	Leve afectación	Baja afectación
Abastecimiento	9.20 **%**	5,40 **%**	6,19 **%**	4,20 **%**
Transporte	2.56 **%**	5,97 **%**	5,57 **%**	10,91 **%**
Problemas sanitarios	5.34 **%**	**11,25 %**	2,33 **%**	6,08 **%**
Trazabilidad	5.06 **%**	5,57 **%**	8,75 **%**	5,63 **%**
Total	**22.16 %**	**28,18 %**	**22,84 %**	**26,82 %**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Al considerar el rol de los agentes comerciales se determinó que para el 6,59% de consumidores y 14,77% de productores el factor abastecimiento tiene una repercusión alta; el factor transporte no obtuvo valores porcentuales altos dentro de la categoría de alta, ni moderada afectación; los problemas sanitarios tienen una alta afectación para el 7,50% de consumidores, moderada para el 26,36% de intermediarios minoristas y para el 12,05% de productores; el factor trazabilidad con afectación alta

determinada por el 14,09% de productores y moderada para el 4,55% de consumidores (Tabla 26).

Tabla 26 Escalas de afección de los factores considerando el rol de los feriantes.

Etiquetas de fila	Alta afectación	Moderada afectación	Leve afectación	Baja afectación
FACTOR ABASTECIMIENTO				
Consumidor Final	**6.59%**	0.91%	0.00%	0.45%
Intermediario Mayorista	2.05%	3.64%	5.23%	2.27%
Intermediario Minorista	13.41%	10.68%	17.27%	12.95%
Productor	**14.77%**	6.36%	2.27%	1.14%
Total	**36.82%**	**21.59%**	**24.77%**	**16.82%**
FACTOR TRANSPORTE				
Consumidor Final	1.36%	1.14%	0.68%	4.77%
Intermediario Mayorista	0.91%	1.82%	5.68%	4.77%
Intermediario Minorista	5.68%	14.09%	11.14%	23.41%
Productor	2.27%	6.82%	4.77%	10.68%
Total	**10.23%**	**23.86%**	**22.27%**	**43.64%**
FACTOR PROBLEMAS SANITARIOS				
Consumidor Final	**7.50%**	0.45%	0.00%	0.00%
Intermediario Mayorista	0.68%	6.14%	0.00%	6.36%
Intermediario Minorista	3.18%	**26.36%**	8.41%	16.36%
Productor	10.00%	**12.05%**	0.91%	1.59%
Total	**21.36%**	**45.00%**	**9.32%**	**24.32%**
FACTOR TRAZABILIDAD				
Consumidor Final	1.82%	**4.55%**	0.45%	1.14%
Intermediario Mayorista	0.68%	4.09%	2.73%	5.68%
Intermediario Minorista	3.64%	4.77%	30.68%	15.23%
Productor	**14.09%**	8.86%	1.14%	0.45%
Total	**20.23%**	**22.27%**	**35.00%**	**22.50%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado" (Anexo 14)
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

A continuación, el detalle de los cuatro factores incidentes en la comercialización:

6.1.1. El factor **problemas sanitarios** y su repercusión en Estatus sanitario.

El 93,41% de agentes comerciales indicaron que la feria no tiene las condiciones fitosanitarias para su desarrollo. La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) establece en su Reglamento Zoosanitario para

el funcionamiento de centros de concentración de animales, requisitos para precautelar el estatus sanitario, a criterio del 78,41% de feriantes de los siete descritos en la (Tabla 27), se cumple con el cerramiento del recinto (mayor valor porcentual). En lo que respecta a equipos para desinfección y corrales para casos clínicos el valor porcentual de incumplimiento es del 100%.

Tabla 27 Requisitos para precautelar el estatus sanitario

Descripción	Si cumple	No cumple
Programa de bioseguridad	0,45 %	99,55 %
Equipos para desinfección de vehículos	0,00 %	100,00 %
Instalaciones	10,45 %	89,55 %
Disponibilidad permanente de agua potable	24,09 %	75,91 %
Sistemas adecuados de desagüe y estercoleros	12,73 %	87,27 %
Cerramiento del recinto	**78,41 %**	21,59 %
Corral de aislamiento para animales con signos clínicos	0,00 %	**100,00 %**

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Las repercusiones del factor (problemas sanitarios), según el 29,55% de feriantes se da en la seguridad alimentaria (mayor valor porcentual), seguido por el 27,27% que indicó perdidas económicas en la comercialización, el 27,05% la sanidad animal y el 16,14% el bienestar animal, es importante enfatizar que son porcentajes a nivel general. Sin embargo, realizando el análisis considerando el rol de los agentes comerciales y la apreciación de no cumplimiento de las condiciones fitosanitarias de la feria, se determinó que para el 8.18% de productores y 4,32% intermediarios mayoristas la afectación directa está enfocada en la sanidad de sus semovientes. El 16,82% de intermediarios minoristas en lo económico y el 3,64% de consumidores finales en su seguridad alimentaria (Tabla 28**).**

Tabla 28 Repercusiones de los problemas sanitarios

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
No	**7,50%**	**12,73%**	**51,14%**	**22,05%**	**93,41%**
Bienestar animal	0,91%	2,27%	12,27%	0,68%	16,14%
Factor económico	1,82%	3,41%	**16,82%**	5,23%	27,27%
Sanidad animal	1,14%	**4,32%**	9,55%	**8,18%**	23,18%
Seguridad alimentaria	**3,64%**	2,73%	12,50%	7,95%	26,82%

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

6.1.2. El factor **transporte** desde el punto de vista del bienestar animal.

Para la movilización de semovientes, el 92,27% de feriantes indicó que la guía de movilización es el único documento obligatorio para el transporte e ingreso de animales en pie al recinto ferial. El 77,73% estableció que este documento no les garantiza que los semovientes cumplan con las condiciones idóneas para ser comercializados (Tabla 29).

Tabla 29 Documentación para la trasportación de semovientes.

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
No es único documento	**0,00%**	**1,82%**	**4,77%**	**1,14%**	**7,73%**
No les garantiza	0,00%	1,82%	4,77%	1,14%	7,73%
Si es el único documento	**7,95%**	**11,36%**	**49,55%**	**23,41%**	**92,27%**
No les garantiza	**7,27%**	**9,09%**	**40,91%**	**20,45%**	**77,73%**
Si les garantiza	0,68%	2,27%	8,64%	2,95%	14,55%
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

En cuanto a las Buenas Prácticas Pecuarias (BPP) el 100% de feriantes indicaron que su utilización si garantiza las condiciones de bienestar de los semovientes, sin embargo, el 87,50% no tienen conocimiento sobre los lineamientos en las que se fundamentan, y la difusión por parte de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) es inexistente según el 22,27% de

productores, 44,77% de intermediarios minoristas, 10,68% de intermediarios mayoristas y 6,36% de consumidores finales (Tabla 30).

Tabla 30 Buenas Prácticas Pecuarias (BPP) y su garantía en el bienestar animal

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
Si garantizan el bienestar (BPP)	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**
No tienen conocimiento (BPP)	**6,36%**	**11,14%**	**47,27%**	**22,73%**	**87,50%**
No hay difusión	**6,36%**	**10,68%**	**44,77%**	**22,27%**	84,09%
Si hay difusión	0,00%	0,45%	2,50%	0,45%	3,41%
Si tienen conocimiento (BPP)	**1,59%**	**2,05%**	**7,05%**	**1,82%**	**12,50%**
No hay difusión	1,59%	2,05%	7,05%	1,82%	12,50%
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Para realizar el traslado de semovientes los feriantes consideran el agrupamiento de animales y el espacio disponible siendo estos los requerimientos de mayor cumplimiento para la transportación. La duración del viaje, densidad de animales, y la utilización de vehículos con barandas y techos obtuvieron valores porcentuales de incumplimiento que superan el 70,00 % (Tabla 31).

Tabla 31 Requerimientos para el adecuado transporte de semovientes

Descripción	Si cumple	No cumple
Agrupamiento de los animales	**68,18 %**	31,82 %
Duración del viaje	23,18 %	76,82 %
Espacio disponible	**47,50 %**	52,50 %
Densidad de animales	23,86 %	76,14 %
Barandas	23,41 %	76,59 %
Techos o carpas	22,05 %	77,95 %

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado".
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Para el 9,32% de productores, 22,05% de intermediarios minoristas, 5,23% de intermediarios mayoristas y el 4,09% de consumidores finales los hematomas y lesiones son las repercusiones más comunes al momento de transportar los

semovientes sin considerar las (BPP). El daño en calidad de pieles y cueros también fue considerado por los productores (Tabla 32).

Tabla 32 Repercusiones de una mala transportación.

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
Carne oscura firme y seca	**0,00%**	**2,50%**	**6,82%**	**3,64%**	**12,95%**
No	0,00%	2,27%	5,23%	2,95%	10,45%
Si	0,00%	0,23%	1,59%	0,68%	2,50%
Carne pálida blanda y exudativa (PSE)	**0,68%**	**1,36%**	**7,95%**	**2,27%**	**12,27%**
No	0,68%	1,14%	7,27%	2,27%	11,36%
Si	0,00%	0,23%	0,68%	0,00%	0,91%
Daño en calidad de pieles y cueros	**3,18%**	**4,09%**	**17,50%**	**9,32%**	**34,09%**
No	2,50%	3,64%	15,23%	9,32%	30,68%
Si	0,68%	0,45%	2,27%	0,00%	3,41%
Hematomas y lesiones	**4,09%**	**5,23%**	**22,05%**	**9,32%**	**40,68%**
No	3,18%	4,09%	19,55%	8,18%	35,00%
Si	0,91%	1,14%	2,50%	1,14%	5,68%
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado".
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

6.1.3. El factor **trazabilidad** enfocada en el Sistema de Identificación y Trazabilidad Animal (SITA) impulsado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Según las categorías establecidas en la (Tabla 33), se determinó que el 8,09% de feriantes consideraron como muy utilizado al método de colocación de numeración en la oreja (tatuaje). El areteo como utilizado por el 8,28%, y en la categoría medianamente utilizado la marcación en frío según el 6,96%. Estos son valores porcentuales a nivel general.

Tabla 33 Métodos para identificación animal

Descripción	Muy utilizado	Utilizado	Medianamente utilizado	Total general
	%	%	%	
Caravana electrónica	4,23	1,13	1,69	7,06
Marcación en frío	3,20	4,42	**6,96**	14,58
Tatuaje	**8,09**	4,52	5,08	17,69
Aretes	6,11	**8,28**	4,33	18,72
Marca de Sangre	1,22	7,34	1,41	9,97
Marca por corrosión	6,40	5,55	3,67	15,62
Bolos intrarruminales	1,03	2,16	3,20	6,40
Marcación a fuego	2,45	3,20	4,33	9,97
Total general				**100,00**

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

El análisis según rol del agente comercial y consideración de importancia de identificación animal evidenció que:

El 3,64% de productores, 4,55% de intermediarios minoristas y el 0,91% de consumidores finales que consideran importante la identificación animal determinaron que utilizan la colocación de numeración en la oreja (tatuaje) por su bajo costo. El 1,59% de intermediarios mayoristas lo utilizan por seguridad especialmente. En lo que respecta al areteo el 1,59% de productores lo utilizan por su bajo costo, por su seguridad el 7,05% de intermediarios minoristas y el 2,27% de consumidores. La marcación en frío utilizada por su bajo costo principalmente por el 2,05% de productores, 2,27% de intermediarios minoristas; por seguridad de sus producciones no obtuvo consideraciones dentro de la categoría más alta de muy utilizado (Tabla 34).

Tabla 34 Métodos para identificación animal

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
TATUAJE					
Si	**7,50%**	**12,50%**	**53,41%**	**23,86%**	**97,27%**
Bajos costos.	**0,91%**	**0,23%**	**7,50%**	**5,68%**	**14,32%**
Muy utilizado	**0,91%**	0,00%	**4,55%**	**3,64%**	9,09%
Medianamente utilizado	0,00%	0,00%	0,68%	0,91%	1,59%
(en blanco)	0,00%	0,23%	2,27%	1,14%	3,64%
Seguridad	**6,59%**	**12,27%**	**45,91%**	**18,18%**	**82,95%**
Muy utilizado	0,91%	**1,59%**	7,95%	0,00%	10,45%
Utilizado	**2,27%**	0,45%	**8,18%**	0,00%	10,91%
Medianamente utilizado	0,00%	1,14%	4,77%	**4,32%**	10,23%
(en blanco)	3,41%	9,09%	25,00%	13,86%	51,36%
ARETEO					
Si	**7,50%**	**12,50%**	**53,41%**	**23,86%**	**97,27%**
Bajos costos.	**0,91%**	**0,23%**	**7,50%**	**5,68%**	**14,32%**
Muy utilizado	0,00%	0,00%	2,27%	**1,59%**	3,86%
Utilizado	0,00%	0,23%	**2,50%**	1,14%	3,86%
(en blanco)	0,91%	0,00%	2,73%	2,95%	6,59%
Seguridad	**6,59%**	**12,27%**	**45,91%**	**18,18%**	**82,95%**
Muy utilizado	**2,27%**	0,00%	**7,05%**	1,14%	10,45%
Utilizado	0,45%	**2,05%**	**7,05%**	**5,68%**	15,23%
Medianamente utilizado	0,00%	**2,05%**	4,55%	3,41%	10,00%
(en blanco)	3,86%	8,18%	27,27%	7,95%	47,27%
MARCACIÓN EN FRIO					
Si	**7,50%**	**12,50%**	**53,41%**	**23,86%**	**97,27%**
Bajos costos.	**0,91%**	**0,23%**	**7,50%**	**5,68%**	**14,32%**
Muy utilizado	0,00%	0,00%	**2,27%**	**2,05%**	4,32%
Utilizado	0,00%	**0,23%**	2,50%	1,82%	4,55%
(en blanco)	0,91%	0,00%	2,73%	1,82%	5,45%
Seguridad	**6,59%**	**12,27%**	**45,91%**	**18,18%**	**82,95%**
Muy utilizado	0,00%	0,23%	3,18%	0,00%	3,41%
Utilizado	0,45%	0,68%	3,86%	0,68%	5,68%
Medianamente utilizado	0,68%	3,18%	7,95%	4,55%	16,36%
(en blanco)	5,45%	8,18%	30,91%	12,95%	57,50%

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Las repercusiones de la no utilización de un adecuado sistema de trazabilidad a nivel de consideraciones generales de los feriantes estas son el abigeato, la entrada ilegal de países vecinos, la inseguridad alimentaria (Tabla 35).

Tabla 35 Repercusiones inadecuado sistema de trazabilidad

Descripción	Mayor repercusión	Repercusión	Baja repercusión	Total general
Inseguridad alimentaria	**13,21 %**	8,31 %	1,28 %	22,79 %
Entrada ilegal de países vecinos	**11,93 %**	5,01 %	0,85 %	17,78 %
Control epidemiológico	9,27 %	9,37 %	0,32 %	18,96 %
Control abigeato	**10,22 %**	8,31 %	1,17 %	19,70 %
Mejoramiento genético	1,92 %	6,28 %	12,57 %	20,77 %
Total general				**100,00 %**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Al analizar los agentes comerciales que indicaron como mayor repercusión a la seguridad alimentaria, entrada de semovientes ilegalmente y abigeato se identificó que para el intermediario minorista, mayorista y consumidor final la seguridad alimentaria es la más afectada con un desconocimiento alto del SITA. Los agentes productores consideran que la mayor afección se da en la entrada ilegal de semovientes de países vecinos (Tabla 36).

Tabla 36 Repercusiones inadecuado sistema de trazabilidad

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
SEGURIDAD ALIMENTARIA					
Mayor repercusión	**2,73%**	**5,23%**	**14,77%**	**5,45%**	**28,18%**
Si	0,45%	0,68%	2,50%	0,23%	3,86%
No	**2,27%**	**4,55%**	**12,27%**	**5,23%**	24,32%
ENTRADA ILEGAL DE PAÍSES VECINOS					
Mayor repercusión	**1,82%**	**2,95%**	**11,82%**	**8,86%**	**25,45%**
Si	0,00%	1,14%	0,23%	0,68%	2,05%
No	1,82%	1,82%	11,59%	**8,18%**	23,41%
CONTROL ABIGEATO					
Mayor repercusión	**0,68%**	**3,18%**	**11,59%**	**6,36%**	**21,82%**
Si	0,00%	0,23%	2,05%	0,45%	2,73%
No	**0,68%**	**2,95%**	**9,55%**	**5,91%**	19,09%

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

6.1.4. El factor **abastecimiento** analizado desde la procedencia de animales**.**

La procedencia de ganado con mayor (valor porcentual) de acuerdo al criterio de los feriantes es Ecuador, el 61,36% que indicaron esta procedencia determinaron a su vez que la producción proveniente de las parroquias rurales y periferias de la Urbe del cantón no logran abastecer la demanda. Perú fue considerado por el 25,91% como país de procedencia de semovientes a comercializar en feria (Tabla 37).

Tabla 37 Procedencia de ganado por país y consideración de abastecimiento.

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
Ecuador	**7,95%**	**5,91%**	**35,68%**	**24,55%**	**74,09%**
No	4,55%	5,91%	31,14%	19,77%	**61,36%**
Si	3,41%	0,00%	4,55%	4,77%	12,73%
Perú	**0,00%**	**7,27%**	**18,64%**	**0,00%**	**25,91%**
No	0,00%	7,27%	18,64%	0,00%	25,91%
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

En Ecuador según indicaron los feriantes la región de mayor afluencia de semovientes a comercialización es la Sierra especialmente del sector Norte. Del Oriente también se evidencia flujos considerables del sector Sur (Tabla 38).

Tabla 38 Procedencia de ganado por región y sector

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
Costa	**0,00%**	**2,05%**	**2,95%**	**0,00%**	**5,00%**
Norte	0,00%	0,45%	0,91%	0,00%	1,36%
Centro	0,00%	1,14%	1,36%	0,00%	2,50%
Sur	0,00%	0,45%	0,68%	0,00%	1,14%
Sierra	**7,95%**	**2,27%**	**18,18%**	**24,55%**	**52,95%**
Norte	3,41%	1,14%	5,23%	20,68%	**30,45%**
Centro	2,95%	0,68%	6,82%	2,27%	12,73%
Sur	1,59%	0,45%	6,14%	1,59%	9,77%
Oriente	**0,00%**	**1,59%**	**14,55%**	**0,00%**	**16,14%**
Norte	0,00%	0,45%	3,64%	0,00%	4,09%
Centro	0,00%	0,23%	1,82%	0,00%	2,05%
Sur	0,00%	0,91%	9,09%	0,00%	10,00%
(en blanco)	**0,00%**	**7,27%**	**18,64%**	**0,00%**	**25,91%**
(en blanco)	0,00%	7,27%	18,64%	0,00%	25,91%
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente: Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

6.2. Grado de participación de los comerciantes pecuarios en el proceso de comercialización interna.

La comercialización desde el punto de vista macro engloba tres fases: producción, mercadeo y consumo, para determinar el grado de participación en el proceso de comercialización interna se analizó la etapa de negociación de la fase de mercadeo considerando las variables oferta y precio. Para ello se identificó el rol que cumplen los feriantes, como productores el 26,67% (género femenino = 1,23% y género masculino = 25,43%), intermediarios minoristas el 59,01% (género femenino = 14,07% y género masculino = 44,94%), intermediarios mayoristas el 14,32%,

(género femenino = 1,48% y género masculino = 12,84%). Categorizando a los feriantes en los tres roles se determinó:

6.2.1. Grado de participación en oferta considerando los criterios de producción destinada a feria, frecuencia y tiempo de comercialización:

Producción destinada a feria: Al momento de ofrecer los semovientes el 4,94% de productores comercializan en feria 4/10 (cuarta parte) de su producción. Para el 7,16% de intermediaros minoristas el mayor valor porcentual recae en la comercialización de 7/10 (séptima parte) y el de intermediarios mayoristas de 6/10 (sexta parte) (Tabla 39).

