



1859

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TITULO:**

**DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN  
AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO EN  
EL AÑO 2012 Y ELABORACIÓN DE PERFILES DE  
COMERCIALIZACION, TRES DE PRODUCTOS  
AGRICOLAS Y TRES DE PRODUCTOS PECUARIOS  
QUE TENGAN MAYOR DEMANDA EN EL MERCADO.**

TESIS PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL TITULO DE  
INGENIERO COMERCIAL

**DIRECTOR:**

**ING. RAÚL ERNESTO CHÁVEZ GUAMAN**

**1859**

**AUTOR:**

**FRANCO MANUEL RAMÓN OCHOA**

**LOJA-ECUADOR**

**2013**


ING. RAÚL CHÁVEZ GUAMAN, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, DIRECTOR DE TESIS.

**CERTIFICA:**

Haber dirigido, asesorado y revisado minuciosamente, durante todo su desarrollo, la tesis titulada: **DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO EN EL AÑO 2012 Y ELABORACIÓN DE PERFILES DE COMERCIALIZACION, TRES DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y TRES DE PRODUCTOS PECUARIOS QUE TENGAN MAYOR DEMANDA EN EL MERCADO**, realizada por el postulante Franco Manuel Ramón Ochoa. Por lo tanto se autoriza proseguir los trámites legales pertinentes para su presentación, sustentación y defensa.

Loja, Octubre del 2013

Atentamente.


  
Ing. Raúl Chávez  
**DIRECTOR DE TESIS**

**AUTORÍA**  
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO  
COMPLETO.

Yo Franco Manuel Ramón Ochoa declaro ser autor(a) 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 mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

**AUTORA:** Franco Manuel Ramón Ochoa

**FIRMA:** 

**CÉDULA:** 1103602593

**FECHA:** Loja, Octubre de 2013

**FIRMA:** 

**AUTORA:** Franco Manuel Ramón Ochoa

**CÉDULA:** 1103602593

**DIRECCIÓN:** Loja, Calle Perú entre Venezuela y Sevilla de Oro

**CORREO ELECTRÓNICO:** francoor@yahoo.es

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

Yo, Franco Manuel Ramón Ochoa declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: **DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO EN EL AÑO 2012 Y ELABORACIÓN DE PERFILES DE COMERCIALIZACION, TRES DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y TRES DE PRODUCTOS PECUARIOS QUE TENGAN MAYOR DEMANDA EN EL MERCADO:** como requisito para optar el grado de **INGENIERO COMERCIAL;** 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, en la ciudad de Loja, a los 23 días del mes de octubre del dos mil trece, firma el autor.

FIRMA: 

**AUTORA:** Franco Manuel Ramón Ochoa

**CÉDULA:** 1103602593

**DIRECCIÓN:** Loja, Calle Perú entre Venezuela y Sevilla de Oro

**CORREO ELECTRÓNICO:** franmccor@yahoo.es

**TELÉFONO:** 072570780      **CÉLULAR:** 0994896939

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Raúl Chávez

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Ing. Manuel Pasaca      **(Presidente)**

Ing. Santiago Ludeña      **(Vocal)**

Ing. Ney Gallardo      **(Vocal)**

## DEDICATORIA

A mi hija, mis padres y familiares que con su afecto y cariño me han animado a terminar con éxito mis estudios.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por regalarme la vida, la oportunidad de obtener importantes conocimientos, a la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, Social y Administrativa y a la Carrera de Administración de Empresas, por darme la oportunidad de recibir conocimientos renovados en bien de la sociedad lojana y ecuatoriana, de manera especial al Ing. Raúl Chávez, Director de Tesis, quien con sus valiosas orientaciones me supo dirigir para poder realizar el presente trabajo.

A los moradores de la parroquia Santiago por la colaboración voluntaria y eficiente durante el desarrollo del presente trabajo de investigación y a todos quienes contribuyeron con su información porque en ellos encontré la motivación para estudiar y servirles mejor.

**EL AUTOR**

**a. TITULO**

DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO Y ELABORACIÓN DE PERFILES DE COMERCIALIZACION, TRES DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y TRES DE PRODUCTOS PECUARIOS QUE TENGAN MAYOR DEMANDA EN EL MERCADO.

## **b. RESUMEN**

La presente investigación denominada “**DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO Y LA ELABORACIÓN DE PERFILES DE COMERCIALIZACION, TRES DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y TRES DE PRODUCTOS PECUARIOS QUE TENGAN MAYOR DEMANDA EN EL MERCADO**” tiene como objetivo general caracterizar la producción agropecuaria determinando las siguientes variables: cantidad que se cosecha, cantidad que se destina a la comercialización, canales de comercialización que utilizan los agricultores y ganaderos para vender los productos, costo de producción y precio de venta.

Para el cumplimiento del objetivo se utilizo entre los métodos: **Método Deductivo.-** la revisión de literatura y para todos los procedimientos matemáticos; **Método Analítico.-** para interpretar los resultados obtenidos y llegar a deducir las conclusiones y recomendaciones; **Método Histórico.-** Permitió hacer un recuento de lo que ha sido y es la producción agropecuaria de la parroquia Santiago, así mismo posibilito conocer los aspectos fundamentales de la parroquia desde su fundación. Entre la técnicas se cuenta: **La encuesta.-** que se aplico a los agricultores y ganaderos del lugar, para obtener las cantidades de productos que cultivan, así como la cantidad y variedad de especies de animales que crían; **La entrevista.-** se realizó a los propietarios de puestos de abastecimiento de productos agropecuarios en los mercados municipales de la ciudad de Loja para la determinación de la demanda de los productos provenientes de la parroquia Santiago.



La investigación se realizó teniendo en cuenta únicamente a los agricultores y ganaderos de la parroquia Santiago que son en un total de 226 personas según así lo informa el último censo de población y vivienda realizado por el **INEC** en el año 2010 en el cual también se consultó la rama de actividad a la que se dedica cada ciudadano, por tratarse de una población finita de 226 personas se extrajo información del total de los productores agropecuarios.

Los resultados indican que 4.376 hectáreas se utilizan para la producción agropecuaria que equivale al 43% del total de la extensión territorial de la parroquia Santiago que es de 10.203 hectáreas. Los principales productos son el quesillo con una producción de 1.540 libras por día, el maíz con 6.480 quintales, y la papa con 2.100 quintales promedio por ciclo de producción. También se identificó tres canales de distribución siendo el del intermediario mayorista con el 49% el que mayormente utilizan los productores para comercializar sus productos. Luego se procedió a realizar el estudio de mercado para analizar la demanda de los productos agropecuarios en los mercados municipales de la ciudad de Loja, el mismo que determinó que la arveja tierna, la coliflor, el tomate de árbol, el quesillo, los huevos criollos, y los cuyes, son los productos más solicitados por los consumidores en los mercados.

Las Principales conclusiones que se obtienen de la investigación realizada sobre el diagnóstico de la producción agropecuaria de la Parroquia Santiago son:

Los principales productos son el quesillo con una producción de 1.540 libras por día, el maíz con 6.480 quintales, y la papa con 2.100 quintales promedio

por ciclo de producción. De estos tres productos el quesillo es el que mayormente se comercializa en un promedio del 86% de la producción total.

El estudio indica que los productos agropecuarios que se producen en la parroquia Santiago de mayor demanda son: la arveja tierna, la coliflor, el tomate de árbol, el quesillo, los cuyes y los huevos criollos.

De acuerdo al análisis de los costos de producción, los productos que dejan mayor más rentables son: el tomate de árbol, que ofrece un margen de utilidad del 100%, los huevos criollos con un margen de utilidad del 88%, y la arveja tierna con un 63%, de acuerdo al costo de producción.

En base a las conclusiones se propone las siguientes recomendaciones:

La explotación agropecuaria a nivel mundial tiene que ser manejada de forma racional manteniendo un equilibrio entre las áreas de cultivo y los bosques naturales, *se sugiere al MAGAP* Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, continuar con la labor de concientizar mediante charlas, seminarios, o talleres la explotación agropecuaria en forma y técnica de las superficies de cultivo con la finalidad de preservar el medio ambiente.

Se sugiere a los productores agropecuarios incrementar la producción de la arveja tierna, la coliflor, el tomate de árbol, la producción de cuyes y de huevos criollos. Debido a que estos productos tienen gran demanda de mercado

Se sugiere implementar sistemas de producción en los que se optimice los recursos disponibles para lograr bajar los costos de producción y obtener mejores beneficios económicos para los productores agropecuarios.

Los resultados obtenidos son el producto de la información vertida por los productores, cabe señalar que al no contar con un equipo de topografía las

cantidades de áreas cultivables para la agricultura como para la ganadería son estimadas de acuerdo a la percepción visual de los entrevistados, así mismo señalaron que no llevan registro de la cantidad que se cosecha y la distribución de la misma, por lo tanto estas cifras recogidas en este estudio son cantidades deducidas de acuerdo a la experiencia y al manejo práctico que le dan a la producción agropecuaria en esta parroquia.

## **SUMMARY**

The present investigation denominated "DIAGNOSIS OF THE AGRICULTURAL PRODUCTION OF THE PARISH SANTIAGO AND THE ELABORATION OF PROFILES OF COMMERCIALIZATION, THREE OF AGRICULTURAL PRODUCTS AND THREE OF CATTLE PRODUCTS THAT HAVE bigger DEMAND IN THE MARKET" have as general objective to characterize the agricultural production determining the following variables: quantity that is harvested, quantity that is dedicated to the commercialization, commercialization channels that the farmers and cattlemen use to sell the products, production cost and selling price.

For the execution of the objective you uses among the methods: Deductive Method.- the literature revision and for all the mathematical procedures; Analytic Method.- to interpret the obtained results and to end up deducing the conclusions and recommendations; Historical Method.- He/she allowed to make a recount of what has been and it is the agricultural production of the parish Santiago, likewise I facilitate to know the fundamental aspects of the parish from their foundation. Among the technical ones it is counted: The survey.- that you applies the farmers and cattlemen of the place, to obtain the quantities of products that cultivate, as well as the quantity and variety of species of animals that raise; The interview.- he/she was carried out to the proprietors of positions of supply of agricultural products in the municipal markets of the city of Loja for the determination of the demand of the products coming from the parish Santiago.

The investigation was carried out only keeping in mind to the farmers and cattlemen of the parish Santiago that you/they are in a total of 226 people according to he/she informs this way it the last population census and housing carried out by INEC in the year 2010 in which the activity branch was also consulted to the one that each citizen is devoted, to be about a finite population of 226 people information of the total of the agricultural producers it was extracted.

The results indicate that 4.376 hectares are used for the agricultural production that is equal to 43% of the total of the territorial extension of the parish Santiago that is of 10.203 hectares. The main products are the quesillo with a production of 1.540 pounds per day, the corn with 6.480 quintals, and the potato with 2.100 quintals average for production cycle. It was also identified three distribution channels being that of the intermediary wholesaler with 49% the one that mostly use the producers to market their products. Then you proceeded to carry out the market study to analyze the demand of the agricultural products in the municipal markets of the city of Loja, the same one that I determine that the tender pea, the cauliflower, the tree tomato, the quesillo, the Creole eggs, and the guinea pigs, they are the products more requested by the consumers in the markets.

The Main conclusions that are obtained of the investigation carried out on the diagnosis of the agricultural production of the Parish Santiago are:

The main products are the quesillo with a production of 1.540 pounds per day, the corn with 6.480 quintals, and the potato with 2.100 quintals average for

production cycle. Of these three products the quesillo is the one that mostly is marketed in an average of 86% of the total production.

The study indicates that the agricultural products that take place in the parish Santiago of more demand are: the tender pea, the cauliflower, the tree tomato, the quesillo, the guinea pigs and the Creole eggs.

According to the analysis of the production costs, the products that you/they leave more profitable adult are: the tree tomato that offers a margin of utility of 100%, the Creole eggs with a margin of utility of 88%, and the tender pea with 63%, according to the production cost.

Based on the conclusions he/she intends the following recommendations:

The agricultural exploitation at world level has to be managed in a rational way maintaining a balance between the cultivation areas and the natural forests, it is suggested to MAGAP Ministry of Agriculture, Cattle raising, Acuacultura and he/she Fishes, to continue with the work of informing by means of chats, seminars, or shops the agricultural exploitation in form and technique of the cultivation surfaces with the purpose of preserving the environment.

It is suggested to the agricultural producers to increase the production of the tender pea, the cauliflower, the tree tomato, the production of guinea pigs and of Creole eggs. Because these products have great market demand

It is suggested to implement production systems in those that it is optimized the available resources to be able to lower the production costs and to obtain economic better benefits for the agricultural producers.

The obtained results are the product of the information poured by the producers, it is necessary to point out that when not having a topography team the quantities of arable areas for the agriculture like for the cattle raising they are dear according to the visual perception of the interviewees, likewise they pointed out that they don't take registration of the quantity that is harvested and the distribution of the same one, therefore these figures picked up in this study are quantities deduced according to the experience and to the handling I practice that they give to the agricultural production in this parish.

### **c. INTRODUCCIÓN**

El presente estudio se realizó con la finalidad de identificar las potencialidades productivas del sector agrícola y pecuario de la parroquia Santiago, en este estudio se identifican cuáles son los productos cultivados con mayor frecuencia, las cantidades que se cosechan en cada ciclo productivo así como el costo de producción de cada producto y el canal de comercialización utilizado para vender sus productos.

El propósito de esta investigación es identificar las potencialidades de la producción agrícola y ganadera de la parroquia Santiago mediante la caracterización de las variables como es la cantidad que se produce a nivel de toda la parroquia, los canales de distribución, el costo de producción y las oportunidades de comercialización en el mercado para dichos productos.

Los contenidos teóricos que contiene el presente trabajo expone toda la teoría en la que se sustenta la investigación; la caracterización de la producción agropecuaria cuyas variables analizadas en esta investigación son las siguientes: cantidades que se producen, ciclos de producción, canales de comercialización, costo de producción y precio de venta, también se encuentran las variables que se analizan en el estudio de mercado, el producto y las estrategias de precio, plaza y promoción.

Para realizar este trabajo investigativo se utilizó el método científico mediante el cual se logró obtener la información de campo, información bibliográfica y aplicaciones de operaciones matemáticas que se desarrollaron en el presente estudio, también se utilizó el método analítico para interpretar los resultados



obtenidos en el estudio de campo y llegar a deducir las debidas conclusiones y recomendaciones. La técnica que se empleó para recolectar la información fue la entrevista utilizando el cuestionario como instrumento.

Los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los productores agropecuarios de la parroquia Santiago indican que los principales productos agropecuarios de este lugar son; el quesillo con una producción de 1540 libras por día, el maíz con 6480 quintales, y la papa con 2100 quintales promedio por ciclo, representan la principal producción agropecuaria de esta parroquia, el estudio de mercado demuestra que los productos de mayor demanda son, la arveja tierna, la coliflor, el tomate de árbol, el quesillo, los cuyes y los huevos criollos, esto indica que los productores agrícolas y ganaderos del lugar no están aprovechando el potencial de estos productos para la comercialización a excepción del quesillo que se comercializa el 86% de la producción total, constituyéndose en la principal fuente de ingresos económicos de los habitantes que se dedican a la actividad agropecuaria.

Para concluir el desarrollo de la investigación se elaboró perfiles de comercialización con los productos que presentan mayor demanda de mercado, estos perfiles contienen lo siguiente; descripción del producto, estrategias de precios, estrategias de venta, estrategias de promoción, y estrategias de distribución más adecuados para obtener la mayor rentabilidad para el productor.

#### **d. REVISION DE LITERATURA**

La investigación de tesis que se realizó se fundamenta en las teorías económicas de la escuela fisiocrática, la misma que manifiesta que la base del desarrollo económico es la agricultura.

#### **LA PARROQUIA SANTIAGO.**

##### **Historia**

Santiago bella parroquia localizada al noroccidente de la ciudad de Loja, fue fundada al inicio del siglo XVI por los españoles bajo la majestuosa Santa Bárbara y el nudo de Guagrahuma, a 2.450 metros de altitud. Grande como sus montañas, hermosa como sus campiñas, sus mujeres y sus flores, clara visión y de espíritu tranquilo, pero altivo, inclinados al trabajo, a la música y a la medicina.

La arquitectura que se puede apreciar en Centro de esta Parroquia es muy ancestral de estilo tradicional republicano, su gente usa una vestimenta propia de la Sierra. Ubicada al extremo norte de la Hoya de Loja. El Bosque de Sayo declarado como bosque protector tiene una superficie de 120.22 hectáreas, de lo cual es bosque natural 87.89 hectáreas, matorral medio 24.78 hectáreas, y pastizal 7.72 hectáreas. Asociadas a este bosque se encuentran pequeñas vertientes en gran número que forman la quebrada principal llamada Sayo y a 5 minutos desde la carretera existen las aguas sulfurosas que siguen su cauce a esta quebrada.

## Aspectos Generales

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
Latitud	3° 47' 37" Sur
Longitud	79° 16' 55" Oeste
Extensión	102.03 km <sup>2</sup>
Altura	2.450 m.s.n.m
Clima	Templado - húmedo
Población	1.759 habitantes
Temperatura	12° y 15° C temperatura promedio
Distancia de Loja	34 Km
Límites	Norte: con las parroquias San Pablo de Tenta (cantón Saraguro) y parte de las parroquias San Lucas y Gualiel Sur: con la parroquia Jimbilla y la parroquia urbana de Loja, Este: con la parroquia San Lucas Oeste: con las parroquias de Taquil, Chantaco, Chuquiribamba y Gualiel
Fiestas Cívicas	Fiestas de Parroquialización 27 de Enero
Fiestas Religiosas	Última semana de Enero en honor al Santísimo A continuación de la Semana Santa, fiesta del Señor de la Divina Misericordia 25 de julio en honor al Patrón Santiago
Importancia Parroquial	En su territorio se cultiva el maíz, arveja, haba, y cebada y criaderos de trucha

Esta parroquia se encuentra al noreste de la ciudad de Loja, va en dirección a la provincia del Azuay, se encuentra ubicada al pie del cerro Uracu atravesado por el río de San Lucas.

### Hidrografía

Los principales ríos de Santiago son: El río Minas y el Sauce, que al unirse, esto en el barrio Paquisha forma el río Santiago; existen otras quebradas

también importantes tal es el caso de: Shininga, San Antonio, Tacuri, Tiura, Cachipirca, Sayo, Gandil, etc.; cuyas aguas vierten en el río Santiago el mismo que aguas abajo se unen con el río San Lucas para formar el río Las Juntas cuyas aguas por el sector de Jimbilla se dirigen hacia el oriente.

#### Características del Sector

Las características topográficas del sector son muy irregulares, existiendo solo en ciertos sectores pequeñas planicies las cuales son utilizadas para agricultura y ganadería; así mismo se cuenta con grandes extensiones de bosque natural, entre los que destacan los dos bosques protegidos: El SAYO y SERVIO AGUIRRE. En la parte alta entre los límites con el cantón Saraguro se encuentra el nudo de Huagrahuma que es conocido por todos; también existen elevaciones importantes como: El Santa Bárbara, Galápagos, Piedra, Bola, etc., que son lugares propios para turismo de aventura.

#### **Cultura**

La cultura constituye un conjunto de prácticas sociales, económicas, políticas, religiosas, étnicas, manifestadas en una complejidad de relaciones comunitarias, organizativas, relaciones familiares, intrafamiliares, relación con la tierra, y los recursos naturales, así como la simbolización de valores expresados en el idioma, la música, festividades y actos religiosos. Aspectos que en su conjunto y dinamismo determinan la identidad de los pueblos y comunidades, como también la historia del desarrollo.

El idioma hablado en toda la población es el castellano, con algunas palabras fuera del idioma que lo practican la mayoría de las personas de la tercera edad.

### **Actividades Productivas**

Por las características del suelo, gran cantidad de vertientes y las frecuentes lluvias, la actividad productiva de este sector es diversa, pero el potencial productivo es la ganadería y la agricultura.

En lo referente a la ganadería, predomina la explotación de ganado bovino, del cual obtienen el queso y ganado para carne el cual lo comercializan en el sector de las Juntas y en lo referente al queso lo expenden en la ciudad de Loja a través de intermediarios de la localidad. Impera en la agricultura el cultivo de maíz blanco, fréjol, arveja, papa, haba, y melloco; existen otras actividades en menor escala como: La fruticultura (durazno, manzana, pera y reina Claudia), las artesanías (tejidos, manualidades), la cría de animales menores y la horticultura.

Una de las actividades productivas que dio popularidad a Santiago, es la Explotación de Truchas, decayendo el número de productores por el cambio monetario del sucre al dólar; de los cuales subsisten dos criaderos.

### **Composición Política - Administrativa**

Existen muchos barrios de los cuales algunos por el crecimiento habitacional se han unificado y otros por la migración casi han desaparecido. A continuación detallamos la interna división territorial:

- Barrio Central (unificados: Machala, La Floresta, Sagrado Corazón de Jesús)

- San José
- Manzano
- Lliclla
- Cachipirca
- Liria (parte de Las Juntas y Liria)
- Pucala
- Paquisha
- Gandil
- Barrio Aguacate – Chacoyanta (unificado Aguacate y Chacoyanta)
- Pogllo
- Sayo
- Challipaccha
- El Gallo
- La Chorrera
- Pasín
- Minas

### **Instituciones Locales**

- Junta Parroquial
- Tenencia Política
- Iglesia (párroco y grupo religioso Hermanos de la Misericordia)
- 1 Colegio
- 7 Escuelas
- Subcentro de Salud
- Registro Civil

- Unidad de Policía Comunitaria
- Municipio (incluida Biblioteca Municipal)

### **Atractivos Turísticos**

Esta parroquia rodeada de colinas, las mismas que se sitúan geográficamente e ideográficamente en los occidentes físicos e hídricos que dan origen al paisaje occidental de la provincia de Loja. Se pueden apreciar así mismo terrazas arqueológicas de utilidad agrícola, durante la invasión incásica y que venían desde el Cuzco. La arquitectura que se puede apreciar en el centro de esta parroquia es muy ancestral de estilo tradicional republicano, su gente usa una vestimenta propia de la sierra. Ubicada al extremo norte de la Hoya de Loja.

El Bosque de Sayo declarado como bosque protector tiene una superficie de 120.22 has. De lo cual es bosque natural 87.89 has. , Matorral medio 24.78 has. Y pastizal 7.72 has. Asociadas a este bosque se encuentran pequeñas vertientes en gran número que forman una quebrada principal llamada Sayo y a 5 min. Desde la carretera existen las aguas sulfurosas que siguen su causa a esta quebrada.

### **COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA<sup>1</sup>**

La Comercialización agropecuaria, es una actividad humana que tiene por objeto satisfacer las necesidades y los deseos por intermedio de transacciones, siendo para nuestro caso las necesidades a satisfacer las de alimentación directa y la agroindustria. Es pues la comercialización la vinculación entre la

---

<sup>1</sup><http://www.monografias.com/trabajos58/negocio-agropecuario/negocio-Agropecuario.shtml#ixzz2h5j1xT01>

producción y las ventas, donde el consumidor final influye en todas las decisiones.

El concepto de comercialización de productos agropecuarios involucra a todas las actividades agroeconómicas comprendidas desde el inicio de la preparación del terreno, la construcción del corral para animales hasta que todos éstos lleguen al mercado

Constituyen problemas relacionados con la comercialización:

**La atomización de la tierra**, es decir la parcelación excesiva en partes cada vez más pequeñas, como consecuencia de entregas en herencia, ventas u otras formas, es un factor que impide la producción de grandes lotes de productos, tanto en cantidad como en calidad.

**El manejo tecnológico heterogéneo de los cultivos**, especialmente en los pequeños y medianos agricultores, carece de un adecuado manejo tecnológico, no aplicándose por diversos motivos las corrientes modernas, ni las tecnologías ancestrales cuyo contenido podrían contribuir a incrementar la productividad y su aplicación esta al alcance de las manos.

**El manejo pecuario incipiente**, la crianza es parte del proceso productivo en una chacra integral, este factor esta relegado a un plano no generador de riqueza periódica, por lo que su ingreso al mercado es casual o por necesidades inmediatas, no obedece por ello a un plan que permita su capitalización y crecimiento.

**La desarticulación de la empresa familiar**, aquella que esta formada por la esposa, los hijos, las nueras, los yernos, los abuelos y todos que viven bajo el



mismo techo, se ha desligado del proceso de comercialización que integra la chacra con el mercado, convirtiéndose en simples consumidores, es preciso que la empresa familiar se integre a todo proceso de comercialización dentro y fuera de su entorno familiar, así estará en condiciones de formar parte de él.

**La falta de comunicación entre productores agropecuarios**, la individualización excesiva, les niega la oportunidad de discutir sobre los productos a ofertar al mercado, las áreas a sembrar, elaborar un programa de producción, así como de organizarse para poder tener capacidad de negociar.

**La baja calidad de la producción**, se ha demostrado que hombres y mujeres del campo son capaces de producir con alta productividad y hacer frente a los vaivenes de los precios en el mercado, sin embargo la mala calidad incrementa los costos y disminuye la utilidad.

**A pesar de que se tiene información agropecuaria, no es posible aun tener acceso a ella**, se tiene que conocer los mercados de las provincias, del departamento o a nivel nacional, de esta manera será posible entrar al mercado en un momento oportuno y cuando es posible incrementar la rentabilidad.

**El transporte y el embalaje inadecuados**, mucha de la producción que viene de la chacra, a pesar de haberse seleccionado lo mejor de la cosecha o de la crianza, llega al mercado con un alto índice de deterioro (malogrado) y se debe a la falta de una infraestructura vial adecuada, así mismo la sobresaturación de los embalaje, aun utilizamos sacos de 70 u 80 Kg que se aplastan unos a otros, aun permitimos que se coloquen encima de ellos personas, animales u objetos pesados, lo cual va en desmedro de la calidad y tiempo de perecibilidad del

producto, a esto se agrega el tiempo que demora en llegar del campo a los mercados.

**La desvalorización de la actividad agropecuaria**, es necesario que el productor revalorice el ámbito rural, dándole el poder que corresponde y de lo cual sus hombres son capaces y así lo crean, de lograr la participación plena para la toma de sus decisiones, que interioricen la necesidad de ser honestos y responsables al momento de asumir un crédito, firmar un contrato o cerrar un trato, que sean capaces de aceptar que pueden producir lo que el mercado requiere y a menor costo, que cada productor agropecuario constituye un hombre importante en la economía de nuestro país y que puede generarse mayores ingresos en un entorno de equilibrio ecológico.

**No lidera precios en el mercado**, la mayoría de agricultores desconoce o no lleva un registro de sus ingresos y egresos, lo cual imposibilita saber el costo real de sus productos y determinar la rentabilidad, por lo que se convierten en "seguidores de precios", es decir mide ésta desde el punto de vista del precio anterior.

**Desconocimiento de los Agentes que intervienen en las Cadenas Productivas**, no es posible hacer buenos negocios sino conocemos a quienes serán nuestros clientes, peor aun si no conozco como llegar a ellos, y que producto requieren y en que momento lo requieren.

**Diversos problemas fitosanitarios (plagas y enfermedades) e indiscriminado uso de plaguicidas** que surgen como consecuencia de la falta de una orientación y atención conjunta, incrementando costos y disminuyendo la calidad del producto así como su aceptabilidad.

**Informalidad comercial**, producción desorganizada sin orientación a mercados seguros y escasa difusión de estándares de calidad o de los productos que ofrecemos con el único fin de evadir impuestos, olvidamos que la idea central del negocio es ganar mayor utilidades e incrementar la rentabilidad, la informalidad no permite hacer ventas a gran escala, es decir proyectar grandes negocios nacionales e internacionales.

**Escasa industrialización**, la industrialización de una parte de la producción permitiría una menor y mejor oferta, así como generar un valor agregado a nuestra producción y evitaría la caída de los precios.

## **ESTRATEGIAS DE MERCADO**

Un mercado sólo se puede definir con referencia al producto o productos que se le va a vender, por lo que la conceptualizamos como: **El área geográfica y/o grupo de usuarios reales o potenciales de un producto o clase de productos.**

Mercado de papa, Mercado de cebada, Mercado de arroz, etc., el término mercado esta vinculado al producto que se ofrece.

Para atender un mercado se ejecutarán diversas estrategias:

Estrategias de penetración de mercado

Estrategias de desarrollo de mercado

Estrategias de desarrollo y diversificación de mercados

## **ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DE MERCADO**

Una estrategia de penetración de mercado comprende a productos y mercados existentes, es aquella que trata de aumentar la participación de mercado para productos existentes en mercados existentes.

### **¿Cómo hacerlo?**

Atraer clientes de la competencia, ya sea mediante una reducción de precios, mejor servicio, mejorar la presentación y la calidad del producto,

Convertir a los no usuarios en usuarios, es decir motivar el consumo o la utilización del producto mediante la difusión de sus bondades, a través del correo electrónico, el internet o el teléfono, así como la televisión.

Aumentar la frecuencia de las compras, entrando en contacto con los clientes que puedan enlazarse con vuestro programa de producción, tanto presente como futuro.

Aumentar la cantidad promedio por compra, ofreciendo un plus por compras en una determinada cantidad y frecuencia.

## **ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO**

Una estrategia de desarrollo de producto es aquella en que se desarrollan nuevos productos para mercados existentes.

Estos nuevos productos pueden ser innovadores, emuladores o adaptadores.

### **Nuevos productos Innovadores.**

Es ingresar al mercado con un producto que no se ha ofertado antes o se han ofertado de manera diferente, un ejemplo de ello puede ser el purpuro en

grandes volúmenes, el Chiclayo, el Maíz Baby con lana lavada y seleccionada, etc.

### **Nuevos productos Emuladores**

Es un producto nuevo para el productor agropecuario en su zona, pero no es nuevo para la economía. Como ejemplo tenemos el ajo, zanahoria, papa amarilla, lúcuma, Chirimoya, etc.

### **Nuevos productos Adaptadores**

Es un nuevo producto adaptado de un producto existente en su forma, por ejemplo la introducción al mercado de una nueva variedad de papa o una raza obtenida como parte de un trabajo de investigación genética.

## **ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS**

Una estrategia de diversificación es aquella en que se ofrecen nuevos productos agropecuarios en nuevos mercados. La diversificación obedece al aumento de las ventas, nivelar la demanda a través del tiempo y estructurar un programa de producción poco susceptible a la caída de los precios por estacionalidad. Por ejemplo en una chacra integral en la sierra se diversifica la producción agrícola determinando un área para las hortalizas cuya entrada al mercado sería en épocas que los precios se ponen altos y la calidad en la costa decaen, además se destina otra área para cultivos permanentes como mango, cuya producción ingresaría a los mercados de Lima y otras ciudades en los meses que la costa no produce, la papa conda o bajo riego estaría en cola para su ingreso al norte del país y las empresas mineras, programadas para su cosecha en meses que las otras zonas no producen.

Estas estrategias requieren en todos los casos manejar un directorio de mercados, directorio de distribuidores mayoristas, de exportadores así como de información de las siembras y cosechas futuras a fin de entrar en el mercado en el MOMENTO propicio, estar en el LUGAR preciso y tratar con LA PERSONA O EMPRESA que demanda el producto, a todo ello:

**MOMENTO + LUGAR + DEMANDANTE + DECISION = OPORTUNIDAD.**

El esquema siguiente nos permitirá visualizar la relación que existe entre el producto, el precio, la forma que la distribuimos en el mercado y como haremos conocer sus bondades, todo lo que iremos explicando en detalle a continuación.

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Cuando el producto se encuentra listo para el mercado, el siguiente paso es determinar que métodos y rutas se deben utilizar para hacer llegar éste a los consumidores.

El canal de distribución para un producto es la ruta tomada por el propietario hacia el consumidor final. Un canal siempre incluye tanto al producto, al intermediario y al consumidor final. No incluye empresas tales como bancos, y otras instituciones no intermediarias.

La empresa puede tener diversos canales de venta como: directamente al consumidor final, al mayorista, al minorista, al acopiador, a la empresa procesadora, empresa exportadora, cada uno de estos tipos indica un canal diferente. Será más complejo en la medida que en el proceso de compra y

venta del producto o servicio intervengan más intermediarios. Como observaremos en el esquema de la página siguiente.

### **COMPONENTES DEL CANAL:**

Se dividen en tres categorías:

El productor agropecuario u ofertante: criador, productor de trigo, productor de naranja, productor de lana, productor de leche, etc.

El usuario del producto o demandante.

Ciertos intermediarios al nivel de mayoreo y menudeo (los más conocidos son el mayorista y el minorista), a lo que hay que agregar el fin del producto.

### **FUNCIONES DEL CANAL:**

Con el fin de transferir las mercaderías del productor al consumidor se necesitan ejecutar actividades como:

Traspaso de derecho (compra y venta), se produce cuando se concretiza el cierre de venta.

Movimiento físico del producto, acompañado con el almacenaje respectivo.

La búsqueda de mercados o fuentes de abastecimiento.

El pago de fuentes de crédito (financiamiento)

### **LOS INTERMEDIARIOS**

A fin de poder identificar plenamente a los intermediarios y analizar su participación en el negocio agropecuario, haremos algunos alcances.