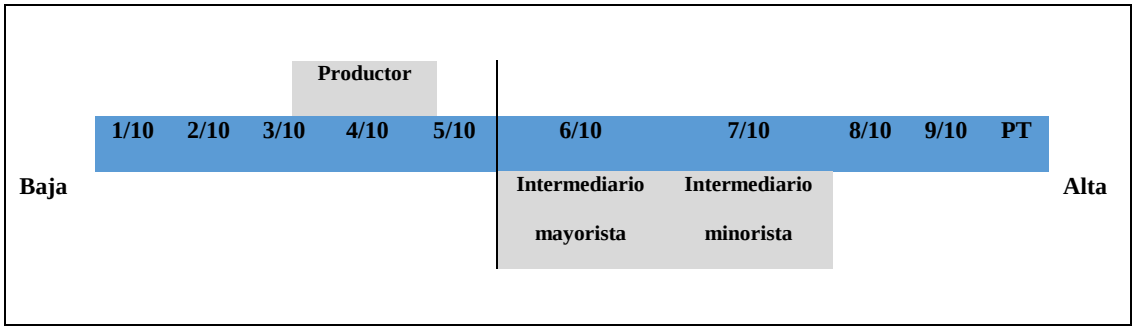
Tabla 39 Producción de semovientes destinados a comercialización relación productor-intermediario

Etiquetas de fila	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
1/10 producción	0,25%	0,49%	2,22%	2,96%
2/10 producción	0,00%	0,49%	1,73%	2,22%
3/10 producción	0,00%	1,23%	4,20%	5,43%
4/10 producción	0,00%	0,99%	**4,94%**	5,93%
5/10 producción	6,42%	1,98%	3,95%	12,35%
6/10 producción	**7,16%**	9,63%	3,95%	20,74%
7/10 producción	0,00%	**20,49%**	3,70%	24,20%
8/10 producción	0,00%	11,60%	1,98%	13,58%
9/10 producción	0,00%	8,89%	0,00%	8,89%
Producción total	0,49%	3,21%	0,00%	3,70%
Total general	**14,32%**	**59,01%**	**26,67%**	**100,00%**

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

En base al análisis de la (tabla 39), la parte que designan los intermediarios a venta está dentro del intervalo [6/10, PT], determinando una alta producción comercializada en feria tanto para minoristas como para mayoristas. Los productores destinan producciones comprendidas dentro del intervalo [1/10, 5/10] lo que demuestra según la escala una participación baja (Figura 12).

Figura 12 Escala producción de semovientes destinados a comercialización relación productor-



intermediario
Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Frecuencia de comercialización: EL 11,36% de productores comercializan trimestralmente, los intermediarios han considerado los rangos desde quincenal hasta trimestral, con mayor valor porcentual según el 27,41% de minoristas la comercialización quincenal y para el 7,41% de mayoristas mensual (Tabla 40).

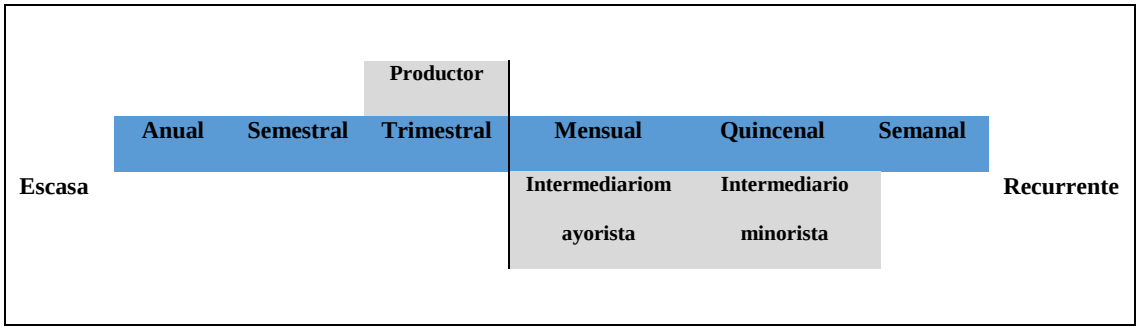
Tabla 40 Frecuencia de comercialización relación productor-intermediario

Etiquetas de fila	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
Semanal	0,00%	11,85%	1,98%	13,83%
Quincenal	5,43%	**27,41%**	2,47%	35,31%
Mensual	**7,41%**	18,27%	3,95%	29,63%
Trimestral	1,48%	1,48%	**11,36%**	14,32%
Semestral	0,00%	0,00%	5,93%	5,93%
Anual	0,00%	0,00%	0,99%	0,99%
Total general	**14,32%**	**59,01%**	**26,67%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

En la (tabla 40) se demuestra que el agente productor tiene una frecuencia de comercialización dentro del intervalo [semanal, mensual] con denominación de comercialización recurrente, para el productor su frecuencia se posiciona en el intervalo [trimestral, anual] determinando una escasa comercialización (Figura 13).

Figura 13 Escala frecuencia de comercialización relación productor-intermediario



Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Tiempo de comercialización: El tiempo estimado por los intermediarios para la comercialización de semovientes es de 0 a 3 meses, a criterio del 14,32% de mayoristas y el 59,01% de minoristas. Los productores consideraron los 5 rangos establecidos con mayor valor porcentual según el 10,37% de agentes, un tiempo de 10 a 12 meses (Tabla 41).

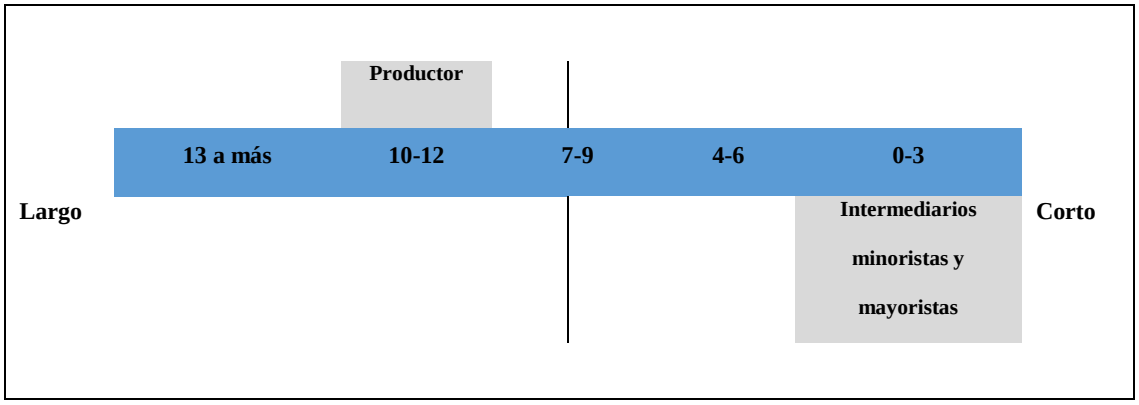
Tabla 41 Tiempo de comercialización (meses) relación productor-intermediario

Etiquetas de fila	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
0 a 3 meses	**14,32%**	**59,01%**	1,23%	74,57%
4 a 6 meses	0,00%	0,00%	4,44%	4,44%
7 a 9 meses	0,00%	0,00%	9,14%	9,14%
10 a 12 meses	0,00%	0,00%	**10,37%**	10,37%
13 o más meses	0,00%	0,00%	1,48%	1,48%
Total general	**14,32%**	**59,01%**	**26,67%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Con lo expuesto en la (Tabla 41) se determinó que los productores por estar en un intervalo de]7 a 9 meses, 13 a más] comercializan sus semovientes en largo tiempo. Los intermediarios comercializan dentro del intervalo [0 a 3 meses, 7 a 9 meses] lo que evidencia un período de comercialización corto. (Figura 14).

Figura 14 Escala tiempo de comercialización (meses) relación productor-intermediario



Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"

6.2.1.1. Análisis variable oferta

Según la escala de comparación establecida en el (Anexo 11), se determinó que el agente intermediario tiene una producción destinada a comercialización alta, frecuencia de comercialización recurrente, y tiempo de comercialización corto lo que evidencia un grado de participación en la variable oferta alto.

En lo que respecta a productores la producción que destinan a comercialización es baja, con frecuencia de comercialización escasa, y tiempo de comercialización largo con grado de participación bajo.

6.2.2. Grado de participación en precio considerando los criterios de inversión y utilidad:

Inversión: Los agentes intermediarios minoristas y mayoristas estimaron que la inversión en mantenimiento y transportación oscila entre los $ 0,10 y $ 0,20 centavos por dólar, con mayor (valor porcentual) la inversión de $ 0,10 centavos estimada por el 13,83% de intermediarios minoristas y el 49,38% de mayoristas. Para el agente productor el 26,67% consideraron rangos de inversión de $ 0,30 a $ 0,70 centavos, con

mayor (valor porcentual) según el 13,58%, la inversión de $ 0,50 centavos por dólar (Tabla 42).

Tabla 42 Inversión utilizada relación productor- intermediario

Etiquetas de fila	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
$ 0,10 Inversión	**13,83%**	**49,38%**	0,00%	63,21%
$ 0,20 Inversión	0,49%	9,63%	0,00%	10,12%
$ 0,30 Inversión	0,00%	0,00%	0,99%	0,99%
$ 0,40 Inversión	0,00%	0,00%	4,20%	4,20%
$ 0,50 Inversión	0,00%	0,00%	**13,58%**	13,58%
$ 0,60 Inversión	0,00%	0,00%	6,17%	6,17%
$ 0,70 Inversión	0,00%	0,00%	1,73%	1,73%
Total general	**14,32%**	**59,01%**	**26,67%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Al desagregar las inversiones según los tiempos de comercialización (Tabla 42), se determinó que el 13,83% de intermediarios mayoristas y el 49,38% de minoristas con período de comercialización de 0 a 3 meses, invierten $ 0,10 centavos por dólar, datos que se mantienen con respectó a la (Tabla 43). En cuanto a productores en el período de 10 a 12 meses la inversión de mayor (valor porcentual) es la de $ 0,60 centavos, es necesario enfatizar que la inversión del agente es $ 0,10 centavos superior a la determinada en el análisis de inversiones generales.

Tabla 43 Inversión utilizada relación productor- intermediario según tiempo de comercialización

Etiquetas de fila	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
0 a 3 meses	**14,32%**	**59,01%**	**1,23%**	**74,57%**
$ 0,10 Inversión	**13,83%**	**49,38%**	0,00%	63,21%
$ 0,20 Inversión	0,49%	9,63%	0,00%	10,12%
$ 0,30 Inversión	0,00%	0,00%	0,99%	0,99%
$ 0,40 Inversión	0,00%	0,00%	0,25%	0,25%
4 a 6 meses	**0,00%**	**0,00%**	**4,44%**	**4,44%**
$ 0,40 Inversión	0,00%	0,00%	3,21%	3,21%
$ 0,50 Inversión	0,00%	0,00%	1,23%	1,23%

7 a 9 meses	**0,00%**	**0,00%**	**9,14%**	**9,14%**
$ 0,40 Inversión	0,00%	0,00%	0,74%	0,74%
$ 0,50 Inversión	0,00%	0,00%	7,65%	7,65%
$ 0,60 Inversión	0,00%	0,00%	0,74%	0,74%
10 a 12 meses	**0,00%**	**0,00%**	**10,37%**	**10,37%**
$ 0,50 Inversión	0,00%	0,00%	4,69%	4,69%
$ 0,60 Inversión	0,00%	0,00%	**5,43%**	5,43%
$ 0,70 Inversión	0,00%	0,00%	0,25%	0,25%
13 o más meses	**0,00%**	**0,00%**	**1,48%**	**1,48%**
$ 0,70 Inversión	0,00%	0,00%	1,48%	1,48%
Total general	**14,32%**	**59,01%**	**26,67%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Para el análisis se tomó como inversión baja a la incurrida por el agente intermediario de $ 0,10 centavos en un período de 0 a 3 meses, el período de comercialización de productores es de 10 a 12 meses por los que su inversión debería ser de $ 0,40 centavos en este período, lo que no ocurre ya que estos necesitan de $0,60 centavos por dólar para la producción del semoviente lo que evidencia una inversión alta (tabla 44).

Tabla 44 Análisis de inversión utilizada relación productor- intermediario

Criterios	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor
Tiempo de comercilización	0 a 3 meses	0 a 3 meses	10 a 12 meses
Inversión	$ 0,10	$ 0,10	$ 0,60
	Baja	**Baja**	**Alta**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Utilidad: La utilidad según el 6,91% de productores es de $ 0,30 centavos por dólar recibido y la del 24,20% de intermediarios minoristas superior en $ 0,10 centavos a la del productor, los intermediarios mayoristas obtienen una utilidad de $0,60 centavos (Tabla 45).

Tabla 45 Utilidad (ganancia) relación productor- intermediario

Etiquetas de fila	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
$ 0,10 Utilidad	1,73%	2,47%	3,95%	8,15%
$ 0,20 Utilidad	2,47%	4,20%	3,70%	10,37%
$ 0,30 Utilidad	1,98%	10,12%	**6,91%**	19,01%
$ 0,40 Utilidad	0,00%	**24,20%**	6,42%	30,62%
$ 0,50 Utilidad	0,00%	14,32%	2,47%	16,79%
$ 0,60 Utilidad	**8,15%**	3,70%	1,48%	13,33%
$ 0,70 Utilidad	0,00%	0,00%	1,23%	1,23%
$ 0,80 Utilidad	0,00%	0,00%	0,49%	0,49%
Total general	**14,32%**	**59,01%**	**26,67%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Los agentes productores que obtienen una utilidad de $ 0,30 centavos, consideraron utilidades esperadas para obtener rentabilidad de $ 0,30 a $ 0,80 centavos, con mayor (valor porcentual) según el 3,21% la utilidad esperada de $ 0,40 centavos; para los intermediarios minoristas con utilidad del $ 0,40 centavos por dólar consideraron que la esperada según el 24,20% debe ser de $ 0,30 centavos. Los intermediarios mayoristas que obtienen una utilidad de $ 0,60 centavos en la comercialización, indicaron que la utilidad esperada por ellos para que el negocio sea rentable está en el rango de $ 0,30 a $ 0,50 centavos con mayor (valor porcentual) según el 8,15% la utilidad esperada de $ 0,30 centavos (Tabla 46).

Tabla 46 Utilidad esperada relación productor- intermediario

Etiquetas de fila	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
$ 0,10 Utilidad	**1,73%**	**2,47%**	**3,95%**	**8,15%**
$ 0,30 Utilidad esperada	1,73%	1,23%	1,48%	4,44%
$ 0,40 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	1,23%	1,23%
$ 0,50 Utilidad esperada	0,00%	1,23%	1,23%	2,47%
$ 0,20 Utilidad	**2,47%**	**4,20%**	**3,70%**	**10,37%**
$ 0,30 Utilidad esperada	2,47%	3,21%	0,00%	5,68%
$ 0,40 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,49%	0,49%
$ 0,50 Utilidad esperada	0,00%	0,99%	3,21%	4,20%
$ 0,30 Utilidad	**1,98%**	**10,12%**	**6,91%**	**19,01%**
$ 0,30 Utilidad esperada	1,98%	10,12%	0,00%	12,10%
$ 0,40 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	**3,21%**	3,21%
$ 0,50 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	2,22%	2,22%
$ 0,60 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,49%	0,49%
$ 0,70 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,49%	0,49%
$ 0,80 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,49%	0,49%
$ 0,40 Utilidad	**0,00%**	**24,20%**	**6,42%**	**30,62%**
$ 0,30 Utilidad esperada	0,00%	**24,20%**	0,74%	24,94%
$ 0,40 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	1,98%	1,98%
$ 0,50 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	1,73%	1,73%
$ 0,60 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,99%	0,99%
$ 0,70 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,99%	0,99%
$ 0,50 Utilidad	**0,00%**	**14,32%**	**2,47%**	**16,79%**
$ 0,30 Utilidad esperada	0,00%	14,32%	0,74%	15,06%
$ 0,40 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,99%	0,99%
$ 0,50 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,74%	0,74%
$ 0,60 Utilidad	**8,15%**	**3,70%**	**1,48%**	**13,33%**
$ 0,30 Utilidad esperada	**8,15%**	3,70%	0,00%	11,85%
$ 0,50 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	1,48%	1,48%
$ 0,70 Utilidad	**0,00%**	**0,00%**	**1,23%**	**1,23%**
$ 0,60 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	1,23%	1,23%
$ 0,80 Utilidad	**0,00%**	**0,00%**	**0,49%**	**0,49%**
$ 0,60 Utilidad esperada	0,00%	0,00%	0,49%	0,49%
Total general	**14,32%**	**59,01%**	**26,67%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

La utilidad para el agente productor es inferior a la estimada para que la comercialización sea rentable por lo que se visualiza una baja utilidad en precio para productores; los intermediarios minoristas tienen una ganancia superior en $ 0,10

centavos a la que se debería obtener con utilidad alta, el intermediario mayorista obtiene una ganancia en comercialización superior en $ 0,30 centavos por dólar recibido a la que se considera rentable con participación alta (Tabla 47).

Tabla 47 Análisis de utilidad esperada relación productor- intermediario

Criterios	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor
Utilidad	$ 0,60	$ 0,40	$ 0,30
Utilidad esperada	$ 0,30	$ 0,30	$ 0,40
	Alta	**Alta**	**Baja**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

6.2.2.1. Análisis de la variable precio

En la variable precio la inversión que utilizan los intermediarios para el mantenimiento y transportación de semovientes es baja, con utilidad de comercialización alta lo que establece un grado de participación alto en precio. Los productores en cambio realizan una inversión alta, con utilidad baja con grado de participación en precio baja.

6.3. Mecanismos adoptados por los comerciantes pecuarios para determinar el precio de los semovientes.

En la feria, el ganado bovino, porcino, ovino y caprino son las especies de mayor comercialización. Con preferencia del 61,59% por la raza criolla, debido a razones como la adaptabilidad al medio y los bajos costos. En lo que respecta a compra-venta considerando la edad del semoviente se comercializa según el 72,39% el ganado de levante antes que el de cría y engorde.

Los mecanismos consultados en la revisión de la literatura según los autores (Limousine, 2014), (Garriz & Gallinger , 2016), (Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2014), son seis tres de ellos que requieren para su aplicación de conocimientos técnicos y teóricos por parte de los feriantes.

Determinándose que el 67,27% de agentes comerciales no tienen conocimiento sobre zootecnia. Por lo que únicamente el 17,73% utilizan la valoración mediante medidas corporales (barimetría), los conocimientos que tienen sobre esta valoración las han adquirido empíricamente (Tabla 48).

Tabla 48 Conocimiento de zootecnia, con respecto a la valoración mediante medidas corporales.

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
No tienen conocimiento	**4,55%**	**10,45%**	**34,55%**	**17,73%**	**67,27%**
No utilizan	**4,55%**	**9,55%**	**32,95%**	**16,82%**	**63,86%**
(en blanco)	4,55%	9,55%	32,95%	16,82%	63,86%
Si utilizan	**0,00%**	**0,91%**	**1,59%**	**0,91%**	**3,41%**
Capacitación	0,00%	0,00%	0,23%	0,00%	0,23%
Empírico	0,00%	0,91%	1,36%	0,91%	3,18%
Si tienen conocimiento	**3,41%**	**2,73%**	**19,77%**	**6,82%**	**32,73%**
No utilizan	**2,73%**	**0,45%**	**8,18%**	**3,64%**	**15,00%**
(en blanco)	2,73%	0,45%	8,18%	3,64%	15,00%
Si utilizan	**0,68%**	**2,27%**	**11,59%**	**3,18%**	**17,73%**
Capacitación	0,00%	0,23%	3,41%	0,68%	4,32%
Empírico	**0,68%**	**1,82%**	**6,59%**	**1,59%**	10,68%
Formación profesional	0,00%	0,23%	1,59%	0,91%	2,73%
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

El 100% de feriantes no utilizan la valoración por razón de indexación establecido por el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca. Debido principalmente a la no regularización del precio de la libra de animal en pie según el 97,05% de agentes comerciales (Tabla 49).

Tabla 49 Utilización de la valoración por razón de indexación.

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
No utilizan	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**
No hay regularización del precio	7,95%	12,27%	53,41%	23,41%	**97,05%**
Si hay regularización del precio	0,00%	0,91%	0,91%	1,14%	2,95%
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Los márgenes de comercialización son aplicados por el 21,14% (Tabla 50).

Tabla 50 Utilización de la valoración por márgenes de comercilización

Etiquetas de fila	Consumidor Final	Intermediario Mayorista	Intermediario Minorista	Productor	Total general
No	7,27%	10,00%	41,14%	20,45%	78,86%
Si	0,68%	3,18%	13,18%	4,09%	**21,14%**
Total general	**7,95%**	**13,18%**	**54,32%**	**24,55%**	**100,00%**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Los feriantes realizan la valoración del semoviente en vivo, tomando interés preferente en la anchura de los muslos, profundidad del tórax y desarrollo del dorso. El rendimiento de carne la gran mayoría indicó que lo realiza considerando la compacidad del animal, especialmente cuando venden el semoviente para camal.

Las características en las cuáles los agentes comerciales basan su precio son apariencia, estructura ósea y edad (Tabla 51), ya que no existe disponibilidad de herramientas para realizar el pesaje, y el desconocimiento es del 99,09% respecto de otras técnicas de medición .

Tabla 51 Criterios para determinar el precio del semoviente

Criterios	Muy utilizado	Medianamente utilizado	Utilizado	Total General
	%	%	%	%
Peso	5,68	0,91	1,36	7,95
Edad	4,39	3,56	**5,61**	13,56
Estructura ósea	8,41	3,64	4,09	16,14
Apariencia	**21,06**	**6,67**	3,48	31,21
Raza	0,98	5,91	1,14	8,03
Lugar procedencia	5,15	4,47	2,95	12,58
Género	4,47	2,58	3,48	10,53
Total				**100,0**

Fuente: Encuestas Aplicadas
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Al realizar el comparativo ente los criterios de compra de las valoraciones de los autores y de los feriantes se identificó que los mecanismos adoptados son la simple inspección, comparación - deducción y rendimiento de carne, basados en la apariencia, estructura ósea, edad y raza del animal.

6.4. Evaluación de la dinámica comercial de la feria pecuaria

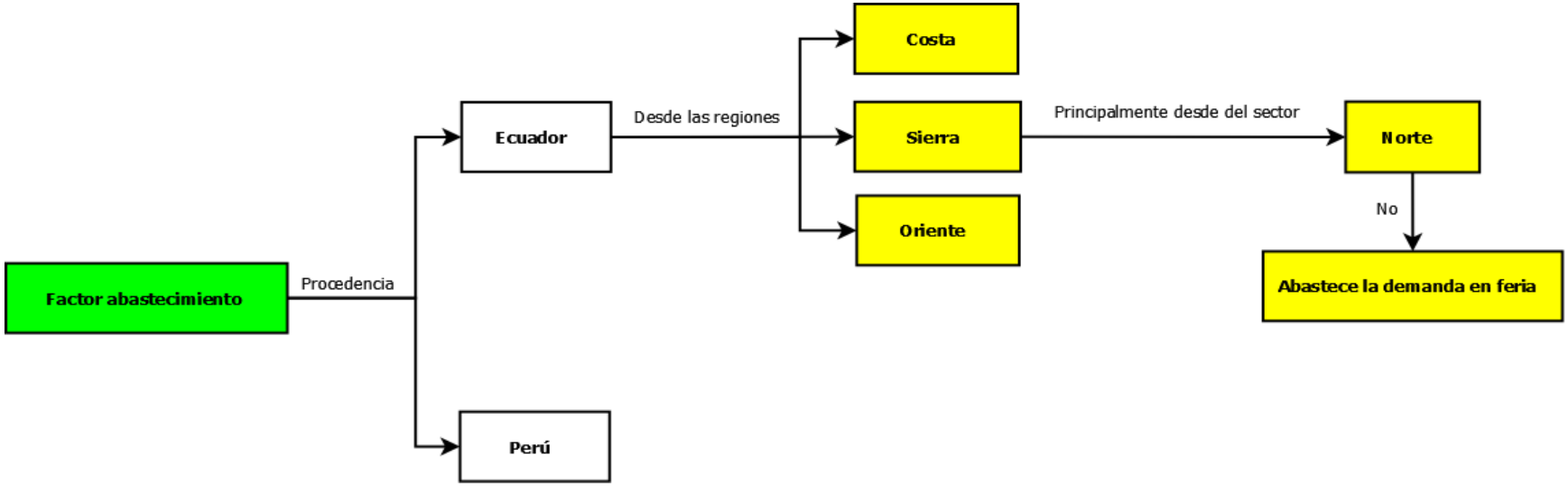


Figura 15 Análisis factor abastecimiento
Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

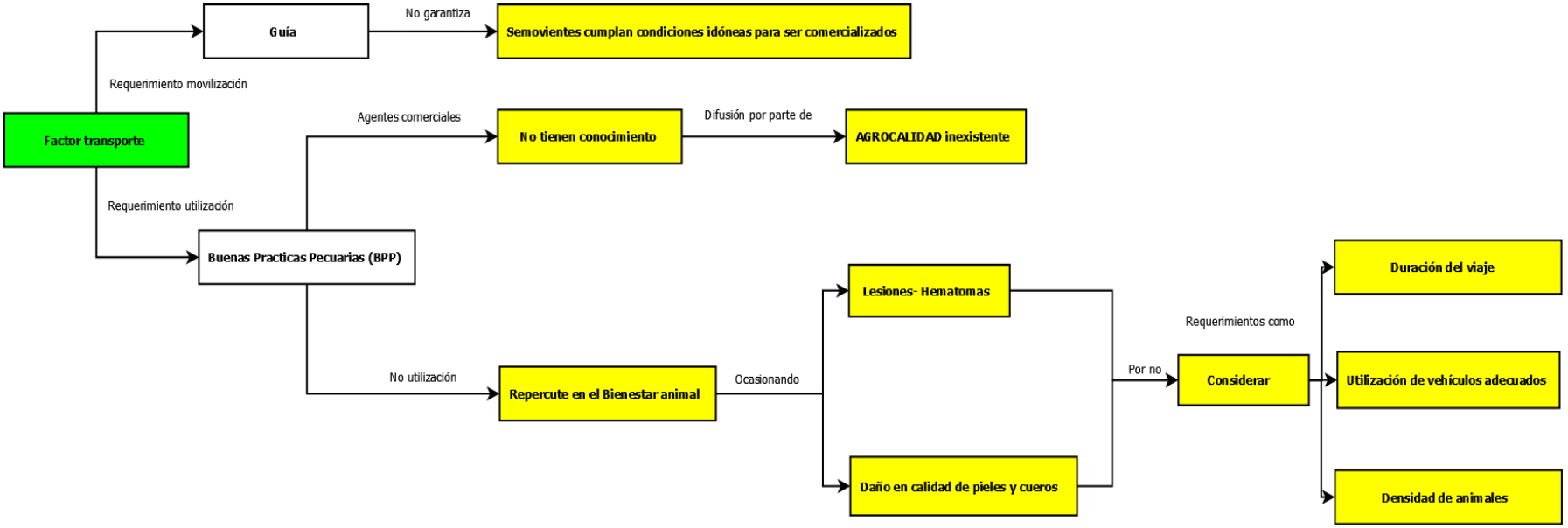


Figura 16 Análisis factor transporte
Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

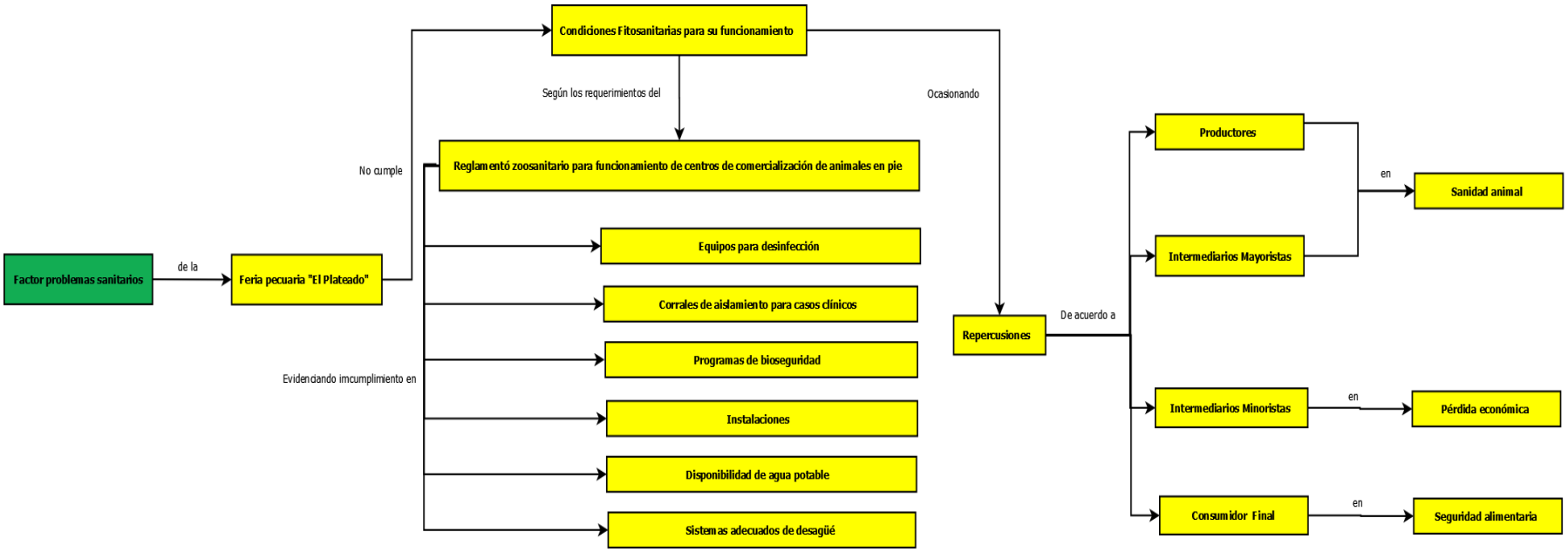


Figura 17 Análisis factor problemas sanitarios
Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

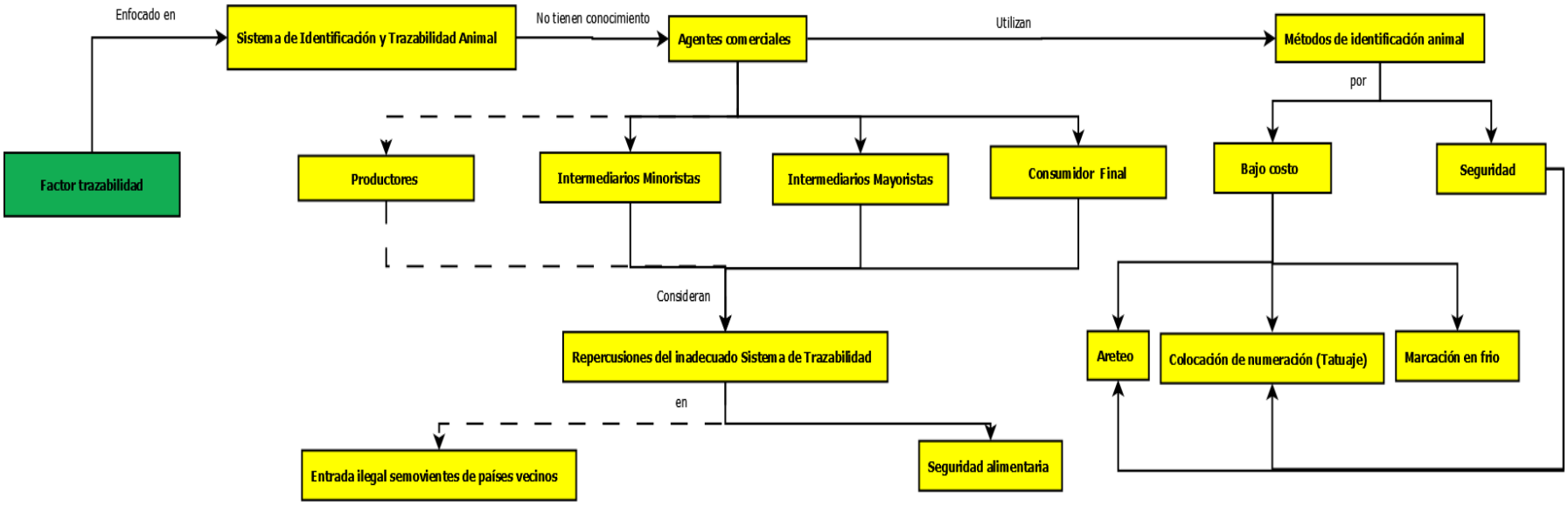


Figura 18 Análisis factor trazabilidad
Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

7. DISCUSIÓN

7.1. Factores que inciden sobre la comercialización de semovientes de la feria pecuaria.

El principal objetivo de una feria es proveer productos con todas las garantías sanitarias para precautelar el bienestar colectivo de feriantes y consumidores principalmente provenientes de la producción pecuaria familiar, asegurando una soberanía alimentaria, de igual manera estimulando el aumento de los ingresos de los feriantes y de las familias a través de una mayor participación.

La Constitución de la Republica (2008) menciona que el Estado tiene como responsabilidad la prevención y protección a la población de consumos de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud. En la feria del sector "El Plateado", el factor que más incide negativamente en la comercialización de semovientes son los problemas sanitarios, los mismos que repercuten directamente en la seguridad alimentaria, nivel de ingresos por las pérdidas económicas, sanidad y bienestar animal. Es importante señalar que los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales en la actualidad han adquirido más atribuciones que los convierten en instituciones vitales para el buen funcionamiento del aparato estatal, estos son los responsables de organizar, ordenar, regular y controlar la comercialización en las ferias de animales vivos. Además de ser los encargados de proveer de la infraestructura necesaria para dicho proceso. A criterio de los feriantes la feria ha sido rezagada, por la carencia de instalaciones y equipamiento lo que no garantiza las condiciones que permitan mantener el bienestar, higiene y desinfección apropiada de sistemas de desagüe-estercoleros, provocando que los residuos animales (sólidos y líquidos) no reciban un

tratamiento adecuado y se conviertan en medios de contagio directo para los animales que se comercializan, el no disponer de un corral de aislamiento para casos clínicos también es preocupante por la propagación de enfermedades. Teniendo en cuenta que un punto clave de la seguridad alimentaria es garantizar el acceso y la inocuidad de los alimentos, las Buenas Prácticas Pecuarias (BPP) contribuyen sustancialmente a la oferta de semovientes sanos para todos los consumidores. La falta de difusión y promoción por parte de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROALIDAD) como autoridad Nacional Sanitaria, ha generado que los feriantes no tengan conocimiento sobre los lineamientos sobre las que estas se fundamentan. Los animales que son llevados a la feria de comercialización, generalmente son expuestos por primera vez a estímulos estresantes como son carga, transporte, descarga, espera en corrales, movimientos, ruidos excesivos y otros, por ello, toda actividad de manejo debe propender a garantizar su bienestar**.**

Trolliet (2001) expresa que para un correcto manejo sanitario se debe proporcionar al animal condiciones ideales de salud para que éste pueda desarrollar su máxima productividad, en función de su aptitud, movilidad y manejo al que son expuestos. En este sentido en lo que respecta a la movilización de animales, los feriantes la realizan sin considerar los requerimientos necesarios, como es, la falta de barandas, techos, así mismo el tiempo de viaje, ocasionado estrés, asfixia, insolación y deshidratación. El no precautelar el bienestar genera que recurrentemente los animales sufran hematomas, lesiones y daños en la calidad de pieles y cueros, lo que provoca un deterioro del animal y pérdida económica.

El transporte de animales genera mermas en el peso del ganado lo que implica pérdidas económicas, misma que dependerán en su magnitud, de los tiempos y distancias recorridas, además de las condiciones climáticas, caminos vecinales y las carreteras. Es indiscutible que el manejo inadecuado durante el transporte del ganado de los centros de acopio y las zonas de comercialización impactan directamente los costos de producción y la rentabilidad del negocio (Ponce, 2012).

El ineficiente control en la movilidad y en el sistema de trazabilidad agudiza el problema del estatus sanitario de la feria. La trazabilidad se presenta como una necesidad comercial y una gran oportunidad para implementar sistemas capaces de identificar e integrar toda la información de la procedencia de los semovientes a comercializar. Con la implantación del sistema de trazabilidad se consigue una mayor seguridad alimentaria, una mayor garantía de sanidad animal, y una mayor eficacia a la hora de poder detener rápidamente cualquier crisis alimentaria o sanitaria. La guía de movilización es el único documento obligatorio, que para juicio de los feriantes no les garantiza si los animales ingresados son idóneos para la venta, esto se debe a que los documentos expedidos por el organismo regulador, únicamente constan datos generales como número de animales a ser transportados, nombre del propietario, lugar de origen -destino, fecha y hora de salida, sumado a esto la identificación con métodos rústicos como marca fría, areteo y el tatuaje que son métodos muy sensibles a adulteración genera que no se logren canalizar acciones que contribuyan al control sanitario y movilidad animal para precautelar la salud pública, la soberanía y seguridad alimentaria. Razón que genera un desequilibrio comercial por el ingreso de semovientes de la frontera ya que la producción local no cubre la demanda por seguir manteniendo sistemas de producción pecuaria familiar con poca inversión en tierras.