1. Son personas que compran y venden los productos agropecuarios en el mercado, en pequeñas cantidades.

## 2. **Comerciantes o compradores locales**

Son comerciantes que hacen las compras de productos agropecuarios en grandes cantidades, ya sea a los mismos productos o a los compradores locales; después venden esos productos al comerciante minorista o al consumidor.

## 3. **Intermediarios Mayoristas**

Son comerciantes o empresas que adquieren la producción directamente del productor, caracterizándose porque el fin del producto es su utilización como insumo para la fabricación de un producto diferente, es decir es procesado para su transformación, es decir su fin es la agroindustria.

## 4. **Intermediarios Minoristas**

Estos comerciantes pueden hacer sus compras a los mayoristas o a los productores y más tarde venden esos productos directamente al consumidor.

Son comerciantes que compran los productos en pequeñas cantidades, en los lugares de cosecha. Después de reunir abundantes cantidades de productos, los venden a los mercados de las grandes ciudades.

### **DISEÑO DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN:**

El diseño de los canales debe efectuarse a través de las siguientes etapas: Determinación de los objetivos y de las misiones de distribución, análisis y evaluación de las estructuras alternativas de distribución y de las variables que afectan a su estructura y por último la elección del mejor canal.



## PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Es evidente que si la producción en el mercado se convierte en el producto motivo del negocio agropecuario, hay que producir para un mercado determinado, o varios. Es decir que quien produce tiene que planificar y analizar el mercado, por que **el final del camino no es un lado de la chacra, el proceso productivo concluye cuando se comercializa el producto**, es decir cuando la producción se coloca, se vende en el mercado. Siendo el productor quien elige su **punto de venta**, que puede ser: la chacra, el stand que tiene la asociación, la planta agroindustrial, la desmotadora, el centro de acopio, el puesto del comerciante minorista, el muelle, o cualquier lugar donde se cierre la venta y se haga entrega del producto.

Existen dos fuentes de ventaja competitiva: **bajo costo y diferenciación**. Producir a bajo costo supone la habilidad de la empresa para diseñar, producir y mercadear un determinado producto más eficientemente que sus competidores, venderlo a precios competitivos y en definitiva, lograr retornos superiores. La diferenciación es la habilidad de la empresa para suministrar un producto único al comprador, en términos de la calidad del producto, especificaciones a la medida, servicios de apoyo y otras características. Esto significa que para que llegue la producción al mercado ésta debe ser de acuerdo a lo que éste requiere, tanto en cantidad como en calidad, respondiendo a la necesidad del consumidor, lo cual le daría oportunidad, este último factor podría en muchos de los casos significar mejor precio.

Por lo tanto, la producción debe ser entregada en perfectas condiciones, debidamente embalada y etiquetada, a fin de que el producto y el lugar de

procedencia logren un posicionamiento en el mercado, recuerde que en el mercado tiene éxito ser el primero que el mejor, **escoja una marca que sea distintivo del producto**: Granadilla de Coina, sabor exquisito que la naturaleza brinda, Paltas Camposol, fruto divino del desierto peruano, queso cajamarquino garantía en tu mesa. Si a nivel nacional el posicionamiento de un producto en la mente de las personas es importante, lo es mas a nivel internacional, por lo que es importante plasmar este con una marca que nos permita ser competitivos y reconocidos, la falta de esto es un problema para nuestros productos que son exportados sin marca y por lo tanto la etiqueta que llega al consumidor no nos posiciona en el mercado, lo cual es una limitante para que el consumidor final, que es el que manda en el mercado identifique el producto y lo vuelva a solicitar, **con la marca y un producto de buena calidad lograremos un posicionamiento real en el consumidor final.**

Hasta ahora hemos visto la problemática del negocio agrícola - ganadero e industrial - agrícola, u de otra índole relacionado con la actividad agropecuaria por la que se destaca la necesidad de darle una dirección a las acciones comerciales, sin descuidar los aspectos de la producción y las finanzas, pero antes nos preguntaremos ¿Es rentable el negocio agropecuario?, si podemos lograr una buena rentabilidad habría que preguntarse entonces ¿Cómo podremos alcanzarle?

Algunos afirman que solo las empresas grandes tienen en la agricultura una gran rentabilidad, que ellas ganen mucho, mientras que las pequeñas no pueden subsistir, es decir la rentabilidad depende de la extensión, de la dimensión y del grado de tecnificación.

No trataré de dar una respuesta a esta cuestión, pero si de acuerdo a los hechos y el estado actual de la agricultura y de los negocios apoyados en ella, del mercado, de la política estatal y del futuro previsible, analicemos si estamos realmente ante un tipo de empresas en las que se puede conseguir rentabilidad y, de ser así, como podemos lograrlo.

Una opción clara esta en que las **grandes oportunidades son aprovechadas al máximo las empresas bien estructuradas, organizadas y dirigidas con las condiciones necesarias para competir y participar con los debidos conocimientos**, y con los hombres, la técnica y la estrategia comercial adecuados. Esta demostrado que las empresas del sector agrario que marchen bien, son aquellas que siguen o comienzan según los técnicas comerciales que se utilizan en la mayoría de las empresas industriales más dinámicas. En primer término, tomemos en cuenta el producto que ofertamos, hay que analizar si la política utilizada ha sido la más adecuada, no solamente empresa - producto, sino con relación al mercado final, en el cual se presentan ciertas particularidades como:

- Estacionalidad en la producción y consumo
- Disponibilidad entre producción y consumo
- Desequilibrio de la oferta y caída de precios
- Escasa diferenciación entre la producción
- Productos perecederos o difíciles de guardas
- Influencia de la localización geográfica de las zonas de producción.

Los productos agrarios y la naturalezas y estructura de las empresas que las producen, parece que exigen una comercialización propia de las grandes sociedades industriales, puesto que, si bien proceden de pequeñas parcelas, se dirigen mercados amplios, extendidos atendido por un comercio numeroso, esparcido por la amplio y diferenciada geografía y con una potencial capacidad de compra venta.

Para llegar a este mercado con un elevado volumen de venta, ofreciendo una calidad, garantía sanitaria, conservación, suministro y, en lo posible, una marca y una amplia información, el sector no esta preparado ni tiene empresas de magnitud, volumen de ventas, capital y la organización comercial suficiente para cumplir adecuadamente una función comercial.

Una alternativa son las denominadas Cadenas Agroalimentarias o cadenas productivas agropecuarias de las que comentare a continuación.

## **COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Para poder atender su granja/predio/hacienda/fundo en perfectas condiciones y que además, le produzca buena rentabilidad, debe realizar los siguientes gastos:

1. Pago de alquileres por maquinaria para la preparación de los terrenos.
2. Compra de semillas, abonos, insecticidas, fungicidas, herramientas, matamalezas, etc.
3. Pago de jornales para la siembra, el deshierbe, abonamiento, el control de plagas, enfermedades y la recolección final.
4. Gastos de transporte para llevar sus productos al mercado.

Estos gastos de producción deben ser cargados al precio del producto y por lo tanto, si usted ha gastado mucho en producir, el precio de su producto será muy alto, entonces, usted no podrá competir con otros productores pequeños que han logrado producir lo mismo pero con menos gastos.

Para abaratar los gastos es necesario que usted se una con otros propietarios de pequeñas granjas/predio/hacienda/fundo para planificar y organizar esos gastos. De esa manera, sus productos llegarán al mercado con un precio capaz de competir con el de otros y también su ganancia será mayor.

Entonces el PRECIO DE VENTA estará conformado por:

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \text{COSTOS (INSUMOS+JORNALES+MAQUINARIA+TRANSPORTE)} + \text{GASTOS (ADMINISTRATIVOS+ ASISTENCIA TECNICA+ VALOR DEL DINERO)+ UTILIDAD.}$$

### **LOS INTERMEDIARIOS Y PRECIOS**

Cuál es la participación de los intermediarios en los precios, es una de las preguntas que nos hacemos con frecuencia y la respuesta general es que ellos se llevan las mayores ganancias. Si usted hace una venta directa al consumidor obtendrá la mayor ganancia (por ejemplo S/ 500), pero si usted vende al intermediario su ganancia será menor, (por ejemplo S/ 200).

Si los intermediarios que interceden, son más de uno, usted todavía deberá venderle al primero a un precio mucho menor, porque cada uno debe obtener su ganancia, en este caso su ganancia desciende, por ejemplo, a S/. 50.

La diferencia de precio del producto, al pasar del productor a los intermediarios, es lo que usted podría haber ganado si hubiera vendido directamente al consumidor.

Cuando los productos salen de su granja, suelen iniciar una cadena de pasos que ya conocemos como de canales e mercadeo, quiere decir esto que los productos pasan de mano en mano hasta que llegan al consumidor si la cadena que va del productor al consumidor final es muy larga, ocurre que:

1. Para obtener mayores ganancias, es necesario que usted estudie cuidadosamente con otros agricultores como vender mejor sus productos, evitando que en la comercialización de sus productos intervengan el mayor número de intermediarios, para que sean mayores sus ganancias.

2. **El productor recibe menos ganancias**

Debido al gran número de intermediarios y a los muchos canales de mercadeo, las ganancias que obtiene el productor son muy pocas, para esto, el agricultor debe aprender a defender sus precios y por lo tanto, es necesario que disminuyan o desaparezcan tanto los canales de mercadeo como los intermediarios.

3. **El consumidor debe pagar un precio más alto, por los productos**

4. **Obtención de un justo precio para sus productos**

Para lograr un precio adecuado a sus productos, es necesario que usted se agrupe con sus vecinos y así; planificar la producción y el mercadeo posterior.

Creemos que el único camino para conseguir esto, es que usted se una con otros campesinos, para decidir:

- a. Qué deben producir.
- b. Qué cantidad deben producir.
- c. A quién deben vender
- d. Cómo deben vender
- e. Dónde deben vender.

### **DIAGNOSTICO DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA**

El diagnóstico de la producción agropecuaria es la caracterización de la cantidad que se produce de cada especie de plantas y animales que se cultivan en un determinado sector. El proceso que se sigue para lograr este objetivo es el de recolección de la información, ordenamiento, estudio y análisis de datos que nos permite conocer la variedad y cantidad de productos que se cultivan y la distribución entre el autoconsumo familiar y la cantidad que se dispone a la comercialización.

### **PRODUCCION AGRICOLA**

La producción agrícola es el resultado de la explotación de los recursos que la tierra origina al llevar cabo un conjunto de técnicas para cultivar la tierra y diferentes trabajos de tratamiento del suelo para el cultivo de vegetales.

### **PRINCIPALES CULTIVOS DE VEGETALES.**

Los principales cultivos están dentro de las siete categorías de alimentos vegetales que son las siguientes:

- Cereales
- Especias

- Frutas
- Hortalizas
- Legumbres
- Nueces y semillas oleaginosas
- Raíces y tubérculos comestibles.

### **Cereales**

Son gramíneas herbáceas cuyos granos o semillas están en la base de la alimentación humana o del ganado, generalmente molidos en forma de harina.

### **Espicias**

Las especias constituyen un grupo de vegetales que tienen propiedades aromáticas o picantes y que se emplea partes de estas plantas como son: semillas, frutos, ramas, rizomas, estigmas florales, hojas, brotes u otras partes de una planta.

### **Frutas**

La fruta es el conjunto de frutos comestibles que se obtienen de plantas cultivadas o silvestres que poseen un sabor y aroma intensos y presentan unas propiedades nutritivas ricas en vitaminas y minerales, pocas calorías y un alto porcentaje de agua (entre 80 y 95%).

### **Hortalizas**

constituye un conjunto de plantas cultivadas generalmente en huertas o regadíos, que se consumen como alimento, ya sea de forma cruda o preparada culinariamente, y que incluye a las verduras y a las legumbres verdes (las habas y los guisantes).



## **Legumbres**

Se denomina legumbre a un tipo de fruto seco, en forma de vaina, generalmente de forma alargada, que se abre por la mitad encerrando en cada una de estas las semillas comestibles que crecen y maduran dentro de este fruto.<sup>2</sup>

## **Nueces y semillas oleaginosas**

Las oleaginosas son semillas que se comen o se utilizan para la extracción de aceite. Estas incluyen semillas de calabaza, de melón, de salsifí, de nuez de nogal blanco y otras semillas oleaginosas. Casi todas estas semillas crecen en árboles nativos.

## **Raíces y tubérculos comestibles**

Son plantas con raíces o tallos comestibles que engrosan sus raíces en forma larga o redondeada y que terminan en un filamento largo y estrecho, generalmente son subterráneas.

## **PRODUCCION PECUARIA**

La producción pecuaria se refiere a la ganadería que es *una actividad económica* de origen muy antiguo que consiste en la crianza de animales para su aprovechamiento. Dependiendo de la especie ganadera, se obtienen diversos productos derivados, como la carne, la leche, los huevos, los cueros, la lana y la miel, entre otros.

---

<sup>2</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura>

## **ESPECIES DE GANADO EXISTENTES**

Se distinguen varios tipos de ganadería en función de las especies, es así que, además de la ya conocida cría de ganado vacuno, equino, ovino o caprino, y porcino, se puede observar la cría de aves (avicultura), cuyes, y la piscicultura.<sup>3</sup> Casos peculiares los constituye la apicultura, ya que se trata de la cría extensiva de un insecto.

### **Ganado bovino.**

El ganado bovino se cría a lo largo y ancho del planeta por su carne, su leche y su cuero. La hembra es la vaca y el macho, el toro. Las crías de la vaca son los terneros o becerros. La cría y utilización de estos animales por parte del hombre se conoce como ganadería bovina. Existen centenares de razas en todo el mundo con características particulares que las hacen más adecuadas para un uso particular o más adaptado para ser criadas en determinadas regiones.

### **Ganado ovino.**

La cría y utilización de estos animales por parte del hombre se conoce como ganadería ovina. Se utilizan su carne; su leche, la piel, y la lana y otras fibras del pelo del animal.

### **Ganado equino.**

El caballo es una especie domesticada, de la que existen numerosas razas. Ha sido usado por el hombre como animal de tiro, de carga y como cabalgadura.

---

<sup>3</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Ganader>

## **Ganado Porcino**

Del ganado porcino se aprovecha su carne; su grasa, la cual es comestible; su piel, para la elaboración de cuero, y las cerdas, para la fabricación de cepillos, entre otros productos. China es el principal productor del mundo, con una amplia diferencia con sus escoltas, entre los que se destacan Estados Unidos, Alemania, España y Francia.

## **Avicultura.**

Para su crianza, reproducción y comercialización de las aves se creó la práctica de la avicultura que es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines de producción para conseguir carne, plumas o huevos.

## **Cuyes**

El cuy es un mamífero, herbívoro originario de la zona andina, conquistó al mundo por su mansedumbre y su capacidad de actuar como un animal experimental. Su crianza constituye un gran aporte en la nutrición de la familia y representa además un recurso económico al vender los excedentes. El cuy es una especie precoz, prolífica, de ciclos reproductivos cortos y de fácil manejo. El manejo tecnificado de la crianza familiar de cuyes ha permitido generar microempresas, las mismas que han ido creciendo de acuerdo a la disponibilidad de recursos forrajeros y al manejo intensivo de la crianza. El uso de tecnología implica la utilización de cuyes mejorados.

**Apicultura**

La apicultura es una actividad dedicada a la crianza de las abejas y a prestarles los cuidados necesarios con el objeto de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar. El principal producto que obtiene el hombre en esta actividad es la miel.

**Producción de huevos**

La producción de huevos en el campo se da como resultado de la crianza de gallinas de postura, las mismas que producen un huevo cada 24 horas.

**Piscicultura**

La Piscicultura es la cría de peces, término bajo el que se agrupan una gran diversidad de cultivos muy diferentes entre sí, en general denominados en función de la especie.

**Leche.**

Se entiende como leche al producto integral del ordeño total e ininterrumpido, en condiciones de higiene, que da la vaca lechera en buen estado de salud y alimentación. Esto además, sin aditivos de ninguna especie.

**Quesillo.**

El quesillo es un alimento que se produce a partir de la leche fermentada y cuajada, frecuentemente de producción artesanal, característica de gran parte de las zonas rurales y semi-rurales

**Quesos.**

Se define queso como el producto fresco o madurado, sólido o semisólido, obtenido a partir de la coagulación de la leche (a través de la acción del cuajo u otros coagulantes, con o sin hidrólisis previa de la lactosa) y posterior separación del suero.

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

### MÉTODOS

Entre los métodos que se tuvo que aplicar en el trabajo de investigación tenemos los siguientes:

**Método Científico.-** Este método mediante procedimientos sistematizados permite llegar a conocer la verdad sobre la producción y comercialización de los productos agropecuarios; el método científico se fundamenta especialmente en las teorías experimentales, la verificación lógica, la creatividad y tomar decisiones con datos otorgados flexibles a su comprobación de manera consecutiva en la práctica y se ajusta a la comprensión haciendo relación con la realidad.

**Método Deductivo.-** Se utilizó también este método para la revisión de literatura y para todos los procedimientos matemáticos que se utilizaron en el transcurso de la investigación.

**Método Analítico.-** Fue utilizado para interpretar los resultados obtenidos en el estudio de campo, lo que nos permitió procesar adecuadamente la información obtenida y llegar a deducir las conclusiones y recomendaciones.

La investigación se realizó teniendo en cuenta únicamente a los agricultores y ganaderos de la parroquia Santiago que son en un total de 226 personas según así lo informa el último censo de población y vivienda realizado por el **INEC** en el año 2010 en el cual también se consultó la rama de actividad a la que se

dedica cada ciudadano, por tratarse de una población finita de 226 personas se extrajo información del total de los productores agropecuarios.

**Método Histórico.-** Permitió hacer un recuento de lo que ha sido y es la producción agropecuaria de la parroquia Santiago, así mismo posibilitó conocer los aspectos fundamentales de la parroquia desde su fundación.

## **TECNICAS**

**La encuesta.-** Para la recolección de la información que permita caracterizar la producción agropecuaria se construyó un cuestionario que se aplicó a los agricultores y ganaderos del lugar, para obtener las cantidades de productos que cultivan, así como la cantidad y variedad de especies de animales que crían.

**La entrevista.-** se realizó a los propietarios de puestos de abastecimiento de productos agropecuarios en los mercados municipales de la ciudad de Loja para la determinación de la demanda de los productos provenientes de la parroquia Santiago.

## **PROCEDIMIENTO**

Las variables a medir fueron la variedad y cantidad de productos agrícolas que se cosechan y la variedad y cantidad de animales que se crían en el caso de la actividad pecuaria con la información obtenida se construyeron perfiles de comercialización que constituyen alternativas más viables de comercialización.

### **Proceso de Muestreo**

Por tratarse de una población finita, 226 productores agropecuarios se procedió a extraer información del total de la población de agricultores y ganaderos que se encuentran distribuidos en los diferentes barrios que tiene esta parroquia.

## SECTORIZACION

La parroquia Santiago cuenta con 17 barrios, para la recolección de la información se procedió a identificarlos por sector en donde viven.

<b>Cuadro Nº 1. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO</b>	
<b>BARRIOS</b>	<b>PRODUCTORES AGROPECUARIOS</b>
Barrio central	19
San José	9
Manzano	25
El Carmelo	20
Cachipirca	14
Lirio	17
Pucala	18
Paquisha	12
Gandil	6
Aguacate	9
Poglo	7
Sayo	9
Challipaccha	13
El gallo	10
La chorrera	5
Posin	7
Minas	26
<b>TOTAL</b>	<b>226</b>

**Fuente:** censo realizado por el autor.

**Elaboración:** el autor

## TRABAJO DE CAMPO

Las encuestas a los agricultores y ganaderos se las realizo en su respectivo domicilio, esto con la colaboración del auxiliar de enfermería del centro de Salud de la parroquia, quien cuenta con un registro de los habitantes de cada barrio de la parroquia.



Las entrevistas a los intermediarios se llevaron a cabo una vez que ya se los había identificado en los lugares en donde ejercen su labor de comercialización.

Se realizó un estudio y análisis de la demanda de los productos agropecuarios en los mercados municipales de la ciudad de Loja, esta información se la obtuvo mediante la aplicación de encuestas dirigidas a los propietarios de los puestos de expendio de productos agropecuarios.

Para determinar el precio de comercialización de cada producto se tomó como referencia el precio establecido de los productos similares en el mercado.

Con la información obtenida se diseñaron tres perfiles de comercialización para tres productos agrícolas y tres perfiles de comercialización para tres productos pecuarios de mayor demanda en los mercados municipales de la ciudad de Loja.

### **ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN**

**NACIONAL: Ecuador**

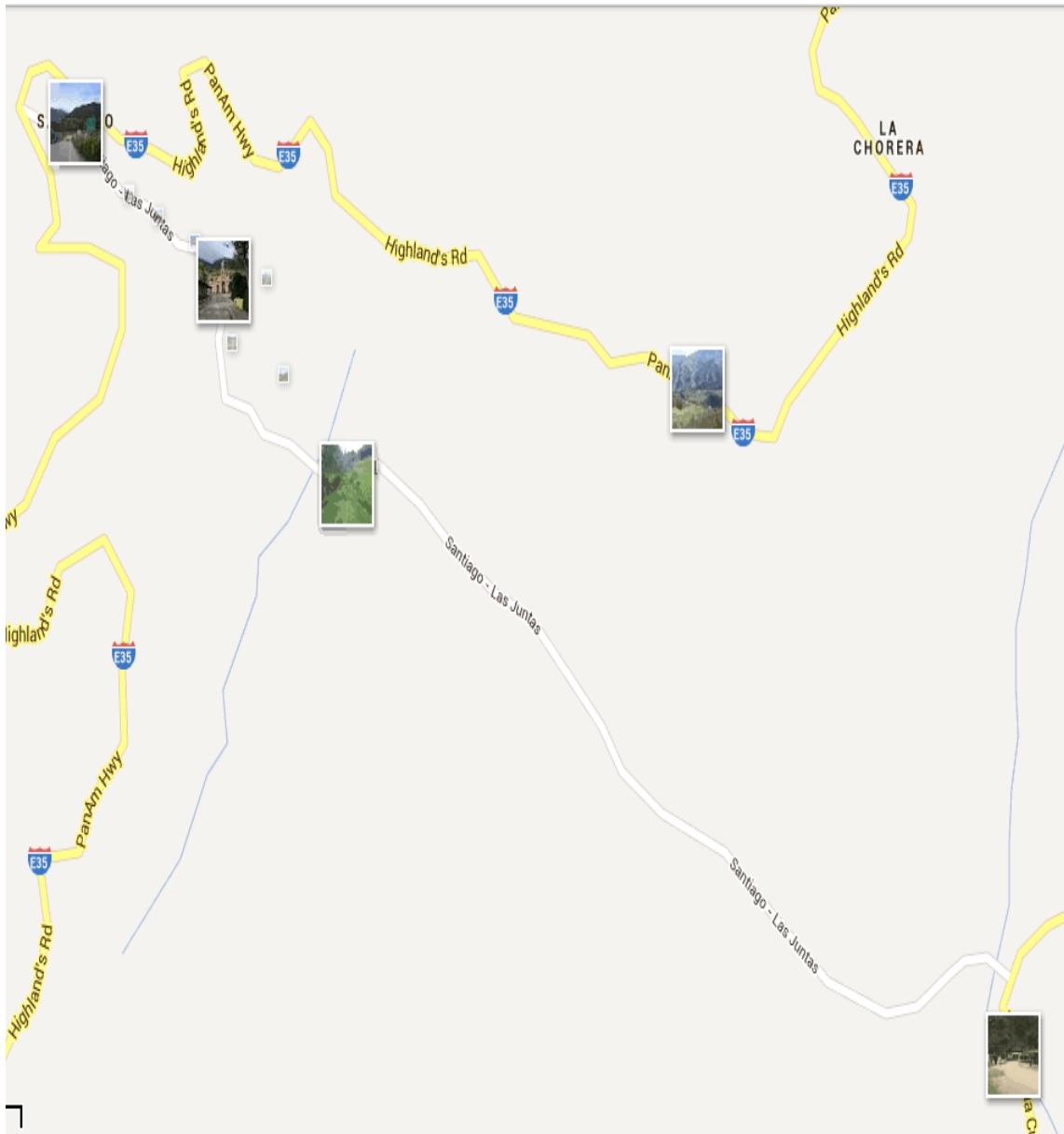
**REGIONAL: Zona 7**

**PROVINCIA: Loja**

**CANTON: Loja**

**PARROQUIA: Santiago**

### Grafico N° 1. ÁMBITO GEOGRÁFICO



## **f. RESULTADOS**

En esta sección se presentan en la primera parte los resultados de las entrevistas realizadas a los agricultores y ganaderos de la parroquia Santiago que sirvieron para realizar la caracterización de la producción agropecuaria, en segundo lugar los resultados del estudio de la demanda de mercado de los productos agropecuarios, entrevista realizada a los comerciantes propietarios de puestos de abasto de productos agropecuarios en los mercados municipales de la ciudad de Loja y en tercer lugar los costos de producción de cada uno de los productos agropecuarios cultivados en este lugar.

## **PRODUCCION AGRICOLA**

### **f.1 Encuesta dirigida a productores agrícolas**

Para la presentación de los resultados de la producción agrícola se ha dividido en tres secciones productivas; la primera se ha denominado cultivos de producción extensiva en cuanto a la cantidad de terreno destinado para el cultivo de estos productos que es mucho mayor que la superficie de terreno destinado para productos que se cultivan en huertos que constituye la segunda sección, y la tercera sección de la producción agrícola se refiere a la producción de frutales.

<b>Cuadro Nº 2.</b>	
<b>AREA ESTIMADA PARA LA PRODUCCION AGRICOLA EN LA PARROQUIA SANTIAGO</b>	
<b>PRODUCTO AGRICOLA</b>	<b>HECTAREA DE CULTIVO</b>
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>	
maíz y frejol	54
papa	3,5
haba	3,5
arveja	6,3
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS EXTENSIVOS</b>	<b>67,3</b>
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>	
col	0,44
lechuga	0,3
zanahoria	0,13
coliflor	0,25
acelga	0,09
remolacha	0,06
melloco	0,3
cebolla	0,19
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS DE HUERTA</b>	<b>1,76</b>
<b>CULTIVOS DE FRUTALES</b>	
durazno	4,3
manzana	2,8
pera	2
reina Claudia	3,8
granadilla	0,2
tomate de árbol	0,8
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS FRUTALES</b>	<b>13,9</b>
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS AGRICOLAS</b>	<b>82,96</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## **ANALISIS E INTERPRETACION**

En la presente se indica el área total de cultivos agrícolas en la parroquia Santiago que es de 82, 03 hectáreas, de las cuales 67,3 hectáreas que representa el 82% se utiliza para los cultivos extensivos de; maíz, frejol, papa, haba y arveja. 13,9 hectáreas que equivale al 17% se emplea en cultivos de frutales; durazno, manzana, pera, reina Claudia, granadilla, y tomate de árbol, y

0,83 hectáreas que representa el 1% se utilizan para cultivos de huerta; col, lechuga, zanahoria, coliflor, cebolla, remolacha, melloco y acelga.

**Cuadro Nº 3.**  
**PRODUCCION AGRICOLA DURANTE UN CICLO DE PRODUCCION**

<b>CANTIDAD QUE SE COSECHA POR CICLO DE PRODUCCION</b>		
<b>PRODUCTO AGRICOLA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>		
maíz	6.480	qq
frejol	1.620	qq
papa	2.100	qq
haba	350	qq
arveja	630	qq
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>		
col	13.200	Unidades
lechuga	11.000	Unidades
zanahoria	5.500	lbs
remolacha	3.000	lbs
acelga	3.600	atos
coliflor	9.900	Unidades
melloco	16.500	lbs
cebolla	9.600	lb
<b>CULTIVOS DE FRUTALES</b>		
durazno	385.000	Unidades
manzana	130.800	Unidades
pera	93.600	Unidades
reina Claudia	207.200	Unidades
granadilla	60.225	Unidades
tomate de árbol	400.000	Unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

## **ANALISIS E INTERPRETACIÓN**

En la tabla anterior se muestra la cantidad de productos que se obtienen en un ciclo de producción de los cultivos agrícolas que se desarrollan en la parroquia Santiago. Los cultivos extensivos de; maíz papa haba, frejol y arveja se mide su rendimiento en quintales por hectárea de cultivo, en el caso de los cultivos de huerto; la col, lechuga y coliflor su rendimiento se mide en unidades, la

zanahoria, remolacha, el melloco y la cebolla en libras mientras que la producción de acelga se mide en conjuntos de hojas agrupadas para la comercialización este conjunto de hojas se denomina atos. El rendimiento de la producción de las frutas se mide en el número de frutas promedio que produce cada árbol o planta frutal. Que en el caso del durazno es de 350 frutos por árbol, la manzana 300 frutos por árbol igual para la pera, la reina Claudia tiene un promedio de 350 frutos, la granadilla de 250 a 300 por planta y el tomate de árbol producen 200 frutos promedio por planta durante un ciclo de producción.

**Cuadro Nº 4.**  
**CANTIDAD PARA AUTOCONSUMO Y CANTIDAD PARA COMERCIALIZAR**

PRODUCTOS AGRICOLAS	CANTIDAD QUE SE PRODUCE		CONSUMO DOMESTICO		CANTIDAD COMERCIALIZADA	
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>						
maíz	6.480	qq	4.940	76,23%	1.540	23,77%
frejol	1.620	qq	872	53,83%	748	46,17%
papa	2.100	qq	1.218	58,00%	882	42,00%
haba	350	qq	211	60,29%	139	39,71%
arveja	630	qq	409	64,92%	221	35,08%
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>						
col	13.200	Unidades	10.267	77,78%	2.933	22,22%
lechuga	11.000	Unidades	8.984	81,67%	2.016	18,33%
zanahoria	5.500	lb	4.840	88,00%	660	12,00%
remolacha	3.000	lb	1.300	43,33%	1.700	56,67%
acelga	3.600	atos	1.720	47,78%	1.880	52,22%
coliflor	9.900	Unidades	6.996	70,67%	2.904	29,33%
melloco	16.500	lbs	6.600	40,00%	9.900	60,00%
cebolla	9.600	lb	7.620	79,38%	1.980	20,63%
<b>CULTIVOS FRUTALES</b>						
durazno	385.000	Unidades	261.800	68,00%	123.200	32,00%
manzana	130.800	Unidades	62.200	47,55%	68.600	52,45%
pera	93.600	Unidades	28.080	30,00%	65.520	70,00%
reina Claudia	207.200	Unidades	124.320	60,00%	82.880	40,00%
granadilla	60.225	Unidades	18.068	30,00%	42.157	70,00%
tomate de árbol	400.000	Unidades	100.000	25,00%	300.000	75,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

## **CULTIVOS EXTENSIVOS ANALISIS E INTERPRETACION**

En el cuadro se indica el reparto de la producción agrícola entre el autoconsumo o consumo familiar y la comercialización en un ciclo de producción; en el caso de los productos de cultivo extensivo el maíz siendo el producto de mayor cultivo se lo destina en un 76,23% para el consumo doméstico, mientras que el 23,77% para la comercialización, el frejol que se lo cultiva en asociación con el maíz el 53,83% es para el autoconsumo y el 46,17% se lo destina a la comercialización, del total de lo producido de la papa el 58% es para el consumo familiar y el 42% para comercializar, del total de la producción de haba el 60,38% es para consumo familiar y el 39,62% para la venta, de la producción de arveja el 65,08% es para el autoconsumo y el 34,92% para la comercialización.

## **CULTIVOS DE HUERTA ANALISIS E INTERPRETACION**

En este cuadro se detalla la distribución de la producción de los cultivos de huerta entre el autoconsumo y la comercialización al término de un ciclo de producción. El 77,78% de la producción de la col se destina para el consumo familiar y el 22,22% para la venta, de la producción de lechuga el 81,67% se designa al consumo familiar y el 18,33% se destina a la comercialización, de la producción de zanahoria el 88% de lo designa al consumo doméstico mientras que el 12% es para la comercialización, del total de la producción de la acelga el 47,78% es para el autoconsumo, y el 52,22% se lo comercializa, el 70,67% de la producción de coliflor se utiliza para el consumo familiar mientras que el 29,33% es destinado a la comercialización, el 40% de la producción del melloco es para el autoconsumo y el 60% para la comercialización y el 79,38%

del total de la producción de cebolla se lo dedica al consumo doméstico y el 20,63% es para la venta.

### **CULTIVOS FRUTALES ANALISIS E INTERPRETACION**

Detalla la distribución de la producción de frutas que se cosechan en la parroquia Santiago en un ciclo de producción, esta distribución se da entre la cantidad que se designa para el consumo familiar y la cantidad que se comercializa. En el caso de la producción de durazno el 68% se destina para el consumo familiar y el 32% para la comercialización, de la producción de manzana el 47,55% es para el autoconsumo y el 52,45% es para la venta, del total de la producción de pera el 30% es para consumo doméstico mientras que el 70% se destina a la comercialización, de la producción de reina Claudia el 60% se utiliza para el consumo familiar y el 40% para la venta, del total de la producción de granadilla el 30% es para el consumo doméstico y el 70% se destina para la venta, y de la producción de tomate el 25% se utiliza para el consumo familiar y el 75% se lo destina para la comercialización.