7.2. Grado de participación de los comerciantes pecuarios en el proceso de comercialización interna.

La búsqueda de beneficios económicos es la motivación principal para que los productores y demás agentes de la comercialización, interactúen y se coordinen en actividades que conducen al mismo objetivo: satisfacer las necesidades del consumidor y generar una ganancia económica (Vargas, 2014). El alto grado de intermediación que existe en la comercialización de semovientes, se traduce en un ingreso menor para el primer agente de comercialización (productor). Esta intermediación genera desequilibrio en el proceso comercial por incremento en el precio final que paga el consumidor y por la baja rentabilidad del productor, es un mal necesario por no disponer de los medios necesarios para llevar su producción a venta en feria. La Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria (2010) fomenta el apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentiva la eficiencia y racionalización de los canales de comercialización. Es por ello que la participación del productor siendo el primer agente de comercilización, encargado de la producción debe precautelar su intervención en feria, pero estos son rezagados con grados de participación bajos en cuanto a la oferta y ganancia en precio, por tener sistemas de producción pecuaria con utilización de mano de obra familiar y nada tecnificados, generando que no tengan la capacidad de producir volúmenes considerables de animales para ofertar en feria y ser competitivos ante la presencia de los agentes intermediarios. La no disponibilidad de oferta y la poca ganancia repercute a que no puedan invertir en sus sistemas de producción para aumentar sus volúmenes de producción. Los agentes intermediarios en cuanto a participación por la disponibilidad de lotes de semovientes ya sea comprados en feria o directamente en

Unidades de produccion (UPA) genera mayor rentabilidad no solo por el volumen de producción de la que disponen si no tambien por el corto tiempo que tienen los semovientes ya que estos rotan constantemente para generar mayor rentabilidad.

Al establecerse un tiempo largo en lo que respecta a producción y tiempo de comercialización los productores deberian tener un rango de ganancia superior al agente intermediario pero no es así, este tiene una ganancia superior. Esto no es consecuente con el tiempo que ocupan los productores en la crianza.

7.3. Mecanismos adoptados por los comerciantes pecuarios para determinar el precio de los semovientes.

La fijación del precio es el elemento fundamental de la comercialización. La Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria (2012) establece que para la compra-venta de un animal vivo destinado a la alimentación humana esto se lo debe hacer en base a su peso; el mismo que se calculará en Kilogramos (Kg) o en libras (lb), en la feria de comercialización por la falta de herramientas para pesaje y conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a la aplicación de otras técnicas. Se opta por mecanismos que no necesiten de tecnicismos para su aplicación como es el de simple inspección, en el cual con una valoración in vivo del animal que se da con una observación a ciertos sectores del animal como son la anchura de los muslos, profundidad del tórax, desarrollo del dorso permiten determinar el valor monetario del animal; este utilizado principalmente cuando se negocia los semovientes individualmente, además de ver la contextura del animal, también es indispensable conocer su edad por cuestiones de rendimiento productivo, calidad de carne y en el caso de bovinos para el rendimiento de leche.

Cuando se negocia lotes de semovientes el mecanismo de deducción y comparación es el más utilizado en feria por lo que se busca un modelo ideal del lote de animales para según esto determinar un precio equitativo para todo el lote. El rendimiento de carne también es aplicado por los comerciantes por considerar una visualización de la compacidad del animal y la raza este mecanismo es utilizado principalmente cuando se tasa un semoviente para carne, pero con un margen muy alto de pérdida por el porcentaje de mermas que consideren los comerciantes por el semoviente en pie.

Mecanismos que requieren conocimientos técnicos y aplicación de fórmulas matemáticas no son adoptados recurrentemente, como los basados en márgenes de comercialización y medidas corporales. La Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria (2010) expresa que para la regulación de precios en los que participen pequeños y medianos productores y los consumidores de manera paralela, y para evitar y sancionar la competencia desleal, las prácticas monopólicas, oligopólicas y especulativas establecerán mecanismos para precautelar la ganancia de los comerciantes, pero a decir de estos en la feria no se establece una tabla de precios mínimos de libra en pie por lo que el mecanismo de razón de indexación fomentado por El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca no tiene aplicación.

7.4. Evaluación de la dinámica comercial de la feria pecuaria

El sector agropecuario ecuatoriano ofrece enormes posibilidades para la población y para la economía en su conjunto. Sin embargo, es también un área de gran vulnerabilidad productiva, social y ecológica; por eso la relevancia y preocupación

primordial que genera su análisis y atención prioritaria dentro de las políticas públicas (Vargas 2014).

La dinámica de la feria pecuaria del sector el plateado visualiza nudos críticos en cuanto al desconocimiento de los comerciantes sobre las leyes y reglamentos que regulan la actividad productiva del sector agropecuario. Esto actúa en dos vías, una que permite la infracción de la ley y otro que priva a los ganaderos de la oportunidad de aprovechar las distintas políticas orientadas a fomentar y apoyar el sector. Es por ello que los comerciantes en especial los locales siguen manteniendo producciones con manos de obra familiar que no los hace competitivos en volumen ni en precio. La baja rentabilidad que obtienen en la comercialización los productores locales ha repercutido que el negocio de la ganadería este siendo abandonado. La entrada de comerciantes de otras localidades perjudica al comerciante local ya que estos pueden ofrecer el semoviente a un precio mucho menor por la distribución de sus costos y el volumen de semovientes que crían.

Las pérdidas económicas por no precautelar el bienestar de sus semovientes por desconocimiento y por no tener los equipos para su manejo también condiciona al comerciante a adaptarse al precio que el consumidor oferte si el semoviente a sufridos daños o lesiones. Los mecanismos optados para la fijación del precio al solo estar fundamentados en el exterior del animal no son óptimos para precautelar la ganancia justa para el comerciante. El factor trasporte repercute directamente al momento de ofrecer el semoviente, ya que puede tener efectos muy graves y dañinos para el bienestar del ganado, y repercutir en una pérdida significativa de calidad y producción.

8. CONCLUSIONES

- La vetustez de las instalaciones, la obsolescencia del sistema de trazabilidad, la no aplicabilidad de buenas prácticas pecuarias en la transportación y manejo de semovientes; y los sistemas de producción no tecnificados, afectan la comercialización, seguridad alimentaria de los consumidores, bienestar y sanidad animal y en los ingresos a los productores e intermediarios.

- La poca ganancia en la etapa de negociación del proceso de comercialización por parte del agente productor, con alta inversión para producción y con frecuencia de comercialización escasa determinó que este tenga un grado de participación bajo. Contradictorio a la utilidad lograda por el agente intermediario que tiene mayor representatividad por la disponibilidad frecuente de lotes de semovientes con ganancias considerables por la producción de semovientes que comercializan.

- La falta de herramientas adecuadas y el desconocimiento de técnicas de pesaje modernas, obligan a realizar un comercio empírico basado en la utilización de mecanismos de visualización externa del animal como la simple inspección, deducción - comparación y rendimiento de carne que no permiten determinar un valor monetario del semoviente confiable, que da como resultado ganancias mínimas con poca rentabilidad para los feriantes.

.

9. RECOMENDACIONES

- Es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja adecúe las instalaciones de la feria de comercialización del sector "El Plateado", dotándola de herramientas necesarias para mejorar la comercialización, seguridad alimentaria, sanidad y bienestar animal. Además, AGROCALIDAD debe implementar prácticas de manejo conforme con parámetros de bienestar animal y generar procesos de auditoria sanitaria cuyos resultados determinen la aplicabilidad de las Buenas Prácticas Pecuarias (BPP) desde el inicio de la producción de semovientes hasta la entrega del producto final al consumidor.
- Se recomienda que el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca como entidad rectora, impulse un modelo de producción basado en la asociatividad económica que permita a los pequeños productores locales tener mayor poder de negociación de semovientes a un precio rentable para evitar prácticas monopólicas.
- Se recomienda que AGROCALIDAD erradique la comercialización con métodos empíricos mediante la aplicación de un reglamento de estandarización de precios, y de porcentaje de mermas en el pesaje del animal en pie, que permita generar un beneficio justo para los participantes del entorno económico.

10. BIBLIOGRAFÍA

Instituto Nicaraguense de Tecnología Agropecuaria. (2010). Manejo sanitaria eficiente del ganado bovino: principales enfermedades. Recuperado el Viernes de Noviembre de 2016, de Manejo sanitaria eficiente del ganado bovino: principales enfermedades: http://www.fao.org/docrep/019/as497s/as497s.pdf

Acosta, A. (2013). Programa Nacional Sanitario Porcino. Obtenido de Programa Nacional Sanitario Porcino: http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/1.1%20Objetivos%20y%20metas%202013.pdf

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD). (2010). Encuesta Nacional Sanitaria de Granjas de Ganado Porcino. Obtenido de Encuesta Nacional Sanitaria de Granjas de Ganado Porcino: http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/7%20Informe%20Encuesta%20Nacional%20Sanitaria%20de%20Granjas%20de%20Ganado%20Porcino%202012.pdf

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD). (2010). Resolución N° 111. Obtenido de Resolución N° 111: http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/RESOLUCION_111_Guia-de-BP-PECUARIA1.pdf

Aguinsaca, R. X. (2014). Dinámica productiva agrícola: La estructura y funcionamiento de los sistemas de producción de los agricultores de las parroquias del noroccidente del cantón Loja. Obtenido de Dinámica productiva agrícola: La estructura y funcionamiento de los sistemas de producción de los agricultores de las parroquias del noroccidente del cantón Loja.: http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/1364/1/T-SENESCYT-00512.pdf

Asamblea Nacional Constituyente . (2008). Constitución de la Republica del Ecuador. Montecristi.

ASOGAN. (2016). Precios referenciales de ganado por Libra en pie. Obtenido de Precios referenciales de ganado por Libra en pie: http://asogansd.com/bascula/

Barbagallo, J. C. (4 de Julio de 2005). C O M E R C I A L I Z A C I O N I. Obtenido de http://celce.galeon.com/apuntespdf/comerc1.pdf

Bavera. (2008). Regiones del exterior . Obtenido de Regiones del exterior : http://www.produccion-animal.com.ar/informacion_tecnica/exterior/01-regiones_del_exterior_del_bovino.pdf

Bazurto, D. (2014). Incidencia productiva y socioeconómica en productores de ganado bovino doble propósito en cuatro cantones del litoral, como consecuencia del grado de empoderamiento de tecnologías promovidas por el INIAP. Obtenido

de Incidencia productiva y socioeconómica en productores de ganado bovino doble propósito en cuatro cantones del litoral, como consecuencia del grado de empoderamiento de tecnologías promovidas por el INIAP: http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/3498/1/Tesis%20Incidencia%20productiva%20y%20sociecon%C3%B3mica%20en%20productores%20de%20ganado%20bovino.pdf

Castro, R. (2004). Valoración de los bovinos, sus canales y sus cortes. Obtenido de Valoración de los bovinos, sus canales y sus cortes.: http://www.inia.org.uy/prado/2004/valoracion_carnica.html

Centro para la Promoción, I. y. (2000). Manual de entrenamiento en ganado porcino. Obtenido de Manual de entrenamiento en ganado porcino: http://www.agronicaragua.org/Textos_Completos/CIPRES/otras%20pub/0004/manual%20ganado%20porcinolimpcompressed.pdf

Chávez, D. (2008). Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación jurídica social. Obtenido de Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación jurídica social: http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/articulos/a_20080521_56.pdf

CIAP. (2013). Costos y márgenes en la empresa agropecuaria . Obtenido de Costos y márgenes en la empresa agropecuaria: http://www.ciap.org.ar/ciap/Sitio/Archivos/Costos,%20I...pdf

Egaña, C. S. (Diciembre de 1958). Contratación por el peso a la canal del ganado de abasto. Recuperado el Diciembre de 2016, de Contratación por el peso a la canal del ganado de abasto: http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/hojas/hd_1958_24.pdf

FAO. (2014). Consumo de carne percápita . Obtenido de Consumo de Carne: http://www.fao.org/ag/againfo/themes/es/meat/background.html

Garcés, P. (2015). Mercadeo Agropecuario . Obtenido de Mercadeo Agropecuario : https://es.scribd.com/document/346845268/Mercadeo-agropecuario-pdf

Garriz, C., & Gallinger , M. (2016). Prueba de valoración integral de calidad en el ganado bovino. Obtenido de Prueba de valoración integral de calidad en el ganado bovino: http://www.produccion-animal.com.ar/informacion_tecnica/carne_y_subproductos/46-del_campo_al_gancho.pdf

Gelderen, C. v. (2001). Trazabilidad. Recuperado el Martes de Noviembre de 2016, de Trazabilidad: http://www.produccion-animal.com.ar/produccion_organica_y_trazabilidad/18-trazabilidad.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja. (2016). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Recuperado el Jueves de Diciembre de 2016, de Plan de desarrollo y ordenamiento territorial:

http://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/2016/plan_desarrollo_territorial.pdf

Graterol, R. (2011). Métodos de investigación. Obtenido de Métodos de investigación: https://jofillop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2009). Manual de Buenas Practicas en Explotaciones Ganaderas de Carne Bovina. Obtenido de Manual de Buenas Practicas en Explotaciones Ganaderas de Carne Bovina: https://books.google.com.ec/books?id=xO9Gl4dEA4gC&pg=PA222&lpg=PA222&dq=La+trazabilidad+o+rastreabilidad,+como+componente+fundamental+de+los+mecanismos+de+garant%C3%ADa+sanitaria,+es+la+capacidad+de+mantener+identificados+los+animales+o+sus+productos,+a+l

Limousine. (2014). Las cualidades de la raza. Obtenido de Las cualidades de la raza: http://www.limousine.org/UserFiles/file/mediatheque/44/fiche1_qualites-espagnol_A4.pdf

Lopera Echavarría, J., Ramírez Gómez, C., Zuluaga Aristizábal, M., & Ortiz Vanegas, J. (2010). El método analítico como método natural. Obtenido de El método analítico como método natural: https://webs.ucm.es/info/nomadas/25/juandiegolopera.pdf

López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. Obtenido de Población muestra y muestreo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Meixuerio, J. (2008). Metodología general para la evaluación de proyectos. Obtenido de Metodología general para la evaluación de proyectos: http://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/documentos/metodologia_general.pdf

Mendoza, G. (1990). Metodologia para el estudio de margenes y canales de comercialización. Obtenido de Metodologia para el estudio de margenes y canales de comercialización: https://books.google.com.ec/books?id=Lde_g13wxkEC&pg=PA15&lpg=PA15&dq=metodologias+para+cadenas+de+comercializacion&source=bl&ots=CRJ4An16lt&sig=SK3v1PTToeGInLWNxO3gaRL8Ibw&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjm6_iQ-KfUAhVDNiYKHVxTCE44ChDoAQgfMAA#v=onepage&q=metodologi

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca . (2010). Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria. Obtenido de Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria: http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/pacha/wp-content/uploads/2011/04/LORSA.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). (2012). Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria. Obtenido de Ley Orgánica de Sanidad animal y vegetal e Inocuidad alimentaria: http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/Propuesta-de-ley-terminada-Sanidad.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca (MAGAP). (2014). Acuerdo Ministerial N° 16. Obtenido de Acuerdo Ministerial N° 16: http://balcon.magap.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2014/2014_016.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). (2016). Reglamento Zoosanitario para el funcionamiento de centros de concentración de animales de producción. Obtenido de Reglamento Zoosanitario para el funcionamiento de centros de concentración de animales de producción: http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/pdf/sanidad-animal/02-control-zoosanitario/RESOLUCI%C3%93N%20125.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). (2017). Ley Orgánica de Sanidad Agropecuaria. Obtenido de Ley Orgánica de Sanidad Agropecuaria: http://servicios.agricultura.gob.ec/transparencia/2017/Noviembre2017/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Sanidad%20Agropecuaria.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca. (2011). Acuerdo Ministerial 41. Obtenido de Acuerdo Ministerial 41: http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu120083.pdf

Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados,. (2010). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Quito. Obtenido de http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERRITORIAL.pdf

Newman, G. D. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Obtenido de El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales: http://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf

Obregón, J. R. (2015). El Método Estadístico. Obtenido de El Método Estadístico: http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-content/uploads/2015/11/03REYNAGA1.pdf

OIE. (2013). Código Sanitario para los Animales Terrestres. Obtenido de Código Sanitario para los Animales Terrestres: http://www.oie.int/fileadmin/Home/esp/Health_standards/tahc/current/chapitre_aw_introduction.pdf

OIT. (2010). Ficha País. Obtenido de Ficha País: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-lima/documents/presentation/wcms_189840.pdf

Organización Boliviana . (2012). Métodos de marcado de ganado. Obtenido de Métodos de marcado de ganado: http://www.bvsde.org.ni/Web_textos/INIFOM/INIFOM0002/cap02.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2010). Foro Regional "Políticas de Seguridad e Inocuidad y Calidad Alimentaria". Obtenido de Foro Regional "Políticas de Seguridad e Inocuidad y Calidad Alimentaria": http://www.cvpconosur.org/wp-content/uploads/2010/08/seguridad-alimentaria-2010.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2011). Buenas Prácticas Pecuarias (BPP) para la producción y comercialización porcina familiar. Obtenido de Buenas Prácticas Pecuarias (BPP) para la producción y comercialización porcina familiar: http://www.fao.org/3/a-i2094s.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2015). Efectos del estrés y las lesiones al transportar animales. Obtenido de Efectos del estrés y las lesiones al transportar animales: http://www.fao.org/docrep/005/x6909S/x6909s04.html

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2015). Perspectivas de producción . Obtenido de Perspectivas de producción : http://www.fao.org/americas/perspectivas/produccion-pecuaria/es/

Paz, D. C. (2008). Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación jurídica social. Obtenido de Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación jurídica social: http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/articulos/a_20080521_56.pdf

Ponce, D. H. (Noviembre de 2012). Producción y comercialización de ganado y carne de bovino en el estado de Veracruz. Obtenido de Producción y comercialización de ganado y carne de bovino en el estado de Veracruz: http://www.nuttropic.com/publicaciones/produccion_y_comercializacion_de_la_carne_veracruz_vf.pdf

Ponti, D. (2011). Canales de comercialización de carne vacuna en mercado interno . Obtenido de Canales de comercialización de carne vacuna en mercado interno : http://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/bovinos/mercados/_archivos//000000=Canales%20de%20comercializacion%20de%20carne%20bovina/000005-Canales%20de%20comercializacion%20de%20carne%20bovina.pdf

SEMEX. (2003). Manual para la cría efectiva de novillas . Obtenido de Manual para la cría efectiva de novillas : http://www.semex.com/downloads/di/es/content_file_244_0.pdf

SENASA. (2014). Guia de buenas practicas ganaderas. Obtenido de Guia de buenas practicas ganaderas: https://www.senasa.gob.pe/senasa/wp-content/uploads/2014/12/GUIA-DE-BUENAS-PRACTICAS-GANADERAS1.pdf

SIMAS, S. d. (2008). Ferias y mercados campesinos. Obtenido de Ferias y mercados campesinos: http://www.simas.org.ni/media/Ferias%20y%20%20Mercados.pdf

Sistema de Información de Precios y abastecimiento del Sector Agropecuario . (2013). Caracterización de las ferias ganaderas en el país. Obtenido de Caracterización de las ferias ganaderas en el país: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/insumos_factores_de_produccion_mayo_2013.pdf

Thompson, J. (2014). Evaluación de Proyectos. Obtenido de Evaluación de Proyectos: https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html

Tudupial, A. (2012). Investigación sobre el cerdo criollo. Obtenido de Investigación sobre el cerdo criollo: file:///C:/Users/HP/Downloads/CERDO-CRIOLLO%20(1).pdf

Turton. (1974). Lista Mundial de Vigilancia para la Diversidad de los Animales Domesticos. Recuperado el Viernes de Noviembre de 2016, de Lista Mundial de Vigilancia para la Diversidad de los Animales Domesticos: http://www.fao.org/docrep/V8300S/v8300s0c.htm

UCO. (2010). Identificación animal. Obtenido de Identificación animal: http://www.uco.es/organiza/departamentos/prod-animal/economia/aula/img/pictorex/30_07_08_Tema4.pdf

Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG). (2016). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC. Obtenido de Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2016/Informe%20ejecutivo%20ESPAC_2016.pdf

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo . (2012). Métodos Generales. Obtenido de Métodos Generales: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/metodos_generales.pdf

UNNE. (2014). Introducción a la Producción Animal. Obtenido de Introducción a la Producción Animal: https://ipafcv.files.wordpress.com/2014/04/8-cronometria-dentaria-de-bovino-ovinos-caprinos-y-porcinos1.pdf

Uruguay, I. P. (2000). Trazabilidad en Bovinos y su Impacto en Uruguay. Recuperado el Jueves de Diciembre de 2016, de Trazabilidad en Bovinos y su Impacto en Uruguay: https://books.google.com.ec/books?id=zIMgAQAAIAAJ&pg=RA1-PR4&lpg=RA1-PR4&dq=factores+economicos+importantes+de+la+trazabilidad&source=bl&ots=uZCvBqdcMi&sig=Bp9uDTV6X1AFHfZgV8Qw9-XmF10&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiN2evNmcjUAhVBeCYKHZKICQUQ6AEIMDAC#v=onepage&

Vargas, J. C. (2014). Canales y márgenes de comercialización . Obtenido de Canales y márgenes de comercialización : http://www.bdigital.unal.edu.co/45126/1/2577419.2014.pdf

11. ANEXOS

Anexo 1 Datos estadísticos según región y provincia.

Número total de especies de ganado según región y provincia.

ENCUESTA DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA CONTINUA 2016
TABLA 10. NÚMERO DE CABEZAS DE GANADO POR ESPECIES, SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

REGIÓN Y PROVINCIA	NÚMERO TOTAL DE CABEZAS (Machos y Hembras)						
	Vacuno	Porcino	Ovino	Asnal	Caballar	Mular	Caprino
TOTAL NACIONAL	**4.127.311**	**1.141.244**	**478.486**	**49.960**	**219.134**	**79.287**	**36.379**
REGIÓN SIERRA	2.042.144	634.367	464.873	34.161	103.511	20.283	20.135
REGIÓN COSTA	1.731.772	456.447	11.222	15.339	92.211	55.221	15.626
REGIÓN ORIENTAL	351.228	44.619	2.078	461	23.284	3.751	618
ZONAS NO DELIMITADAS	2.167	5.811	312	.	129	32	.
REGIÓN SIERRA							
AZUAY	335.123	52.368	79.075	561	24.314	1.817	2.796
BOLÍVAR	167.922	40.415	22.908	1.845	9.505	4.928	80
CAÑAR	170.816	20.948	30.126	528	6.365	926	436
CARCHI	96.539	35.609	1.009	687	6.272	260	626
COTOPAXI	221.960	83.343	91.181	6.112	7.955	1.552	538
CHIMBORAZO	228.500	58.609	146.097	11.032	8.546	2.098	2.095
IMBABURA	97.299	22.670	7.364	978	7.558	492	324
LOJA	185.109	35.497	13.640	7.828	8.481	4.131	8.124
PICHINCHA	273.085	145.671	37.703	973	18.665	977	4.659
TUNGURAHUA	126.754	32.220	35.660	2.781	2.892	327	450
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	139.036	107.018	111	836	2.959	2.774	7

REGIÓN COSTA							
EL ORO	164.173	57.668	3.181	1.209	5.933	2.064	11.050
ESMERALDAS	285.941	47.887	935	1.357	19.824	13.032	431
GUAYAS	282.841	124.051	5.712	1.837	23.512	3.069	178
LOS RÍOS	114.149	77.107	896	626	9.491	2.196	255
MANABÍ	879.592	143.398	210	10.281	32.426	34.479	1.915
SANTA ELENA	5.077	6.336	288	31	1.025	381	1.798
REGIÓN ORIENTAL							
MORONA SANTIAGO	148.047	10.199	157	97	10.910	775	20
NAPO	21.978	2.486	125	37	764	257	.
ORELLANA	31.306	5.900	19	.	1.068	103	2
PASTAZA	13.866	1.034	.	25	2.313	84	.
SUCUMBÍOS	69.184	20.673	1.100	151	5.837	1.497	596
ZAMORA CHINCHIPE	66.847	4.328	677	150	2.391	1.033	.
ZONAS NO DELIMITADAS	2.167	5.811	312	.	129	32	.

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)

Número de cabezas de ganado bovino vendidas, según región y provincia.

ENCUESTA DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA CONTINUA 2016

TABLA 55. NÚMERO DE CABEZAS DE GANADO VACUNO VENDIDAS, SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

REGIÓN Y PROVINCIA	TOTAL	NÚMERO DE CABEZAS VENDIDAS							
		Subtotal	MACHOS			Subtotal	HEMBRAS		
			De menos de 1 año de edad (Terneros)	De 1 año a menos de 2 años de edad (Toretes)	De 2 o más años de edad (Toros)		De menos de 1 año de edad (Terneras)	De 1 año a menos de 2 años de edad (Vaconas)	De 2 o más años de edad (Vacas)
TOTAL NACIONAL	**519.916**	**303.756**	**85.641**	**141.737**	**76.378**	**216.160**	**18.076**	**49.636**	**148.448**
REGIÓN SIERRA	242.020	150.633	66.202	43.886	40.545	91.387	10.430	20.342	60.615
REGIÓN COSTA	227.302	123.364	15.613	85.145	22.607	103.938	6.398	24.655	72.885
REGIÓN ORIENTAL	50.359	29.570	3.816	12.668	13.086	20.789	1.237	4.611	14.942
ZONAS NO DELIMITADAS	234	189	11	38	140	45	11	28	6
REGIÓN SIERRA									
AZUAY	21.496	12.364	3.520	4.638	4.206	9.133	808	1.909	6.416
BOLÍVAR	19.986	11.440	727	8.017	2.695	8.546	486	2.142	5.918
CAÑAR	14.027	6.566	2.481	1.893	2.192	7.461	1.016	1.822	4.623
CARCHI	23.780	13.233	8.660	1.386	3.187	10.546	567	1.233	8.746
COTOPAXI	26.726	19.774	8.978	4.504	6.293	6.952	1.406	1.171	4.375
CHIMBORAZO	17.788	11.123	5.548	2.213	3.362	6.664	758	1.627	4.279
IMBABURA	15.366	11.546	5.970	1.943	3.633	3.820	183	925	2.713
LOJA	18.439	10.731	1.472	5.679	3.581	7.708	808	2.045	4.855
PICHINCHA	40.823	26.739	17.820	3.918	5.001	14.084	1.295	3.699	9.090
TUNGURAHUA	17.720	11.820	6.439	2.612	2.768	5.900	1.467	886	3.547
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	25.870	15.297	4.587	7.083	3.627	10.573	1.636	2.883	6.053

REGIÓN COSTA									
EL ORO	21.948	11.703	916	4.877	5.910	10.246	529	1.421	8.296
ESMERALDAS	50.819	34.385	2.590	23.433	8.362	16.435	1.015	2.273	13.147
GUAYAS	36.979	17.130	2.562	12.161	2.406	19.849	1.612	3.533	14.704
LOS RÍOS	13.973	6.638	642	4.764	1.232	7.336	186	1.681	5.468
MANABÍ	103.170	53.340	8.887	39.796	4.657	49.829	3.052	15.734	31.043
SANTA ELENA	412	169	16	114	39	243	4	13	227
REGIÓN ORIENTAL									
MORONA SANTIAGO	20.775	11.050	962	4.292	5.795	9.725	647	2.766	6.312
NAPO	2.996	1.328	289	343	696	1.669	.	240	1.429
ORELLANA	5.695	4.757	238	1.913	2.606	938	98	104	736
PASTAZA	2.050	1.432	262	845	326	617	44	186	387
SUCUMBÍOS	13.220	8.044	1.907	4.430	1.706	5.177	448	939	3.790
ZAMORA CHINCHIPE	5.623	2.959	158	844	1.957	2.663	.	375	2.289
ZONAS NO DELIMITADAS	234	189	11	38	140	45	11	28	6

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)

Número de cabezas de ganado porcino y ventas, según región y provincia.

ENCUESTA DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA CONTINUA 2016
TABLA 56. NÚMERO DE CABEZAS DE GANADO PORCINO Y VENTAS , SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

REGIÓN Y PROVINCIA	GANADO PORCINO					
	TOTAL	EXISTENCIA (Machos y hembras)		TOTAL	VENTAS (Machos y hembras)	
		Menores de 2 meses de edad	Mayores de 2 meses de edad		Menores de 2 meses de edad	Mayores de 2 meses de edad
TOTAL NACIONAL	**1.141.244**	**336.616**	**804.627**	**582.092**	**190.151**	**391.941**
REGIÓN SIERRA	634.367	210.144	424.223	444.655	170.643	274.012
REGIÓN COSTA	456.447	112.855	343.592	123.555	15.347	108.208
REGIÓN ORIENTAL	44.619	11.612	33.007	12.155	4.155	7.999
ZONAS NO DELIMITADAS	5.811	2.005	3.806	1.727	5	1.722
REGIÓN SIERRA						
AZUAY	52.368	13.307	39.061	6.678	2.524	4.154
BOLÍVAR	40.415	7.073	33.343	5.154	936	4.218
CAÑAR	20.948	4.391	16.557	5.642	1.000	4.642
CARCHI	35.609	10.326	25.283	11.799	783	11.016
COTOPAXI	83.343	19.145	64.198	10.866	2.611	8.255
CHIMBORAZO	58.609	12.840	45.769	6.006	1.202	4.804
IMBABURA	22.670	6.940	15.729	5.478	1.418	4.060
LOJA	35.497	7.959	27.538	8.244	2.996	5.248
PICHINCHA	145.671	84.601	61.069	305.529	152.673	152.855
TUNGURAHUA	32.220	6.495	25.725	4.840	1.554	3.286
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	107.018	37.068	69.950	74.420	2.947	71.473

REGIÓN COSTA						
EL ORO	57.668	17.316	40.353	15.951	1.695	14.256
ESMERALDAS	47.887	12.661	35.225	11.096	1.331	9.765
GUAYAS	124.051	34.613	89.437	41.373	575	40.798
LOS RÍOS	77.107	11.328	65.780	17.899	3.119	14.780
MANABÍ	143.398	35.900	107.498	35.715	8.445	27.270
SANTA ELENA	6.336	1.036	5.299	1.522	183	1.339
REGIÓN ORIENTAL						
MORONA SANTIAGO	10.199	2.499	7.700	1.859	145	1.714
NAPO	2.486	580	1.906	2.528	2.360	168
ORELLANA	5.900	1.540	4.360	813	300	513
PASTAZA	1.034	192	842	308	51	257
SUCUMBÍOS	20.673	5.794	14.879	3.304	1.232	2.072
ZAMORA CHINCHIPE	4.328	1.009	3.319	3.342	67	3.275
ZONAS NO DELIMITADAS	5.811	2.005	3.806	1.727	5	1.722

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)

Número de cabezas de ganado ovino y ventas, según región y provincia.

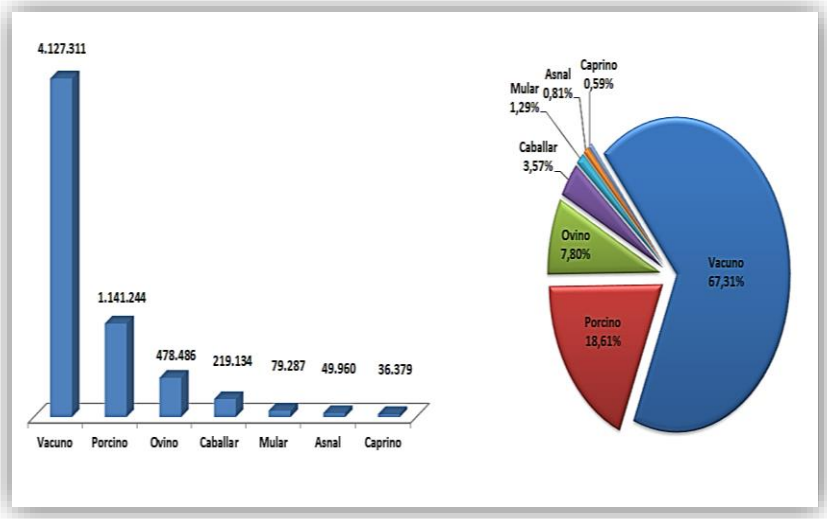
ENCUESTA DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA CONTINUA 2016
TABLA 57. NÚMERO DE CABEZAS DE GANADO OVINO Y VENTAS , SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

REGIÓN Y PROVINCIA	GANADO OVINO					
	TOTAL	EXISTENCIA (Machos y hembras)		TOTAL	VENTAS (Machos y hembras)	
		Menores de 6 meses de edad	Mayores de 6 meses de edad		Menores de 6 meses de edad	Mayores de 6 meses de edad
TOTAL NACIONAL	**478.486**	**110.183**	**368.302**	**34.187**	**5.652**	**28.535**
REGIÓN SIERRA	464.873	107.521	357.352	32.978	5.418	27.561
REGIÓN COSTA	11.222	1.918	9.304	1.172	197	974
REGIÓN ORIENTAL	2.078	638	1.440	37	37	.
ZONAS NO DELIMITADAS	312	106	207	.	.	.
REGIÓN SIERRA						
AZUAY	79.075	17.139	61.935	3.881	511	3.370
BOLÍVAR	22.908	3.724	19.184	2.315	30	2.285
CAÑAR	30.126	7.621	22.505	716	157	558
CARCHI	1.009	338	671	18		18
COTOPAXI	91.181	21.347	69.834	8.093	1.799	6.294
CHIMBORAZO	146.097	36.647	109.450	12.911	1.635	11.276
IMBABURA	7.364	1.792	5.571	514	7	507
LOJA	13.640	1.767	11.873	649	325	324
PICHINCHA	37.703	9.350	28.353	646	19	627
TUNGURAHUA	35.660	7.754	27.906	3.212	936	2.276
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	111	42	69	25	.	25

REGIÓN COSTA						
EL ORO	3.181	687	2.494	261	.	261
ESMERALDAS	935	40	895	12	.	12
GUAYAS	5.712	987	4.725	886	197	688
LOS RÍOS	896	69	827	.	.	
MANABÍ	210	36	174	13	.	13
SANTA ELENA	288	99	190	.	.	.
REGIÓN ORIENTAL						
MORONA SANTIAGO	157	81	76	.	.	.
NAPO	125	16	109	.	.	.
ORELLANA	19	3	16	.	.	.
PASTAZA	.	.	.	.	.	.
SUCUMBÍOS	1.100	233	867	37	37	.
ZAMORA CHINCHIPE	677	305	372	.	.	.
ZONAS NO DELIMITADAS	312	106	207	.	.	.

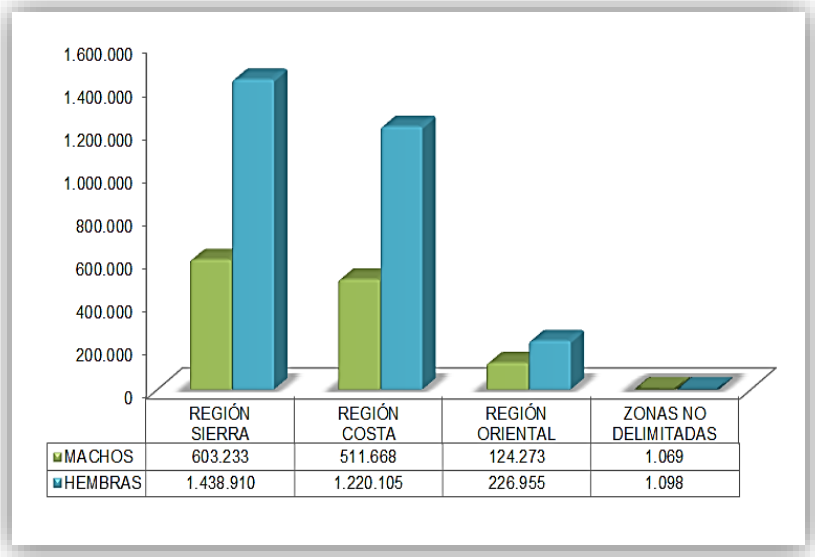
Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)

Anexo 2 Gráficos estadísticos según región y provincia.



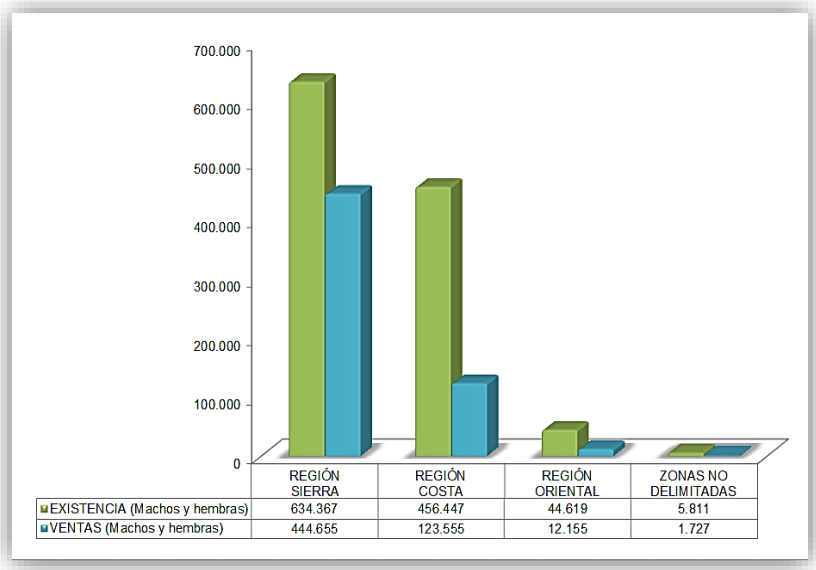
Número de cabezas de ganado según especie.