**Cuadro N° 5.  
CICLOS DE PRODUCCION.**

<b>PRODUCTOS AGRICOLAS</b>	<b>CICLOS DE PRODUCCION POR AÑO</b>
maíz	1
frejol	1
papa	2
haba	1
arveja	2
col	3
lechuga	3
zanahoria	3
remolacha	2
acelga	2
coliflor	3
melloco	1
cebolla	2
durazno	1
manzana	1
pera	1
reina Claudia	1
granadilla	3
tomate de árbol	3

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

## **ANALISIS E INTERPRETACION**

En el cuadro se muestra el ciclo de producción de los productos de la parroquia Santiago en el que se puede ver que de los cultivos extensivos solamente la papa y la arveja se cultivan dos veces al año y el resto de productos como son el maíz, el frejol y el haba se producen una vez por año. En el caso de los cultivos de huerta, la col, lechuga zanahoria y coliflor se producen tres ciclos en el año, la remolacha, acelga y cebolla en dos ciclos productivos por año y el melloco se produce durante un ciclo de producción al año. De los cultivos de frutales el durazno, manzana, pera y reina Claudia se producen durante un

ciclo de producción por año y la granadilla y tomate de árbol en tres ciclos productivos por año.

### **CANALES DE COMERCIALIZACION PARA LOS PRODUCTOS AGRICOLAS DE LA PARROQUIA SANTIAGO.**

Se indica los canales de comercialización utilizados por los productores agrícolas de la parroquia Santiago para la venta de sus productos.

**Cuadro Nº 6.  
CANALES DE COMERCIALIZACION**

<b>PRODUCTOS AGRICOLAS</b>	<b>INTERMEDIARIO MAYORISTA</b>	<b>INTERMEDIARIO MINORISTA</b>	<b>CONSUMIDOR FINAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>				
maíz	39%	52%	9%	100%
frejol	0%	36%	64%	100%
papa	22%	41%	38%	100%
haba	45%	36%	18%	100%
arveja	6%	37%	57%	100%
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>				
col	37%	13%	49%	100%
lechuga	35%	21%	44%	100%
zanahoria	0%	75%	25%	100%
remolacha	0%	60%	40%	100%
acelga	16%	61%	23%	100%
coliflor	20%	42%	38%	100%
melloco	45%	35%	20%	100%
cebolla	0%	60%	40%	100%
<b>CULTIVO DE FRUTALES</b>				
durazno	73%	19%	7%	100%
manzana	76%	9%	15%	100%
pera	54%	10%	37%	100%
reina Claudia	66%	9%	25%	100%
granadilla	81%	3%	16%	100%
tomate de árbol	24%	36%	40%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

El 48% de los productores prefieren el canal de comercialización de intermediario mayorista para comercializar sus productos, el 25% utiliza el canal de comercialización de intermediario minorista, y el 27% de los productores agrícolas comercializan sus productos directamente con el consumidor final.

### PRECIO DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS DE LA PRROQUIA SANTIAGO (DOLARES)

Se muestra el precio de comercialización de los productos agrícolas de la parroquia Santiago

#### Cuadro Nº 7.

### PRECIO DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS DE LA PRROQUIA SANTIAGO (DOLARES)

PRODUCTOS AGRICOLAS	UNIDAD DE MEDIDA	INTERMEDIARIO MAYORISTA	INTERMEDIARIO MINORISTA	CONSUMIDOR FINAL
<b>PRECIO DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVOS EXTENSIVOS</b>				
maíz	quintal	60	70	80
frejol	quintal	40	45	50
papa	quintal	12	15	18
haba	quintal	65	70	80
arveja	quintal	70	80	90
<b>PRECIO DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVOS DE HUERTA</b>				
col	unidad	0,35	0,5	0,8
lechuga	unidad	0,25	0,3	0,4
zanahoria	quintal	15	17	22
remolacha	quintal	12	15	20
acelga	atas	0,25	0,3	0,35
coliflor	unidad	0,5	0,75	1
melloco	lbs	0,3	0,5	0,7
cebolla	quintal	20	25	30
<b>PRECIO DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVOS DE FRUTALES</b>				
durazno	unidad	0,05	0,07	0,1
manzana	unidad	0,07	0,1	0,15
pera	unidad	0,08	0,1	0,12
reina Claudia	unidad	0,05	0,07	0,1
granadilla	unidad	0,05	0,08	0,1
tomate de árbol	unidad	0,06	0,08	0,12

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

Los precios detallados en el cuadro anterior corresponden a los productos en los diferentes canales de comercialización utilizados por los productores para vender.

## PRODUCCION PECUARIA

En las siguientes tablas se presentan los resultados de la caracterización de la producción pecuaria, se maneja dos tipos de ganadería en este sector, la ganadería mayor referente al ganado bovino y la ganadería menor que constituyen la cría y manejo del ganado porcino, aves de corral y cuyes.

**Cuadro Nº 8.**  
**PRODUCCION PECUARIA**

<b>PRODUCCION GANADERA</b>	<b>SUPERFICIE ESTIMADA PARA LA CRIA Y MANEJO DE LAS ESPECIES DE ANIMALES</b>		<b>PORCENTAJE</b>
<b>GANADERIA MAYOR</b>			
ganado vacuno	4.288	hectáreas	99,87%
<b>GANADERIA MENOR</b>			
ganado porcino	1,2	hectáreas	
cuyes	4	hectáreas	
gallinas	0,2	Hectáreas	
<b>TOTAL GANADERIA MENOR</b>	<b>5,4</b>	Hectáreas	<b>0,13%</b>
	4.293,4		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

Se detalla la cantidad de superficie de terreno que se destina para la cría y producción de la ganadería menor y mayor, siendo notablemente mucho más el área de superficie para la cría de ganado vacuno con un 99,95% del total de la

superficie de esta zona que se estima para la producción pecuaria y el 0,05% para la producción de ganadería menor que constituyen la cría de chanchos, cuyes y gallinas.

**Cuadro Nº 8.**  
**PRODUCCION GANADERA**

<b>TIPO DE GANADO Y AVES</b>	<b># DE ANIMALES</b>
<b>GANADERIA MAYOR</b>	
ganado vacuno	4.620
<b>GANADERIA MENOR</b>	
ganado porcino	347
cuyes	4.400
gallinas	1.980

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## **ANALISIS E INTERPRETACION**

En el cuadro se indica el número de animales que se cría en la parroquia Santiago, en cuanto a la ganadería mayor que lo constituye el ganado vacuno el número de animales es de 4620 cabezas de ganado, dentro de la ganadería menor esta la cría de chanchos con un numero de 347 cabezas de ganado, la cría de cuyes con 3740 ejemplares, y las gallinas con una cantidad de 1980 aves.

**Cuadro Nº 9.**  
**CICLO DE PRODUCCION GANADERA**

<b>PRODUCCION GANADERA</b>	
<b>ESPECIES DE ANIMALES QUE SE CRIA</b>	<b>CICLO DE PRODUCCION</b>
ganado vacuno	1
ganado porcino	2
cuyes	3
gallinas	1

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

En el cuadro se demuestra el ciclo de producción de las especies de animales que se cría en la parroquia Santiago. El ganado vacuno se produce en un ciclo por año, el ganado porcino se produce dos ciclos por año, la producción de cuyes se realiza en tres ciclos al año, y la cría de gallinas se produce en un ciclo por año.

## DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION PECUARIA ENTRE EL CONSUMO DOMESTICO, COMERCIALIZACION Y LO QUE SE MANTIENE COMO BASE PARA LA REPRODUCCION DE LA ESPECIE

Se detalla la cantidad de animales que designa para el consumo familiar la comercialización y la reproducción de la especie

**Cuadro Nº 10.**  
**DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION PECUARIA**

PRODUCCION GANADERA							
ESPECIES DE ANIMALES	# DE ANIMALES POR ESPECIE	REPRODUCCION	%	CONSUMO DOMESTICO	%	CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA	%
ganado vacuno	4.620	2.856	62%	0	0%	1.764	38%
ganado porcino	347	35	10%	42	12%	270	78%
cuyes	4.400	880	20%	1.760	40%	1.760	40%
gallinas	1.980	170	9%	1.130	57%	680	34%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

El ganado vacuno se destina en su totalidad para la comercialización, y del total de animales el 38% se vende cada año y el 62% se mantiene para la producción lechera y la reproducción de la especie. El 12% del ganado porcino se utiliza para autoconsumo, el 78% para la comercialización y el 10% para la reproducción. El 43% de la producción de cuyes se designa para el

autoconsumo, el 40% para la venta y el 17% para la reproducción. El 57% de la producción de gallinas se utiliza para el consumo familiar, el 34% para la comercialización y el 9% para la reproducción.

### **CANALES DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PECUARIOS.**

Se indica los canales de comercialización utilizados por los productores pecuarios de la parroquia Santiago para la venta de sus animales

**Cuadro Nº 11.**  
**CANALES DE COMERCIALIZACION**

<b>ESPECIES</b>	<b>Intermediario Mayorista</b>	<b>Intermediario Minorista</b>	<b>Consumidor Final.</b>	<b>% TOTAL</b>
ganado vacuno	72%	28%	0%	100%
ganado porcino	75%	25%	0%	100%
cuyes	6%	56%	38%	100%
gallinas	9%	56%	35%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>42%</b>	<b>41%</b>	<b>18%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

### **ANALISIS E INTERPRETACION**

Según el cuadro el 42% de los productores prefiere el canal de comercialización de intermediario mayorista para comercializar sus animales, el 40% utiliza el canal de comercialización de intermediario minorista, y el 18% de los productores agrícolas comercializan sus productos directamente con el consumidor final.

## PRECIOS DE VENTA.

Se detalla el precio de comercialización de los animales que se cría en la parroquia Santiago y el margen de utilidad que obtienen los intermediarios mayoristas y minorista en el intercambio comercial que se da a partir de la venta de los animales por parte del productor pasando por el intermediario mayorista, minorista y hasta llegar al consumidor final

**Cuadro Nº 12.**  
**PRECIO DE VENTA**

ESPECIES DE GANADO	UNIDAD DE MEDIDA	INTERMEDIARIO. MAYORISTA	INTERMEDIARIO MINORISTA	CONSUMIDOR FINAL
ganado vacuno	arroba	25	28	—
ganado porcino	arroba	28	30	—
cuyes	unidades	6	7	8
gallinas	libra	1,75	2	2,5

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

El precio para la venta se establece de acuerdo a la especie animal, en el caso del ganado vacuno y porcino se fija un precio por arroba de peso del animal, para los cuyes el precio se dispone por tamaño del ejemplar y para las gallinas el precio se fija por libra de peso del ave. El porcentaje de utilidad que obtiene el intermediario mayorista está calculado en relación al precio que adquiere los animales cuando compra al productor y el precio al que vende estos al intermediario minorista, el incremento de precio en esta transacción se denomina margen de utilidad. El porcentaje de utilidad para el intermediario minorista se obtiene con el incremento de precio que se da al vender los animales que adquiere al intermediario mayorista y que luego vende al consumidor final.



## PRODUCTOS DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD PECUARIA

Los productos derivados de la producción pecuaria son: el quesillo, el queso y los huevos criollos.

**Cuadro N° 13.**  
**PRODUCTOS DERIVADOS**

PRODUCTOS DERIVADOS	CICLO DE PRODUCCION	CANTIDAD QUE SE PRODUCE POR CICLO	UNIDAD DE MEDIDA
quesillo	1 por día	1.540	libra
queso	1 por día	42	libra
huevos	1 por día	990	unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

En el cuadro anterior se indica la cantidad de productos derivados que se producen durante un ciclo de producción, el cual es de un ciclo por día y la unidad de medida en la que se mide. El quesillo se produce 1540 libras promedio por día, el queso se produce 42 libras diarias, y la producción de huevos es de 990 unidades al día.

## DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCION.

Aquí se indica la distribución de la producción entre el autoconsumo y la comercialización

**Cuadro N° 14.**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCION**

PRODUCTOS DERIVADOS	PRODUCCION		CONSUMO DOMESTICO		COMERCIALIZACION	
quesillo	1.540	libras	220	14%	1.320	86%
queso	42	libras	0	0%	42	100%
huevos	990	unidades	495	50%	495	50%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### **ANALISIS E INTERPRETACION**

El quesillo se produce 1540 libras al día de las cuales el 14% se utiliza para el consumo familiar y el 86% para la venta, el 3% de lo que se destina a la venta se producen quesos que se comercializan en su totalidad, la producción de huevos es de 490 unidades diarias de los cuales el 69% es para consumo familiar y el 31% para la comercialización.

### **CANALES DE COMERCIALIZACION PARA LOS DERIVADOS.**

Se indica los canales de comercialización utilizados por los productores pecuarios de la parroquia Santiago para la venta de los productos derivados de la producción pecuaria

**Cuadro N° 15.**  
**CANALES DE COMERCIALIZACION**

PRODUCTOS	INTERMEDIARIO MAYORISTA	INTERMEDIARIO MINORISTA	CONSUMIDOR FINAL	TOTAL
quesillo	89%	9%	2%	100%
queso	0%	57%	43%	100%
huevos	35%	50%	15%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### **ANALISIS E INTERPRETACION**

Según el cuadro se demuestra que el 57% de los productores prefieren el canal de comercialización de intermediario mayorista para comercializar sus productos, el 33% utiliza el canal de comercialización de intermediario minorista, y el 11% de los productores pecuarios comercializan sus productos directamente con el consumidor final.

### **PRECIOS DE COEMRCIALIZACION**

Se muestra el precio de comercialización de los productos derivados que se producen en la Santiago y el margen de utilidad que obtienen los intermediarios mayoristas y minorista en el intercambio comercial que se da a partir de la venta de los productos por parte del productor pasando por el intermediario mayorista, minorista y hasta llegar al consumidor final.

**Cuadro Nº 16.**  
**PRECIO DE COMERCIALIZACION (DOLARES)**

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	INTERMEDIARIOS MAYORISTAS	INTERMEDIARIO MINORISTA	CONSUMIDOR FINAL
quesillo	libras	1,30	1,50	1,80
queso	libras	1,60	1,80	2.00
huevos	unidades	0,15	0,20	0,25

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### **ANALISIS E INTERPRETACION**

El porcentaje de utilidad que obtiene el intermediario mayorista está calculado en relación al precio que adquiere los productos cuando compra al productor y el precio al que vende estos al intermediario minorista, el incremento de precio en esta transacción se denomina margen de utilidad. El porcentaje de utilidad para el intermediario minorista se obtiene con el incremento de precio que se da al vender los bienes que adquiere al intermediario mayorista y que luego vende al consumidor final.

### **PRODUCTOS AGRICOLAS**

La presente entrevista fue dirigida a los propietarios de puestos de abasto de verduras en los mercados municipales de la ciudad de Loja.

**1. ¿Cuáles de estos productos agrícolas se comercializan con mayor frecuencia en su puesto de negocio?**

**Cuadro N° 17.  
PRODUCTOS MÁS COMERCIALIZADOS**

<b>PRODUCTOS AGRÍCOLAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Maíz	6	3,14%
Frejol	10	5,24%
Papa	17	8,90%
Haba	5	2,62%
Arveja	25	13,09%
Col	20	10,47%
Lechuga	16	8,38%
Cebolla	19	9,95%
Zanahoria	12	6,28%
Remolacha	8	4,19%
Acelga	5	2,62%
Meloco	23	12,04%
Coliflor	25	13,09%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** el autor.

### **ANÁLISIS E INTERPRETACION**

Ante esta interrogante de las veinticinco personas encuestadas han respondido lo siguiente: los productos agrícolas que comercializan con mayor frecuencia en sus puestos de negocio son: la arveja y la coliflor representan el mayor porcentaje con el 13,09% dentro de los productos más demandados por los consumidores; con el 12,04% está el meloco; la col ocupa el tercer lugar con el 10,47%, y la cebolla con el 9,95%% son los productos más demandados en los mercados de Loja; en tanto que la acelga y el maíz aparecen como los productos menos demandados con el 2,62% y 3,14% respectivamente.

## 2. ¿Qué días de la semana utiliza para adquirir estos productos?

**Cuadro Nº 18.**  
**DIAS QUE ADQUIEREN PRODUCTOS**

<b>DIAS DE LA SEMANA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
lunes	10	12,50%
martes	5	6,25%
miércoles	20	25,00%
jueves	0	0,00%
viernes	5	6,25%
sábado	25	31,25%
domingo	15	18,75%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

### **ANALISIS E INTERPRETACION**

El sábado con el 31,25% es el día en que se realiza con mayor frecuencia el abastecimiento de los productos para surtir el negocio, el miércoles está en segundo lugar con el 25%, el domingo con el 18,75% está en tercer lugar de los días de hacer compras para el local comercial, el lunes ocupa el cuarto lugar con el 12,50%, y el martes y miércoles los comerciantes de los mercados utilizan para realizar el abastecimiento en menor porcentaje con el 6,25%.

## 3. ¿De qué sector de la provincia proceden los productos que usted comercializa?

**Cuadro Nº 19.**  
**PROCEDENCIA DE PRODUCTOS**

<b>PARROQUIAS RURALES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Santiago	14	14,00%
San Lucas	25	25,00%
Jimbilla	5	5,00%
Chuquiribamba	25	25,00%
Taquil	13	13,00%
Cera	8	8,00%
Malacatos	6	6,00%
Vilcabamba	4	4,00%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

## ANALISIS E INTERPRETACION

Las parroquias de San Lucas y Chuquiribamba con el 25,00% cada una son las principales proveedoras de los productos agrícolas que se comercializan en los mercados de la ciudad de Loja, Santiago con el 14% está en segundo y la parroquia de Cera con el 8% están entre las parroquias que tienen más intervención al abastecer de productos agrícolas a los mercados de la ciudad de Loja.

### 4. ¿Qué cantidad compra semanalmente y cuál es el precio que paga por cada producto?

**Cuadro Nº 20.**  
**CANTIDAD QUE ADQUIEREN Y PRECIO**

PRODUCTOS AGRICOLAS	PROMEDIO	PRECIO DE COMPRA		
Maíz	25	0,7	Dólares	libs
Frejol	40	0,45	Dólares	libs
Papa	150	0,18	Dólares	lbs
Haba	50	0,7	Dólares	libs
Arveja	200	0,7	Dólares	libs
Col	50	0,4	Dólares	U
Lechuga	40	0,3	Dólares	U
Cebolla	75	0,2	Dólares	libs
Zanahoria	75	0,15	Dólares	libs
Remolacha	50	0,2	Dólares	libs
Acelga	30	0,2	Dólares	atos
Meloco	100	0,45	Dólares	libs
Coliflor	70	0,6	dólares	U

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

En la presente tabla se indica la cantidad promedio de cada producto agrícola que adquieren los dueños de los puestos de los mercados al momento de realizar el abastecimiento de mercancías.

## 5. ¿Qué preferencias tiene el consumidor al momento de adquirir estos productos?

**Cuadro N° 21.**  
**FACTOR DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
precio	25	55,56%
calidad	20	44,44%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

El factor más influyente al momento de decidir realizar la compra los clientes es el precio con el 55,56%, el otro factor determinante que elige el consumidor es la calidad del producto en un 44,44%.

## PRODUCTOS FRUTALES

Para recoger información de la demanda de mercado de las frutas se dirigió una entrevista a los comerciantes de los mercados municipales de la ciudad de Loja, en la sección de frutas.

### 1. ¿Cuáles de estas frutas son las que más se comercializa en su puesto de negocio?

**Cuadro N° 22.**  
**FRUTAS QUE MAS COMERCIALIZAN**

PRODUCTOS FRUTALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
durazno	18	14,75%
manzana	25	20,49%
pera	23	18,85%
reina Claudia	17	13,93%
granadilla	16	13,11%
tomate de árbol	23	18,85%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.



## ANALISIS E INTERPRETACION

La manzana con el 20,49% el tomate de árbol con el 18,85% y la pera en igual porcentaje son las frutas de la región sierra que más demanda tienen en el mercado; el durazno ocupa el cuarto lugar con el 14,75%; la granadilla y la reina Claudia con el 13% cada una de importancia en cuanto a la demanda en el mercado se sitúan en último lugar.

### 2. ¿Qué días de la semana utiliza para adquirir estos productos?

#### Cuadro Nº 23.

#### DIAS QUE ADQUIEREN LOS PRODUCTOS

DIAS DE LA SEMANA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
lunes	14	19,72%
martes		
miércoles	25	35,21%
jueves		
viernes	10	14,08%
sábado	22	30,99%
domingo		
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

El día que utilizan más los comerciantes de los mercados para abastecerse de las mercancías es el miércoles con el 35,21%; el sábado con el 30,99% está en segundo lugar; y el lunes y el viernes 19,72% y 14,08% respectivamente son los días que los comerciantes de los mercados hacen el abastecimiento de sus locales comerciales.

### 3. ¿De qué sector de la provincia adquiere estos productos?

**Cuadro N° 24.**  
**PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS**

PARROQUIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Santiago	6	13,95%
San Lucas	12	27,91%
Chuquiribamba	16	37,21%
Chantaco	4	9,30%
Jimbillla	5	11,63%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

### ANALISIS E INTERPRETACION

Con relación a esta pregunta las personas entrevistadas señalan que la parroquia de Chuquiribamba es la principal proveedora de estas frutas con un 37,21%; seguido de la parroquia de San Lucas con el 27,91%; la parroquia de Santiago 13,95%; Jimbillla 11,63% y con el 9,30% la parroquia de Chantaco.

### 4. ¿Qué cantidad compra y cuál es el precio que paga por cada producto a su proveedor?

**Cuadro N° 25.**  
**CANTIDAD Y PRECIO DE COMPRA**

FRUTAS	PROMEDIO	PRECIO UNITARIO	
durazno	150	0,05	Dólares
manzana	300	0,08	Dólares
pera	250	0,07	Dólares
reina Claudia	100	0,05	Dólares
granadilla	100	0,05	Dólares
tomate de árbol	300	0,07	Dólares

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

En la tabla se presentan las cantidades promedio que los comerciantes de los mercados compran semanalmente a los productores agrícolas de las parroquias rurales y el precio que se paga por producto.

### 5. ¿Qué preferencias tiene el consumidor al momento de adquirir los productos?

**Cuadro N° 26.**  
**FACTOR DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
precio	25	50,00%
calidad	25	50,00%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

El factor determinante que exige el consumidor para adquirir estos productos es el precio y la calidad del producto con el 50% cada uno.

## COMERCIALIZACION DE QUESILLO

Esta entrevista fue dirigida a los comerciantes de quesillo de los mercados municipales de la ciudad de Loja.

### 1. ¿Qué cantidad de quesillo compra cada semana?

**Cuadro N° 27.**  
**CANTIDAD QUE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 300 a 350 libras	4	33,33%
de 250 a 300 libras	6	50,00%
de 200 a 250 libras	2	16,67%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

De los comerciantes entrevistados el 50% compra de 250 a 300 libras por semana para su puesto de negocio, el 33,33% señala que adquiere de 250 a 300 libras de quesillo por semana, y el 16,67% indica que compran este producto de 200 a 250 libras por semana para comercializar en sus puestos de negocio.

### 2. ¿De qué sector de la provincia adquiere el producto?

#### Cuadro Nº 28.

#### PROCEDENCIA DEL PRODUCTO

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Santiago	7	20,00%
San Lucas	12	34,29%
Taquil	4	11,43%
Cera	2	5,71%
Chuquiribamba	5	14,29%
Chantaco	2	5,71%
Gualel	2	5,71%
Jimbilla	1	2,86%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

## ANALISIS E INTERPRETACION

El 34,29% señala que compran el quesillo que viene de San Lucas; el 20 % indica que este producto lo adquieren de la parroquia de Santiago y las parroquias de Chuquiribamba y Taquil con el 14,29% y 11,43% respectivamente son los principales lugares de donde proviene este producto.

### 3. ¿Qué precio paga por libra de queso?

**Cuadro N° 29.**  
**PRECIO POR LIBRA**

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,5	dólares	10	83,33%
1,6	dólares	2	16,67%
<b>TOTAL</b>			<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

#### ANALISIS E INTERPRETACION

Con relación al precio que pagan por libra de queso, el 83,33% de los comerciantes compra este producto a 1,50 \$ a sus proveedores; y el 16,67% señala que pagan a 1,60 \$ la libra de queso.

### 4. ¿Qué preferencias tiene el cliente al momento de comprar el producto?

**Cuadro N° 30.**  
**FACTOR DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
precio	1	5,88%
calidad	8	47,06%
procedencia	8	47,06%
otros		
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

#### ANALISIS E INTERPRETACION

Los comerciantes indican que los clientes prefieren el producto por su calidad y lugar de procedencia con el 47,06%; y el 5,88 % prefiere el producto por el precio más económico.

## PRODUCTOS PECUARIOS

Para la realización de este estudio se tomó como población a los propietarios de bodegas y puestos de abarrotes de los mercados municipales de la ciudad de Loja.

### 1. ¿Cuáles de estos productos pecuarios comercializan con mayor frecuencia en su puesto de negocio?

**Cuadro N° 31.**  
**PRODUCTOS MÁS COMERCIALIZADOS**

PRODUCTOS PECUARIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
huevos	21	43,75%
cuyes	19	39,58%
gallinas	8	16,67%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

## ANALISIS E INTERPRETACION

De la entrevista realizada se ha obtenido el resultado de que el producto pecuario más demandado por los consumidores es el huevo criollo en el 52,08 %; el segundo producto más demandado son las gallinas criollas con el 47,92%. Los comerciantes se manifiestan que la demanda de cuy es muy baja puesto que los consumidores los adquieren en las ferias libres y los restaurantes donde se prepara este producto ya tienen sus propios criaderos.

### 2. ¿Qué días de la semana utiliza para adquirir estos productos?

**Cuadro N° 32.**  
**DIAS DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
lunes	10	17,86%
miércoles	18	32,14%
jueves	6	10,71%
sábados	22	39,29%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** el autor

### ANALISIS E INTERPRETACION

El sábado es el día que más realizan el aprovisionamiento de estos productos en el 39,29%; el miércoles el 32,14%; el lunes y el jueves con el 17,86% y el 10,71% respectivamente.

#### 3. ¿De qué sector de la provincia adquiere estos productos?

**Cuadro N° 33.**  
**PROCEDENCIA DE PRODUCTOS**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Taquil	2	4,88%
Gualel	2	4,88%
Jimbillá	3	7,32%
Santiago	6	14,63%
San Lucas	14	34,15%
Chuquiribamba	9	21,95%
Cera	5	12,20%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** el autor.

### ANALISIS E INTERPRETACION

La mayor parte de los encuestados señala que estos productos los adquiere desde la parroquia de San Lucas en el 34,15%; de la parroquia de Chuquiribamba el 21,95%, y la parroquia Santiago con el 14,63% están entre las más importantes proveedoras de este productos en los mercados de Loja.

#### 4. ¿Qué cantidad compra semanalmente y cuál es el precio que paga por cada producto a su proveedor?

**Cuadro N° 34.**  
**CANTIDAD Y PRECIO DE COMPRA**

PRODUCTOS PECUARIOS	PROMEDIO	PRECIO		
huevos	50	0,19	dólares	U
cuyes	30	7	dólares	U
gallinas	10	2,5	dólares	libra

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: el autor.

## ANALISIS E INTERPRETACION

En la presente tabla se señala la cantidad promedio del cada producto que adquieren semanalmente para la comercialización, y el precio de adquisición.

### 5. ¿Qué preferencias tiene el consumidor al momento de adquirir los productos?

**Cuadro N° 35.**  
**FACTOR DE COMPRA**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
precio	12	48,00%
calidad	13	52,00%
TOTAL		100,00%

Fuente: Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

Frente a esta interrogante los entrevistados han manifestado que los consumidores toman como factor decisivo al realizar su compra la calidad del producto con el 52%; y el 48% dicen que el factor determinante en la compra es el precio del producto.

## COSTO DE LA PRODUCCION AGRICOLA

Para establecer el costo de producción de los productos agrícolas que se producen en la parroquia Santiago se entrevistó a 20 personas para obtener información de los costos de las operaciones necesarias y los insumos requeridos para la producción de una determinada extensión de tierra; en el caso de los cultivos extensivos el cálculo de la producción se realizó tomando como referencia el cultivo de una hectárea para cada producto, el cálculo de la producción de los cultivos de huerta se lo realizo tomando como referencia el cultivo de 100m cuadrados de cada producto, y para el costo de producción de



frutales se realizó el cálculo estableciendo el cuidado y mantenimiento de 20 árboles o plantas frutales de cada especie.

**Cuadro Nº 36.**  
**PRODUCCION DE MAIZ BLANCO SUAVE**

COSTO DE LA PRODUCCION DEL MAIZ EN UNA HECTAREA DE CULTIVO				
SEMILLA			SEMILLA	
cantidad de superficie	co libra de semilla \$	cantidad de semilla lbs		
1 hectárea	0,8	50	40	DOLARES
FERTILIZANTE			FERTILIZANTE	
abono orgánico	saco \$	# de sacos		
	3	2000	6000	DOLARES
PREPARACION DE LA TIERRA				
# días de trabajo	día de trabajo \$	# de yuntas		
3	25	4	300	DOLARES
SIEMBRA			DE LA SIEMBRA	
# días de trabajo	día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	3	72	DOLARES
LABORES DE CULTIVO				
# días de trabajo	día de trabajo \$	# de trabajadores		
4	12	6	288	DOLARES
COSECHA			COSECHA	
# días de trabajo	día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	5	120	DOLARES
DESGRANADO DEL MAIZ				
# días de trabajo	día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	3	72	DOLARES
COSTO TOTAL DE PRODUCCION			689	DOLARES
			2	S

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	PRODUCCION / HECTAREA		COSTO TOTAL		COSTO UNITARIO	
Producción de maíz	120	quintales				
producción de frejol	30	quintales				
<b>TOTAL DE LA PRODUCCION</b>	<b>150</b>	<b>quintales</b>	<b>6892</b>	<b>DOLARES</b>	<b>46</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

- ✓ **El costo de producción del quintal de maíz es de 46 dólares**
- ✓ **El costo de producción del quintal de frejol es de 46 dólares.**

El frejol es un producto agrícola que se cultiva en asociación con el maíz, al costo de la producción del maíz se le adiciona el costo de la semilla del frejol, el costo de producción será el mismo para estos dos productos.

**Cuadro N° 37.**  
**PRODUCCION DE PAPA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE PAPA EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>				
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla qq	<b>COSTO</b>	
1 hectárea	20	30	<b>600</b>	DOLARES
<b>FERTILIZANTE ORGANICO</b>				
abono orgánico	costo del saco \$	# de sacos	<b>COSTO</b>	
	3	2000	<b>6000</b>	DOLARES
<b>FRETILIZANTE QUIMICO</b>				
fertilizante químico 10 30 10	costo unitario del saco de abono químico \$	cantidad requerida qq	<b>COSTO</b>	
	36	4	<b>144</b>	DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	<b>COSTO</b>	
3	25	4	<b>300</b>	DOLARES
<b>SIEMBRA</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	<b>COSTO</b>	
2	12	6	<b>144</b>	DOLARES
<b>LABORES DE CULTIVO</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	<b>COSTO</b>	
4	12	4	<b>192</b>	DOLARES
<b>CONTROL DE ENFERMEDADES</b>				
fungicidas	valor unitario del fungicida \$	cantidad requerida	<b>COSTO</b>	
	26	2	<b>52</b>	DOLARES
<b>COSECHA</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	<b>COSTO</b>	
4	12	5	<b>240</b>	DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>7432</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	PRODUCCION HECTAREA		COSTO TOTAL		COSTO UNITARIO	
		/				
PRODUCCION DE LA PAPA	625	quintales	<b>7432</b>	DOLARES	12	DOLARES

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

✓ **El costo de producción del quintal de papa es de 4,60 dólares.**

**Cuadro N° 38.**  
**PRODUCCION DE HABA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE HABA EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>			COSTO	
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla lbs		
1 hectárea	0,8	50	<b>40</b>	DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO	
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	<b>6000</b>	DOLARES
	3	2000		
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	<b>300</b>	DOLARES
3	25	4		
<b>SIEMBRA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	<b>72</b>	DOLARES
2	12	3		
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	<b>288</b>	DOLARES
4	12	6		
<b>COSECHA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	<b>144</b>	DOLARES
2	12	6		
<b>DESVAINADO DEL HABA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	<b>72</b>	DOLARES
2	12	3		
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>6916</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

CONCEPTO	PRODUCCION POR HECTAREA		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO	
	PRODUCCION DE LA HABA	100	quintales	6916	DOLARES	69,16

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

✓ El costo de producción del quintal de haba es de 21,16 dólares

**Cuadro N° 39.**  
**PRODUCCION DE ARVEJA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DEL ARVEJA EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>				COSTO
cantidad de superficie	de	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla lbs	
1 hectárea		1	50	<b>50</b> DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>				COSTO
abono orgánico gallinaza		costo del saco \$	# de sacos	
		3	1000	<b>3000</b> DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>				COSTO
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	
4		25	4	<b>400</b> DOLARES
<b>SIEMBRA</b>				COSTO
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1		12	1	<b>12</b> DOLARES
<b>COSECHA</b>				COSTO
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3		12	6	<b>216</b> DOLARES
<b>DESVAINADO DE LA ARBEJA</b>				COSTO
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
10		12	5	<b>600</b> DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>				<b>4.278</b> DOLARES

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	PRODUCCION POR HECTAREA		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO	
	PRODUCCION DE ARVEJA	100	quintales	<b>4.278</b>	DOLARES	<b>42,78</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

✓ **El costo de producción del quintal de arveja es de 42,78 dólares**

**Cuadro N° 40.**  
**PRODUCCION DE COL**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA COL EN 100 m2 DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>			COSTO	
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)		
100 m	0,8	1	<b>0,8</b>	DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO	
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos		
	3	2	<b>6</b>	DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
1	12	1	<b>12</b>	DOLARES
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	1	<b>24</b>	DOLARES
<b>COSECHA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	1	<b>24</b>	DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>66,8</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

CONCEPTO	PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
COL	300	unidades	66,8	DOLARES	<b>0,22</b>	DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

- ✓ El costo de producción de la col de 22 centavos de dólar la unidad.