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)



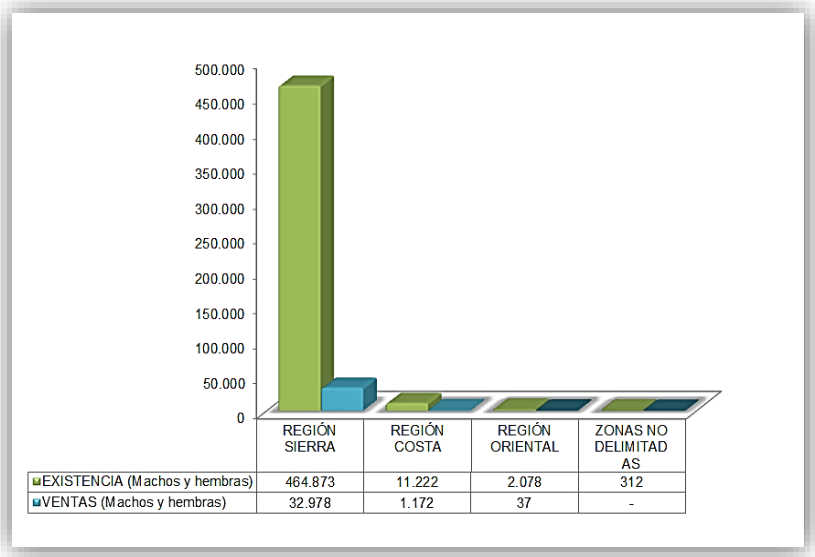
Ganado bovino cantidad por region y sexo

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)



Ganado porcino número de cabezas por existencia y ventas según región

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)



Ganado ovino número de cabezas por existencia y región

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2016
Elaboración: Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG)

Anexo 3 PEA del Cantón Loja, Según Ramas de Actividad

Rama de actividad (Primer nivel)	Sexo			Porcentaje
	Hombre	Mujer	Total	
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	7.783	3.425	11.208	12,2%
Explotación de minas y canteras	337	40	377	0,4%
Industrias manufactureras	4.958	2.136	7.094	7,7%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	259	62	321	0,3%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de deshechos	152	40	192	0,2%
Construcción	8.710	271	8.981	9,8%
Comercio al por mayor y menor	8.029	9.154	17.183	18,7%
Transporte y almacenamiento	4.890	323	5.213	5,7%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1.173	2.313	3.486	3,8%
Información y comunicación	617	509	1.126	1,2%
Actividades financieras y de seguros	491	716	1.207	1,3%
Actividades inmobiliarias	63	55	118	0,1%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.458	735	2.193	2,4%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1.029	554	1.583	1,7%
Administración pública y defensa	4.529	1.872	6.401	7,0%
Enseñanza	3.306	5.491	8.797	9,6%
Actividades de la atención de la salud humana	1.002	2.287	3.289	3,6%
Artes, entretenimiento y recreación	361	153	514	0,6%
Otras actividades de servicios	869	1.157	2.026	2,2%
Actividades de los hogares como empleadores	100	2.595	2.695	2,9%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	43	34	77	0,1%
No declarado	2.125	2.440	4.565	5,0%
Trabajador nuevo	1.645	1.687	3.332	3,6%
Total	53.929	38.049	91.978	100,00%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Anexo 4 PEA del Cantón Loja, Años 1990, 2001 y 2010

Habitantes	1990	2001	2010	2014*
Población	144.493	175.077	214.855	243.321
PEA	48.245	61.701	91.978	107.571
% PEA/población	33%	35%	43%	44%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Anexo 5 PEA y sectores de la economía

PARROQUIAS	Primario	Secundario	Terciario	No declarado	Trabajador nuevo
Loja	5%	8%	78%	4%	4%
Chantaco	81%	1%	10%	8%	0%
Chuquiribamba	70%	2%	14%	14%	0%
El Cisne	53%	3%	31%	11%	1%
Gualel	81%	1%	7%	11%	0%
Jimbilla	64%	2%	25%	7%	1%
Malacatos (Valladolid)	42%	8%	41%	7%	2%
San Lucas	63%	4%	23%	9%	1%
San Pedro De Vilcabamba	49%	3%	44%	4%	1%
Santiago	51%	2%	22%	23%	2%
Taquil (Miguel Riofrio)	49%	8%	33%	8%	2%
Vilcabamba (Victoria)	33%	6%	51%	6%	5%
Yangana (Arsenio Castillo)	52%	3%	37%	5%	2%
Quinara	68%	7%	17%	3%	5%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Anexo 6 Flujos comerciales en el cantón Loja y otras localidades

PARROQUIAS	PRODUCCIÓN	COMERCIALIZACIÓN
Zona 1	PARROQUIAS NORTE	
Santiago	Tomate, zanahoria, fréjol, maíz, arvejas, hortalizas., pera, manzanza. Ganado de carne y leche Cuyes	Loja
San Lucas	Babaco, tomate de árbol, hortalizas, fresa, mora, uvilla Ganado de carne y leche Cuyes	Loja
Jimbilla	Hortalizas, granadilla Ganado de carne y leche Cuyes.	Loja, feria agroecológica
ZONA 2	PARROQUIAS NOR - OCCIDENTALES	
Taquil	Hortalizas, tomate, zanahoria, fréjol, maíz, arvejas, yerbas aromáticas, tomate riñón, cítricos (limón, naranjas) Ganado de carne y leche Cuyes	Loja, ILE Catamayo
El Cisne	Tomate riñón, frutales, cítricos, maíz, piña, maracuyá, caña, hortalizas, zanahoria, col, lechuga, fréjol Ganado de carne y leche Cuyes	Catamayo, Loja
Chantaco	Babaco, tomate de árbol, maíz, hortalizas, frutales, fréjol, brócoli, col, coliflor, lechuga, papa, zanahoria, remolacha, arveja, alfalfa Ganado de carne y leche Cuyes	El Oro (Chantaco dispone de una asociación de transportistas que llevan la producción a la Provincia de El Oro, y a su vez traen productos de allá) Loja
Chuquiribamba	Hortalizas, zanahoria, remolacha, lechuga, acelga, papa, plantas aromáticas y maíz Ganado de carne y leche Cuyes	Está presente una red de intermediarios que llevan la producción a Loja y Zamora Chinchipe.
Gualel	Yerbas aromáticas, yerbas aromáticas, cereales (arbeja, cebada, trigo) Ganado de carne y leche Cuyes	Loja, ILE,
ZONA 3	PARROQUIAS SUR ORIENTALES	
Malacatos	Maíz, caña de azúcar, café, hortalizas, tomate riñón, guineo, pimiento, yuca, cítricos. Ganado de leche	Loja
Quinara	Caña, maíz, café, achira, yuca, fréjol Ganado de leche.	Loja
San Pedro de Vilcabamba	Caña de azúcar, café, miel de abeja, maíz, achira, fréjol, guineo, frutales, hortalizas. Un 80% de la producción es para el autoconsumo y un 20% para comercializar	Loja
Vilcabamba	Caña de azúcar, café, maíz, fréjol, tomate, pimiento, sarandaja, frutales, tabaco.	Loja
Yangana	Maíz, fréjol, café, caña de azúcar, granadilla, tomate de árbol, yuca, frutales.Ganado de leche	Loja
ZONA 4	HOYA DE LOJA	
Salapa Chingullanchi Carigán Zhucos Amable María Zamora Huayco Alto Vilonaco	Hortalizas, maíz, fréjol Producción de leche y derivados. Carnes de bovinos, ovinos, porcinos, aves	Loja
Productos de otras localidades	Pichincha Ambato Riobamba Santo Domingo de los Tsachilas, Zamora El Oro, Guayas Macará Perú	Leche y derivados Papa Plátano, yuca, frutales Banano, insumos agrícolas, frutales Pollo, mariscos, pescados, arroz Arroz Aves, cerdos, pescado, cebolla, ajo

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal deLoja, 2016)
Elaboración: Municipio de Loja

Anexo 7 Razas ganado bovino provincia de Loja

Ganado Bovino	UPAs	Cabezas ganado
Criollo	31.767	264.999
Mestizo sin registro	5.833	94.838
Mestizo con registro	13	478
Pura sangre de carne	102	405
Pura sangre de leche	9	338
Pura sangre doble propósito	27	398
Total	**37.751**	**361.456**

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario *(Instituto Nacional de Estadisticas y Censos (INEC), 2000)*.
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Anexo 8 Razas ganado porcino provincia de Loja

Ganado Porcino	UPAs	Cabezas ganado
Criollo	33.085	124.660
Mestizo	2.475	12.784
Pura Sangre	38	459
Total	**35.598**	**137.903**

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario *(Instituto Nacional de Estadisticas y Censos (INEC), 2000)*.
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Anexo 9 Bovinos según rangos de edad provincia de Loja

Ganado Bovino	Unidades bovinas
De menos de 1 año de edad (Terneros)	1.472
De 1 año a menos de 2 años de edad (Toretes)	5.679
De 2 o más años de edad (Toros)	3.581
De menos de 1 año de edad (Terneras)	808
De 1 año a menos de 2 años de edad (Vaconas)	2.045
De 2 o más años de edad (Vacas)	4.855
Total	**18.440**

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG), 2016)
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Anexo 10 Ventas de ganado porcino a nivel de la Región Sierra considerando edades

Región y provincia	Ventas(machos y hembras)	
	Menores de 2 meses de edad	Mayores de 2 meses de edad
Azuay	2.524	4.154
Bolívar	936	4.218
Cañar	1.000	4.642
Carchi	783	11.016
Cotopaxi	2.611	8.255
Chimborazo	1.202	4.804
Imbabura	1.418	4.060
Loja	2.996	5.248
Pichincha	152.673	152.855
Tungurahua	1.554	3.286
Santo domingo de los Tsáchilas	2.947	71.473
Total	**170.644**	**274.012**

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC (Unidad de Estadísticas Agropecuarias (ESAG), 2016).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos

Anexo 11 Escalas para determinar grados de participación de los agentes comerciales

Variable oferta.

Grados Participación	Tiempo comercialización	Frecuencia comercialización	Producción destinada a comercialización
Alto	Corto	Recurrente	Alto
Bajo	Largo	Escasa	Bajo

Fuente. Autoría Investigador (Andrea Tatiana Cevallos Cevallos)
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Variable precio.

Grados Participación	Inversión	Ganancia
Alto	Baja	Alta
Bajo	Alta	Baja

Fuente. Autoría Investigador (Andrea Tatiana Cevallos Cevallos)
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

.

Anexo 12 Mecanismos para estimación de precios

Criterios / Mecanismos	Raza	Apariencia	Estructura Ósea	Género	Peso	Edad	Lugar procedencia
Valoración basada en la razón de indexación	X	X		X	X	X	
Valoración basada en simple inspección		X	X			X	
Valoración basada en comparación y deducción	X	X	X			X	
Valoración basada en rendimiento de carne	X	X	X			X	
Valoración basada en margen de comercialización		X			X	X	
Valoración basada en medidas corporales		X	X	X	X	X	

Fuente: (Limousine, 2014), (Garriz & Gallinger , 2016), (Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca (MAGAP), 2014).
Elaboración: Andrea Tatiana Cevallos.

Anexo 13 Registro AGROCALIDAD 16 eventos feriales

MES	PROVINCIA	2 CANTON	3 PARROQUIA	4 SUPERVISIO N A	3,1 NOMBRE DE LA FERIA	3,2 TIPO	BOVINOS	OTRAS ESPECIES:CE RDOS,CAPRI NOS,OVINOS	3,16 APOYO	NOMBRE DEL SUPERVISOR	CARGO	FECHA SUPERVICIÓN
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	107	76	POLICIAL	DR LENIN CASTILLO	ICOS SANIDAD ANI	03/04/2016
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	5	186	POLICIAL	DR RAFAEL MEEDIN	ICOS SANIDAD ANI	07/04/2016
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	130	33	POLICIAL	DR MILTON SÁNCH	ICOS SANIDAD ANI	10/04/2016
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	SUCRE	COMERCIAL	6	247	POLICIAL	DR MILTON SÁNCH	SANIDAD ANIMAL	14/04/2016
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	260	32	POLICIAL	DR DARWIN PALM	ICOS SANIDAD ANI	17/04/2016
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	7	249	POLICIAL	DRA LUZ GUALÁN,	ICOS SANIDAD ANI	21-04-0216
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	100	61	POLICIAL	DR JAIME VIVANCO	ICOS SANIDAD ANI	24/04/2016
ABRIL	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	3	313	POLICIAL	DRA LEONOR GUILLÉN, DRA MARÍA CH		28/04/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	119	50	POLICIAL	DR RAFAEL MEDINA, ING	ICOS SANIDAD ANI	01/05/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	0	254	POLICIAL	DR MILTON SANCH	ICOS SANIDAD ANI	05/05/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	145	29	POLICIAL	DRA LEONOR GUIL	ICOS SANIDAD ANI	08/05/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	0	350	POLICIAL	DRA LEONOR GUIL	ICOS SANIDAD ANI	12/05/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	127	0	POLICIAL	DR YANDRI REINOS	ICOS SANIDAD ANI	15/05/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	0	267	POLICIAL	DR EDI CHAMBA	ICOS SANIDAD ANI	19/05/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	3	191	POLICIAL	DR MILTON SANCH	ICOS SANIDAD ANI	26/05/2016
MAYO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	112	45	POLICIAL	DR SANTIAGO GALLEGOS, ING CARLOS		29/05/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	4	347	POLICIAL	DR TELMO MOROCHO, DR EDWIN CUENCA	ICOS SANIDAD ANI	02-'06-2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	164	53	POLICIAL	DR TELMO MOROC	ICOS SANIDAD ANI	05/06/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	4	183	POLICIAL	DR MILTON SÁNCH	ICOS SANIDAD ANI	09/06/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	168	43	POLICIAL	DR LEONIDAS MOR	ICOS SANIDAD ANI	12/06/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	8	293	POLICIAL	DR LEONIDAS MOR	ICOS SANIDAD ANI	16/06/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	135	76	POLICIAL	DR RAFAEL MEDIN	ICOS SANIDAD ANI	19/06/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	5	348	POLICIAL	DRA LEONOR GUIL	ICOS SANIDAD ANI	23/06/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL				DR MILTON SANCHEZ, ING PAULINA CL		26/06/2016
JUNIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	0	247	POLICIAL	DR NESTOR MORE	ICOS SANIDAD ANI	30/06/2016
JULIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	120	69				03/07/2016
JULIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	7	385				07/07/2016
JULIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	132	30				10/07/2016
JULIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	0	347				14/07/2016

JULIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	142	59				17/07/2016
JULIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	146	18				24/07/2016
JULIO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	0	276				28/07/2016
AGOSTO	LOJA	LOJA	SUCRE	FERIA	EL PLATEADO	COMERCIAL	180	40				31/07/2016
							2389	5197				

Fuente: AGROCALIDAD

Elaboración: AGROCALIDA

Anexo 14 Ranqueo para determinar grado de afectación de los factores (abastecimiento, transporte, problemas sanitarios, trazabilidad).

Factor abastecimiento

Etiquetas de fila	Alta afectación	Moderada afectación	Leve afectación	Baja afectación	Total general
Consumidor Final	29	4		2	35
Intermediario Mayorista	9	16	23	10	58
Intermediario Minorista	59	47	76	57	239
Productor	65	28	10	5	108
Total general	**162**	**95**	**109**	**74**	**440**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Factor Transporte

Etiquetas de fila	Alta afectación	Moderada afectación	Leve afectación	Baja afectación	Total general
Consumidor Final	6	5	3	21	35
Intermediario Mayorista	4	8	25	21	58
Intermediario Minorista	25	62	49	103	239
Productor	10	30	21	47	108
Total general	**45**	**105**	**98**	**192**	**440**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Factor Problemas Sanitarios

Etiquetas de fila	Alta afectación	Moderada afectación	Leve afectación	Baja afectación	Total general
Consumidor Final	33	2			35
Intermediario Mayorista	3	27		28	58
Intermediario Minorista	14	116	37	72	239
Productor	44	53	4	7	108
Total general	**94**	**198**	**41**	**107**	**440**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Factor Trazabilidad

Etiquetas de fila	Alta afectación	Moderada afectación	Leve afectación	Baja afectación	Total general
Consumidor Final	8	20	2	5	35
Intermediario Mayorista	3	18	12	25	58
Intermediario Minorista	16	21	135	67	239
Productor	62	39	5	2	108
Total general	**89**	**98**	**154**	**99**	**440**

Fuente. Encuestas aplicadas a comerciantes pecuarios del sector "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Anexo 15 Encuesta dirigida a los comerciantes pecuarios

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Buenos días /tardes. Mi nombre es Andrea Tatiana Cevallos Cevallos estoy realizando una investigación acerca del "**ESTUDIO DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR EL PLATEADO DE LA CIUDAD DE LOJA",** previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Pública de la Universidad Nacional de Loja. En este momento estoy interesada en conocer su opinión crítica, constructiva y valiosa. Por esta razón le solicito que me conceda unos minutos para realizarle una encuesta.

MUCHAS GRACIAS

DATOS INFORMATIVOS

Género
Masculino ( ) Femenino ( )

Etnia:
Indígena ( ) Mestizo ( ) Blanco ( )
Montubio ( ) Afro ecuatoriano ( ) Otros ( )

Nivel de Educación:
Pre Grado ( ) Post Grado ( ) PHD ( ) Ninguno ( )

Edad/ Años
15 a 19 ( ) 25 a 29 ( ) 35 a 39 ( ) 45 a 49 ( ) 50 a 54 ( )
55 a 59 ( ) 20 a 24 ( ) 30 a 34 ( ) 40 a 44 ( ) 60 a 64 ( )

1. En el proceso de comercialización de semovientes ¿Usted qué rol desempeña dentro del mismo?

Productor ( ) Intermediario Minorista ( ) Intermediario Mayorista ( ) Comprador ( )

1.1. En caso de haber indicado que usted cumple un rol de productor

1.1.1. ¿Qué porcentaje de su producción de semovientes destina Usted para comercializarla en la feria? (marque una opción)

Concepto / %	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Producción destinada a la venta										

1.1.2. ¿Qué porcentaje de ganancia considera Usted que obtiene tras realizar esta actividad de venta de semovientes? (marque una opción)

Concepto / %	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Ganancia										

1.1.3. ¿Usted considera que la ganancia obtenida es consecuente con la inversión que realiza en la cría del semoviente?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

1.1.4. ¿Qué porcentaje Usted estima que invierte para la producción del semoviente? (marque una opción)

Concepto / %	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Inversión para producción										

1.1.5. ¿Qué porcentaje de ganancia considera Usted se debería obtener para que la comercialización de semovientes sea rentable? (marque una opción, la respuesta no debe incluir la inversión solo la ganancia)

Concepto / %	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Ganancia para comercialización rentable										

1.1.6. ¿Con que frecuencia Usted comercializa los semovientes en la feria pecuaria?

Semanalmente ( ) Quincenalmente ( ) Mensualmente ( )
Trimestralmente ( ) Semestralmente ( ) Anualmente ( )

1.1.7. ¿Cuál es el tiempo que Usted estima para producir el semoviente hasta comercializarlo?

0 a 3 meses ( ) 4 a 6 meses ( ) 7 a 9 meses ( ) 10 a 12 meses ( ) 13 a más meses ( )

1.1.8. ¿Para la comercialización Usted prefiere semovientes?

Cría ( ) Levante ( ) Engorde ( )

¿Por qué?.....

1.2. En caso de haber indicado que usted cumple un rol de intermediario

1.2.1. ¿Usted adquiere o compra semoviente para comercializarlos en feria, dentro de Unidades de Producción Agropecuarias UPAS?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

1.2.2. ¿Qué porcentaje de semovientes destina Usted para comercializarlos en la feria? (marque una opción)

Concepto / %	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Semovientes destinas a comercialización										

1.2.3. ¿Qué porcentaje de ganancia considera Usted que obtiene tras realizar esta actividad de venta de semovientes? (marque una opción)

Concepto / %	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Ganancia										

1.2.4. ¿Con que frecuencia Usted comercializa los semovientes en la feria pecuaria?

Semanalmente ( ) Quincenalmente ( ) Mensualmente ( )

Trimestralmente ( ) Semestralmente ( ) Anualmente ( )

1.2.5. ¿Cuál es el tiempo que Usted estima para vender los lotes de semovientes en feria?

0 a 3 meses ( ) 4 a 6 meses ( ) 7 a 9 meses ( ) 10 a 12 meses ( ) 13 a más meses ( )

1.2.6. ¿Para la comercialización Usted prefiere semovientes?

Cría ( ) Levante ( ) Engorde ( )

¿Por qué?.....

2. ¿De los siguientes canales de comercialización para la compra venta de semovientes, califíquelos por su grado de importancia según su uso?

Muy utilizado	Utilizado	Medianamente Utilizado
1	2	3

Productor – Consumidor ( )
Productor- Intermediario minorista.- Consumidor ( )
Productor- Intermediario minorista- Intermediario mayorista – Consumidor ( )

3. Para precautelar un comercio justo Usted considera que debería haber una relación directa productor – comprador final

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

4. ¿Según su criterio Usted considera que la participación de intermediarios desestabiliza la comercialización en feria?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

4.1. En caso de ser afirmativa la pregunta ¿A qué agente comercial afecta directamente?

Productor ( ) Comprador final ( )

5. ¿Señale el tipo de semovientes que usted comercializa en la feria? (opción múltiple)

Ovino ( ) Caprino ( ) Equino ( ) Otros ( )
Porcino ( ) Avícola ( ) Bovino ( )

6. ¿Cuál cree que es el destino que tienen los semovientes que Usted comercializa en la feria? (califique 3 de las opciones, según la escala estipulada)

Mayormente destinado	Destinado	Medianamente Destinado
1	2	3

Cría ( ) Venta para camal ( ) Reventa hacia nuevos intermediarios ( ) Reproducción ( )

7. ¿Cuáles son los criterios que Usted como comerciante utiliza para poder fijar el precio del semoviente antes o al momento de la compra venta? (califique 3 de las opciones, según la escala estipulada).

Muy utilizado	Utilizado	Medianamente Utilizado
1	2	3

Peso ( ) Edad ( ) Estructura ósea ( ) Apariencia ( )
Raza ( ) Lugar de procedencia ( ) Género ( )

8. ¿Cuál es el lugar de procedencia de los semovientes que Usted comercializa?

Colombia ( )

Perú ( )

Ecuador ( )

Costa	( )	Norte	( )	▪ ----------	▪ ----------
		Centro	( )	▪ ----------	▪ ----------
		Sur	( )	▪ ----------	▪ ----------
Sierra	( )	Norte	( )	▪ ----------	▪ ----------
		Centro	( )	▪ ----------	▪ ----------
		Sur	( )	▪ ----------	▪ ----------
Oriente	( )	Norte	( )	▪ ----------	▪ ----------
		Centro	( )	▪ ----------	▪ ----------
		Sur	( )	▪ ----------	▪ ----------

9. ¿Usted considera que la producción proveniente de las parroquias rurales y periferias de la Urbe del cantón pueden abastecer la demanda de la feria?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

10. ¿Cuál es la preferencia de raza al momento de comercializar los semovientes?

Criollo ( ) Mestizo ( ) Pura Sangre ( )

¿Por qué? Seleccione una de las opciones

Adaptabilidad al medio ( ) Mejoramiento genético ( )
Poca inversión para su producción ( ) Mayor productividad y rendimiento ( )

11. ¿Califiqué por su grado de importancia los siguientes factores que inciden en la competitividad de la cadena de comercialización?

Muy importante	Medianamente importante	Importante	Poco importante
1	2	3	4

Abasto de ganado ( ) Transporte de animales ( ) Problemas sanitarios ( ) Trazabilidad ( )

12. El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), promueve el Sistema de Identificación y Trazabilidad Animal (SITA) en todas las especies de producción pecuaria para mejorar la productividad de la ganadería ecuatoriana ¿Usted tiene conocimiento sobre este?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

13. ¿Cómo comprador y vendedor que tipo de elementos utiliza Usted para concluir que el semoviente no es de procedencia legal?

14. ¿Cree que estos documentos le sirven a Usted en la comercialización de semovientes idóneos?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

15. ¿Según su criterio califique las repercusiones de un sistema de trazabilidad de semovientes?

Muy importante	Importante	Medianamente Importante
1	2	3

Seguridad alimentaria **( )** Controles impositivos **( )** Abigeato **( )**
Entrada ilegal de países vecinos **( )** Mejoramiento genético **( )**

16. ¿Usted que método utiliza para la identificación de sus semovientes? califique 3 de las opciones, según la escala estipulada)

Muy utilizado	Utilizado	Medianamente utilizado
1	2	3

Tatuaje (Colocación de numeración en la oreja) ( ) Identificación por aretes ( ) Marcación a fuego ( )
Marcación por corrosión ( ) Marca de Sangre ( ) Bolos intrarruminales con RFID ( )

Marcación en frío ( ) Marcación en frío ( )

17. Para precautelar el estatus sanitario de una feria de comercialización AGROCALIDAD mediante su Reglamento Zoosanitario estipula el cumplimiento de ciertos requerimientos ¿Usted considera que estos se cumplen?

Descripción de requisitos	Si cumple	No cumple
Programa de bioseguridad		
Equipos para desinfección de vehículos		
Instalaciones		
Disponibilidad permanente de agua potable		
Sistemas adecuados de desagüe y estercoleros		
Cerramiento del recinto		
Corral de aislamiento para animales con signos clínicos		

18. ¿Las Buenas Practicas Pecuaria (BPP) a su criterio garantizarían las condiciones de bienestar físico y etiológico de los semovientes?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....
....

19. ¿Usted tiene conocimiento sobre los lineamientos que rigen las Buenas Practicas Pecuaria (BPP)?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

20. La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROALIDAD) como autoridad Nacional Sanitaria cree Usted que realiza una difusión adecuado sobre el uso de Buenas Prácticas Pecuarias (BPP)

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

21. ¿Los problemas sanitarios repercuten directamente en? Opción múltiple

Seguridad alimentaria ( ) Bienestar animal ( ) Factor económico ( ) Sanidad animal **( )**
¿Por qué?.....

22. ¿En la feria de comercialización se dispone de alguna herramienta para realizar el pesaje de los animales a comercializar?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

22.1. En caso de ser negativa la pregunta ¿Cuáles son las consecuencias al no disponer de estas herramientas?

…….....

23. ¿Usted tiene conocimientos teóricos o prácticos sobre técnicas de medición para estimar pesos de animales en pie?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....

23.1. En caso de ser afirmativa la pregunta ¿Cuál es la técnica sobre la que tiene conocimiento?

24. ¿Para la valoración in vivo de los semovientes Usted visualiza principalmente?

Anchura de muslos ( ) Profundidad del tórax ( ) Desarrollo del dorso ( )

25. ¿Para estimar el rendimiento de carne Usted como lo determina?

…….....

26. ¿Usted utiliza márgenes de comercialización para determinar el precio de venta en feria?

Si ( ) No ( ) ¿Por qué?.....
....

27. ¿Usted como agente de comercialización cumple con los requerimientos para la transportación de animales en pie en lo que respecta?

Descripción de requerimientos	Si cumple	No cumple
Agrupamiento de los animales		
Duración del viaje		
Espacio disponible		
Densidad de animales		
Barandas		
Techos y carpas		

28. ¿Califiqué según recurrencia a las consecuencias que generan un mal trasporte de semovientes?

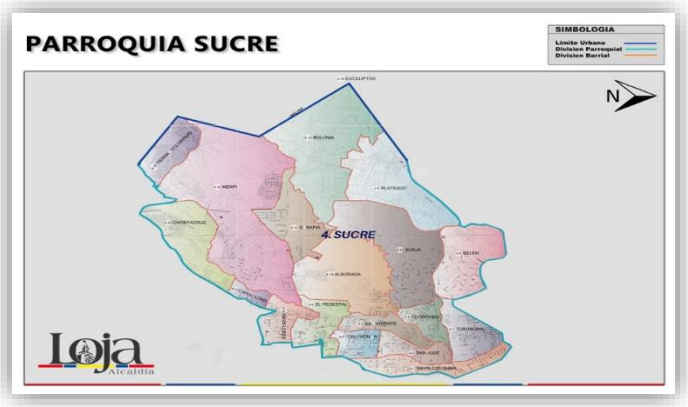
Muy Recurrente	Recurrente	Poco Recurrente
1	2	3

Carne pálida, blanda y exudativa ( ) Carne oscura, firme y seca ( )

Hematomas y lesiones ( ) Daño en calidad de pieles y cueros ( )

Anexo 16 Evidencia fotográfica

Ubicación



Mapa parroquia Sucre

Fuente. Municipio de Loja
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Ubicación de feria comercialización

Fuente. Google Maps
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Vía de Integración barrial Ángel Felicísimo Rojas

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Ingreso a la feria de comercialización

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Instalaciones

Caseta AGROCALIDAD para la emisión de guías de movilización

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Condiciones de los corrales de alojamiento

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Corral de alojamiento para especies menores (especialmente ganado porcino)

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Corral de alojamiento para especies mayores(especialmente ganado bovino)

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Condiciones del piso del corral de alojamiento de especies mayores.

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Condiciones del piso del corral de alojamiento de especies menores.

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Rampas para ingreso a corrales de alojamiento

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Transportacion

Camiones utilizados por los feriantes para la trasportación de animales en pie

Fuente. Feria de comercialización pecuaria "El Plateado"
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Condiciones de transportación de animales

Fuente. Feria de comercialización pecuaria “El Plateado”
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Manera de embarque de semovientes

Fuente. Feria de comercialización pecuaria “El Plateado”
Elaboración. Andrea Tatiana Cevallos Cevallos

Anexo 17 Proyecto de tesis

a) TEMA

"ESTUDIO DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR "EL PLATEADO" DE LA CIUDAD DE LOJA"

b) PROBLEMÁTICA

El sector agropecuario en la economía ecuatoriana ha ejercido históricamente un rol notable de participación en el desarrollo económico, según el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP) en el III Censo Agropecuario Nacional[2] (2002), la superficie del Ecuador es de 26079600 ha, de las cuales el 47% están destinadas a la actividad agropecuaria aproximadamente 7.38 millones de hectáreas.

La población dedicada a las actividades agropecuarias también es significativa, pues según los datos del INEC, en Ecuador existen cerca de 14483499 de habitantes de los cuales el 37% pertenece a la población rural (5392713 habitantes), los cuales realizan actividades y/o empleos que giran en torno a esta actividad (OIT, 2010, pag.1).

De esta manera se puede apreciar que la población rural toma relevancia dentro de una estrategia de desarrollo global puesto que "las economías campesinas absorben el 35% de la población económicamente activa (PEA), y provee el 49% de productos agrícolas al mercado interno" (FAO, 2005).

[2] Es una investigación estadística efectuada en todo el territorio ecuatoriano, dirigida a obtener información estructural y de comportamiento del sector agropecuario, utilizando, para ello, técnicas de muestreo. Las unidades de información que constituyen la población objetivo para este Censo son las denominadas Unidades de Producción Agropecuaria.

Según el MAGAP (2012) la provincia de Loja tiene una superficie de 11 027 km², siendo la provincia más extensa de la sierra ecuatoriana, de allí su importancia en los procesos de desarrollo económico. Estudios realizados por el Centro Andino de Tecnología Rural (CATER, 1999), en 12 zonas representativas de la Región Sur, mencionan que las actividades agropecuarias giran básicamente en dos grandes rubros: la producción agrícola y pecuaria. El primero, con cultivos perennes como: café, banano, cacao, caña de azúcar, plátano, cítricos (naranjos y limones) y otros frutales. Y el segundo radica principalmente en la cría de bovinos de carne y leche, ganado porcino y aves. La característica común de estos "negocios" es que se desarrollan en el sector informal y son de carácter familiar, diferenciados por ser de forma extensiva y poco tecnificados, y comercializan sus productos como materias primas con bajo o casi nulo valor agregado con una larga cadena de intermediación, que hace que el costo al consumidor final fluctúe entre 60% y 150% más que el precio que se paga al productor, lo cual muestra problemas en el proceso de producción – consumo en la zona, por la presencia de los intermediarios (Aguinsaca, 2014, p.35)

En lo que respecta a datos estadísticos establecidos por el III Censo Agropecuario Nacional se obtiene que el número de cabezas según especie se distribuyen en bovino 4486020, porcino 1527114, ovino 1127468 siendo estas tres especies las más representativas a nivel nacional. En la ciudad de Loja para el año 2013 AGROCALIDAD emitió un total de 18104 guías para la movilización de semovientes sean estas con destino ya sea a faena como a venta en pie. Con lo que respecta a la representatividad de las dos principales especies de semovientes que se comercializan en la feria del sector el plateado se evidencia un total de 179402 (vacuno) y 50835 (porcino) para el año 2015.

Desde la perspectiva socio-cultural, las ferias libres existen en el mundo desde épocas de la Edad Media, y a medida que el tiempo ha transcurrido; estos espacios aportan al intercambio cultural y al desarrollo cívico del pueblo (Salazar, 2003, p.2).

Las ferias son una estrategia de promoción para la generación de oportunidades comerciales, que se realizan a través de un contacto directo del vendedor con el comprador, vinculando la oferta y la demanda. Esta actividad tiene como característica concertar en un mismo espacio físico a la oferta y demanda, en una fecha programada. Las ferias deben diseñarse como eventos de promoción comercial dirigidos a los pequeños y medianos comerciantes, como un instrumento que forma parte de la estrategia para fomentar el desarrollo económico de un territorio (MINEC/GTZ, 2006).

En la ciudad de Loja, sector "El plateado" se desarrolla los días jueves y domingo la feria pecuaria en la cual se comercializan semovientes. los mismos que sustentan la economía de sus comerciantes. Se debe establecer que según la Constitución de la Republica, en su numeral 7 art. 281, establece que es responsabilidad del Estado, precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable; y el numeral 13 manda, prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos (CRE, 2008, p.138).

Mediante Acuerdo Ministerial número 41 publicado en el registro Oficial N° 698, se expide el Reglamento Sistema de Identificación Trazabilidad Animal Ecuador SITA, en su artículo 28 dispone que "Todo animal que llegue a una feria de comercialización o recinto ferial o a un lugar de negociación debidamente autorizado

deberá tener la correspondiente guía de movilización. Todo animal que salga de dichos lugares o establecimientos, deberá de igual manera tener una nueva guía de movilización otorgada por AGROCALIDAD, en donde conste el mismo código de identificación oficial con los nuevos datos de destino animal" (Acuerdo Ministerial, 2011, p.3).

Ruiz y Gonzales (2002) afirma: "El canal de comercialización permite señalar la importancia y el papel que desempeña cada participante en el movimiento de bienes y servicios, y que cada etapa de éste señala, ya sea un cambio de propiedad del producto o un tipo de servicio que se presta dentro del proceso de comercialización" (p.1).

Para que se dé la compra venta de los semovientes estos pasan por canales de comercialización, estos vinculan las distintas etapas de la cadena ajustándose de acuerdo a las características y necesidades de cada uno de los actores que en ella intervienen. Desde la producción hasta la transformación existe un universo muy diverso de agentes. Esto genera falta de transparencia y desconfianza entre los distintos eslabones y promueve el rol de los intermediarios como garantes de las operaciones, provocando una disminución de los ingresos percibidos por el vendedor y un mayor precio del producto hacia adelante (Ponti, 2011, p.5).

La logística de transporte es un elemento fundamental a tener en cuenta para preservar el bienestar animal y generar valor. El transportista es un agente más de la cadena y sus responsabilidades deben ser cumplidas correctamente para garantizar la calidad y el valor del producto final. La creciente incorporación de tecnologías de comunicación en la operación de compra venta está transformando la forma de hacer

negocios. La disponibilidad de información precisa en tiempo real reduce los costos transaccionales y los costos de transporte, beneficiando el bienestar animal y la seguridad sanitaria.

En lo que respecta a la comercialización y a la interacción comercial de los diferentes agentes que interactúan en la feria del sector "El plateado" se debe indicar que según el comerciante pecuario Sr. Rodrigo Morocho este expresa textualmente que *"* Que en su gran mayoría los vendedores de la feria son minoristas, ofrecen un máximo de tres animales en pie en la venta que realizan, pero que al no tener una gran producción para ofrecer se ven limitados con respecto al precio con el cual ofertan a los mismos, los mayoristas ofrecen todo un lote de semovientes negociando al comprador que establezca una mejor oferta, y esto hace que los otros comerciantes no logren vender su producción. Tras visualizar este acontecimiento los comerciantes minoristas para no regresar con sus semovientes y gastar en transporte optan por vender a un precio bajo a intermediarios lo que ocasiona que el pequeño productor no genere un valor agregado por su producción, sino que la ganancia se queda en manos del intermediario*"*.

No obstante, hay que puntualizar que determinadas condiciones de los intercambios pueden favorecer o perjudicar la interacción entre los miembros. Por tal razón se ha evidenciado como problema. **"CONFLICTO EN LA COMERCIALIZACIÓN INTERNA DE LA FERIA PECUARIA, SECTOR "EL PLATEADO"** Tras determinar el problema de investigación se han establecido tres interrogantes:

¿Cuáles son los factores que inciden en el proceso de comercialización de semovientes?

¿Cuál es el grado de participación que ejercen los comerciantes pecuarios con respeto a la compra venta de semovientes?

¿Cuáles son los mecanismos que les permiten determinar el precio de los semovientes?

c) JUSTIFICACIÓN

La investigación se justifica en el ámbito social ya que Ecuador, se caracteriza por ser un país fundamentado en una económica popular y solidaria, y la provincia de Loja no es la excepción. Conocer y analizar las diversas características y dinámicas comerciales del sector pecuario que se dan en lugares de alta concentración e importancia, como es el caso de la feria del sector "El plateado" justifica la importancia de la presente investigación.

También vale recalcar en este punto su importancia dentro del nuevo contexto de la política económica nacional del Ecuador, específicamente en el área de la reactivación agropecuaria, que exige mejorar las condiciones productivas de las regiones con un nuevo enfoque de ordenamiento territorial sustentable sistémico, generando procesos de desarrollo endógeno en los territorios, enmarcados en la Constitución de la República del Ecuador, el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 en sus objetivos 3, 4 y 11 , las Agendas Sectoriales y Territoriales, y demás normas vigentes (Aguinsaca, 2014, p.785).

Con respecto al ámbito económico la consolidación de las ferias como espacios de convergencia de actividades económicas y de emprendimiento reforzarían la

dinámica comercial beneficiando así a pequeños productores como principales actores de estas ferias.

En el ámbito académico este trabajo se justifica ya que como estudiante de la carrera de Administración Publica está en nuestras manos generar trabajos investigativos que provean de información para así dar solución a problemas que existen y se detectan en nuestra localidad. La presente investigación permitirá determinar cuáles son sus canales de comercialización, que mecanismos son aplicados en la venta de semovientes, como se están dando las relaciones entre estos canales comerciales, corroborar si efectivamente los intermediarios están siendo los causantes de que se dé un comercio desleal, y finalmente se podrá determinar el grado de participación que ejercen ciertos comerciantes en lo que respecta a la compra venta de los semovientes.

d) OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la dinámica comercial de la Feria Pecuaria, sector “el Plateado” de la ciudad de Loja, periodo 2016.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores que inciden sobre la comercialización de semovientes de la feria pecuaria
- Determinar el grado de participación de los comerciantes pecuarios en el proceso de comercialización interna.

- Identificar los mecanismos adoptados por los comerciantes pecuarios para determinar el precio de los semovientes.

e) MARCO TEÓRICO

e.1. Definiciones

e.1.1. Estudio de mercado.