**Cuadro N° 41.**  
**PRODUCCION DE LECHUGA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA LECHUGA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>			COSTO	
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)		
100 m	0,8	1	<b>0,8</b>	DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO	
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos		
	3	2	<b>6</b>	DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
1	12	1	<b>12</b>	DOLARES
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
1	12	1	<b>12</b>	DOLARES
<b>COSECHA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	1	<b>24</b>	DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>54,8</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	PRODUCCION EN 100m2 DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
PRODUCCION DE LECHUGA	400	unidades	54,8	DOLARES	<b>0,14</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

- ✓ **El costo de producción de la lechuga es de 14 centavos de dólar la unidad**

**Cuadro N° 42.**  
**PRODUCCION DE ZANAHORIA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA ZANAHORIA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>				COSTO
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	de (10)	
100 m	0,8	1		<b>0,8</b> DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>				COSTO
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos		
	3	4		<b>12</b> DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		COSTO
1	12	1		<b>12</b> DOLARES
<b>LABORES DE CULTIVO</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		COSTO
1	12	1		<b>12</b> DOLARES
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		COSTO
1	12	1		<b>12</b> DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>				<b>48,8</b> DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

CONCEPTO	PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
	ZANAHORIA	400	libras	48,8	DOLARES	<b>0,12</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

- ✓ El costo de producción de la libra de zanahoria es de 12 centavos de dólar

**Cuadro N° 43.**  
**PRODUCCION DE ACELGA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA ACELGA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>					
<b>SEMILLA</b>				COSTO	
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)			
100 m	0,8	1	<b>0,8</b>	DOLARES	
<b>FERTILIZANTE</b>				COSTO	
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos			
	3	4	<b>12</b>	DOLARES	
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>				COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores			
2	12	1	<b>24</b>	DOLARES	
<b>LABORES DE CULTIVO</b>				COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores			
1	12	1	<b>12</b>	DOLARES	
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>				COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores			
1	12	1	<b>12</b>	DOLARES	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>				<b>60,8</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
ACELGA	400	atos	60,8	DOLARES	<b>0,15</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

- ✓ **El costo de producción de cada ato de acelga es de 15 centavos de dólar**



**Cuadro N° 44.**  
**PRODUCCION DE COLIFLOR**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA COLIFLOR EN 100 m2 DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>				
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	COSTO	
100 m	2,5	1	2,5	DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>				
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	COSTO	
	3	10	30	DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	COSTO	
2	12	1	24	DOLARES
<b>LABORES DE CULTIVO</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	COSTO	
3	12	1	36	DOLARES
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>				
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	COSTO	
2	12	2	48	DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>140,5</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

CONCEPTO	PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
COLIFLOR	400	unidades	140,5	DOLARES	0,35	DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

- ✓ El costo de producción de la coliflor es de 35 centavos de dólar la unidad.

**Cuadro Nº 45.  
PRODUCCION DE MELLOCO**

<b>COSTO DE PRODUCCION DEL MELLOCO EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>					
<b>SEMILLA</b>					
cantidad de superficie	de	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla qq	de	COSTO
1 hectárea		80	10		<b>800</b> DOLARES
<b>FERTILIZANTE ORGANICO</b>					
abono orgánico		costo del saco \$	# de sacos		COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO
		3	2000		<b>6000</b> DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>					
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de yuntas		COSTO
4		25	4		<b>400</b> DOLARES
<b>SIEMBRA</b>					
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		COSTO
2		12	6		<b>144</b> DOLARES
<b>LABORES DE CULTIVO</b>					
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		COSTO
4		12	8		<b>384</b> DOLARES
<b>COSECHA</b>					
# días de trabajo		Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		COSTO
5		12	5		<b>300</b> DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>					
					<b>8028</b> DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN UNA HECTAREA DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
	PRODUCCION DE MELLOCO	400	quintales	8028	DOLARES	20

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

✓ El costo de producción del melloco es de 5,30 dólares el quintal.

**Cuadro N° 46.**  
**PRODUCCION DE CEBOLLA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA CEBOLLA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	1,8	1	<b>1,8 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	4	<b>12 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA Y LIMPIEZA DEL PRODUCTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	2	<b>48 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>109,8 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>		<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>	
CEBOLLA	500	libras	109,8	DOLARES	0,22	DOLARES

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

- ✓ El costo de producción de la cebolla es de 22 centavos de dólar la libra.

**Cuadro Nº 47.**  
**PRODUCCION DE REMOLACHA**

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA REMOLACHA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>				
<b>SEMILLA</b>				COSTO
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (gramos)	de (10)	
100 m	1,5	1		<b>1,5</b> DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>				COSTO
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos		
	3	4		<b>12</b> DOLARES
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>				COSTO
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	1		<b>24</b> DOLARES
<b>LABORES DE CULTIVO</b>				COSTO
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	1		<b>24</b> DOLARES
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>				COSTO
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
2	12	2		<b>48</b> DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>				<b>109,5</b> DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

CONCEPTO	PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
REMOLACHA	500	libras	109,5	DOLARES	<b>0,22</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

- ✓ El costo de producción de la remolacha es de 22 centavos de dólar la libra.

**Cuadro Nº 48.**  
**PRODUCCION DE DURAZNO**

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE DURAZNO</b>				
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
3	12	1	<b>36</b>	DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO	
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos		
	3	40	<b>120</b>	DOLARES
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
6	12	2	<b>144</b>	DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>300</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

CONCEPTO	PRODUCCION EN 20 ARBOLES		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
	DURAZNO	7000	frutos	300	DOLARES	<b>0,04</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

- ✓ **El costo de producción del durazno es de 4 centavos de dólar la unidad.**

**Cuadro Nº 49.**  
**PRODUCCION DE MANZANA**

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE MANZANA</b>				
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
3	12	1	<b>36</b>	DOLARES
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO	
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos		
	3	40	<b>120</b>	DOLARES
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>			COSTO	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
6	12	2	<b>144</b>	DOLARES
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>300</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

CONCEPTO	PRODUCCION EN 20 ARBOLES		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
	PRODUCCION DE MANZANA	6000	frutos	300	DOLARES	<b>0,05</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

- ✓ El costo de producción de la manzana es de 5 centavos de dólar la unidad.

**Cuadro Nº 50.**  
**PRODUCCION DE PERA**

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE PERA</b>				
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>				<b>COSTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
3	12	1	<b>36</b> DOLARES	
<b>FERTILIZANTE</b>				<b>COSTO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos		
	3	40	<b>120</b> DOLARES	
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>				<b>COSTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores		
6	12	2	<b>144</b> DOLARES	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>				<b>300</b> DOLARES

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRODUCCION EN 20 ARBOLES</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>		<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>	
PERA	6000	frutos	300	DOLARES	<b>0,05</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

- ✓ El costo de producción de la pera es de 5 centavos de dólar la unidad.

**Cuadro Nº 51.**  
**PRODUCCION DE LA REINA CLAUDIA**

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE REINA CLAUDIA</b>					
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>				<b>COSTO</b>	
<b># días de trabajo</b>	<b>Costo del día de trabajo \$</b>	<b># de trabajadores</b>			
3	12	1	<b>36</b>	<b>DOLARES</b>	
<b>FERTILIZANTE</b>				<b>COSTO</b>	
<b>abono orgánico gallinaza</b>	<b>costo del saco \$</b>	<b># de sacos</b>			
	3	40	<b>120</b>	<b>DOLARES</b>	
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>				<b>COSTO</b>	
<b># días de trabajo</b>	<b>Costo del día de trabajo \$</b>	<b># de trabajadores</b>			
6	12	2	<b>144</b>	<b>DOLARES</b>	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>300</b>	<b>DOLARES</b>	

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRODUCCION EN 20 ARBOLES</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>		<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>	
REINA CLAUDIA	7000	frutos	300	DOLARES	<b>0,04</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

- ✓ **El costo de producción de la reina Claudia es de 4 centavos de dólar la unidad.**



**Cuadro N° 52.**  
**PRODUCCION DE GRANADILLA**

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 PLANTAS DE GRANADILLA</b>					
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>				<b>COSTO</b>	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores			
3	12	1	<b>36</b>	<b>DOLARES</b>	
<b>FERTILIZANTE</b>				<b>COSTO</b>	
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos			
	3	40	<b>120</b>	<b>DOLARES</b>	
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>				<b>COSTO</b>	
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores			
5	12	1	<b>60</b>	<b>DOLARES</b>	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>216</b>	<b>DOLARES</b>	

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRODUCCION EN 20 ARBOLES</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>		<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>	
GRANADILLA	5500	frutos	216	DOLARES	<b>0,04</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

- ✓ **El costo de producción de la ganadilla es de 4 centavos de dólar la unidad.**

**Cuadro Nº 53.**  
**PRODUCCION DE TOMATE DE ARBOL**

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA EL TOMATE DE ARBOL</b>				
<b>NUMERO DE PLANTAS:200</b>				
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>				<b>COSTO</b>
<b># días de trabajo</b>	<b>Costo del día de trabajo \$</b>	<b># de trabajadores</b>		
10	12	2	<b>240</b>	<b>DOLARES</b>
<b>LABORES DE FUMIGACION</b>				<b>COSTO</b>
<b>INSUMOS QUIMICOS</b>	<b>costo de los insumos \$</b>	<b>cantidad</b>		
	30	3	<b>90</b>	<b>DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>				<b>COSTO</b>
<b>abono orgánico gallinaza</b>	<b>costo del saco \$</b>	<b># de sacos</b>		
	3	200	<b>600</b>	<b>DOLARES</b>
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>				<b>COSTO</b>
<b># días de trabajo</b>	<b>Costo del día de trabajo \$</b>	<b># de trabajadores</b>		
9	12	2	<b>216</b>	<b>DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>1146</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRODUCCION EN 200 PLANTAS DE TOMATE</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>		<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>	
<b>TOMATE DE ARBOL</b>	40000	frutos	1146	DOLARES	<b>0,03</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

- ✓ **El costo de producción del tomate de árbol es de 3 centavos de dólar la unidad.**

## PRODUCCION PECUARIA

Para establecer el costo de producción en la actividad pecuaria en la parroquia Santiago se entrevistó a 20 personas para obtener información de los costos de las operaciones necesarias y los insumos requeridos para la producción de cada especie de ganado.

**Cuadro Nº 54.**  
**PRODUCCION DE GANADO PORCINO**

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO	
adquisición del ejemplar	precio del lechón para la cría	50	DOLARES
alimentación	la alimentación es a base de maíz y guineo a más de pasto	42	DOLARES
control de enfermedades	vacunas, antiparasitarios	6	DOLARES
<b>TOTAL</b>		<b>98</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

Elaboración: el autor

GANADO PORCINO	PRODUCCION POR PROPIETARIO		COSTO DE PRODUCCION	
cría de chanchos	1	chanchos	98	DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

- ✓ El costo de producción del ganado porcino es de 98 dólares por ejemplar.

**Cuadro Nº 55.**  
**PRODUCCION DE HUEVOS CRIOLLOS**

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO	
alimentación	la alimentación es a base de maíz(10 qq al año a 14\$ cada qq) y complementada con hiervas e insectos que encuentra en el campo	140	DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

PRODUCCION AVICOLA	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION POR CADA UPA		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
producción de huevos criollos	1.825	huevos criollos	140	DOLARES	0,08	DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

- ✓ **El costo de producción de los huevos criollos es de 8 centavos de dólar la unidad.**

**Cuadro Nº 56.**  
**PRODUCCION DE CUYES**

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO	
alimentación	en este rubro consta el recorte de la hierba ya que su alimentación es a base de las distintas hiervas del lugar	45	DOLARES
higiene y mantenimiento del cuyero	es la limpieza del cuyero que es el lugar donde se cría los cuyes, y se realiza cada 15 días	36	DOLARES
<b>TOTAL</b>		<b>81</b>	<b>DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

TOTAL COSTO DE PRODUCCION	NUMERO EJEMPLARES PRODUCTOR	DE POR	COSTO DE PRODUCCION UNITARIO
81 DOLARES	20 CUYES		4,05 DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

- ✓ **El costo de producción de cada ejemplar es de 4,05 dólares.**

**Cuadro N° 57.**  
**PRODUCCION DEL QUESILLO**

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO	
alimentación	reserva de pastos y suplementos alimenticios (sales minerales)	36	DOLARES
manejo del ganado	ordeño de las vacas y cambio de potreros	2190	DOLARES
labores de mantenimiento	limpieza de los potreros (desmonte)	1368	DOLARES
control de enfermedades	vacunas, antiparasitarios y fumigación contra los moscos	104,5	DOLARES
<b>TOTAL</b>		<b>3698,5</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

PRODUCCION DE QUESILLO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN AÑO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	
total de la producción en un año	4380	libras de queso	3698,5	DOLARES	<b>0,84</b>	<b>DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

- ✓ **El costo de producción del queso es de 84 centavos de dólar la libra.**

Adicionalmente en la parroquia se produce trucha, la misma que es un producto muy representativo, pero que se comercializa en el sitio de producción, es por ello que no hace falta buscar mercado o definir estrategias para comercialización, no se lo considera un producto para la elaboración de perfiles de comercialización.

Según datos de los productos se tiene el siguiente volumen de producción al año: Piscícola Ordoñez 30.000 libras, Piscícola D'Santiago 10.000 libras; Piscícola Carlos Ramón 15.000 libras; dando con ello una producción anual de 55.000 libras las que se venden haciendo uso de la pesca deportiva.

## g. DISCUSIÓN

### 1. DIAGNOSTICO DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO

El presente estudio se realizó con la finalidad de identificar las potencialidades productivas del sector agrícola y pecuario de la parroquia Santiago, en este estudio se identifican cuáles son los productos cultivados con mayor frecuencia, las cantidades que se cosechan en cada ciclo productivo así como el costo de producción de cada producto y el canal de comercialización utilizado para vender sus productos.

**Cuadro N° 58.**  
**SUPERFICIE EN EXPLOTACION AGROPECUARIA EN LA PARROQUIA SANTIAGO**

USO DE LA TIERRA	HECTAREAS	%
superficie agrícola	82,96	1%
superficie pecuaria	4293,4	42%
zonas de bosques naturales	5826,64	57%
<b>TOTAL</b>	<b>10203</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

La parroquia Santiago tiene una extensión territorial de 10203 hectáreas de los cuales 4376,36 **ha** se mantienen bajo explotación agropecuaria 82,96 hectáreas para la explotación agrícola y 4293,4 hectáreas para la producción pecuaria.

**Cuadro N° 59.**  
**PRODUCCION AGRICOLA QUE SE DISPONE A LA COMERCIALIZACION**

PRODUCTOS AGRICOLAS	CICLOS DE PRODUCCION AL AÑO	CANTIDAD QUE SE PRODUCE	CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA	
maíz	1	6.480 qq	23,77%	1.540 qq
frejol	1	1.620 qq	46,17%	748 qq
papa	2	2.100 qq	42,00%	882 qq
haba	1	350 qq	39,71%	139 qq
arveja	2	630 qq	35,08%	221 qq
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>				
col	4	13.200 Unidades	22,22%	2.933 Unidades
lechuga	4	11.000 Unidades	18,33%	2.016 Unidades
zanahoria	4	5.500 lb	12,00%	660 lb
remolacha	4	3.000 lb	56,67%	1.700 lb
acelga	4	3.600 atos	52,22%	1.880 atos
coliflor	4	9.900 Unidades	29,33%	2.904 Unidades
melloco	1	16.500 lbs	60,00%	9.900 lbs
cebolla	4	9.600 lb	20,63%	1.980 lb
<b>CULTIVOS FRUTALES</b>				
durazno	1	385.000 Unidades	32,00%	123.200 Unidades
manzana	1	130.800 Unidades	52,45%	68.600 Unidades
pera	1	93.600 Unidades	70,00%	65.520 Unidades
reina Claudia	1	207.200 Unidades	40,00%	82.880 Unidades
granadilla	2	60.225 Unidades	70,00%	42.157 Unidades
tomate de árbol	3	400.000 Unidades	75,00%	300.000 Unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

La producción agrícola de esta parroquia se caracteriza por cumplir el objetivo de la alimentación familiar, y en un menor porcentaje para la comercialización. Los productos agrícolas que se cultivan son: maíz, frejol, papa, haba y arveja. Cultivos de huerta: la col, lechuga, zanahoria, remolacha, cebolla, acelga, coliflor y el melloco, las huertas son pequeñas porciones de superficie de terreno junto a las viviendas en las que se distribuye secciones para cada producto. Las frutas que se cultivan en esta parroquia son de clima frio típicos de la sierra ecuatoriana y son los siguientes: durazno, manzana, pera, reina Claudia, granadilla y tomate de árbol, las plantaciones están situados en espacios cerca de las viviendas.



**Cuadro N° 60.**  
**CANALES DE COMERCIALIZACION UTILIZADOS**

PRODUCTO	Mayorista	Minorista	Consumidor Final	Total %
maíz	39%	9%	52%	100%
frejol	0%	36%	64%	100%
papa	22%	41%	38%	100%
haba	45%	36%	18%	100%
arveja	57%	6%	37%	100%
col	37%	13%	49%	100%
lechuga	35%	21%	44%	100%
zanahoria	0%	75%	25%	100%
remolacha	0%	60%	40%	100%
acelga	16%	61%	23%	100%
coliflor	20%	42%	38%	100%
meloco	45%	35%	20%	100%
cebolla	0%	60%	40%	100%
durazno	73%	19%	7%	100%
manzana	76%	9%	15%	100%
pera	54%	10%	37%	100%
reina Claudia	66%	9%	25%	100%
granadilla	81%	3%	16%	100%
tomate de árbol	24%	36%	40%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

En el estudio realizado se han identificado tres canales de comercialización utilizados por los productores agropecuarios, estos son los siguientes: el de intermediario mayorista que lo constituyen los comerciantes del lugar que compran los productos recorriendo por los domicilios de los productores y también; intermediario minorista es el comerciante que compra en los mercados donde expende estos productos al detalle a los consumidores; y el canal directo al consumidor final, se utiliza este canal de comercialización cuando el productor vende sus productos directamente al consumidor, esto se

da en las ferias libres que se desarrollan el último domingo de cada mes y en el mercado municipal del pequeño productor de la ciudad de Loja.

**Cuadro N° 61.**

**PRECIO DE VENTA DE SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACION**

PRODUCTOS AGRICOLAS	UNIDAD DE MEDIDA	PECIO AL MAYORISTA	PECIO AL MINORISTA	PECIO AL CONSU. FINAL
maíz	quintal	60	70	80
frejol	quintal	40	45	50
papa	quintal	12	15	18
haba	quintal	65	70	80
arveja	quintal	70	80	90
col	unidad	0,35	0,5	0,8
lechuga	unidad	0,25	0,3	0,4
zanahoria	quintal	15	17	22
remolacha	quintal	12	15	20
acelga	atas	0,25	0,3	0,35
coliflor	unidad	0,5	0,75	1
melloco	lbs	0,3	0,5	0,7
cebolla	quintal	20	25	30
durazno	unidad	0,05	0,07	0,1
manzana	unidad	0,07	0,1	0,15
pera	unidad	0,08	0,1	0,15
reina Claudia	unidad	0,05	0,07	0,1
granadilla	unidad	0,05	0,08	0,1
tomate de árbol	unidad	0,06	0,08	0,12

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

El precio de venta está establecido por los comerciantes que conforman cada uno de los tres canales de comercialización identificados en el presente estudio quienes se rigen a los precios del mercado y el margen de utilidad en sus transacciones, en el caso de la venta directa a los consumidores en las ferias libres el productor obtiene mayores beneficios económicos por lo que el precio es a nivel de consumidor final.

**Maíz.**

El cultivo del maíz blanco suave es el que mayormente se practica en este sector cosechándose un promedio anual de 6480 quintales, de los cuales solo el 23% se destina a la comercialización cuando este grano esta tierno llamado choclo el resto de la producción se utiliza para la alimentación familiar, y de animales como son aves de patio y chanchos. El canal de comercialización de este producto el canal más utilizado es el de consumidor final en las ferias libres en el 52%, en segundo lugar está el de intermediario mayorista con el 39%, y el de intermediario minorista es utilizado en el 9%. El precio de venta es de 60 dólares el quintal al intermediario mayorista, 70 dólares al intermediario minorista y 80 dólares al consumidor final.

**Frejol.**

El frejol es una planta que se cultiva en asociación con el maíz para que el tallo de este le sirva para guiarse y poder cargar sus frutos, en el presente estudio se observa que su producción es muy inferior a la del maíz a pesar que ocupa las mismas cantidades de superficie de terreno para su cultivo, el promedio de producción es de 1620 quintales, y el 46,17% de la cosecha se dispone a la comercialización. El canal de distribución más utilizado es el de consumidor final en el 64%, y el 36% lo hace a través del intermediario minorista. El precio de venta es de 45 dólares el quintal para el intermediario minorista y de 50 dólares para el consumidor final.

**Papa.**

Se cultiva tres clases de papa en este sector, la papa bolona y maría, se producen un promedio de 2100 quintales, el 42% se comercializa utilizando en

mayor porcentaje el canal de comercialización de intermediario minorista con el 41%, el segundo canal más utilizado es el directo al consumidor final con el 38%, y el 22% utiliza el canal de intermediario mayorista, el precio de venta es de 12 dólares al intermediario mayorista, 15 dólares el quintal al intermediario minorista y 18 dólares al consumidor final.

### **Haba.**

El haba es un producto agrícola que se cultiva en su mayor parte para el consumo familiar se cosechan 350 quintales promedio en un ciclo de producción, y se comercializa el 39,71 % del total de la cosecha, el canal más utilizado para este producto es el de intermediario mayorista con el 45%, 36% a través de los intermediarios minoristas y el 18% se vende directamente a los consumidores finales en las ferias libres. El precio de venta es de 65 dólares el quintal al intermediario mayorista, 70 dólares al intermediario minorista y 80 dólares al consumidor final.

### **Arveja.**

Se cosechan 630 quintales promedio en un ciclo productivo se comercializa el 35,08% y se lo realiza a través del intermediario minorista el 57%, directamente al consumidor final el 37% y el 6% mediante el intermediario minorista. El precio de venta es de 70 dólares el quintal para el intermediario mayorista, 60 dólares para el intermediario minorista y 90 dólares al consumidor final.

### **Col**

La col es una hortaliza que se cultiva en los huertos y su producción promedio es de 13200 unidades por ciclo productivo, se comercializa el 22,22 % de la cosecha y se lo hace utilizando en mayor porcentaje la venta directa al

consumidor en las ferias libres en el 49%, al intermediario mayorista en el 37% y utilizando el canal de comercialización de intermediario minorista el 13%. El precio de venta es de 0,35 centavos la unidad al intermediario mayorista, 0,50 centavos al intermediario minorista y 0,80 la unidad centavos al consumidor final.

### **Lechuga.**

Es una hortaliza que se cultiva en huertos especialmente para la alimentación familiar, se cosecha una cantidad promedio de 11000 unidades en un ciclo productivo y se comercializa el 18,33%. La venta directa al consumidor final es el canal de comercialización más utilizado con el 44%, el 35 % mediante los intermediarios mayoristas y el 21% por medio de los intermediarios minoristas. El precio de venta es de 0,25 la centavos la unidad al intermediario mayorista, 0,30 centavos al intermediario minorista y 40 centavos para el consumidor final.

### **Zanahoria.**

La zanahoria es un tubérculo que se cultiva en huertos y en la parroquia Santiago se cosecha una cantidad promedio de 5500 libras en un ciclo de producción de las cuales se comercializa el 12 % y se lo realiza por medio del canal de comercialización de intermediario minorista el 75%, y el 25% a través de la venta directa al consumidor. El precio de venta es de 15 centavos la libra al intermediario mayorista, 17 centavos al intermediario minorista y 22 centavos la libra al consumidor.

### **Remolacha.**

Es un tubérculo que se cultiva en este sector y se produce una cantidad promedio de 3000 libras en un ciclo productivo, se comercializa el 56,67% del

total de la cosecha. El canal de comercialización más utilizado es el de intermediario minorista con el 60% y directamente al consumidor el 40%. El precio de venta es de 12 centavos la libra para el intermediario mayorista, 15 centavos para el intermediario minorista y 20 centavos la libra para el consumidor final.

### **Acelga.**

La acelga es una hortaliza cultivada en huertos y para la comercialización se recogen las hojas juntado un conjunto llamado ato el mismo que forma una unidad para la venta, en esta parroquia se producen 3600 atos promedio en un ciclo de producción, de los cuales se destina a la comercialización el 52,22%. El canal de comercialización más utilizado es el del intermediario minorista con el 61%, directamente al consumidor en las ferias libres el 23%, y el 16% se lo realiza por medio del intermediario mayorista. El precio para la venta es de 0,25 centavos el ato para los intermediarios mayoristas, 0,30 centavos para el intermediario minorista y 0,35 centavos es el precio al consumidor.

### **Coliflor.**

La coliflor es una hortaliza de huerta que se cosecha una cantidad promedio de 9900 unidades en un ciclo de producción, de las cuales el 29,33%. El intermediario minorista es el principal canal de comercialización utilizado con el 42%, en segundo lugar está la venta directa al consumidor con el 38% y el 20% lo realiza mediante el intermediario mayorista. El precio de venta es de 0,50 centavos la unidad para el intermediario mayorista, 0,75 centavos para el intermediario minorista y de 1 dólar la unidad para el consumidor final.

**Meloco.**

El meloco es un tubérculo que se produce promedio una cantidad de 16500 libras en un ciclo productivo, se comercializa el 60% de la producción. El canal de comercialización más utilizado es el del intermediario mayorista con el 45%, en segundo lugar está el del intermediario minorista con el 35% y el 20% vende este producto directamente al consumidor. El precio de venta es de 0,30 centavos la libra al intermediario mayorista, 0,50 centavos al intermediario minorista y 0,70 centavos para el consumidor final.

**Cebolla.**

Este vegetal se produce en promedio 9600 libras durante un ciclo productivo, el 20,63% se comercializa. El principal canal para su comercialización es el del intermediario minorista con el 60% y el 40% mediante la venta directa al consumidor. El precio de venta es de 0,20 centavos la libra para el intermediario mayorista, 0,25 centavos al intermediario minorista y 0,30 centavos al consumidor.

**Durazno.**

El durazno es la fruta más representativa en el lugar, se producen 385000 unidades promedio al año que es el ciclo de producción, el 32% de esta producción se comercializa utilizando principalmente el canal de comercialización de intermediario mayorista 73%, intermediario minorista el 19%, y directamente al consumidor el 7%. Los precios de comercialización son los siguientes: 0,05 centavos de dólar para el intermediario minorista, 0,07 centavos al intermediario minorista y 0,10 centavos al consumidor.

**Manzana.**

La manzana es una fruta pomácea que se cultiva en esta parroquia, se produce un promedio de 130800 unidades al año de las cuales el 52,45% se comercializa, utilizando para ello el canal de comercialización de intermediario mayorista el 75%, el 15% por la venta directa al consumidor y el 9% a través del intermediario minorista. El precio de venta es de 0,07 centavos la unidad para el intermediario minorista, 0,10 centavos al intermediario minorista y 0,15 centavos al consumidor.

**Pera.**

La producción de pera es de 93600 unidades en un ciclo productivo, se comercializa el 70% de la cosecha a través del intermediario mayorista el 54%, consumidor final el 37%, y por medio del intermediario minorista el 10%. El precio de comercialización es de 0.08 centavos la unidad para el intermediario mayorista, 0,10 centavos para el intermediario minorista y 0,12 centavos al consumidor final.

**Reina Claudia.**

Se cultivan dos variedades de esta fruta, la roja el 90% y la amarilla el 10% del total de las plantaciones. Se cosechan un promedio de 207200 unidades en un ciclo de producción, se comercializa el 40% y se lo realiza por medio del canal de comercialización de intermediario mayorista el 66%, consumidor final el 25% y a través del intermediario minorista el 9%, el precio de comercialización es de 0,05 centavos la unidad para el intermediario mayorista, 0,07 centavos para el intermediario minorista y 0,10 centavos para el consumidor final.



### Granadilla.

De esta fruta se cosecha una cantidad de 60225 unidades promedio en un ciclo de producción, se comercializa el 70% de lo cosechado. el 81% a través del canal de comercialización de intermediario mayorista, el 16% mediante la venta directa al consumidor final y el 3% utilizando el canal de comercialización de intermediario minorista. El precio de venta es de 0,05 centavos la unidad para los intermediarios mayoristas, 0.08 centavos para los intermediarios minoristas y 0,10 centavos para el consumidor.

### Tomate de árbol.

Se producen 400000 unidades promedio en un ciclo de producción, el 75% se comercializa, el 40% de las ventas se lo hace directamente al consumidor, el 36% a los intermediarios minoristas, y el 24% a los intermediarios mayoristas. El precio de venta es de 0,06 centavos la unidad al intermediario mayorista, 0,08 centavos para el intermediario minorista y 0,12 centavos para el consumidor final.

### Cuadro Nº 62.

#### PRODUCCION PECUARIA QUE SE DISPONE A LA COMERCIALIZACION

PRODUCTOS AGRICOLAS	CICLOS DE PRODUCCION AL AÑO	# DE ANIMALES POR ESPECIE		CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA		
bovino	-	4.620	cabezas	38%	1.764	cabezas
porcino	2	347	cabezas	78%	270	cabezas
cuyes	2	4.400	ejemplares	40%	1.760	ejemplares
gallinas	1	1.980	ejemplares	34%	680	ejemplares

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

La producción pecuaria de esta parroquia la constituyen la ganadería bovina, ganadería porcina, cría de cuyes y aves de patio que son las gallinas criollas.

El ciclo de reproducción de la ganadería bovina es de uno por año, se

comercializa principalmente los ejemplares machos la etapa de destete esto es de 6 a 7 meses de edad, y en segundo lugar las vacas que ya han cumplido su ciclo de producción óptima que es de 7 a 8 años de edad. La forma de explotación de la ganadería bovina es por medio de la extracción de la leche a las vacas para la elaboración del quesillo y la venta de las cabezas de ganado.

La crianza del ganado porcino en esta parroquia se desarrolla para aprovechar los residuos de las cosechas de maíz y los subproductos de la leche que es el suero, por lo tanto se considera una actividad secundaria y cada propietario por lo general cría de uno a dos ejemplares. El ciclo de producción es de seis meses que es en donde el animal ha desarrollado un peso ideal para la venta. La cría de cuyes está incluida entre la ganadería menor que se practica en este sector que juntamente con las gallinas criollas su objetivo principal es el consumo familiar, y en menor porcentaje para la comercialización.

**Cuadro N° 63.**

**CANALES DE COMERCIALIZACION PARA LA VENTA DE LA PRODUCCION PECUARIA**

ESPECIE	INTERMEDIARIO MAYORISTA	INTERMEDIARIO MINORISTA	CONSUMIDOR FINAL	TOTAL %
ganado bovino	72%	28%	0%	100%
ganado porcino	75%	25%	0%	100%
cuyes	6%	56%	38%	100%
gallinas	9%	56%	35%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

Para la comercialización de la producción pecuaria se utilizan tres canales de comercialización; en el caso del ganado bovino y porcino solo se utilizan dos, el de intermediario mayorista y el de intermediario minorista, en el caso de la

producción de cuyes y gallinas los productores venden sus ejemplares a través de los canales de comercialización de intermediario mayorista, intermediario minorista y consumidor final en las ferias libres del lugar y en el mercado municipal del pequeño productor de la ciudad de Loja.

**Cuadro N° 64.**  
**PRECIO DE VENTA**

ESPECIE	UNIDAD DE MEDIDA	INTERMEDIARIO MAYORISTA		INTERMEDIARIO MINORISTA		CONSUMIDOR FINAL	
ganado bovino	arroba	25	dólares	28	dólares	–	
ganado porcino	arroba	28	dólares	30	dólares	–	
cuyes	ejemplares	6	dólares	8	dólares	10	dólares
gallinas	libra	1,75	dólares	2	dólares	2,5	dólares

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

### **Ganado bovino.**

En la parroquia Santiago existe un promedio de 4620 cabezas de ganado bovino, el 38% de esta cantidad se destina a la comercialización, Para la venta del ganado bovino el 72% de los productores utiliza el canal de intermediario mayorista en la plaza de ganado ubicada en el barrio las juntas ubicado al sur este de la parroquia, y el 28% el canal de comercialización de intermediario minorista quien compra las cabezas de ganado en las fincas. El precio de producción es de 25 dólares la arroba para los intermediarios mayoristas y 28 dólares para los intermediarios minoristas.

### **Ganado porcino.**

El numero promedio de ejemplares de esta especie es de 347 chanchos, Para la venta del ganado porcino se lo realiza el 75% a través del canal de comercialización de intermediario mayorista en la plaza de ganado del lugar, y

el 25% a los intermediarios minoristas quien se encarga de faenar estos animales y vender la carne al consumidor final. El precio de producción es de 28 dólares para el intermediario mayorista y 30 dólares para el intermediario minorista.

### **Cuyes.**

El numero promedio de ejemplares es de 4400 cuyes, de los cuales el 40% se comercializa utilizando principalmente el canal de comercialización de intermediario minorista con el 56%, el 38% mediante la venta directa al consumidor final, y el 6% por medio del intermediario mayorista, el precio de producción es de 6 dólares al intermediario mayorista, 8 dólares al intermediario minorista y 10 dólares al consumidor final.

### **Gallinas criollas.**

Estas aves se crían en corrales junto a las casa y su número total de ejemplares en este sector es de 1980 gallinas, se comercializa el 34% de esta cantidad y se lo realiza utilizando el canal de comercialización de intermediario minorista el 56%, el 38% por la venta directa al consumidor en las frías libres y el 9% a través de los intermediarios mayoristas. El precio de comercialización es de 1,75 dólares la libra para el intermediario mayorista, 2 dólares la libra para el intermediario minorista y 2,50 dólares para el consumidor final.

### **PRODUCTOS DERIVADOS**

Los productos derivados de la producción pecuaria que se obtienen en la parroquia Santiago son: el quesillo, el queso y los huevos.

**Cuadro N° 65.****CANTIDAD DE LA PRODUCCIÓN QUE SE COMERCIALIZA**

PRODUCTOS DERIVADOS PRODUCCION PECUARIA	CICLO DE PRODUCCION		CANTIDAD QUE SE OBTIENE EN UN CICLO PRODUCTIVO		CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA		
QUESILLO	1	DIARIO	1540	libras	86%	1320	libras
QUESO	1	DIARIO	42	libras	100%	42	libras
HUEVOS	1	DIARIO	990	unidades	50%	495	unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

La producción del quesillo destaca sobre las demás y es la principal fuente de ingresos económicos para los pobladores del lugar, el queso es un producto que se obtiene a partir del quesillo molido su producción no es muy frecuente, los huevos de las gallinas criollas es un producto que se incorpora a la dieta alimenticia de las familias del lugar y el excedente se destina a la venta.

**Cuadro N° 66.****CANALES DE COMERCIALIZACION UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES**

PRODUCTOS DERIVADOS	CANAL. MAYORISTA	CANAL MINORISTA	CANAL CONSU. FINAL	TOTAL
quesillo	89%	9%	2%	100%
queso	0%	57%	43%	100%
huevos	35%	50%	15%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

En este estudio se han identificado tres canales de comercialización para los productos derivados, el canal de comercialización de intermediario mayorista, intermediario minorista y el de consumidor final.

**Cuadro Nº 67.**  
**PRECIO DE VENTA**

PRODUCTOS DERIVADOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO INTERMEDIARIOS MAYORISTAS		PRECIO INTERMEDIARIO MINORISTA		PRECIO CONSUMIDOR FINAL	
quesillo	libras	1,3	dólares	1,5	Dólares	1,8	Dólares
queso	libras	1,6	dólares	1,8	Dólares	2	Dólares
huevos	unidades	0,15	Dólares	0,2	Dólares	0,25	dólares

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

El precio de venta de los productos derivados se establece de acuerdo a los precios de la competencia.

**Quesillo.**

Se producen 1540 libras promedio al día de las cuales el 86% se comercializa, el 89% de las ventas se lo hace a través del intermediario mayorista, el 9% al intermediario minorista, y el 2% al consumidor final. El precio de venta es de 1,30 dólares la libra al intermediario mayorista, 1,50 dólares para el intermediario minorista y 1,80 dólares al consumidor final.

**Queso.**

El queso es un producto elaborado a partir del quesillo, en este sector se producen una cantidad promedio de 42 libras por día, esta misma cantidad se comercializa a través de intermediario minorista el 57%, y directamente al consumidor en las ferias libres y el mercado municipal del pequeño productor en la ciudad de Loja el 43%. El precio de venta es de 1,60 dólares la libra al intermediario mayorista, 1,80 dólares para el intermediario minorista y de 2 dólares la libra para el consumidor final.

**Huevos criollos.**

La producción de huevos criollos es de 990 unidades por día, se comercializa el 50%, mediante el intermediario mayorista el 35%, a través del intermediario

minorista el 50% y por medio de la venta directa al consumidor el 15%. El precio de comercialización es de 0,15 centavos de dólar la unidad para el intermediario mayorista, 0,20 centavos para el intermediario minorista, y de 0,25 centavos al consumidor final.

## **PRODUCTOS DE MAYOR ACOGIDA EN EL MERCADO**

El presente estudio se fundamenta en realizar un análisis de los productos más solicitados por los consumidores al momento de hacer las compras en los mercados municipales de expendio de productos agropecuarios, entre los aspectos relevantes para este análisis tenemos: la demanda, los precios y la comercialización, para de esta forma determinar la cantidad de producto que se requiere para satisfacer la demanda y el precio al que están dispuestos a pagar.

### **Cuadro Nº 68.**

#### **Matriz de segmentación de mercado**

<b>CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>CARACTERISTICAS DEL CLIENTE</b>
<b>VARIABLES GEOGRÁFICAS</b>	
Provincia:	Loja
Cantón:	Loja
Mercados municipales	Todas los mercados del cantón Loja
<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>	
Sexo:	Masculino o femenino
Cantidad	643 comerciantes propietarios de puestos en los mercados municipales de la ciudad de Loja
<b>VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS</b>	
Ocupación:	comerciantes
<b>VARIABLES CONDUCTUALES</b>	
Beneficios ofertados:	productos orgánicos
Actitud hacia el producto:	Positivo, Aceptable.

**Elaboración:** el autor.

**Cuadro N° 69.****PRODUCTOS AGROPECUARIOS QUE SE PRODUCEN EN LA PARROQUIA SANTIAGO QUE TIENEN MAYOR DEMANDA EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE LOJA.**

<b>PRODUCTOS AGROPECUARIOS</b>			
<b>PRODUCTOS AGROPECUARIOS</b>	<b>CANTIDAD QUE SE DISPONE A LA COMERCIALIZACION EN UN CICLO DE PRODUCCION</b>		<b>CICLO DE PRODUCCION</b>
	arveja	221	
coliflor	2.904	unidades	4 por año
tomate de árbol	300.000	unidades	3 por año
queso	42	libras	1 diario
huevos criollos	990	unidades	1 diario
cuyes	1.760	ejemplares	3 por año

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaboración:** El autor

Para determinar los productos que tienen mayor demanda en el mercado se procedió a realizar una encuesta a los propietarios de puestos de abasto en los mercados municipales de la ciudad de Loja y los resultados son los siguientes.

Los productos agrícolas que presentan mayor demanda son. La arveja, la coliflor y el tomate de árbol. De los productos pecuario. El quesillo, los huevos criollos y las gallinas criollas

## **PERFILES DE COMERCIALIZACIÓN**

### **1. ARVEJA TIERNA**

#### **Producto**

La arveja, también llamada guisante o chícharo es la pequeña semilla comestible de la planta que se cultiva para su producción. Las arvejas proceden de la familia de las leguminosas y crecen dentro de la vaina que



pueden alcanzar hasta los 10 cm.

Las arvejas se pueden consumir frescas o secas presentando algunas diferencias significativas respecto a su contenido en nutrientes. Las frescas son mucho más dulces y sabrosas, y contienen mucha más agua que las secas, pero menos proteínas, grasas e hidratos de carbono.

### **Precio.**

- El precio de la arveja tierna es de 80 centavos de dólar la libra, este precio se ha determinado tomando como referencia el precio establecido en el mercado por la competencia.
- El precio fijado para la comercialización de la arveja representa un margen de utilidad de 37 centavos por libra, siendo el costo de producción de 43 centavos de dólar la libra.
- En caso de un aumento de la oferta en el mercado que obligue a bajar los precios, el nivel de variación de precio es de hasta 60 centavos la libra con lo cual se considera que cubre los costos de producción y se obtiene un margen de utilidad aceptable para el productor.
- A los propietarios de los puestos en los mercados se les realizara un descuento del 20% por la compra a partir de un quintal de arveja.

### **Estrategias de venta.**

- La venta estará dirigida especialmente a los consumidores finales que visitan la parroquia Santiago en las ferias libres que se desarrollan y los visitantes turistas que además de pasar un día de campo adquieren productos orgánicos para su alimentación.
- Considerando que no se logre vender toda la producción en la misma

parroquia, se trasladara a la ciudad de Loja al mercado municipal del pequeño productor para su comercialización.

- La forma de ventas es al contado por tratarse de que el productor requiere de los recursos económicos para abastecerse de los productos complementarios en la alimentación de su familia.

### **Estrategia promocional.**

Para promocionar este producto y los demás productos agropecuarios de este lugar se participara en las ferias y exposiciones agropecuarias que el gobierno local organiza los últimos domingos de cada mes en la plaza central del lugar, en la cual se presentara un tríptico con fotografías de los productos agrícolas y pecuarios que se producen en este sector de la provincia , el cual se repartirá a los asistentes, el tríptico contendrá la siguiente información: características y valor nutricional, recetas de preparación y precios de venta del producto.

### **Estrategias de distribución.**

El canal de comercialización que se utilizara para la venta del producto será la venta directa al consumidor en las feria libres de la parroquia en los puestos de venta ubicados en el parque central en las carpas que coloca el gobierno local que sirven para tal efecto.

Los excedentes que no se puedan vender en estas ferias libres se los trasportara a la ciudad de Loja para ser comercializado en el mercado del pequeño municipal del pequeño productor utilizando para ello el canal de intermediario mayorista y minorista mediante el pago de flete a las camionetas que realizan este servicio el cual tiene un costo de 10 dólares.

## **2. COLIFLOR**

### **Producto.**

La coliflor es una hortaliza de un bajo contenido en calorías y rica en vitaminas y minerales, dentro de la dieta alimenticia se puede consumir cruda como ingrediente de ensaladas o pueden cocinarse al vapor y elaborar con ellos una gran variedad de platos

Las coliflores son seleccionadas por tamaño y grado de compactación de la cabeza o inflorescencia. El ciclo de producción es de 3 meses para estar en óptimas condiciones de consumo.

### **Precio.**

El precio de la coliflor es de 60 centavos de dólar la unidad, al consumidor final que compre en las ferias libres de la parroquia y de 75 centavos de dólar la unidad a los intermediarios minoristas en la ciudad de Loja.

Se considera este precio de 60 centavos la unidad en la venta directa al consumidor como un precio muy accesible para el consumidor final tomando en cuenta que al adquirir este producto en los mercados municipales de la ciudad de Loja su precio es de 1 dólar la unidad.

El margen de utilidad de este producto es de 25 centavos si la venta se realiza directamente al consumidor final y de 40 centavos de dólar por cada unidad al momento de venta al intermediario mayorista y minorista, de este precio se descontara el costo de transportación del producto hacia la ciudad de Loja.

Si la oferta de este producto aumenta en el mercado y obliga a una baja en el precio, el nivel de variación es de hasta 50 centavos la unidad con lo cual se

considera que cubre los costos de producción y se obtiene un margen de utilidad recomendable para el productor.

### **Estrategias de venta.**

Las ventas se enfocaran especialmente a los consumidores finales en las ferias libres que se desarrollan en la parroquia Santiago y los visitantes turistas que visitan este lugar cada fin de semana.

En el caso de que no se logre vender el total de la producción en las ferias libres del lugar, se trasladara a la ciudad de Loja al mercado municipal del pequeño productor para su comercialización.

La forma de ventas es al contado por tratarse de la naturaleza del producto.

### **Estrategia promocional.**

Para promocionar este producto y los demás productos agropecuarios de este lugar se participara en las ferias y exposiciones agropecuarias que el gobierno local organiza los últimos domingos de cada mes en la plaza central del lugar, en la cual se presentara un tríptico con fotografías de los productos agrícolas y pecuarios que se producen en este sector de la provincia , el cual se repartirá a los asistentes, el tríptico contendrá la siguiente información: características y valor nutricional, recetas de preparación y precios de venta del producto.

### **Distribución.**

El canal de comercialización que se utilizara para la distribución de este producto es el canal directo al consumidor en las ferias libres que organiza mes a mes la junta parroquial de Santiago que tienen lugar en el parque central de

la parroquia, y en el mercado municipal del pequeño productor en la ciudad de Loja.

**Posibles clientes.**

Los clientes potenciales son los visitantes que frecuentan las ferias libres desarrolladas en la parroquia y comerciantes de los mercados municipales de la ciudad de Loja.

**3. EL TOMATE DE ÁRBOL.**

**Producto.**

El tomate de árbol es una fruta que es utilizada para jugos, batidos o para servirse en forma directa y natural, el producto será seleccionado por su calidad la misma que será cuidadosamente seleccionada por tamaño y buena coloración de la fruta que indica su frescura, consistencia y calidad.

**Precio.**

El precio del tomate de árbol es de 6 centavos de dólar la unidad, al consumidor final que compre en las ferias libres de la parroquia y de 8 centavos de dólar la unidad a los intermediarios minoristas en la ciudad de Loja.

Se considera este precio de 6 centavos la unidad en la venta directa al consumidor como un precio muy accesible para el consumidor final tomando en cuenta que al adquirir este producto en los mercados municipales de la ciudad de Loja su precio es de 12 centavos de dólar la unidad.

El margen de utilidad de este producto es de 3 centavos si la venta se realiza directamente al consumidor final y de 5 centavos de dólar por cada unidad al momento de venta al intermediario mayorista y minorista, de este precio se descontara el costo de transportación del producto hacia la ciudad de Loja.

Si la oferta de este producto aumenta en el mercado y obliga a una baja en el precio, el nivel de variación es de hasta 5 centavos la unidad con lo cual se considera que cubre los costos de producción y se obtiene un margen de utilidad recomendable para el productor.

### **Estrategias de venta.**

Las ventas se enfocaran especialmente a los consumidores finales en las ferias libres que se desarrollan en la parroquia Santiago y los visitantes turistas que visitan este lugar cada fin de semana.

Si no se logra vender toda la producción en las ferias libres del lugar, se trasladara a la ciudad de Loja al mercado municipal del pequeño productor para su comercialización.

La forma de ventas es al contado por tratarse de un producto de corto plazo de duración para su consumo.

### **Estrategia promocional.**

Para promocionar este producto y los demás productos agropecuarios de este lugar se participara en las ferias y exposiciones agropecuarias que el gobierno local organiza los últimos domingos de cada mes en la plaza central del lugar, en la cual se presentara un tríptico con fotografías de los productos agrícolas y pecuarios que se producen en este sector de la provincia , el cual se repartirá a los asistentes, el tríptico contendrá la siguiente información: características y valor nutricional, recetas de preparación y precios de venta del producto.

### **Distribución.**

El canal de comercialización que se utilizara para la distribución de este producto es el canal directo al consumidor en las ferias libres que organiza mes a mes la junta parroquial de Santiago que tienen lugar en el parque central de la parroquia, y en el mercado municipal del pequeño productor en la ciudad de Loja.

**Posibles clientes.**

Los clientes potenciales son los visitantes que frecuentan las ferias libres desarrolladas en la parroquia y comerciantes de los mercados municipales de la ciudad de Loja.

#### **4. EL HUEVO CRIOLLO**

**Producto**

El producto que se comercializara es el huevo criollo por la gran demanda que tiene en el mercado al ser un producto de gran calidad y valor nutricional que satisface los gustos, preferencias y necesidades del consumidor.

**Precio.**

El precio del huevo criollo es de 22 centavos la unidad se ha considerado este precio para su comercialización esperando tener ventajas competitivas sobre la competencia, ya que el precio de este producto en las tiendas y supermercados es de 25 centavos de dólar la unidad.

El margen de utilidad de este producto es de 12 centavos de dólar puesto que su costo de producción es de 8 centavos cada unidad.

El nivel de variación en el precio de este producto en caso de un aumento de la oferta es de hasta 15 centavos con lo cual se considera aun margen de utilidad rentable para el productor.

**Estrategias de venta.**

Las ventas se enfocaran especialmente a los consumidores finales en las ferias libres que se desarrollan en la parroquia Santiago y los visitantes turistas que visitan este lugar cada fin de semana.

Si no se logra vender toda la producción en las ferias libres del lugar, se trasladara a la ciudad de Loja al mercado municipal del pequeño productor para su comercialización.

La forma de ventas es al contado por tratarse de un producto de corto plazo de duración para su consumo.

**Estrategia promocional.**

Para promocionar este producto y los demás productos agropecuarios de este lugar se participara en las ferias y exposiciones agropecuarias que el gobierno local organiza los últimos domingos de cada mes en la plaza central del lugar, en la cual se presentara un tríptico con fotografías de los productos agrícolas y pecuarios que se producen en este sector de la provincia , el cual se repartirá a los asistentes, el tríptico contendrá la siguiente información: características y valor nutricional, recetas de preparación y precios de venta del producto.

**Distribución.**

El canal de comercialización que se utilizara para la distribución de este producto es el canal directo al consumidor en las ferias libres que organiza mes a mes la junta parroquial de Santiago que tienen lugar en el parque central de la parroquia, y en el mercado municipal del pequeño productor en la ciudad de Loja.



**Posibles clientes.**

Los clientes potenciales son los visitantes que frecuentan las ferias libres desarrolladas en la parroquia y comerciantes de los mercados municipales de la ciudad de Loja.

**5. EL CUY****Producto.**

El producto a comercializar es el cuy criado a base de pastos del sector la carene de este animal es de gran aceptación en el mercado por su sabor y valor nutricional su preparación forma parte de diversas recetas de exquisito deleite para el deguste de toda la familia,

Este producto será seleccionado por su tamaño y el ciclo de producción será de 4 meses que es el tiempo óptimo para que un ejemplar se desarrolle y esté listo para ser consumido.

**Precio.**

El precio de venta del cuy en pie es de 6 y 8 dólares cada ejemplar tomando en cuenta su tamaño, se ha tomado este precio en relación al establecido en el mercado por la competencia.

El margen de utilidad de este producto es de 2 y hasta 4 dólares por cada ejemplar puesto que su costo de producción es de 4 dólares por cada ejemplar.

También se comercializara este producto en deliciosas preparaciones con lo cual su valor aumentara a un precio de 14 dólares cada plato, y 7 dólares la media porción.

### **Estrategias de venta.**

Las ventas se enfocaran especialmente a los consumidores finales en las ferias libres que se desarrollan en la parroquia Santiago y los visitantes turistas que visitan este lugar cada fin de semana.

Si no se logra vender toda la producción en las ferias libres del lugar, se trasladara a la ciudad de Loja al mercado municipal del pequeño productor para su comercialización.

### **Estrategia promocional.**

Para promocionar este producto y los demás productos agropecuarios de este lugar se participara en las ferias y exposiciones agropecuarias que el gobierno local organiza los últimos domingos de cada mes en la plaza central del lugar, en la cual se presentara un tríptico con fotografías de los productos agrícolas y pecuarios que se producen en este sector de la provincia , el cual se repartirá a los asistentes, el tríptico contendrá la siguiente información: características y valor nutricional, recetas de preparación y precios de venta del producto.

### **Distribución.**

El canal de comercialización que se utilizara para la distribución de este producto es el canal directo al consumidor en las ferias libres que organiza mes a mes la junta parroquial de Santiago que tienen lugar en el parque central de

la parroquia, y en el mercado municipal del pequeño productor en la ciudad de Loja.

**Posibles clientes.**

Los clientes potenciales son los visitantes que frecuentan las ferias libres desarrolladas en la parroquia y comerciantes de los mercados municipales de la ciudad de Loja.

## **6. EL QUESILLO**

**Producto.**

El quesillo es un producto pecuario que se obtiene a partir de la leche cuajada, este producto es una fuente importante en contenido en grasa, y es fuente importante de calcio, proteínas y fósforo

El quesillo es el producto base para la generación de recursos económicos en esta parroquia, y posee una gran demanda en el mercado porque forma parte esencial en la preparación de la dieta alimentaria de la población.

**Precio.**

El precio de venta del quesillo es de 1,30 dólares la libra en la venta directa al consumidor final en las ferias libres que se realizan en la parroquia Santiago y de 1,50 dólares en la venta en el mercado del pequeño productor de la ciudad de Loja.

El margen de utilidad de este producto es de 46 centavos tomando en cuenta que el costo de producción es de 84 centavos de dólar por libra de quesillo.

**Estrategias de venta.**

Las ventas se enfocaran especialmente a los consumidores finales en las ferias libres que se desarrollan en la parroquia Santiago y los visitantes turistas que visitan este lugar cada fin de semana.

Al producirse un promedio 1.540 libras diarias de quesillo su comercialización se distribuirá una parte en las ferias libres del lugar y otra parte en los mercados de la ciudad de Loja.

**Estrategia promocional.**

Para promocionar este producto y los demás productos agropecuarios de este lugar se participara en las ferias y exposiciones agropecuarias que el gobierno local organiza los últimos domingos de cada mes en la plaza central del lugar, en la cual se presentara un tríptico con fotografías de los productos agrícolas y pecuarios que se producen en este sector de la provincia , el cual se repartirá a los asistentes, el tríptico contendrá la siguiente información: características y valor nutricional, recetas de preparación y precios de venta del producto.

**Distribución.**

El canal de comercialización que se utilizara para la distribución de este producto es el canal directo al consumidor en las ferias libres que organiza mes a mes la junta parroquial de Santiago que tienen lugar en el parque central de la parroquia, y en los mercados municipales de la ciudad de Loja a los comerciantes intermediarios quienes poseen puestos de venta en dichos mercados.

**Posibles clientes.**

Los clientes potenciales son los visitantes que frecuentan las ferias libres desarrolladas en la parroquia y comerciantes de los mercados municipales de la ciudad de Loja.

## **h. CONCLUSIONES**

Principales conclusiones que se obtienen de la investigación realizada sobre el diagnóstico de la producción agropecuaria de la Parroquia Santiago y análisis de mercado para determinar los productos que tienen mayor demanda en el mercado:

- Luego de realizar el trabajo investigativo se ha registrado que de 10.302 hectáreas que es el total de la extensión territorial de la parroquia Santiago, el 42,88% se mantiene bajo explotación agropecuaria, esto indica que la proporción de áreas explotadas es inferior a la superficie de bosques naturales.
- Los principales productos son el quesillo con una producción de 1.540 libras por día, el maíz con 6.480 quintales, y la papa con 2.100 quintales promedio por ciclo de producción. de estos tres productos el quesillo es el que mayormente se comercializa en un promedio del 86% de la producción total.
- El estudio indica que los productos agropecuarios que se producen en la parroquia Santiago de mayor demanda son: la arveja tierna, la coliflor, el tomate de árbol, el quesillo, los cuyes y los huevos criollos.
- De acuerdo al análisis de los costos de producción, los productos que dejan mayor más rentables son: el tomate de árbol, que ofrece un margen de utilidad del 100%, los huevos criollos con un margen de utilidad del 88%, y la arveja tierna con un 63%, de acuerdo al costo de producción.

## **i. RECOMENDACIONES**

- La explotación agropecuaria a nivel mundial tiene que ser manejada de forma racional manteniendo un equilibrio entre las áreas de cultivo y los bosques naturales, *se sugiere al MAGAP* Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, continuar con la labor de concientizar mediante charlas, seminarios, o talleres la explotación agropecuaria en forma y técnica de las superficies de cultivo con la finalidad de preservar el medio ambiente.
- Se sugiere a los productores agropecuarios incrementar la producción de la arveja tierna, la coliflor, el tomate de árbol, la producción de cuyes y de huevos criollos. Debido a que estos productos tienen gran demanda de mercado
- Se recomienda a los agricultores y ganaderos de la parroquia Santiago considerar los perfiles de comercialización desarrollados en el presente estudio de investigación para aprovechar de mejor manera el potencial de comercialización que representan estos productos en el mercado.
- Se sugiere implementar sistemas de producción en los que se optimice los recursos disponibles para lograr bajar los costos de producción y obtener mejores beneficios económicos para los productores agropecuarios.

**j. BIBLIOGRAFIA:**

- CALDENTY ALBERT Pedro, DE HARO GIMENEZ Tomas, Comercialización De Productos Agrarios, Quinta Edición, Madrid, España, Editorial Agrícola Española, 2004.
- GONNARD René, Historia De Las Doctrinas Económicas, Quinta edición, Madrid, Aguilar, S.A. Ediciones.1959
- GUITIMAN. P Joseph, PAUL. W Gordon, Administración de Mercado Estrategias y Programas, impreso en Méjico en 1990, segunda edición, Editorial Mc Graw-Hill.
- KOTLER Philip, Dirección de Mercadotecnia, impreso en Méjico, Tercera Edición, Editorial Diana.
- MENDOZA Gilberto, Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios, Segunda Reimpresión, San José, Costa Rica, IICA, 1995.
- MOLINARI A. J. Carlos, Marketing Agropecuario, Primera edición, Buenos Aires, Argentina, Thompson Learning.2006
- VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, tercera edición, 2008.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ganader%C3%ADa>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Vegetal>
- <http://www.fao.org/docrep/008/a0322s/a0322s01.htm>
- <http://www.desarrolloweb.com>



## **k. ANEXOS**

### **a. TEMA**

**DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO Y ELABORACIÓN DE PERFILES DE COMERCIALIZACION, TRES DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y TRES DE PRODUCTOS PECUARIOS QUE TENGAN MAYOR DEMANDA EN EL MERCADO.**

### **b. PROBLEMATICA**

La actividad agropecuaria está orientada al cultivo del campo y la crianza de animales. Reúne las palabras "Agricultura y Pecuaria". Agricultura es el cultivo de vegetales, y la Pecuaria que es la crianza de animales. Y tiene una alta trascendencia en el desarrollo económico y social del país, al generar empleos directos e indirectos. Su función primordial es de proveer bienes alimenticios y materia prima para la agroindustria, que genera divisas a través de las agro-exportaciones.

La producción agropecuaria es una de las principales fuentes de trabajo, en la parroquia Santiago, la misma que se encuentra ubicada en el área rural perteneciente al cantón Loja, cuenta con una población total de 1373 habitantes de los cuales el 50 % de la población productiva se dedica a las labores agropecuarias. De esta forma gran parte de las tierras están destinadas a producir pasto para la ganadería y otras áreas destinadas para el cultivo de plantas que se dan en este sector.

La producción y comercialización de productos agropecuarios a nivel internacional se la puede dividir en dos realidades, la primera en los países desarrollados en donde la información de mercado para cada producto está totalmente definido y su comercialización es segura porque existen convenios con

empresas que se encargan de distribuir el producto hacia los mercados más competitivos y económicamente más favorables para el productor como para el comercializador. En contraste con esta realidad en los países subdesarrollados los productores agropecuarios del sector rural, denominados también pequeños productores encuentran como la alternativa más viable para vender sus productos a los intermediarios que en ocasiones se convierte en una larga cadena hasta llegar al consumidor final, por lo tanto el precio al que venden los productores no está fijado en función de los gastos de producción más el margen de utilidad adecuado sino que está establecido por el margen de utilidad que tienen que obtener la cadena de intermediarios quienes son los que llevan el producto desde los pueblos hacia los mercados de expendio y en este proceso de comercialización obtienen la mayor ganancia en corto plazo.

En nuestro país existe un pequeño número de productores agropecuarios que poseen grandes extensiones de cultivos de plantas así como extensas fincas ganaderas en donde las utilidades son mayores al tener la posibilidad de invertir recursos económicos y materiales para buscar los mercados más adecuados a sus expectativas económicas y utilizar canales de comercialización más directos entre productos y consumidor final, mientras que la gran mayoría pertenece al sector del pequeño y mediano productor que encuentran en los intermediarios la forma más fácil de comercializar sus productos mas no la más conveniente para sus intereses económicos.

En el sector local en la parroquia Santiago según la información recolectada mediante la aplicación de entrevistas realizadas a los productores como a los intermediarios que compran sus productos se constató que el 80% de los productores utiliza como canal de distribución los intermediarios y el 20% a través de ferias libres, y ferias de ganado para los criadores de animales, también se pudo observar que los intermediarios obtienen hasta el 50% de las utilidades en algunos productos, en el proceso de compra venta, llegando así estos productos al consumidor final a un precio muy elevado, una de las razones para que se

utilice este canal de comercialización y no otro es porque la cantidad producida no es suficiente como para que reporte ganancias al sacar al mercado ya que se tiene que invertir en transporte desde la parroquia hasta la ciudad de Loja, alimentación y además no disponen de tiempo para realizar esta actividad, porque las labores de trabajo que desempeñan en el campo es de todos los días ya que se dedican además de la agricultura también a la ganadería y esta última actividad requiere de una rutina diaria y constante de todos los días. Conforme a este análisis realizado se identifica la problemática de que los productores agropecuarios de la parroquia Santiago al no contar con alternativas más viables de comercialización se ven obligados a utilizar en el 80% el canal de comercialización de los intermediarios sin contar con otras alternativas para elegir los mejores precios por sus productos.

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Los productores agropecuarios de la parroquia Santiago al no contar con alternativas más viables de comercialización se ven obligados a utilizar en el 80% el canal de comercialización de los intermediarios sin contar con otras alternativas para elegir los mejores precios por sus productos.

### **c. JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo investigativo está dirigido a diagnosticar la producción y comercialización agropecuaria de la parroquia Santiago. Se ha elegido este tema de estudio debido a la gran importancia que tiene en el desarrollo socioeconómico de los pueblos, influyendo de forma directa en el nivel de vida de sus habitantes.

El desarrollo de este estudio investigativo tiene el propósito de obtener información de la producción agropecuaria para identificar cuáles son las alternativas más viables para la comercialización que favorezcan los intereses

económicos de los productores y comerciantes inversionistas que deseen invertir en proyectos de comercialización que promuevan el desarrollo del sector agropecuario de la parroquia Santiago.

Este tipo de estudio aporta información importante para la provincia de Loja, la región y el país, porque sirve para promocionar la producción agropecuaria que tiene este sector del país y así atraer a los inversionistas que quieran llevar a cabo proyectos de comercialización con los productos agrícolas y pecuarios de esta parroquia.

La factibilidad de desarrollar el presente estudio es muy favorable ya que se tiene total acceso a las fuentes de información primaria y secundaria, información que a través de su respectivo análisis me permitirá diagnosticar la producción y comercialización agropecuaria, y diseñar perfiles de comercialización. De esta manera este estudio investigativo se enmarca dentro de la “**administración de la producción de bienes y servicios**” que trata de optimizar los recursos disponibles, en este caso el presente proyecto contribuirá a aprovechar de mejor manera los recursos agropecuarios que produce esta tierra y por lo tanto al desarrollo de los habitantes de la parroquia Santiago.

#### **d. OBJETIVOS**

##### **d.1 GENERAL**

- Realizar un diagnóstico de la producción agropecuaria que permita identificar las potencialidades productivas del sector agrario en la parroquia Santiago.
- Elaborar perfiles de comercialización para los tres productos agrícolas y tres productos pecuarios de mayor demanda en el mercado.

## **d.2 ESPECÍFICOS**

- Determinar la cantidad de hectáreas destinadas a la agricultura y a la ganadería.
- Determinar la cantidad de productos agrícolas y pecuarios obtenidos en un ciclo de producción que se dispone a la comercialización.
- Realizar un estudio de mercado para determinar los tres productos agrícolas y tres de productos pecuarios que tengan mayor demanda en el mercado.
- Determinar el costo de producción de los productos agrícolas y pecuarios que se seleccionaran para diseñar los perfiles de comercialización.

## e. MARCO TEORICO

### Contenido

e.1. ESCUELA FISIOCRATICA.....	12
e.2 CONCEPTO DE DIAGNOSTICO DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA..	33
e.2.1. PRODUCCION AGRICOLA .....	33
e.2.1.1. PRINCIPALES CULTIVOS DE VEGETALES. ....	33
e.2.1.1.1. Cereales. ....	34
e.2.1.1.2. Especias. ....	34
e.2.1.1.3. Frutas. ....	34
e.2.1.1.4. Hortalizas.....	34
e.2.1.1.5. Legumbres.....	35
e.2.1.1.6. Nueces y semillas oleaginosas.....	35
e.2.1.1.7. Raíces y tubérculos comestibles. ....	35
e.2.2. PRODUCCION PECUARIA. ....	35
e.2.2.1. ALGUNAS DE LAS ESPECIES DE GANADO QUE SE PRODUCEN EN LA PARROQUIA SANTIAGO .....	36
e.2.2.1.1. Ganado bovino. ....	36
e.2.2.1.2. Ganado ovino. ....	36
e.2.2.1.3. Ganado equino. ....	36
e.2.2.1.4. Ganado Porcino.....	37
e.2.2.1.5. Avicultura.....	37
e.2.2.1.6. Cuyes .....	37
e.2.2.1.7. Apicultura.....	38
e.2.2.1.8. Producción de huevos .....	38
e.2.2.1.9. Piscicultura .....	38
e.2.2.2. PRODUCTOS LÁCTEOS .....	144

e.2.2.2.1. Leche.....	38
e.2.2.2.2. Quesillo.....	38
e.2.2.2.3. Quesos.....	39
e.3. COMERCIALIZACION.....	144
e.3.1. MERCADO.....	144
e.3.1.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	145
e.3.2. MARKETING.....	147

## MARCO TEORICO

### e.1. ESCUELA FISIOCRATICA

Dentro de esta escuela económica, el desarrollo económico de la sociedad surge como consecuencia de la producción agraria, considerada como una fuente de producción fecunda e inagotable, porque mientras más se consuman los productos que ofrece la tierra, se amplía la posibilidad de producir más y generar nuevos recursos económicos.