Es el conjunto de técnicas que permiten obtener información del medio ambiente para pronosticar el futuro con el objetivo de adoptar decisiones de Comercialización. Informa a la comercialización sobre las características de los consumidores, sus necesidades y las formas en que son atendidas las mismas. (Castro, 2013, p.27)

e.1.2. Comercialización

Es un mecanismo social por medio del cual los seres humanos buscan satisfacer sus necesidades de manera indirecta, intentando crear valor para terceros e intercambiándolo por valor para sí mismos.

e.1.3. Objetivo de la comercialización.

Se fundamenta en el momento y lugar en que pueda surgir una necesidad, exista un producto o servicio susceptible de ser visualizado como apto para satisfacerla, a un precio considerado razonable.

e.1.4. La función comercial.

Es el conjunto de actividades que se realizan con el fin de canalizar el flujo de bienes y servicios desde la organización que los produce u ofrece hasta que llega al consumidor.

- Hasta la Revolución Industrial: Estrecha relación entre productor y consumidor. Contacto directo entre productor y el cliente.
- Revolución Industrial hasta comienzos del siglo XX: A partir de la Revolución Industrial se pierde poco a poco ese contacto directo, aparece la distribución, con los intermediarios
- Comienzo del siglo XX hasta la internet: Los productores grandes son instituciones, que no venden directamente y es por eso que se necesita a un distribuidor. Hay mayor competencia y surgen como figura ya consolidada los intermediarios
- Actualidad. Criterios alternativos según los cuales las organizaciones cuales las organizaciones desarrollan sus actividades desarrollan sus actividades comerciales (Ramirez, 2011, p.4).

e.1.5. Los canales de comercialización

Los Canales de comercialización son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial.

Los Canales son todos los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Gran parte de las satisfacciones, que los productos proporcionan a la clientela, se debe a Canales bien escogidos y mantenidos. En síntesis podemos decir, que los Canales son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

En los canales de comercialización, los Intermediarios compran las grandes cantidades de los fabricantes para dividirlas en las cantidades pequeñas y los surtidos más amplios que desean los consumidores. Con ello, desempeñan un papel importante, pues hacen que correspondan oferta y demanda.

e.1.5.1. Tipos de canales de comercialización

Dada la estructura de la cadena de comercialización es posible efectuar el estudio de las relaciones entre los canales de comercialización, distinguiendo diferentes canales. Esta investigación se centrará en las relaciones entre los actores de la cadena de comercialización. Para entender estas relaciones se debe tener conocimientos previos sobre tipos de canales que dinamizan la economía interna los cuales pueden ser:

e.1.5.1.1. Canal Directo (del Productor a los Consumidores)

Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

e.1.5.1.2. Canal Detallista (del Productor a los Detallistas y de éstos a los Consumidores)

Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas. En estos casos, el productor cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

e.1.5.1.3. Canal Mayorista (del Productor a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores)

Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: 1) los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor y 2) los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta al detalle al consumidor final).

e.1.5.1.4. Canal Agente (del Productor a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores)

Este canal contiene tres niveles de intermediarios: 1) El Agente Intermediario (que, por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; 2) los mayoristas y 3) los detallistas (Charles, Hair Joseph, 2002).

e.2. Evolución de las relaciones comerciales

Los actores de una cadena de comercialización deben coordinar sus actividades para alcanzar objetivos comunes con independencia de las características de sus procesos de negociación. No obstante, hay que puntualizar que determinadas condiciones de los intercambios pueden favorecer o perjudicar la interacción entre los actores. Es el caso del conflicto y la cooperación, sentimientos dominantes que regulan las relaciones y que, en mayor o menor medida, pueden coexistir en los intercambios comerciales (Anderson y Narus, 1990).

El conflicto en cadenas de comercialización han sido tratados como un proceso dinámico que se define como “la percepción de un miembro de la cadena de que el logro de sus objetivos está siendo obstaculizado por otro participante” (Stern y Heskett, 1969; Gaski, 1984).

La magnitud del conflicto estará determinada por factores como la incompatibilidad de objetivos entre los actores, desacuerdos acerca de tareas a desempeñar y la diferente percepción de la realidad que adoptan ambos miembros de la cadena.

e.3. Enfoque teórico aplicado al estudio de las relaciones comerciales.

Desde los primeros estudios realizados en cadenas de comercialización (El−Ansary y Stern, 1972; Hunt y Nevin, 1974; Lusch, 1976), se ha creado una importante línea de investigación. Las primeras investigaciones se centraron básicamente en aspectos como el origen del poder y su aplicación, el control del intercambio o el grado de conflicto entre los miembros de las cadenas de comercialización (Frazier, 1999). En la medida que se generó una corriente investigadora basada en la eficiencia del intercambio comercial, también se sucedieron trabajos que incluían el componente social o comportamental asociado al intercambio (Stern y Reve, 1980; Dywer Schurr 1987) estos estudios han permitido clasificar dos grupos que analizan teorías tanto económica como de comportamiento. Tratando de buscar un “término medio” entre ambos enfoques económico y comportamental, han aparecido aportaciones integradoras que intentan equilibrar los objetivos fundamentales de estas teorías. Según estas aportaciones, lo más lógico es conjugar ambos aspectos económico y comportamental para explicar adecuadamente la realidad

de las cadenas de comercialización, puesto que las dos perspectivas presentan importantes deficiencias (Vázquez, 1997).

Esta teoría trata de combinar aspectos económicos y comportamentales en un mismo cuerpo teórico. Su principal objetivo es la descripción de las situaciones de autoridad y control, los conflictos y su resolución y los determinantes internos de la transacción (Benson, 1975; Stern y Reve, 1980). Según esta perspectiva los factores económicos y políticos −comportamientos− serían los relevantes para comprender las dimensiones e interacciones internas, la teoría sugiere que una cadena de comercialización se puede analizar en relación con su economía interna y con su política interna. La economía interna comprende las fuerzas económicas dentro de la cadena de comercialización y se compone de la estructura y los procesos internos (Stern y Reve, 1980). La estructura económica interna se describe por el tipo de forma transaccional que une a los miembros de la cadena de comercialización. Los procesos económicos internos se refieren a la naturaleza de los mecanismos de decisión empleados para determinar los términos de los intercambios entre los miembros. Las fuerzas sociopolíticas internas hacen referencia a los sistemas de poder y control que legitimaban, facilitan, dirigen y regulan los intercambios.

f) METODOLOGÍA

f.1. Métodos

f.1.1.Método deductivo

Debemos de tener en cuenta que, en cualquier área del conocimiento científico el interés radica en poder plantear hipótesis, leyes y teorías para alcanzar una comprensión más amplia y profunda del origen, desarrollo y transformación de los

fenómenos y no quedarse solamente con los hechos empíricos captados a través de la experiencia sensible (Ruiz, 2007, p.21).

En este proceso deductivo tiene que tomarse en cuenta la forma como se definen los conceptos (los elementos y relaciones que comprenden) en el caso específico de la feria pecuaria se deberán considerar las interacciones comerciales de productores intermediarios y compradores, para así poder determinar la participación que cada uno de estos tiene en el proceso de comercialización, así como llegar a determinar mediante los mecanismos aplicados y considerados por los comerciantes cual es el que más utilizan en lo que respecta a el establecimiento del precio de sus semovientes. Con esto se podrá determinar si en la dinámica comercial de la feria se establece un comercio justo, con la información recolectada se establecerán conclusiones específicas de recolección de información general a los comerciantes.

f.1.2.Método estadístico

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. El método estadístico nos ayudará a representar e interpretar la información recolectada mediante la aplicación de la encuesta a los comerciantes, con esta información se permitirá realizar un análisis de la misma para así determinar en valores porcentuales datos referentes a número de comerciantes, semoviente que producen, mecanismo de estipulación de precio etc.

f.2. Técnicas

f.2.1.Encuesta

Estará destinada a los comerciantes pecuarios para así poder obtener toda la información orientada al cumplimento de los objetivos planteados que se enfocan específicamente al estudio de la dinámica comercial de la feria pecuaria del sector “El plateado”.

f.2.1.1. Población

La población en el presente estudio está conformada por los comerciantes pecuarios que ejercen su actividad de comercialización dentro de la feria. No se ha establecido una muestra ya que no hay datos que establezcan el número de comerciantes que ejercen su actividad comercial. Al momento de encuestar se establecerá una base de datos para no duplicar la información de un comerciante ya encuestados.

g) CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	2016																			
TIEMPO	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Elaboración y Presentación del Proyecto de Tesis	*	*	*	*																
2. Aprobación del Proyecto de Tesis					*	*	*													
3. Revisión de Literatura							*	*												
4. Elaboración de materiales (Encuestas , Entrevistas)								*												
5. Trabajo de Campo (Aplicación de encuestas y entrevistas)									*	*	*	*								
6. Análisis y Tabulación de Resultados													*							
7. Elaboración de la Discusión														*	*					
8. Establecimiento de conclusiones y recomendaciones																*	*			
9. Detalle de bibliografía y anexos																		*		
10. Elaboración de introducción y resumen																		*		
11. Presentación del Borrador de Tesis																			*	
12. Reformar las Posibles Observaciones																				*

h) PRESUPUESTO FINANCIAMIENTO

Talento humano

Rol	Número de Horas	Valor por Hora	Valor total
Investigador	157	6,65	1044,05
Director de tesis	18	6,44	115,92
			1159,97

BIENES (Se considerará una depreciación de 3 años para equipos informáticos)

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Depreciación	Valor Total
Computadora	1	1100,00	152,00	152,00
Impresora	1	50,00	6,94	6,94
Pendrive	1	10,00	1,38	1,38
Cámara	1	200,00	27,78	27,78
				188.10

SERVICIOS

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Internet	50 horas	0,80	40
Transporte	25 pasajes	0,30	7,50
Impresiones	100	0.15	15
			62,50

COSTOS TOTALES

Descripción	Valor Total
Talento Humano	**1159,97**
Bienes	**188,10**
Servicios	**62,50**
	1410,57

i) BIBLIOGRAFÍA

OIT, Información General Ecuador. Recuperado de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-lima/documents/presentation/wcms_189840.pdf

INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Segundo Censo Nacional Agropecuario del Ecuador.

CASTRO, Coercializacion. Recuperado de: http://www.fing.edu.uy/iq/cursos/proyectoindustrial/Comercializacion.pdf

INEC, III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO**,** Resultados nacionales. Recuperado de: http://biblioteca.igualdadgenero.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=7097

INEC, Censo Poblacional del Ecuador. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.com/cifrasinec/main.html

MAGAP, Boletín Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca. (2002-2012). Recuperado de : http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/productos/censos-y encuestas

CEPAL, FAO, IICA. (2009). Perspectivas de la Agricultura y el Desarrollo Rural en las Américas: Una mirada hacia América Latina y el Caribe, San José, C.R.

CUADRADO, J. Y RUBALCABA, L. (1997): Las ferias y exposiciones en Europa como factores de competencia y especialización urbana.

DOCUMENTOS DE TRABAJO Nº 1/97. SERVILAB, Laboratorio de Investigación del Sector Servicios.

OBSERVATORIO FERIA LIBRE (2013), Características Económicas y Sociales de Ferias Libres de Chile.

BORRERO C, Marketing Estratégico, Editorial San Marcos, Pág. 273.

CHARLES, HAIR JOSEPH Y MCDANIEL CARL, Marketing, Sexta Edición, Editores S.A., 2002, Pág. 385.

KOTLER PHILIP Y ARMSTRONG GARY, Fundamentos de Marketing, 2003, Pág. 3

INDICE

CARATULA I
CERTIFICACIÓN II
AUTORÍA III
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS IV
DEDICATORIA V
AGRADECIMIENTO VI
1. TITULO 1
2. RESUMEN 2
SUMMARY 3
3. INTRODUCCIÓN 4
4. REVISIÓN DE LITERATURA 7
4.1. Feria comercial pecuaria 7
4.1.1. Normativa Legal 8
4.2. Dinámica Comercial 12
4.2.2. Comercialización 12
4.2.3. Proceso comercial 38
4.2.4. Agentes de comercialización 55
4.2.5. Canales de comercialización 57
5. MATERIALES Y MÉTODOS 58
5.1. Materiales 58
5.2. Métodos 58
5.3. Técnicas 60
6. RESULTADOS 64
6.1. Factores que inciden sobre la comercialización de semovientes de la feria pecuaria. 64
6.2. Grado de participación de los comerciantes pecuarios en el proceso de comercialización interna. 74
6.3. Mecanismos adoptados por los comerciantes pecuarios para determinar el precio de los semovientes. 74
6.4. Evaluación de la dinámica comercial de la feria pecuaria. 74
7. DISCUSIÓN 91
7.1. Factores que inciden sobre la comercialización de semovientes de la feria pecuaria 91
7.2. Grado de participación de los comerciantes pecuarios en el proceso de comercialización interna. 94
7.3. Mecanismos adoptados por los comerciantes pecuarios para determinar el precio de los semovientes. 95
7.4. Evaluación de la dinámica comercial de la feria pecuaria 96
8. CONCLUSIONES 98
9. RECOMENDACIONES 99

10. BIBLIOGRAFÍA 100
11. ANEXOS 107
INDICE 154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PEA sector primario cantón Loja 14
Tabla 2 PEA y sectores de la economía 14
Tabla 3 Flujos comerciales en el cantón Loja y otras localidades 16
Tabla 4 Descripción sistemas productivos del cantón Loja 19
Tabla 5 Sistemas productivos del cantón Loja 21
Tabla 6 Parámetros para una adecuada densidad de animales 24
Tabla 7 Consecuencias de un mal transporte de semovientes 25
Tabla 8 Responsabilidades de los actuantes 29
Tabla 9 Principios de la sanidad animal 31
Tabla 10 Métodos para la identificación de animales 36
Tabla 11 Razas ganado bovino provincia de Loja 43
Tabla 12 Razas ganado porcino provincia de Loja 43
Tabla 13 Valoración in vivo del animal. 44
Tabla 14 Edades y ganancia de peso en ganado bovino 46
Tabla 15 Bovinos según rangos de edad provincia de Loja 46
Tabla 16 Rangos regionales de edades y pesos de ganado porcino 47
Tabla 17 Ventas de ganado porcino a nivel de la Región Sierra considerando edades 47
Tabla 18 Métodos para la Determinación de la edad 48
Tabla 19 Estimaciones en precios y pesos de animal en pie por libra 49
Tabla 20 Ventas de ganado bovino a nivel de la Región Sierra considerando género. 50
Tabla 21 Ventas de ganado porcino a nivel de la Región Sierra considerando género. 50
Tabla 22 Porcentajes de razón de indexación. 52
Tabla 23 Registro guías de observación feria pecuaria "Sector Plateado" 61
Tabla 24 Desagregación registro ingreso por evento ferial. 63
Tabla 25 Escalas de afección de los factores que inciden en la comercialización de semovientes. 64
Tabla 26 Escalas de afección de los factores considerando el rol de los feriantes. 65
Tabla 27 Requisitos para precautelar el estatus sanitario 66
Tabla 28 Repercusiones de los problemas sanitarios 67
Tabla 29 Documentación para la trasportación de semovientes. 67
Tabla 30 Buenas Prácticas Pecuarias (BPP) y su garantía en el bienestar animal 68
Tabla 31 Requerimientos para el adecuado transporte de semovientes 68
Tabla 32 Repercusiones de una mala transportación. 69
Tabla 33 Métodos para identificación animal 70
Tabla 34 Métodos para identificación animal 71
Tabla 35 Repercusiones inadecuado sistema de trazabilidad 72
Tabla 36 Repercusiones inadecuado sistema de trazabilidad 73
Tabla 37 Procedencia de ganado por país y consideración de abastecimiento 73
Tabla 38 Procedencia de ganado por región y sector 74
Tabla 39 Producción de semovientes destinados a comercialización relación productor-intermediario 75
Tabla 40 Frecuencia de comercialización relación productor-intermediario 76
Tabla 41 Tiempo de comercialización (meses) relación productor-intermediario 77
Tabla 42 Inversión utilizada relación productor- intermediario 79
Tabla 43 Inversión utilizada relación productor- intermediario según tiempo de comercialización . 79
Tabla 44 Análisis de inversión utilizada relación productor- intermediario 80
Tabla 45 Utilidad (ganancia) relación productor- intermediario 81
Tabla 46 Utilidad esperada relación productor- intermediario 82
Tabla 47 Análisis de utilidad esperada relación productor- intermediario 83

Tabla 48 Conocimiento de zootecnia, con respecto a la valoración mediante medidas corporales.... 84
Tabla 49 Utilización de la valoración por razón de indexación. 85
Tabla 50 Utilización de la valoración por márgenes de comercilización..... 85
Tabla 51 Criterios para determinar el precio del semoviente 86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Especialización funcional de la Población Económicamente Activa 15
Figura 2 Flujos Comerciales en el Cantón Loja..... 17
Figura 3 Flujos comerciales de otras localidades 18
Figura 4 Sistemas productivos del cantón Loja 20
Figura 5 Fases del proceso comercial 38
Figura 6 Proceso de comercialización interna fase de mercadeo 40
Figura 7 Características de valoración in vivo 44
Figura 8 Características ideales de un semoviente bovino..... 44
Figura 9 Mala conformación de un semoviente bovino 44
Figura 10 Características ideales de un semoviente porcino 45
Figura 11 Deficiencias en la conformación de un porcino. 45
Figura 12 Escala producción de semovientes destinados a comercialización relación productor-intermediario..... 76
Figura 13 Escala frecuencia de comercialización relación productor-intermediario..... 77
Figura 14 Escala tiempo de comercialización (meses) relación productor-intermediario..... 78
Figura 15 Análisis factor abastecimiento 87
Figura 16 Análisis factor transporte..... 88
Figura 17 Análisis factor problemas sanitarios..... 89
Figura 18 Análisis factor trazabilidad..... 90

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Precio de bovino en pie..... 52
Ecuación 2 Márgen Bruto de comercialización..... 53
Ecuación 3 Márgen Bruto de comercialización intermediario. 53
Ecuación 4 Participación directa productor..... 53
Ecuación 5 Fórmula método Quetelet..... 54
Ecuación 6 Formula método Escobar..... 54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Datos estadísticos según región y provincia. *107*
Anexo 2 Gráficos estadísticos según región y provincia. *115*
Anexo 3 PEA del Cantón Loja, Según Ramas de Actividad *117*
Anexo 4 PEA del Cantón Loja, Años 1990, 2001 y 2010 ..... *117*
Anexo 5 PEA y sectores de la economía *118*
Anexo 6 Flujos comerciales en el cantón Loja y otras localidades *119*
Anexo 7 Razas ganado bovino provincia de Loja *120*
Anexo 8 Razas ganado porcino provincia de Loja *120*
Anexo 9 Bovinos según rangos de edad provincia de Loja *120*
Anexo 10 Ventas de ganado porcino a nivel de la Región Sierra considerando edades *121*
Anexo 11 Escalas para determinar grados de participación de los agentes comerciales *121*
Anexo 12 Mecanismos para estimación de precios *122*
Anexo 13 Registro AGROCALIDAD 16 eventos feriales *123*
Anexo 14 Ranqueo para determinar grado de afectación de los factores (abastecimiento, transporte, problemas sanitarios, trazabilidad). *125*
Anexo 15 Encuesta dirigida a los comerciantes pecuarios *127*
Anexo 16 Evidencia fotográfica *131*
Anexo 17 Proyecto de tesis *136*