Los representantes de esta escuela fueron: Honore Mirabeau (autor de *L'Ami des hommes*, 1745-1760 y *Philosophie rurale*, 1763); Nicolas Bardeau (introduction a la philosophie economique, 1771); Andre Morellet, Mercier Lariviere, Dupont de Nemours, y principalmente Francois Quesnay, quien fundamenta la presente investigación, él es un médico de origen francés, pero a pesar de que no había estudiado economía en una universidad, tenía gran capacidad para analizar y desarrollar teorías políticas del desarrollo económico, dando origen a la economía política, se lo considera como la cabeza principal de los fisiócratas, y en sus escritos establece que la agricultura es la única actividad que desempeña una función multiplicadora, las otras actividades humanas que no hacen más que transformar los recursos naturales.

El presente trabajo investigativo, se identifica con la teoría de Quesnay, quien afirma que los productos de la tierra, es decir, los géneros agrícolas. La tierra y su producción ponen al servicio del hombre y de la naturaleza, la única forma de la actividad humana que da un producto neto. "Que ni el soberano ni la nación pierdan de vista en ningún momento que la tierra es la única fuente de riquezas y que la agricultura las multiplica." Este postulado se relaciona con mi tema de estudio que es caracterizar la producción agropecuaria de la parroquia Santiago, para diagnosticar la situación en que se encuentra la misma y obtener los datos



que determinen las potencialidades de desarrollo económico en base a la producción agrícola y pecuaria de este sector, debido a la gran importancia que tiene la actividad agrícola y ganadera en la parroquia Santiago.

Para los fisiócratas la teoría de la agricultura es la base de la economía, por lo tanto esta actividad es de carácter pecuniario porque los trabajos de la agricultura compensan los gastos, pagan la mano de obra del cultivo, proporcionan ganancia a los labradores y además producen las rentas de los bienes raíces.

El estudio de la producción agropecuaria es un tema que tiene mucha importancia para explicar el desarrollo económico de los pueblos, es así que varias escuelas del pensamiento económico han propuesto teorías sobre el agrarismo y su poder de generar riqueza económica. La producción agropecuaria de un sector en particular, se constituye en fuente de desarrollo económico cuando se canaliza adecuadamente su producción, por lo tanto este estudio nos permite tener una visión más clara de las oportunidades de invertir, ya sea para la comercialización intermedia o para crear empresas transformadoras de productos terminados en base a la materia prima disponible.

## **e.2 CONCEPTO DE DIAGNOSTICO DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA**

Un diagnóstico de la producción agropecuaria es un proceso de recolección, ordenamiento, estudio y análisis de datos e información que nos permite conocer la variedad de productos que se cultivan en un determinado sector, así como la cantidad que se cosecha de cada uno de ellos, y determinar las potencialidades que representan para la comercialización.

## **PRODUCCION AGROPECUARIA**

La producción agropecuaria es la actividad de cultivar los vegetales, y la crianza de animales, con la finalidad de producir alimentos, y materias primas para la fabricación de otros productos.

### **e.2.1. PRODUCCION AGRICOLA**

La producción agrícola es el resultado de la explotación de los recursos que la tierra origina al llevar cabo un conjunto de técnicas para cultivar la tierra y diferentes trabajos de tratamiento del suelo para el cultivo de vegetales.

#### **e.2.1.1. PRINCIPALES CULTIVOS DE VEGETALES.**

Los principales cultivos están dentro de las siete categorías de alimentos vegetales que son las siguientes:

- Cereales
- Especias
- Frutas
- Hortalizas
- Legumbres
- Nueces y semillas oleaginosas
- Raíces y tubérculos comestibles.

##### **e.2.1.1.1. Cereales**

Son gramíneas herbáceas cuyos granos o semillas están en la base de la alimentación humana o del ganado, generalmente molidos en forma de harina.

##### **e.2.1.1.2. Especias**

Las especias constituyen un grupo de vegetales que tienen propiedades aromáticas o picantes y que se emplea partes de estas plantas como son:

semillas, frutos, ramas, rizomas, estigmas florales, hojas, brotes u otras partes de una planta.

#### **e.2.1.1.3. Frutas**

La fruta es el conjunto de frutos comestibles que se obtienen de plantas cultivadas o silvestres que poseen un sabor y aroma intensos y presentan unas propiedades nutritivas ricas en vitaminas y minerales, pocas calorías y un alto porcentaje de agua (entre 80 y 95%).

#### **e.2.1.1.4. Hortalizas**

constituye un conjunto de plantas cultivadas generalmente en huertas o regadíos, que se consumen como alimento, ya sea de forma cruda o preparada culinariamente, y que incluye a las verduras y a las legumbres verdes (las habas y los guisantes).

#### **e.2.1.1.5. Legumbres**

Se denomina legumbre a un tipo de fruto seco, en forma de vaina, generalmente de forma alargada, que se abre por la mitad encerrando en cada una de estas las semillas comestibles que crecen y maduran dentro de este fruto.

#### **e.2.1.1.6. Nueces y semillas oleaginosas**

Las oleaginosas son semillas que se comen o se utilizan para la extracción de aceite. Estas incluyen semillas de calabaza, de melón, de salsifí, de nuez de nogal blanco y otras semillas oleaginosas. Casi todas estas semillas crecen en árboles nativos.

#### **e.2.1.1.7. Raíces y tubérculos comestibles**

Son plantas con raíces o tallos comestibles que engrosan sus raíces en forma larga o redondeada y que terminan en un filamento largo y estrecho, generalmente son subterráneas.

### **e.2.2. PRODUCCION PECUARIA**

La producción pecuaria se refiere a la ganadería que es *una actividad económica* de origen muy antiguo que consiste en la crianza de animales para su

aprovechamiento. Dependiendo de la especie ganadera, se obtienen diversos productos derivados, como la carne, la leche, los huevos, los cueros, la lana y la miel, entre otros.

### **e.2.2.1. ALGUNAS DE LAS ESPECIES DE GANADO QUE SE PRODUCEN EN LA PARROQUIA SANTIAGO**

Se distinguen varios tipos de ganadería en función de las especies, es así que, además de la ya conocida cría de ganado vacuno, equino, ovino o caprino, y porcino, se puede observar la cría de aves (avicultura), cuyes, y la piscicultura. Casos peculiares los constituye la apicultura, ya que se trata de la cría extensiva de un insecto.

#### **e.2.2.1.1. Ganado bovino.**

El ganado bovino se cría a lo largo y ancho del planeta por su carne, su leche y su cuero. La hembra es la vaca y el macho, el toro. Las crías de la vaca son los terneros o becerros. La cría y utilización de estos animales por parte del hombre se conoce como ganadería bovina. Existen centenares de razas en todo el mundo con características particulares que las hacen más adecuadas para un uso particular o más adaptado para ser criadas en determinadas regiones.

#### **e.2.2.1.2. Ganado ovino.**

La cría y utilización de estos animales por parte del hombre se conoce como ganadería ovina. Se utilizan su carne; su leche, la piel, y la lana y otras fibras del pelo del animal.

#### **e.2.2.1.3. Ganado equino.**

El caballo es una especie domesticada, de la que existen numerosas razas. Ha sido usado por el hombre como animal de tiro, de carga y como cabalgadura.

#### **e.2.2.1.4. Ganado Porcino**

Del ganado porcino se aprovecha su carne; su grasa, la cual es comestible; su piel, para la elaboración de cuero, y las cerdas, para la fabricación de cepillos, entre otros productos. China es el principal productor del mundo, con una amplia

diferencia con sus escoltas, entre los que se destacan Estados Unidos, Alemania, España y Francia.

#### **e.2.2.1.5. Avicultura.**

Para su crianza, reproducción y comercialización de las aves se creó la práctica de la avicultura que es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines de producción para conseguir carne, plumas o huevos.

#### **e.2.2.1.6. Cuyes**

El cuy es un mamífero, herbívoro originario de la zona andina, conquistó al mundo por su mansedumbre y su capacidad de actuar como un animal experimental. Su crianza constituye un gran aporte en la nutrición de la familia y representa además un recurso económico al vender los excedentes. El cuy es una especie precoz, prolífica, de ciclos reproductivos cortos y de fácil manejo. El manejo tecnificado de la crianza familiar de cuyes ha permitido generar microempresas, las mismas que han ido creciendo de acuerdo a la disponibilidad de recursos forrajeros y al manejo intensivo de la crianza. El uso de tecnología implica la utilización de cuyes mejorados.

#### **e.2.2.1.7. Apicultura**

La apicultura es una actividad dedicada a la crianza de las abejas y a prestarles los cuidados necesarios con el objeto de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar. El principal producto que obtiene el hombre en esta actividad es la miel.

#### **e.2.2.1.8. Producción de huevos**

La producción de huevos en el campo se da como resultado de la crianza de gallinas de postura, las mismas que producen un huevo cada 24 horas.

#### **e.2.2.1.9. Piscicultura**

La Piscicultura es la cría de peces, término bajo el que se agrupan una gran diversidad de cultivos muy diferentes entre sí, en general denominados en función de la especie.

## **e.2.2.2. PRODUCTOS LÁCTEOS**

### **e.2.2.2.1. Leche.**

Se entiende como leche al producto integral del ordeño total e ininterrumpido, en condiciones de higiene, que da la vaca lechera en buen estado de salud y alimentación. Esto además, sin aditivos de ninguna especie.

### **e.2.2.2.2. Quesillo.**

El quesillo es un alimento que se produce a partir de la leche fermentada y cuajada, frecuentemente de producción artesanal, característica de gran parte de las zonas rurales y semi-rurales

### **e.2.2.2.3. Quesos.**

Se define queso como el producto fresco o madurado, sólido o semisólido, obtenido a partir de la coagulación de la leche (a través de la acción del cuajo u otros coagulantes, con o sin hidrólisis previa de la lactosa) y posterior separación del suero.

## **e.3. COMERCIALIZACION**

La comercialización es la actividad de vender o comprar productos de libre circulación en el mercado y se desarrolla a través de seis funciones fundamentales que son: la investigación de mercados, el desarrollo de productos, fijación de precios, comunicación, promoción, venta y distribución del producto o servicio.

### **e.3.1. MERCADO**

Desde el punto de vista del marketing, el mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El proceso de medición es un aspecto fundamental en la investigación de

mercados. La medición de los fenómenos de mercado es esencial para el proceso de suministrar información significativa para la toma de decisiones.

- **Mercado mayorista**

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes.

- **Mercado Minorista**

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

### **e.3.1.1. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de información de los consumidores, clientes y público que consume o requiere de un producto o servicio que satisfaga sus necesidades, los resultados de la información son analizados y procesados mediante herramientas estadísticas que determinan la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

El estudio de mercado analiza los siguientes aspectos.

#### **e.3.1.1.1 CONSUMIDOR**

Un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

#### **e.3.1.1.2 DEMANDA**

La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que los consumidores desean adquirir en el mercado.

#### **e.3.1.1.3 OFERTA**

Es la cantidad de bienes o servicios que los productores disponen a la venta en el mercado actual.

#### **e.3.1.1.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SIMILARES**

Son productos que existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades de otro similar que está comercializándose en el mercado, con características idénticas al producto actual. Y la mayor demanda de uno de ellos se decide por el menor precio de adquisición por parte del consumidor.

#### **e.3.1.1.5 PRECIO DEL PRODUCTO**

Valor numérico que especifica los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia.

#### **e.3.1.1.6 SEGMENTACION DEL MERCADO**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos.

La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo. Las variables para la segmentación de mercado son:

##### **e.3.1.1.6.1 SEGMENTACION GEOGRAFICA**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrio, se puede operar en una o dos áreas o en todas.



#### **e.3.1.1.6.2 SEGMENTACION DEMOGRAFICA**

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida y nivel de ingresos.

#### **e.3.1.1.6.3 SEGMENTACION PSICOGRAFICA**

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

#### **e.3.1.1.6.4 SEGMENTACION POR CONDUCTA**

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

### **e.3.2 MARKETING**

Herramienta de apoyo hacia las acciones de venta de la empresa, que se basa en el trabajo sobre el producto, el mercado, el precio, la publicidad y promoción.

#### **e.3.2.1 PLAN DE COMERCIALIZACION**

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.

##### **e.3.2.1.1 PRODUCTO**

Un producto es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

##### **e.3.2.1.2 PRECIO**

Es el valor de intercambio del producto acordado en la transacción, el precio se fija por los costes de fabricación y se lo divide para el número de unidades producidas.

##### **e.3.2.1.3 PLAZA**

Es un elemento del marketing que se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente los elementos que configuran la política de distribución son los siguientes:

1. Canales de distribución. Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
2. Planificación de la distribución. La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
3. Distribución física. Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. Merchandising. Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

#### **e.3.2.1.4 PROMOCION**

Es la comunicación que difunde el mensaje de dar a conocer al público sobre la existencia de la empresa o producto que se va a comercializar, así como las características y beneficios del producto. La comunicación no es solo la publicidad. Los componentes de la promoción son la publicidad, las relaciones públicas, la venta personal, la promoción de ventas, el marketing directo.

##### **e.3.2.1.4.1 ESTRATEGIA DE VENTA.**

Para plantear una estrategia de ventas se tiene que tener información precisa del producto o servicio que se vende, sus características y utilidades; información de la competencia, los precios y características del producto o servicio; información de los clientes, en qué lugar se encuentran, sus preferencias, las expectativas que esperan del producto, la demanda que se tiene que cubrir.

#### **f. METODOLOGÍA**

La investigación se realizó teniendo en cuenta únicamente a los agricultores y ganaderos de la parroquia Santiago que son en un total de 226 personas según

así lo informa el último censo de población y vivienda realizado por el **INEC** en el año 2010 en el cual también se consultó la rama de actividad a la que se dedica cada ciudadano, por tratarse de una población menor a 400 habitantes no se extraerá una muestra de la misma y por lo tanto se realizó 226 encuestas.

***Población total del sector agropecuario de la parroquia Santiago = 226 personas***

Las variables a medir serán la variedad y cantidad de productos agrícolas que se cosechan y la variedad y cantidad de animales que se crían en el caso de la actividad pecuaria con la información obtenida se construyeron perfiles de comercialización que constituyan alternativas más viables de comercialización.

**Método de Recolección de Datos.**

Para la recolección de la información se encuestaron a los agricultores y ganaderos del lugar, para obtener las cantidades de productos que cultivan, así como la cantidad y variedad de especies de animales que crían, para la construcción de la problemática se entrevistaron a los comerciantes intermediarios y comerciantes de los mercados de la ciudad de Loja que compran los productos de esta parroquia, con la finalidad de obtener la información para lograr identificar la problemática existente en relación a la comercialización de los productos agropecuarios de la parroquia Santiago.

**Técnicas para la recolección de información:**

Se diseñaron tres cuestionarios, uno para los productores agropecuarios, otro para los comerciantes intermediarios y otro para los comerciantes de los mercados que ofrecen estos productos al consumidor final. Los cuestionarios para los productores agropecuarios, los intermediarios y los comerciantes minoristas fueron diligenciados mediante encuestas individuales. Se escogió esta técnica

para obtener la información más detallada posible que me acerque a conseguir el objetivo de mi estudio.

### **Fuentes de Información**

a. **Primarias:** Se recogió la información con los cuestionarios diseñados para tal efecto y constituye la fuente de datos principal de la Investigación.

b. **Secundarias:** Se tomaran como referencia la parte teórica que involucra los conceptos básicos del tema de estudio que se consultaron en las bibliotecas de la Universidad Nacional de Loja, páginas de internet, y también los datos de población proporcionados por el presidente de la junta parroquial de Santiago, la rama de actividad de los habitantes de la parroquia Santiago se han consultado en el INEC (instituto nacional de estadísticas y censos)

### **Los Cuestionarios.**

Para la elaboración de las preguntas se tomó como base los objetivos planteados en la Investigación. Previamente se realizó una definición completa del problema, y se determinaron las variables a medir, las preguntas fueron diseñadas completamente por el investigador.

Una vez diseñados los cuestionarios se realizó una prueba piloto con algunos voluntarios del lugar con el propósito de recibir sugerencias sobre la redacción de las preguntas y detectar dificultades para responder de esta manera se determinó que el instrumento elaborado para recoger la información cumplía con los objetivos para el cual fueron diseñados estos cuestionarios.

En los cuestionarios se utilizaron preguntas abiertas tanto en las preguntas para las entrevistas como las diseñadas para las encuestas.

a. **Preguntas Tipo A:** Estas preguntas son consideradas abiertas por lo que el encuestado contesta de acuerdo a su realidad de forma espontánea y consiste en cuadros con las variables y las respectivas casillas para rellenar con las respuestas de los encuestados de forma ordenada.

## **Proceso de Muestreo**

Por tratarse de una población menor a 400 personas no se ha podido extraer una muestra, por lo tanto se realizó un censo que consta de 226 encuestas.

## **Trabajo de Campo**

Las encuestas a los agricultores y ganaderos se las realizó en su respectivo domicilio, esto con la colaboración del auxiliar de enfermería quien cuenta con un registro de los habitantes de cada barrio de la parroquia.

Las encuestas a los comerciantes intermediarios como a los comerciantes minoristas se llevó a cabo de forma oportuna una vez que ya se los ha identificado con la aplicación de una ficha de observación en los lugares en donde ejercen su labor de comercialización.

Todos los instrumentos de recolección de la información fueron aplicados personalmente por el autor de la investigación.

Con la información obtenida se diseñaron tres perfiles de comercialización para tres productos agrícolas y tres perfiles de comercialización para tres productos pecuarios de mayor demanda en los mercados municipales de la ciudad de Loja.

Se realizó un estudio y análisis de la demanda de los productos agropecuarios en los mercados municipales de la ciudad de Loja, esta información se la obtuvo mediante la aplicación de encuestas dirigidas a los propietarios de los puestos de expendio de productos agropecuarios.

Para determinar el precio de comercialización de cada producto se tomó como referencia el precio establecido de los productos similares en el mercado.

## g. RESULTADOS

### TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO.

#### g.1 Encuesta dirigida a productores agrícolas

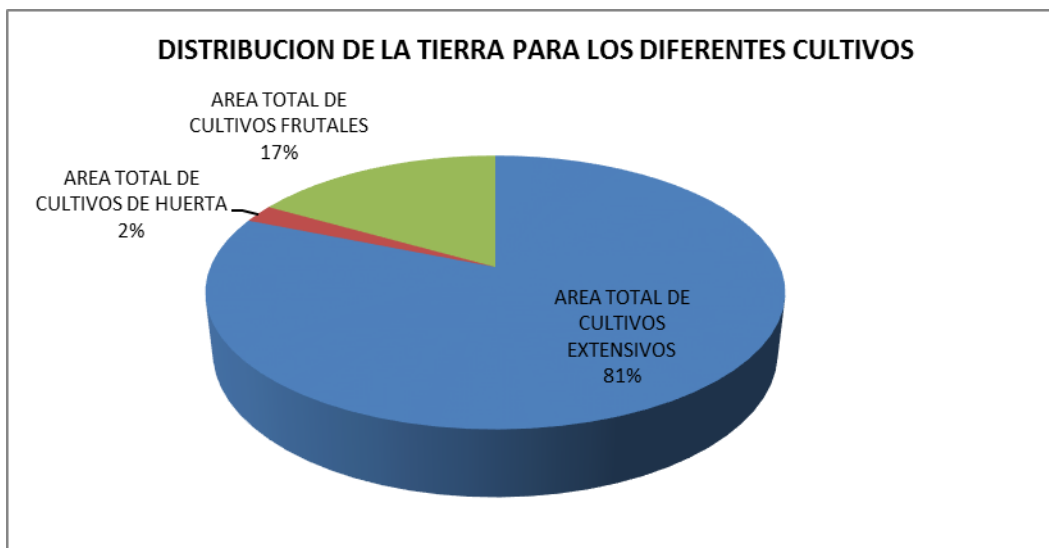
En la presentación de los resultados de la producción agrícola se ha dividido en tres secciones productivas; la primera se ha denominado cultivos de producción extensiva en cuanto a la cantidad de terreno destinado para el cultivo de estos productos que es mucho mayor que la superficie de terreno destinado para productos que se cultivan en huertos que constituye la segunda sección, y la tercera sección de la producción agrícola se refiere a la producción de frutales.

**TABLA # 1**

<b>AREA ESTIMADA PARA LA PRODUCCION AGRICOLA EN LA PARROQUIA SANTIAGO</b>	
<b>PRODUCTO AGRICOLA</b>	<b>HECTAREA DE CULTIVO</b>
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>	
maíz y frejol	54
papa	3,5
haba	3,5
arveja	6,3
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS EXTENSIVOS</b>	<b>67,3</b>
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>	
col	0,44
lechuga	0,3
zanahoria	0,13
coliflor	0,25
acelga	0,09
remolacha	0,06
melloco	0,3
cebolla	0,19
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS DE HUERTA</b>	<b>1,76</b>
<b>CULTIVOS DE FRUTALES</b>	
durazno	4,3
manzana	2,8
pera	2
reina Claudia	3,8
granadilla	0,2
tomate de árbol	0,8
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS FRUTALES</b>	<b>13,9</b>
<b>AREA TOTAL DE CULTIVOS AGRICOLAS</b>	<b>82,96</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

**Grafico # 1**

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En la presente grafica se indica el área total de cultivos agrícolas en la parroquia Santiago que es de 82, 03 hectáreas, de las cuales 67,3 hectáreas que representa el 82% se utiliza para los cultivos extensivos de; maíz, frejol, papa, haba y arveja. 13,9 hectáreas que equivale al 17% se emplea en cultivos de frutales; durazno, manzana, pera, reina Claudia, granadilla, y tomate de árbol. Y 0,83 hectáreas que representa el 1% se utilizan para cultivos de huerta; col, lechuga, zanahoria, coliflor, cebolla, remolacha, melloco y acelga.

Tabla # 2

**PRODUCCION AGRICOLA DURANTE UN CICLO DE PRODUCCION**

CANTIDAD QUE SE COSECHA POR CICLO DE PRODUCCION		
PRODUCTO AGRICOLA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>		
maíz	6480	qq
frejol	1620	qq
papa	2100	qq
haba	350	qq
arveja	630	qq
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>		
col	13200	Unidades
lechuga	11000	Unidades
zanahoria	5500	lbs
remolacha	3000	lbs
acelga	3600	atos
coliflor	9900	Unidades
melloco	16500	lbs
cebolla	9600	lb
<b>CULTIVOS DE FRUTALES</b>		
durazno	385000	Unidades
manzana	130800	Unidades
pera	93600	Unidades
reina Claudia	207200	Unidades
granadilla	60225	Unidades
tomate de árbol	400000	Unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

**ANALISIS HE INTERPRETACIÓN**

En la tabla anterior se muestra la cantidad de productos que se obtienen en un ciclo de producción de los cultivos agrícolas que se desarrollan en la parroquia Santiago. Los cultivos extensivos de; maíz papa haba, frejol y arveja se mide su rendimiento en quintales por hectárea de cultivo, en el caso de los cultivos de huerto; la col, lechuga y coliflor su rendimiento se mide en unidades, la zanahoria, remolacha, el melloco y la cebolla en libras mientras que la producción de acelga se mide en conjuntos de hojas agrupadas para la comercialización este conjunto de hojas se denomina atos. El rendimiento de la producción de las frutas se mide en el número de frutas promedio que produce cada árbol o planta frutal. Que en el



caso del durazno es de 350 frutos por árbol, la manzana 300 frutos por árbol igual para la pera, la reina Claudia tiene un promedio de 350 frutos, la granadilla de 250 a 300 por planta y el tomate de árbol producen 200 frutos promedio por planta durante un ciclo de producción.

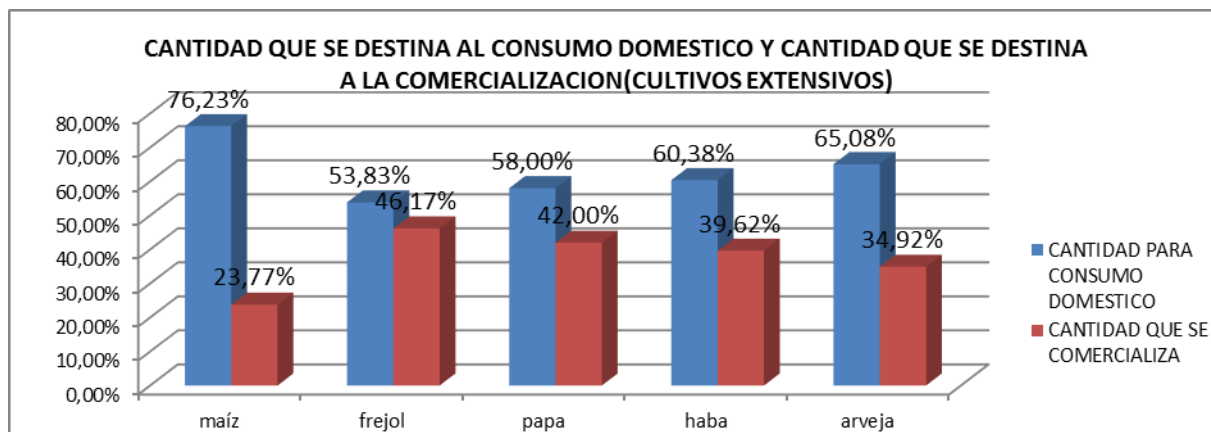
### CANTIDAD PARA AUTOCONSUMO Y CANTIDAD PARA COMERCIALIZAR

Tabla # 3

PRODUCTOS AGRICOLAS	CANTIDAD QUE SE PRODUCE		CANTIDAD PARA CONSUMO DOMESTICO		CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA	
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>						
maíz	6480	qq	4940	76,23%	1540	23,77%
frejol	1620	qq	872	53,83%	748	46,17%
papa	2100	qq	1218	58,00%	882	42,00%
haba	350	qq	211	60,29%	139	39,71%
arveja	630	qq	409	64,92%	221	35,08%
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>						
col	13200	Unidades	10267	77,78%	2933	22,22%
lechuga	11000	Unidades	8984	81,67%	2016	18,33%
zanahoria	5500	lb	4840	88,00%	660	12,00%
remolacha	3000	lb	1300	43,33%	1700	56,67%
acelga	3600	atos	1720	47,78%	1880	52,22%
coliflor	9900	Unidades	6996	70,67%	2904	29,33%
melloco	16500	lbs	6600	40,00%	9900	60,00%
cebolla	9600	lb	7620	79,38%	1980	20,63%
<b>CULTIVOS FRUTALES</b>						
durazno	385000	Unidades	261800	68,00%	123200	32,00%
manzana	130800	Unidades	62200	47,55%	68600	52,45%
pera	93600	Unidades	28080	30,00%	65520	70,00%
reina Claudia	207200	Unidades	124320	60,00%	82880	40,00%
granadilla	60225	Unidades	18068	30,00%	42157	70,00%
tomate de árbol	400000	Unidades	100000	25,00%	300000	75,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

**Grafica # 3.1**

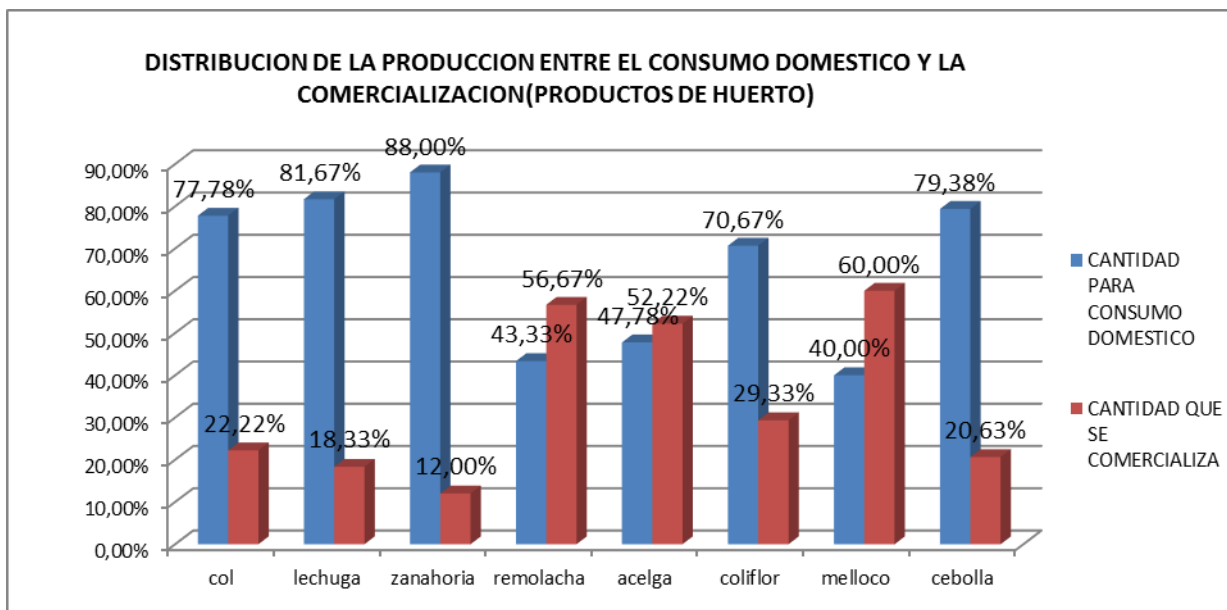
**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS HE INTERPRETACION

En la presente grafica se indica el reparto de la producción agrícola entre el autoconsumo o consumo familiar y la comercialización en un ciclo de producción; en el caso de los productos de cultivo extensivo el maíz siendo el producto de mayor cultivo se lo destina en un 76,23% para el consumo doméstico, mientras que el 23,77% para la comercialización, el frejol que se lo cultiva en asociación con el maíz el 53,83% es para el autoconsumo y el 46,17% se lo destina a la comercialización, del total de lo producido de la papa el 58% es para el consumo familiar y el 42% para comercializar, del total de la producción de haba el 60,38% es para consumo familiar y el 39,62% para la venta, de la producción de arveja el 65,08% es para el autoconsumo y el 34,92% para la comercialización.

**Grafica # 3.2**

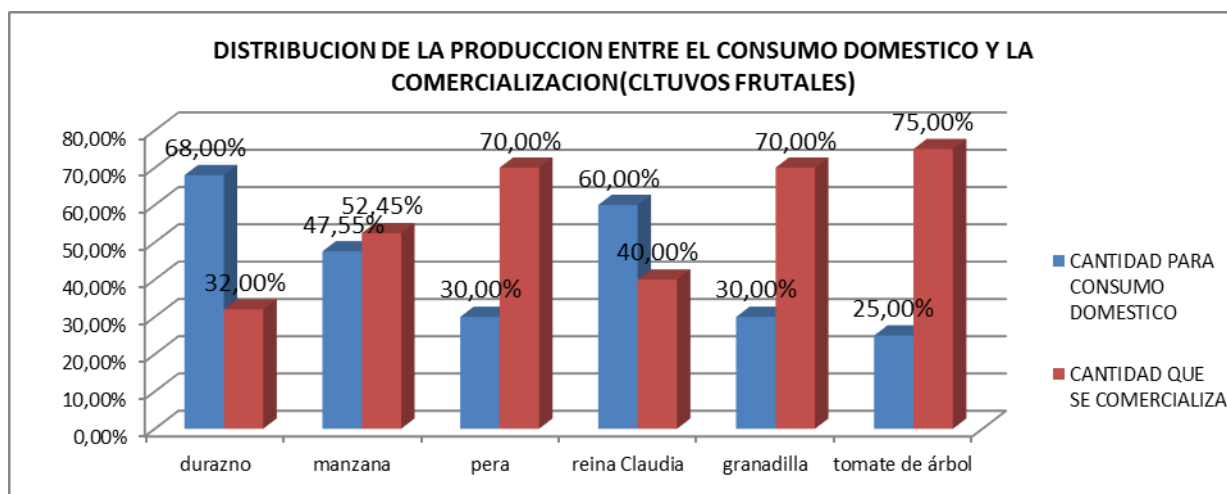


**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En esta grafica se detalla la distribución de la producción de los cultivos de huerta entre el autoconsumo y la comercialización al término de un ciclo de producción. El 77,78% de la producción de la col se destina para el consumo familiar y el 22,22% para la venta, de la producción de lechuga el 81,67% se designa al consumo familiar y el 18,33% se destina a la comercialización, de la producción de zanahoria el 88% de lo designa al consumo doméstico mientras que el 12% es para la comercialización, del total de la producción de la acelga el 47,78% es para el autoconsumo, y el 52,22% se lo comercializa, el 70,67% de la producción de coliflor se utiliza para el consumo familiar mientras que el 29,33% es destinado a la comercialización, el 40% de la producción del melloco es para el autoconsumo y el 60% para la comercialización y el 79,38% del total de la producción de cebolla se lo dedica al consumo doméstico y el 20,63% es para la venta.

**Grafico # 3.3**

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS HE INTERPRETACION

La presente grafica detalla la distribución de la producción de frutas que se cosechan en la parroquia Santiago en un ciclo de producción, esta distribución se da entre la cantidad que se designa para el consumo familiar y la cantidad que se comercializa. En el caso de la producción de durazno el 68% se destina para el consumo familiar y el 32% para la comercialización, de la producción de manzana el 47,55% es para el autoconsumo y el 52,45% es para la venta, del total de la producción de pera el 30% es para consumo doméstico mientras que el 70% se destina a la comercialización, de la producción de reina Claudia el 60% se utiliza para el consumo familiar y el 40% para la venta, del total de la producción de granadilla el 30% es para el consumo doméstico y el 70% se destina para la venta, y de la producción de tomate el 25% se utiliza para el consumo familiar y el 75% se lo destina para la comercialización.

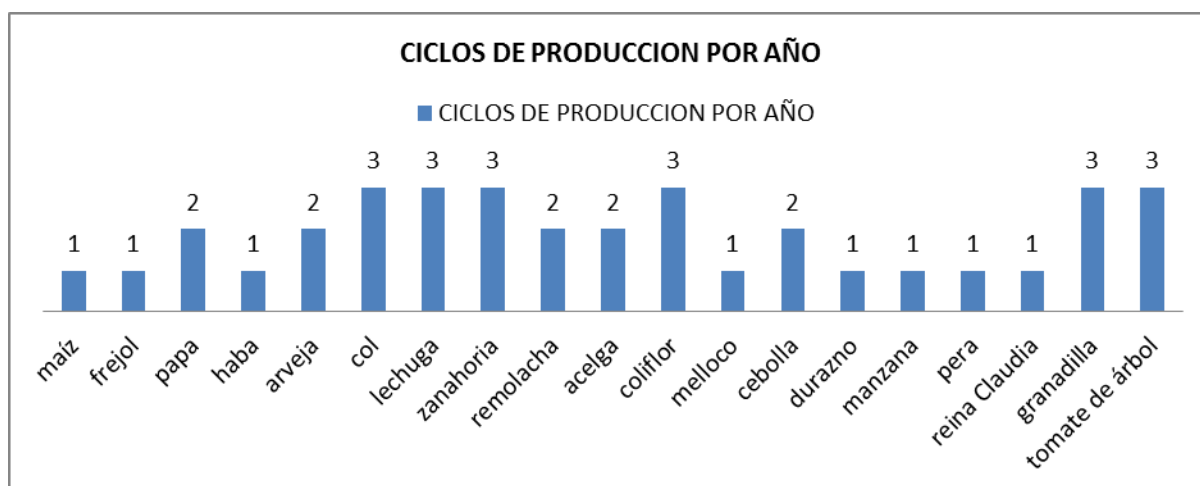
Tabla # 4

PRODUCTOS AGRICOLAS	CICLOS DE PRODUCCION POR AÑO
maíz	1
frejol	1
papa	2
haba	1
arveja	2
col	3
lechuga	3
zanahoria	3
remolacha	2
acelga	2
coliflor	3
melloco	1
cebolla	2
durazno	1
manzana	1
pera	1
reina Claudia	1
granadilla	3
tomate de árbol	3

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

Elaboración: el autor

Grafica # 4



Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En la presente grafica se muestra el ciclo de producción de los productos de la parroquia Santiago en el que se puede ver que de los cultivos extensivos solamente la papa y la arveja se cultivan dos veces al año y el resto de productos como son el maíz, el frejol y el haba se producen una vez por año. En el caso de los cultivos de huerta, la col, lechuga zanahoria y coliflor se producen tres ciclos en el año, la remolacha, acelga y cebolla en dos ciclos productivos por año y el melloco se produce durante un ciclo de producción al año. De los cultivos de frutales el durazno, manzana, pera y reina Claudia se producen durante un ciclo de producción por año y la granadilla y tomate de árbol en tres ciclos productivos por año.

Tabla # 5

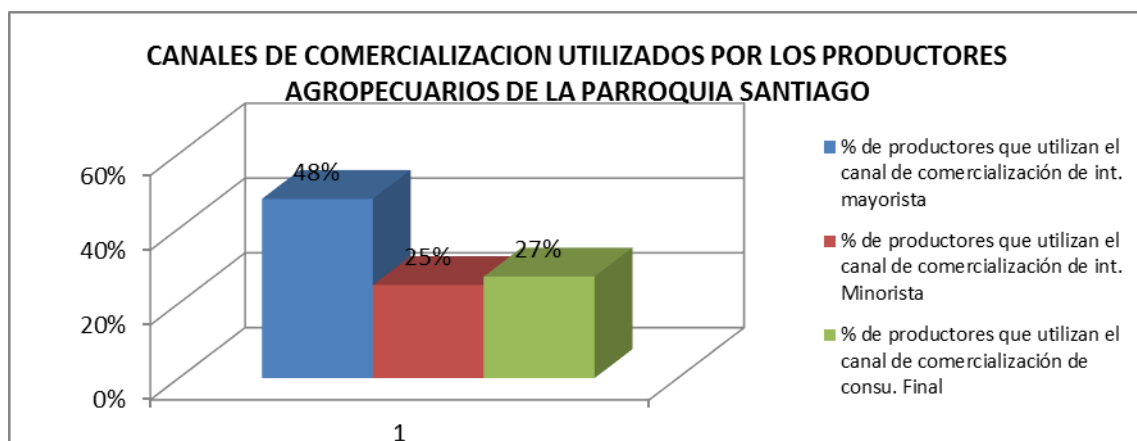
### CANALES DE COMERCIALIZACION PARA LOS PRODUCTOS AGRICOLAS DE LA PARROQUIA SANTIAGO

PRODUCTOS AGRICOLAS	% de productores que utilizan el canal de comercialización de int. mayorista	% de productores que utilizan el canal de comercialización de int. Minorista	% de productores que utilizan el canal de comercialización de consu. Final	TOTAL
<b>CULTIVOS EXTENSIVOS</b>				
maíz	39%	52%	9%	100%
frejol	0%	36%	64%	100%
papa	22%	41%	38%	100%
haba	45%	36%	18%	100%
arveja	6%	37%	57%	100%
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>				
col	37%	13%	49%	100%
lechuga	35%	21%	44%	100%
zanahoria	0%	75%	25%	100%
remolacha	0%	60%	40%	100%
acelga	16%	61%	23%	100%
coliflor	20%	42%	38%	100%
melloco	45%	35%	20%	100%
cebolla	0%	60%	40%	100%
<b>CULTIVO DE FRUTALES</b>				
durazno	73%	19%	7%	100%
manzana	76%	9%	15%	100%
pera	54%	10%	37%	100%
reina Claudia	66%	9%	25%	100%
granadilla	81%	3%	16%	100%
tomate de árbol	24%	36%	40%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

Grafico # 5



**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS HE INTERPRETACION

En el presente grafico se indica los canales de comercialización utilizados por los productores agrícolas de la parroquia Santiago para la venta de sus productos, en el cual se demuestra que el 48% de los productores prefieren el canal de comercialización de intermediario mayorista para comercializar sus productos, el 25% utiliza el canal de comercialización de intermediario minorista, y el 27% de los productores agrícolas comercializan sus productos directamente con el consumidor final.

Tabla # 6

### PRECIO DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS DE LA PRROQUIA SANTIAGO

PRODUCTOS AGRICOLAS	UNIDAD DE MEDIDA	PECIO DE VENTA AL INTERMEDIARIO MAYORISTA	PECIO DE VENTA AL INTERMEDIARIO MINORISTA	PECIO DE VENTA AL CONSU. FINAL
<b>PRECIO DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVOS EXTENSIVOS</b>				
maíz	quintal	60 dólares	70 dólares	80 dólares
frejol	quintal	40 dólares	45 dólares	50 dólares
papa	quintal	12 dólares	15 dólares	18 dólares
haba	quintal	65 dólares	70 dólares	80 dólares
arveja	quintal	70 dólares	80 dólares	90 dólares
<b>PRECIO DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVOS DE HUERTA</b>				

col	unidad	0,35 Ctv.	0,5 Ctv.	0,8 Ctv.
lechuga	unidad	0,25 Ctv.	0,3 Ctv.	0,4 Ctv.
zanahoria	quintal	15 dólares	17 dólares	22 dólares
remolacha	quintal	12 dólares	15 dólares	20 dólares
acelga	atas	0,25 Ctv.	0,3 Ctv.	0,35 Ctv.
coliflor	unidad	0,5 Ctv.	0,75 Ctv.	1 Ctv.
meloco	lbs	0,3 Ctv.	0,5 Ctv.	0,7 Ctv.
cebolla	quintal	20 dólares	25 dólares	30 dólares
<b>PRECIO DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVOS DE FRUTALES</b>				
durazno	unidad	0,05 Ctv.	0,07 Ctv.	0,1 Ctv.
manzana	unidad	0,07 Ctv.	0,1 Ctv.	0,15 Ctv.
pera	unidad	0,08 Ctv.	0,1 Ctv.	0,12 Ctv.
reina Claudia	unidad	0,05 Ctv.	0,07 Ctv.	0,1 Ctv.
granadilla	unidad	0,05 Ctv.	0,08 Ctv.	0,1 Ctv.
tomate de árbol	unidad	0,06 Ctv.	0,08 Ctv.	0,12 Ctv.

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En la tabla anterior se muestra el precio de comercialización de los productos agrícolas de la parroquia Santiago en los diferentes canales de comercialización utilizados por los productores para vender sus productos.

## PRODUCCION PECUARIA

PRODUCCION GANADERA	SUPERFICIE ESTIMADA PARA LA CRIA Y MANEJO DE LAS ESPECIES DE ANIMALES		%
<b>GANADERIA MAYOR</b>			
ganado vacuno	4288	hectáreas	99,87%
<b>GANADERIA MAENOR</b>			
ganado porcino	1,2	hectáreas	
cuyes	4	hectáreas	
gallinas	0,2	testareas	
TOTAL GANADERIA MENOR	5,4		0,13%
	4293,4		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor



## ANALISIS HE INTERPRETACION

En esta tabla se detalla la cantidad de superficie de terreno que se destina para la cría y producción de la ganadería menor y mayor, siendo notablemente mucho más el área de superficie para la cría de ganado vacuno con un 99,95% del total de la superficie de esta zona que se estima para la producción pecuaria y el 0,05% para la producción de ganadería menor que constituyen la cría de chanchos, cuyes y gallinas.

Tabla # 8

PRODUCCION GANADERA	
	# DE ANIMALES
GANADERIA MAYOR	
ganado vacuno	4620
GANADERIA MENOR	
ganado porcino	347
cuyes	4400
gallinas	1980

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En la presente tabla se indica el número de animales que se cría en la parroquia Santiago, en cuanto a la ganadería mayor que lo constituye el ganado vacuno el número de animales es de 4620 cabezas de ganado, dentro de la ganadería menor esta la cría de chanchos con un numero de 347 cabezas de ganado, la cría de cuyes con 3740 ejemplares, y las gallinas con una cantidad de 1980 aves.

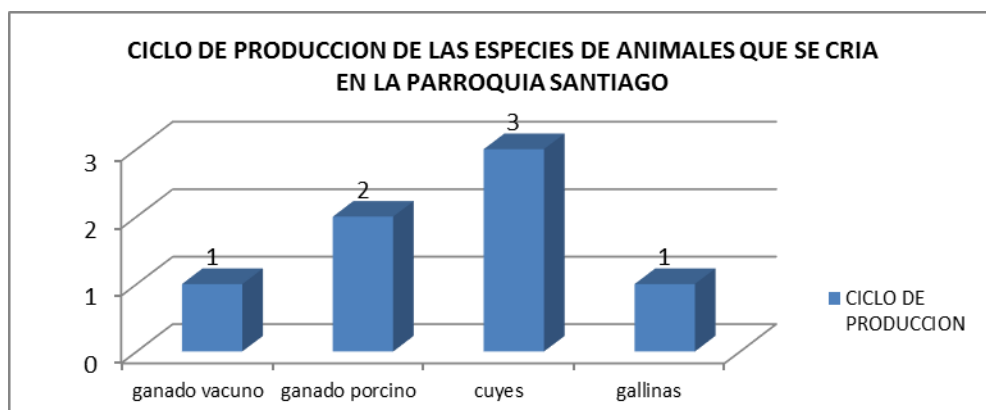
Tabla # 9

CICLO DE PRODUCCION	
PRODUCCION GANADERA	
ESPECIES DE ANIMALES QUE SE CRIA	CICLO DE PRODUCCION
ganado vacuno	1
ganado porcino	2
cuyes	3
gallinas	1

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

Grafica # 9



**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS HE INTERPRETACION

En la presente grafica se demuestra el ciclo de producción de las especies de animales que se cría en la parroquia Santiago. El ganado vacuno se produce en un ciclo por año, el ganado porcino se produce dos ciclos por año, la producción de cuyes se realiza en tres ciclos al año, y la cría de gallinas se produce en un ciclo por año.

Tabla # 10

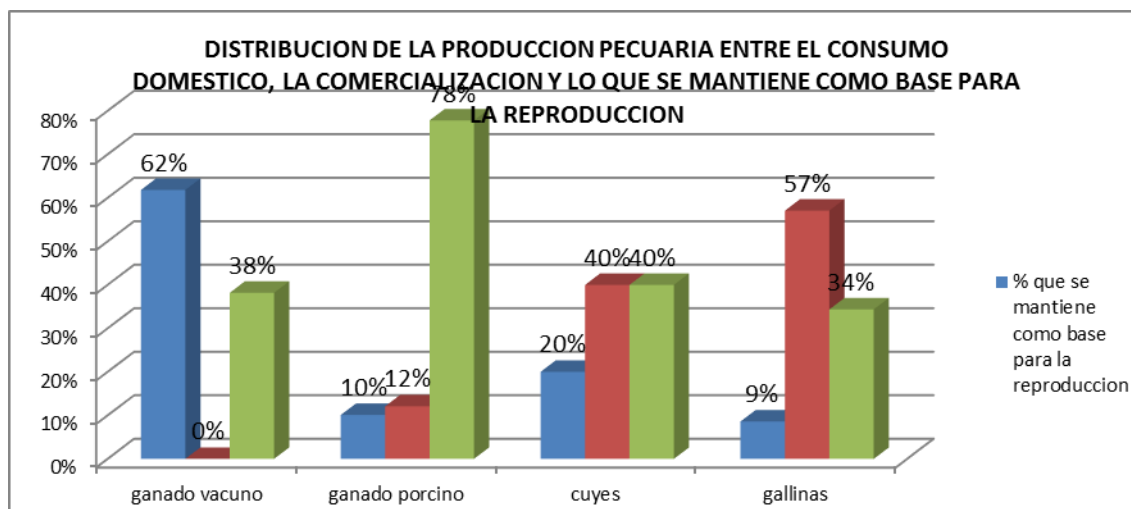
### DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION PECUARIA ENTRE EL CONSUMO DOMESTICO, COMERCIALIZACION Y LO QUE SE MANTIENE COMO BASE PARA LA REPRODUCCION DE LA ESPECIE

PRODUCCION GANADERA							
ESPECIES DE ANIMALES QUE SE CRIA	# DE ANIMALES POR ESPECIE	CANTIDAD QUE SE MANTIENE PARA LA REPRODUCCION	% QUE SE MANTIENE COMO BASE PARA LA REPRODUCCION	CANTIDAD PARA EL CONSUMO DOMESTICO	% DE LA PRODUCCION PARA EL AUTOCONSUMO	CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA	% DE LA PRODUCCION PARA LA COMERCIALIZACION
ganado vacuno	4620	2856	62%	0	0%	1764	38%
ganado porcino	347	35	10%	42	12%	270	78%
cuyes	4400	880	20%	1760	40%	1760	40%
gallinas	1980	170	9%	1130	57%	680	34%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

Grafica # 10



**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS HE INTERPRETACION

En la gráfica anterior se detalla la cantidad de animales que designa para el consumo familiar la comercialización y la reproducción de la especie. El ganado vacuno se destina en su totalidad para la comercialización, y del total de animales el 38% se vende cada año y el 62% se mantiene para la producción lechera y la reproducción de la especie. El 12% del ganado porcino se utiliza para autoconsumo, el 78% para la comercialización y el 10% para la reproducción. El 43% de la producción de cuyes se designa para el autoconsumo, el 40% para la venta y el 17% para la reproducción. El 57% de la producción de gallinas se utiliza para el consumo familiar, el 34% para la comercialización y el 9% para la reproducción.

Tabla # 11

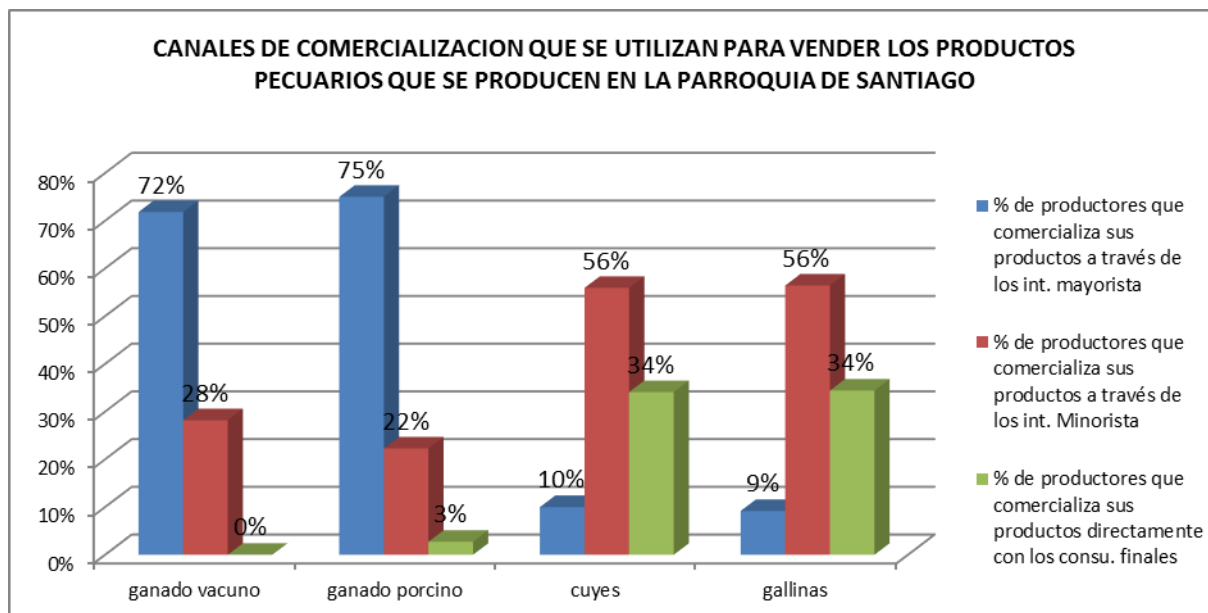
### COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS PECUARIOS

ESPECIES DE ANIMALES QUE SE CRIA	Canal de comercialización de int. mayorista	Canal de comercialización de int. Minorista	Canal de comercialización de consumidor final.	% TOTAL
ganado vacuno	72%	28%	0%	100%
ganado porcino	75%	25%	0%	100%
cuyes	6%	56%	38%	100%
gallinas	9%	56%	35%	100%
TOTAL	42%	41%	18%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

Grafica # 11



**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En el presente grafico se indica los canales de comercialización utilizados por los productores pecuarios de la parroquia Santiago para la venta de sus animales, en el cual se demuestra que el 42% de los productores prefieren el canal de comercialización de intermediario mayorista para comercializar sus animales, el 40% utiliza el canal de comercialización de intermediario minorista, y el 18% de los productores agrícolas comercializan sus productos directamente con el consumidor final.

Tabla # 12 **PRECIO DE VENTA**

ESPECIES DE GANADO	SE DETERMINA EL PRECIO DE ACUERDO A LOS SIGUIENTES PARAMETROS	PRECIO VENTA DE PRODUCTOR A INT. MAYORISTA	PRECIO DE VENTA DE: INT. MAYORISTA A INT. MINORISTA	PRECIO DE VENTA DE: INT. MINORISTAS A CONSU. FINAL
ganado vacuno	arroba	25 dólares	28 dólares	—
ganado porcino	arroba	28 dólares	30 dólares	—
cuyes	unidades	6 dólares	8 dólares	10 dólares
gallinas	libra	1,75 dólares	2 dólares	2,5 dólares

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En el presente grafico se muestra el precio de comercialización de los animales que se cría en la parroquia Santiago y el margen de utilidad que obtienen los intermediarios mayoristas y minorista en el intercambio comercial que se da a partir de la venta de los animales por parte del productor pasando por el intermediario mayorista, minorista y hasta llegar al consumidor final. El precio para la venta se establece de acuerdo a la especie animal, en el caso del ganado vacuno y porcino se fija un precio por arroba de peso del animal, para los cuyes el precio se dispone por tamaño del ejemplar y para las gallinas el precio se fija por libra de peso del ave. El porcentaje de utilidad que obtiene el intermediario mayorista está calculado en relación al precio que adquiere los animales cuando compra al productor y el precio al que vende estos al intermediario minorista, el incremento de precio en esta transacción se denomina margen de utilidad. El porcentaje de utilidad para el intermediario minorista se obtiene con el incremento de precio que se da al vender los animales que adquiere al intermediario mayorista y que luego vende al consumidor final.

**Tabla # 13**

### PRODUCTOS DERIVADOS DE LA PRODUCCION PECUARIA

PRODUCTOS DERIVADOS	CICLO DE PRODUCCION	CANTIDAD QUE SE PRODUCE EN UN CICLO DE PRODUCCION	UNIDAD DE MEDIDA
quesillo	1 por día	1540	libra
queso	1 por día	42	libra
huevos	1 por día	990	unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En la tabla anterior se expone la cantidad de productos derivados que se producen durante un ciclo de producción el cual es de un ciclo por día y la unidad de medida en la que se expresa. El quesillo se produce 1540 libras promedio por día, el queso se produce 42 libras diarias, y la producción de huevos es de 590 unidades al día.

Tabla # 14

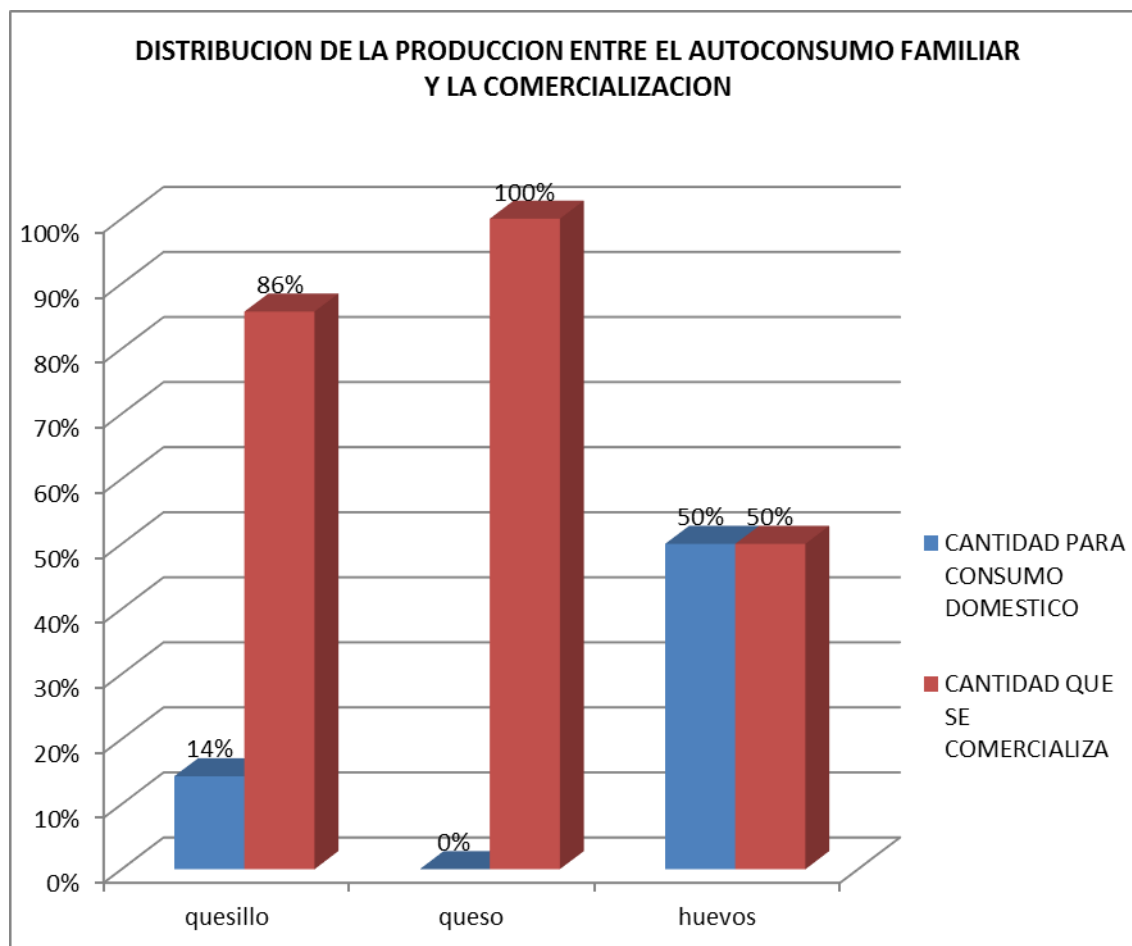
## DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCION

PRODUCTOS DERIVADOS	CANTIDAD QUE SE PRODUCE EN UN CICLO DE PRODUCCION		CANTIDAD PARA CONSUMO DOMESTICO		CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA	
	Cantidad	Unidad	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
quesillo	1540	libras	220	14%	1320	86%
queso	42	libras	0	0%	42	100%
huevos	990	unidades	495	50%	495	50%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

Grafico # 14



**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En la presente grafica se indica la distribución de la producción entre el autoconsumo y la comercialización, el quesillo se produce 1540 libras al día de las cuales el 14% se utiliza para el consumo familiar y el 86% para la venta, el 3% de lo que se destina a la venta se producen quesos que se comercializan en su totalidad, la producción de huevos es de 490 unidades diarias de los cuales el 69% es para consumo familiar y el 31% para la comercialización.

**Tabla # 15**

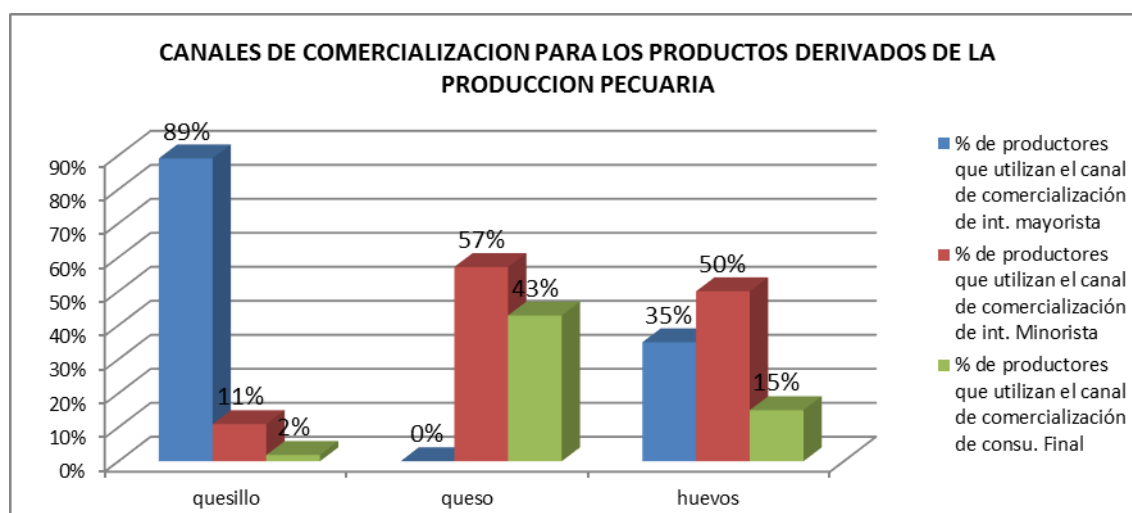
### CANALES DE COMERCIALIZACION PARA LOS PRODUCTOS DERIVADOS

PRODUCTO S DERIVADOS	Canal de comercialización de int. mayorista	Canal de comercialización de int. Minorista	Canal de comercialización de consu. Final	TOTAL
quesillo	89%	9%	2%	100%
queso	0%	57%	43%	100%
huevos	35%	50%	15%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

**Grafico # 15**



**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En el presente grafico se indica los canales de comercialización utilizados por los productores pecuarios de la parroquia Santiago para la venta de los productos derivados de la producción pecuaria, en el cual se demuestra que el 57% de los productores prefieren el canal de comercialización de intermediario mayorista para comercializar sus productos, el 33% utiliza el canal de comercialización de intermediario minorista, y el 11% de los productores pecuarios comercializan sus productos directamente con el consumidor final.

**Tabla # 16**

### PRECIO DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS

PRODUCTOS DERIVADOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO INTERMEDIARIOS MAYORISTAS	PRECIO INTERMEDIARIO MINORISTA	PRECIO CONSUMIDOR FINAL
quesillo	libras	1,3 dólares	1,5 dólares	1,8 dólares
queso	libras	1,6 dólares	1,8 dólares	2 dólares
huevos	unidades	0,15 dólares	0,2 dólares	0,25 dólares

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS HE INTERPRETACION

En el presente grafico se muestra el precio de comercialización de los productos derivados que se producen en la Santiago y el margen de utilidad que obtienen los intermediarios mayoristas y minorista en el intercambio comercial que se da a partir de la venta de los productos por parte del productor pasando por el intermediario mayorista, minorista y hasta llegar al consumidor final. El porcentaje de utilidad que obtiene el intermediario mayorista está calculado en relación al precio que adquiere los productos cuando compra al productor y el precio al que vende estos al intermediario minorista, el incremento de precio en esta transacción se denomina margen de utilidad. El porcentaje de utilidad para el intermediario minorista se obtiene con el incremento de precio que se da al vender los bienes que adquiere al intermediario mayorista y que luego vende al consumidor final.



## g.2 ENTREVISTA APLICADAS A LOS SEÑORES PROPIETARIOS DE LOS PUESTOS DE EXPENDIO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE LOJA

### ENTREVISTA 1

#### PRODUCTOS AGRICOLAS

#### 6. ¿Cuáles de estos productos agrícolas se comercializan con mayor frecuencia en su puesto de negocio?

Productos agrícolas	FRECUENCIA	%
Maíz	6	3,14%
Frejol	10	5,24%
Papa	17	8,90%
Haba	5	2,62%
Arveja	25	13,09%
Col	20	10,47%
Lechuga	16	8,38%
Cebolla	19	9,95%
Zanahoria	12	6,28%
Remolacha	8	4,19%
Acelga	5	2,62%
Mellico	23	12,04%
Coliflor	25	13,09%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

#### ANALISIS HE INTERPRETACION

Ante esta interrogante de las veinticinco personas encuestadas han respondido lo siguiente: los productos agrícolas que comercializan con mayor frecuencia en sus puestos de negocio son: la arveja y la coliflor representan el mayor porcentaje con el 13,09% dentro de los productos más demandados por los consumidores; con el 12,04% está el mellico; la col ocupa el tercer lugar con el 10,47%, y la cebolla con el 9,95%% son los productos más demandados en los mercados de Loja; en tanto que la acelga y el maíz aparecen como los productos menos demandados con el 2,62% y 3,14% respectivamente.

### 7. ¿Qué días de la semana utiliza para adquirir estos productos?

<b>DIAS DE LA SEMANA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
lunes	10	12,50%
martes	5	6,25%
miércoles	20	25,00%
jueves	0	0,00%
viernes	5	6,25%
sábado	25	31,25%
domingo	15	18,75%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS HE INTERPRETACION

El sábado con el 31,25% es el día en que se realiza con mayor frecuencia el abastecimiento de los productos para surtir el negocio, el miércoles está en segundo lugar con el 25%, el domingo con el 18,75% está en tercer lugar de los días de hacer compras para el local comercial, el lunes ocupa el cuarto lugar con el 12,50%, y el martes y miércoles los comerciantes de los mercados utilizan para realizar el abastecimiento en menor porcentaje con el 6,25%.

### 8. ¿De qué sector de la provincia proceden los productos que usted comercializa?

<b>PARROQUIAS RURALES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Santiago	14	14,00%
San Lucas	25	25,00%
Jimbilla	5	5,00%
Chuquiribamba	25	25,00%
Taquil	13	13,00%
Cera	8	8,00%
Malacatos	6	6,00%
Vilcabamba	4	4,00%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

Las parroquias de San Lucas y Chuquiribamba con el 25,00% cada una son las principales proveedoras de los productos agrícolas que se comercializan en los mercados de la ciudad de Loja, Santiago con el 14% está en segundo y la parroquia de Cera con el 8% están entre las parroquias que tienen más intervención al abastecer de productos agrícolas a los mercados de la ciudad de Loja.

### 9. ¿Qué cantidad compra semanalmente y cuál es el precio que paga por cada producto?

PRODUCTOS AGRICOLAS	PROMEDIO	PRECIO DE COMPRA
Maíz	25	0,7 ctvs librs
Frejol	40	0,45 ctvs librs
Papa	150	0,18 ctvs lbs
Haba	50	0,7 ctvs librs
Arveja	200	0,7 ctvs librs
Col	50	0,4 ctvs U
Lechuga	40	0,3 ctvs U
Cebolla	75	0,2 ctvs librs
Zanahoria	75	0,15 ctvs librs
Remolacha	50	0,2 ctvs librs
Acelga	30	0,2 ctvs atos
Meloco	100	0,45 ctvs librs
Coliflor	70	0,6 ctvs U

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja

**Elaboración:** el autor

## ANALISIS E INTERPRETACION

En la presente tabla se indica la cantidad promedio de cada producto agrícola que adquieren los dueños de los puestos de los mercados al momento de realizar el abastecimiento de mercancías.

### 10. ¿Qué preferencias tiene el consumidor al momento de adquirir estos productos?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
precio	25	55,56%
calidad	20	44,44%
procedencia		
otros		
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS E INTERPRETACION

El factor más influyente al momento de decidir realizar la compra los clientes es el precio con el 55,56%, el otro factor determinante que elige el consumidor es la calidad del producto en un 44,44%.

### ENTREVISTA 2

#### PRODUCTOS FRUTALES

#### 6. ¿Cuáles de estas frutas son las que más se comercializa en su puesto de negocio?

PRODUCTOS FRUTALES	FRECUENCIA	%
durazno	18	14,75%
manzana	25	20,49%
pera	23	18,85%
reina Claudia	17	13,93%
granadilla	16	13,11%
tomate de árbol	23	18,85%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

### ANALISIS E INTERPRETACION

La manzana con el 20,49% el tomate de árbol con el 18,85% y la pera en igual porcentaje son las frutas de la región sierra que más demanda tienen en el mercado; el durazno ocupa el cuarto lugar con el 14,75%; la granadilla y la reina Claudia con el 13% cada una de importancia en cuanto a la demanda en el mercado se sitúan en último lugar.

### 7. ¿Qué días de la semana utiliza para adquirir estos productos?

DIAS DE LA SEMANA	FRECUENCIA	%
lunes	14	19,72%
martes		
miércoles	25	35,21%
jueves		
viernes	10	14,08%
sábado	22	30,99%
domingo		
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS E INTERPRETACION

El día que utilizan más los comerciantes de los mercados para abastecerse de las mercancías es el miércoles con el 35,21%; el sábado con el 30,99% está en segundo lugar; y el lunes y el viernes 19,72% y 14,08% respectivamente son los días que los comerciantes de los mercados hacen el abastecimiento de sus locales comerciales.

### 8. ¿De qué sector de la provincia adquiere estos productos?

PARROQUIAS	FRECUENCIA	%
Santiago	6	13,95%
San Lucas	12	27,91%
Chuquiribamba	16	37,21%
Chantaco	4	9,30%
Jimbillá	5	11,63%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

### ANALISIS E INTERPRETACION

Con relación a esta pregunta las personas entrevistadas señalan que la parroquia de Chuquiribamba es la principal proveedora de estas frutas con un 37,21%; seguido de la parroquia de San Lucas con el 27,91%; la parroquia de Santiago 13,95%; Jimbillá 11,63% y con el 9,30% la parroquia de Chantaco.

### 9. ¿Qué cantidad compra y cuál es el precio que paga por cada producto a su proveedor?

FRUTAS	PROMEDIO	PRECIO UNITARIO
durazno	150	0,05 ctvs
manzana	300	0,08 ctvs
pera	250	0,07 ctvs
reina claudia	100	0,05 ctvs
granadilla	100	0,05 ctvs
tomate de árbol	300	0,07 ctvs

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS E INTERPRETACION

En la tabla se presentan las cantidades promedio que los comerciantes de los mercados compran semanalmente a los productores agrícolas de las parroquias rurales y el precio que se paga por producto.

### 10. ¿Qué preferencias tiene el consumidor al momento de adquirir los productos?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
precio	25	50,00%
calidad	25	50,00%
procedencia	0	0,00%
otros	0	0,00%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

### ANALISIS E INTERPRETACION

El factor determinante que exige el consumidor para adquirir estos productos es el precio y la calidad del producto con el 50% cada uno.

### ENTREVISTA 3 COMERCIALIZACION DE QUESILLO

#### 5. ¿Qué cantidad de quesillo compra cada semana?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
de 300 a 350 libras	4	33,33%
de 250 a 300 libras	6	50,00%
de 200 a 250 libras	2	16,67%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

#### ANALISIS E INTERPRETACION

De los comerciantes entrevistados el 50% compra de 250 a 300 libras por semana para su puesto de negocio, el 33,33% señala que adquiere de 250 a 300 libras de quesillo por semana, y el 16,67% indica que compran este producto de 200 a 250 libras por semana para comercializar en sus puestos de negocio.

#### 6. ¿De qué sector de la provincia adquiere el producto?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Santiago	7	20,00%
San Lucas	12	34,29%
Taquil	4	11,43%
Cera	2	5,71%
Chuquiribamba	5	14,29%
Chantaco	2	5,71%
Gualel	2	5,71%
Jimbillá	1	2,86%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

#### ANALISIS E INTERPRETACION

El 34,29% señala que compran el quesillo que viene de San Lucas; el 20 % indica que este producto lo adquieren de la parroquia de Santiago y las parroquias de Chuquiribamba y Taquil con el 14,29% y 11,43% respectivamente son los principales lugares de donde proviene este producto.

### 7. ¿Qué precio paga por libra de queso?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
1,5 dólares	10	83,33%
1,6 dólares	2	16,67%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

### ANALISIS E INTERPRETACION

Con relación al precio que pagan por libra de queso, el 83,33% de los comerciantes compra este producto a 1,50 \$ a sus proveedores; y el 16,67% señala que pagan a 1,60 \$ la libra de queso.

### 8. ¿Qué preferencias tiene el cliente al momento de comprar el producto?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
precio	1	5,88%
calidad	8	47,06%
procedencia	8	47,06%
otros		
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

### ANALISIS E INTERPRETACION

Los comerciantes indican que los clientes prefieren el producto por su calidad y lugar de procedencia con el 47,06%; y el 5,88 % prefiere el producto por el precio más económico.

## ENTREVISTA 4

### PRODUCTOS PECUARIOS

Para la realización de este estudio se tomó como población a los propietarios de bodegas y puestos de abarrotes de los mercados municipales de la ciudad de Loja.



6. ¿Cuáles de estos productos pecuarios comercializan con mayor frecuencia en su puesto de negocio?

PRODUCTOS PECUARIOS	FRECUENCIA	%
huevos	25	52,08%
cuyes	0	0,00%
gallinas	23	47,92%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** el autor.

### ANALISIS E INTERPRETACION

De la entrevista realizada se ha obtenido el resultado de que el producto pecuario más demandado por los consumidores es el huevo criollo en el 52,08 %; el segundo producto más demandado son las gallinas criollas con el 47,92%. Los comerciantes se manifiestan que la demanda de cuy es muy baja puesto que los consumidores los adquieren en las ferias libres y los restaurantes donde se prepara este producto ya tienen sus propios criaderos.

7. ¿Qué días de la semana utiliza para adquirir estos productos?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
lunes	10	17,86%
miércoles	18	32,14%
jueves	6	10,71%
sábados	22	39,29%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** el autor

### ANALISIS E INTERPRETACION

El sábado es el día que más realizan el aprovisionamiento de estos productos en el 39,29%; el miércoles el 32,14%; el lunes y el jueves con el 17,86% y el 10,71% respectivamente.

### 8. ¿De qué sector de la provincia adquiere estos productos?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Taquil	2	4,88%
Gualel	2	4,88%
Jimbillá	3	7,32%
Santiago	6	14,63%
San Lucas	14	34,15%
Chuquiribamba	9	21,95%
Cera	5	12,20%
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

#### ANÁLISIS E INTERPRETACION

La mayor parte de los encuestados señala que estos productos los adquiere desde la parroquia de San Lucas en el 34,15%; de la parroquia de Chuquiribamba el 21,95%, y la parroquia Santiago con el 14,63% están entre las más importantes proveedoras de este productos en los mercados de Loja.

### 9. ¿Qué cantidad compra semanalmente y cuál es el precio que paga por cada producto a su proveedor?

PRODUCTOS PECUARIOS	PROMEDIO	PRECIO		
huevos	50	0,19	ctvs	U
cuyes	0			
gallinas	20	2,5	dólares	libra

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor.

#### ANÁLISIS E INTERPRETACION

En la presente tabla se señala la cantidad promedio del cada producto que adquieren semanalmente para la comercialización, y el precio de adquisición.

### 10. ¿Qué preferencias tiene el consumidor al momento de adquirir los productos?

VARIABLES	FRECUENCIA	%
precio	12	48,00%
calidad	13	52,00%
otros		
TOTAL		100,00%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los propietarios de puestos en los mercados de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** el autor

## **ANALISIS E INTERPRETACION**

Frente a esta interrogante los entrevistados han manifestado que los consumidores toman como factor decisivo al realizar su compra la calidad del producto con el 52%; y el 48% dicen que el factor determinante en la compra es el precio del producto.

## **COSTO DE LA PRODUCCION AGRICOLA DE LA PRROQUIA DE SANTIAGO**

Para establecer el costo de producción de los productos agrícolas que se producen en la parroquia Santiago se entrevistó a 20 personas para obtener información de los costos de las operaciones necesarias y los insumos requeridos para la producción de una determinada extensión de tierra; en el caso de los cultivos extensivos el cálculo de la producción se realizó tomando como referencia el cultivo de una hectárea para cada producto, el cálculo de la producción de los cultivos de huerta se lo realizo tomando como referencia el cultivo de 100m cuadrados de cada producto, y para el costo de producción de frutales se realizó el cálculo estableciendo el cuidado y mantenimiento de 20 árboles o plantas frutales de cada especie.

## COSTO DE PRODUCCION DE LOS CULTIVOS EXTENSIVOS.

### PRODUCCION DE MAIZ

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DEL MAIZ EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla lbs	
1 hectárea	0,8	50	
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO FERTILIZANTE</b>
abono orgánico	costo del saco \$	# de sacos	
	3	400	
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			<b>COSTO PREPARACION DE LA TIERRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	
3	25	4	
<b>SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	3	
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
4	12	6	
<b>COSECHA</b>			<b>COSTO COSECHA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	5	
<b>DESGRANADO DEL MAIZ</b>			<b>COSTO DESGRANADO DEL MAIZ</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	3	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>2092 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

<b>DE COSTO DE PRODUCCION DEL FREJOL</b>			
PRODUCTO	CANTIDAD DE TERRENO	CANTIDAD DE SEMILLA	COSTO
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla lbs	
1 hectárea	0,5	25	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>12,5 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

El frejol es un producto agrícola que se cultiva en asociación con el maíz, al costo de la producción del maíz se le adiciona el costo de la semilla del frejol, el costo de producción será el mismo para estos dos productos.

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN UNA HECTAREA DE CULTIVO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO DE PRODUCCION DE UN QUINTAL DE MAIZ
Producción de maíz	120	quintales	2092 DOLARES	13,95 DOLARES
producción de frejol	30	quintales		
<b>TOTAL DE LA PRODUCCION</b>	150	quintales		

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## PRODUCCION DE PAPA

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE PAPA EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla qq	
1 hectárea	20	30	<b>600 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE ORGANICO</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico	costo del saco \$	# de sacos	
	3	400	<b>1200 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE QUIMICO</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE QUIMICO</b>
fertilizante químico 10 30 10	costo unitario del saco de abono químico \$	cantidad requerida qq	
	36	4	<b>144 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			<b>COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	
3	25	4	<b>300 DOLARES</b>
<b>SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	6	<b>144 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
4	12	4	<b>192 DOLARES</b>
<b>CONTROL DE ENFERMEDADES</b>			<b>COSTO CONTROL DE ENFERMEDADES</b>
fungicidas	valor unitario del fungicida \$	cantidad requerida	
	26	2	<b>52 DOLARES</b>
<b>COSECHA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
4	12	5	<b>240 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>2872 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN UNA HECTAREA DE CULTIVO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO DE PRODUCCION DE UN QUINTAL DE PAPA
PRODUCCION DE LA PAPA	625 quintales	<b>2872 DOLARES</b>	4,60 DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

### PRODUCCION DE HABA

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE HABA EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla lbs	
1 hectárea	0,8	50	
			<b>40 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	400	
			<b>1200 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			<b>COSTO PREPARACION DE LA TIERRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	
3	25	4	
			<b>300 DOLARES</b>
<b>SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	3	
			<b>72 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
4	12	6	
			<b>288 DOLARES</b>
<b>COSECHA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	6	
			<b>144 DOLARES</b>
<b>DESVAINADO DEL HABA</b>			<b>COSTO DESVAINADO DEL HABA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	3	
			<b>72 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>2116 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN UNA HECTAREA DE CULTIVO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO DE PRODUCCION DE UN QUINTAL DE HABA
PRODUCCION DE LA HABA	100 quintales	2116 DOLARES	<b>DOLARE 21,16 S</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

### PRODUCCION DE ARVEJA

COSTO DE LA PRODUCCION DEL ARVEJA EN UNA HECTAREA DE CULTIVO			
<b>SEMILLA</b>			COSTO DE LA SEMILLA
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla lbs	
1 hectárea	1	50	<b>50 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	400	<b>1200 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	
3	25	4	<b>300 DOLARES</b>
<b>SIEMBRA</b>			COSTO DE LA SIEMBRA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	<b>12 DOLARES</b>
<b>COSECHA</b>			COSTO DE LA COSECHA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	6	<b>144 DOLARES</b>
<b>DESVAINADO DE LA ARVEJA</b>			COSTO DEL DESVAINADO DE LA ARVEJA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3	12	6	<b>216 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>1922 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor



CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN UNA HECTAREA DE CULTIVO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO DE PRODUCCION DE UN QUINTAL DE ARVEJA
PRODUCCION DE ARVEJA	100 quintales	1922 DOLARES	<b>19,22 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

### PRODUCCION DE COL

COSTO DE LA PRODUCCION DE LA COL EN 100 m <sup>2</sup> DE CULTIVO			
<b>SEMILLA</b>			COSTO DE LA SEMILLA
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	0,8	1	<b>0,8 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO DEL FERTILIZANTE
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	2	<b>6 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA Y LA SIEMBRA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	<b>12 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			COSTO DE LABORES DE CULTIVO
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>COSECHA</b>			COSTO DE LA COSECHA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>66,8 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 100 m <sup>2</sup> DE CULTIVO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
PRODUCCION DE COL	300 unidades	66,8 DOLARES	<b>0,22 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

### PRODUCCION DE LECHUGA

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA LECHUGA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	0,8	1	
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	2	
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			<b>COSTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	
<b>COSECHA</b>			<b>COSTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>54,8 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>
PRODUCCION DE LECHUGA	400 unidades	54,8 DOLARES	<b>0,14 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## PRODUCCION DE ZANAHORIA

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA ZANAHORIA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	0,8	1	<b>0,8 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	4	<b>12 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	<b>12 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	<b>12 DOLARES</b>
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA Y LIMPIEZA DEL PRODUCTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	<b>12 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>48,8 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>
PRODUCCION DE ZANAHORIA	400 libras	48,8 DOLARES	<b>0,12 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## PRODUCCION DE ACELGA

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA ACELGA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	0,8	1	
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	4	<b>12 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA Y LA SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA Y LIMPIEZA DEL PRODUCTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
1	12	1	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>60,8 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
PRODUCCION DE ACELGA	400 atos	60,8 DOLARES	<b>0,15 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### PRODUCCION DE COLIFLOR

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA COLIFLOR EN 100 m2 DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	2,5	1	<b>2,5 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	4	<b>12 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA Y LA SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA Y LIMPIEZA DEL PRODUCTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	2	<b>48 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>110,5 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>
PRODUCCION DE COLIFLOR	400 unidades	110,5 DOLARES	<b>0,28 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### PRODUCCION DE MELLOCO

<b>COSTO DE PRODUCCION DEL MELLOCO EN UNA HECTAREA DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de la libra de semilla \$	cantidad de semilla qq	
1 hectárea	80	10	
<b>FERTILIZANTE ORGANICO</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico	costo del saco \$	# de sacos	
	3	400	
<b>PREPARACION DE LA TIERRA</b>			<b>COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de yuntas	
3	25	4	
<b>SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	6	
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
4	12	4	
<b>COSECHA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA Y LIMPIEZA DEL PRODUCTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
4	12	5	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>2876 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN UNA HECTAREA DE CULTIVO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
PRODUCCION DE MELLOCO	543 quintales	287 DOLARE 6 S	DOLARE 5,30 S

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## PRODUCCION DE CEBOLLA

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA CEBOLLA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			<b>COSTO DE LA SEMILLA</b>
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	1,8	1	<b>1,8 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	4	<b>12 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			<b>COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			<b>COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA Y LIMPIEZA DEL PRODUCTO</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	2	<b>48 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>109,8 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>
PRODUCCION DE CEBOLLA	500 libras	109,8 DOLARES	<b>0,22 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

## PRODUCCION DE REMOLACHA

<b>COSTO DE LA PRODUCCION DE LA REMOLACHA EN 100 m2 DE CULTIVO</b>			
<b>SEMILLA</b>			COSTO DE LA SEMILLA
cantidad de superficie	costo de 10 gr de semilla \$	cantidad de semilla (10 gramos)	
100 m	1,5	1	<b>1,5 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	4	<b>12 DOLARES</b>
<b>PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA</b>			COSTO DE LA PREPARACION DE LA TIERRA Y SIEMBRA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>LABORES DE CULTIVO</b>			COSTO DE LAS LABORES DE CULTIVO
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>COSECHA Y LIMPIEZA</b>			COSTO DE LA COSECHA Y LIMPIEZA DEL PRODUCTO
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	2	<b>48 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>109,5 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 100 m2 DE CULTIVO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
PRODUCCION DE REMOLACHA	500 libras	109, DOLARE 5 S	<b>0,2 DOLARE 2 S</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.



### PRODUCCION DE DURASNO

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE DURAZNO</b>			
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>			<b>COSTO DEL MANTENIMIENTO DE LOS ARBOLES FRUTALES</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	20	
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA DE LA FRUTA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3	12	1	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>120 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 20 ARBOLES</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>
PRODUCCION DE DURASNO	7000 frutos	120 DOLARES	<b>0,02 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

### PRODUCCION DE MANZANA

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE MANZANA</b>			
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>			<b>COSTO DEL MANTENIMIENTO DE LOS ARBOLES FRUTALES</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	20	<b>60 DOLARES</b>
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA DE LA FRUTA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3	12	1	<b>36 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>120 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 20 ARBOLES</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>
PRODUCCION DE MANZANA	6000 frutos	120 DOLARES	<b>0,02 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

### PRODUCCION DE PERA

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE PERA</b>			
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>			<b>COSTO DE MANTENIMIENTO DE LOS ARBOLES FRUTALES</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	<b>24 DOLARES</b>
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	20	<b>60 DOLARES</b>
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA DE LA FRUTA</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3	12	1	<b>36 DOLARES</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>120 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 20 ARBOLES	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
PRODUCCION DE PERA	6000 frutos	120 DOLARES	<b>0,02 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

### PRODUCCION DE LA REINA CLAUDIA

COSTO DE PRODUCCION PARA 20 ARBOLES FRUTALES DE REINA CLAUDIA			
LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS			COSTO DEL MANTENIMIENTO DE LOS ARBOLES FRUTALES
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	
FERTILIZANTE			COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	20	<b>60 DOLARES</b>
COSECHA DE LA FRUTA			COSTO DE LA COSECHA DE LA FRUTA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3	12	1	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>120 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 20 ARBOLES	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
PRODUCCION DE REINA CLAUDIA	7000 frutos	120 DOLARES	<b>0,02 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

### PRODUCCION DE GRANADILLA

<b>COSTO DE PRODUCCION PARA 20 PLANTAS DE GRANADILLA</b>			
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>			<b>COSTO DE EL MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
2	12	1	
<b>FERTILIZANTE</b>			<b>COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO</b>
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	10	
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>			<b>COSTO DE LA COSECHA DE LAS FRUTAS</b>
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3	12	1	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>90 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 20 ARBOLES</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>
PRODUCCION DE GRANADILLA	5500 frutos	90 DOLARES	<b>0,0 DOLARE 2 S</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

## PRODUCCION DE TOMATE DE ARBOL

COSTO DE PRODUCCION PARA EL TOMATE DE ARBOL			
NUMERO DE PLANTAS:200			
<b>LABORES DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS</b>			COSTO DE MANTENIMIENTO DE LAS PLANTAS
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
6	12	2	
<b>FERTILIZANTE</b>			COSTO DEL FERTILIZANTE ORGANICO
abono orgánico gallinaza	costo del saco \$	# de sacos	
	3	200	
<b>COSECHA DE LA FRUTA</b>			COSTO DE LA COSECHA DE LA FRUTA
# días de trabajo	Costo del día de trabajo \$	# de trabajadores	
3	12	2	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			<b>816 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

CONCEPTO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION EN 200 PLANTAS DE TOMATE	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
PRODUCCION DE TOMATE DE ARBOL	40000 frutos	816 DOLARES	<b>0,02 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

## PRODUCCION PECUARIA

### PRODUCCION DE GANADO BOVINO

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO
alimentación	reserva de pastos y suplementos alimenticios (sales minerales)	36 DOLARES
manejo del ganado	ordeño de las vacas y cambio de potreros	2190 DOLARES
labores de mantenimiento	limpieza de los potreros (desmote)	1368 DOLARES
control de enfermedades	vacunas, antiparasitarios y fumigación contra los moscos	104,5 DOLARES
<b>TOTAL</b>		<b>3698,5 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

PRODUCCION DE QUESILLO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN AÑO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
total de la producción en un año	4380 libras de queso	3698,5 DOLARES	<b>0,84 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

Elaboración: el autor

### PRODUCCION DE GANADO PORCINO

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO
alimentación	la alimentación es a base de maíz y guineo a más de pasto	42 DOLARES
control de enfermedades	vacunas, antiparasitarios	6 DOLARES
<b>TOTAL</b>		<b>48 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios

Elaboración: el autor

PRODUCCION DE GANADO PORCINO	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION POR PROPIETARIO	COSTO DE PRODUCCION
cría de chanchos	1 chanco	<b>48 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

### PRODUCCION AVICOLA

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO
alimentación	la alimentación es a base de maíz(10 qq al año a 14\$ cada qq) y complementada con hierbas e insectos que encuentra en el campo	140 DOLARES

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

PRODUCCION AVICOLA	CANTIDAD PRODUCIDA PROMEDIO EN UN CICLO DE PRODUCCION POR CADA UPA	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
producción de huevos criollos	1825 huevos criollos	140 DOLARES	<b>0,08 DOLARES</b>

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor.

## PRODUCCION DE CUYES

CONCEPTO	DESCRIPCION	COSTO
alimentación	en este rubro consta el recorte de la hierba ya que su alimentación es a base de las distintas hiervas del lugar	90 DOLARES
higiene y mantenimiento del cuyero	es la limpieza del cuyero que es el lugar donde se cría los cuyes, y se realiza cada 15 días	48 DOLARES
<b>TOTAL</b>		<b>138 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

TOTAL COSTO DE PRODUCCION	NUMERO DE EJEMPLARES POR PRODUCTOR	COSTO DE PRODUCCION UNITARIO
138 DOLARES	20 CUYES	<b>6,90 DOLARES</b>

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

### h. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### h.1 DIAGNOSTICO DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO

El presente estudio se realizó con la finalidad de identificar las potencialidades productivas del sector agrícola y pecuario de la parroquia Santiago, en este estudio se identifican cuáles son los productos cultivados con mayor frecuencia, las cantidades que se cosechan en cada ciclo productivo así como el costo de producción de cada producto y el canal de comercialización utilizado para vender sus productos.

El método que se utilizó es la investigación de campo mediante la recolección de información con los instrumentos previamente diseñados para tal efecto los cuales fueron sometidos a una prueba piloto para comprobar que cumplían con los requerimientos que se proponía lograr. la entrevista se realizó personalmente a 220 personas a las cuales se tuvo acceso, la población objeto de estudio es de

226 personas que registra el último censo de población y vivienda realizado por el **INEC** en el año 2010 en el cual también se consultó la rama de actividad a la que se dedica cada habitante.

Los resultados obtenidos son el producto de la información vertida por los productores, cabe señalar que al no contar con un equipo de topografía las cantidades de áreas cultivables para la agricultura como para la ganadería son estimadas de acuerdo a la percepción visual de los entrevistados, así mismo señalaron que no llevan registro de la cantidad que se cosecha y la distribución de la misma, por lo tanto estas cifras recogidas en este estudio son cantidades deducidas de acuerdo a la experiencia y al manejo práctico que le dan a la producción agropecuaria en esta parroquia.

### **h.1.1 SUPERFICIE EN EXPLOTACION AGROPECUARIA EN LA PARROQUIA SANTIAGO**

USO DE LA TIERRA	HECTAREAS	%
bajo explotación	4376.36	100%
superficie agrícola	82.96	2%
superficie pecuaria	4293.4	98%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

La parroquia Santiago tiene una extensión territorial de 102.03 km<sup>2</sup> de los cuales 58.54 km<sup>2</sup> se mantienen bajo explotación agropecuaria, 0.83 km<sup>2</sup> para la explotación agrícola y 53.1 km<sup>2</sup> para la producción pecuaria. El 42.88% del total de la superficie de la parroquia Santiago se encuentra bajo explotación agropecuaria.



## h.1.2 PRODUCTOS AGRICOLAS

### h.1.2.1 PORCENTAJE DE LA PRODUCCION AGRICOLA QUE SE DISPONE A LA COMERCIALIZACION

PRODUCTOS AGRICOLAS	# DE CICLOS DE PRODUCCION AL AÑO	CANTIDAD QUE SE PRODUCE	CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA	
maíz	1	6480 qq	23,77%	1540 qq
frejol	1	1620 qq	46,17%	748 qq
papa	2	2100 qq	42,00%	882 qq
haba	1	350 qq	39,71%	139 qq
arveja	2	630 qq	35,08%	221 qq
<b>CULTIVOS DE HUERTA</b>				
col	4	13200 Unidades	22,22%	2933 Unidades
lechuga	4	11000 Unidades	18,33%	2016 Unidades
zanahoria	4	5500 lb	12,00%	660 lb
remolacha	4	3000 lb	56,67%	1700 lb
acelga	4	3600 atos	52,22%	1880 atos
coliflor	4	9900 Unidades	29,33%	2904 Unidades
melloco	1	16500 lbs	60,00%	9900 lbs
cebolla	4	9600 lb	20,63%	1980 lb
<b>CULTIVOS FRUTALES</b>				
durazno	1	385000 Unidades	32,00%	123200 Unidades
manzana	1	130800 Unidades	52,45%	68600 Unidades
pera	1	93600 Unidades	70,00%	65520 Unidades
reina Claudia	1	207200 Unidades	40,00%	82880 Unidades
granadilla	2	60225 Unidades	70,00%	42157 Unidades
tomate de árbol	3	400000 Unidades	75,00%	300000 Unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

La producción agrícola de esta parroquia se caracteriza por cumplir el objetivo de la alimentación familiar, y en un menor porcentaje para la comercialización. Los productos agrícolas que se cultivan son: maíz, frejol, papa, haba y arveja. Cultivos de huerta: la col, lechuga, zanahoria, remolacha, cebolla, acelga, coliflor y el melloco, las huertas son pequeñas porciones de superficie de terreno junto a las viviendas en las que se distribuye secciones para cada producto. Los frutas que se cultivan en esta parroquia son de clima frio típicos de la sierra ecuatoriana y son los siguientes: durazno, manzana, pera, reina Claudia, granadilla y tomate de árbol, las plantaciones están situados en espacios cerca de las viviendas.

### h.1.2.2 CANALES DE COMERCIALIZACION UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO PARA VENDER SUS PRODUCTOS AGRICOLAS.

PRODUCTOS AGRICOLAS	Canal de comercialización de int. mayorista	Canal de comercialización de int. Minorista	Canal de comercialización de consu. Final	Total %
maíz	39%	9%	52%	100%
frejol	0%	36%	64%	100%
papa	22%	41%	38%	100%
haba	45%	36%	18%	100%
arveja	57%	6%	37%	100%
col	37%	13%	49%	100%
lechuga	35%	21%	44%	100%
zanahoria	0%	75%	25%	100%
remolacha	0%	60%	40%	100%
acelga	16%	61%	23%	100%
coliflor	20%	42%	38%	100%
melloco	45%	35%	20%	100%
cebolla	0%	60%	40%	100%
durazno	73%	19%	7%	100%
manzana	76%	9%	15%	100%
pera	54%	10%	37%	100%
reina Claudia	66%	9%	25%	100%
granadilla	81%	3%	16%	100%
tomate de árbol	24%	36%	40%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

En el estudio realizado se han identificado tres canales de comercialización utilizados por los productores agropecuarios, estos son los siguientes: el de intermediario mayorista que lo constituyen los comerciantes del lugar que compran los productos recorriendo por los domicilios de los productores y también; intermediario minorista es el comerciante que compra en los mercados donde expende estos productos al detalle a los consumidores; y el canal directo al consumidor final, se utiliza este canal de comercialización cuando el productor vende sus productos directamente al consumidor, esto se da en las ferias libres que se desarrollan el último domingo de cada mes y en el mercado municipal del pequeño productor de la ciudad de Loja.

### h.1.2.3 PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS EN LOS CANALES DE COMERCIALIZACION DE INTERMEDIARIO MAYORISTA, INTERMEDIARIO MINORISTA Y CONSUMIDOR FINAL.

PRODUCTOS AGRICOLAS	UNIDAD DE MEDIDA	PECIO DE VENTA AL INTERMEDIARIO MAYORISTA	PECIO DE VENTA AL INTERMEDIARIO MINORISTA	PECIO DE VENTA AL CONSU. FINAL
maíz	quintal	60 dólares	70 dólares	80 dólares
frejol	quintal	40 dólares	45 dólares	50 dólares
papa	quintal	12 dólares	15 dólares	18 dólares
haba	quintal	65 dólares	70 dólares	80 dólares
arveja	quintal	70 dólares	80 dólares	90 dólares
col	unidad	0,35 Ctvs.	0,5 Ctvs.	0,8 Ctvs.
lechuga	unidad	0,25 Ctvs.	0,3 Ctvs.	0,4 Ctvs.
zanahoria	quintal	15 dólares	17 dólares	22 dólares
remolacha	quintal	12 dólares	15 dólares	20 dólares
acelga	atas	0,25 Ctvs.	0,3 Ctvs.	0,35 Ctvs.
coliflor	unidad	0,5 Ctvs.	0,75 Ctvs.	1 Ctvs.
meloco	lbs	0,3 Ctvs.	0,5 Ctvs.	0,7 Ctvs.
cebolla	quintal	20 dólares	25 dólares	30 dólares
durazno	unidad	0,05 Ctvs.	0,07 Ctvs.	0,1 Ctvs.
manzana	unidad	0,07 Ctvs.	0,1 Ctvs.	0,15 Ctvs.
pera	unidad	0,08 Ctvs.	0,1 Ctvs.	0,15 Ctvs.
reina Claudia	unidad	0,05 Ctvs.	0,07 Ctvs.	0,1 Ctvs.
granadilla	unidad	0,05 Ctvs.	0,08 Ctvs.	0,1 Ctvs.
tomate de árbol	unidad	0,06 Ctvs.	0,08 Ctvs.	0,12 Ctvs.

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

El precio de venta está establecido por los comerciantes que conforman cada uno de los tres canales de comercialización identificados en el presente estudio quienes se rigen a los precios del mercado y el margen de utilidad en sus transacciones, en el caso de la venta directa a los consumidores en las ferias libres el productor obtiene mayores beneficios económicos por lo que el precio es a nivel de consumidor final.

#### **Maíz.**

El cultivo del maíz blanco suave es el que mayormente se practica en este sector cosechándose un promedio anual de 6480 quintales, de los cuales solo el 23% se destina a la comercialización cuando este grano esta tierno llamado choclo el

resto de la producción se utiliza para la alimentación familiar, y de animales como son aves de patio y chanchos. El canal de comercialización de este producto el canal más utilizado es el de consumidor final en las ferias libres en el 52%, en segundo lugar está el de intermediario mayorista con el 39%, y el de intermediario minorista es utilizado en el 9%. El precio de venta es de 60 dólares el quintal al intermediario mayorista, 70 dólares al intermediario minorista y 80 dólares al consumidor final.

### **Frejol.**

El frejol es una planta que se cultiva en asociación con el maíz para que el tallo de este le sirva para guiarse y poder cargar sus frutos, en el presente estudio se observa que su producción es muy inferior a la del maíz a pesar que ocupa las mismas cantidades de superficie de terreno para su cultivo, el promedio de producción es de 1620 quintales, y el 46,17% de la cosecha se dispone a la comercialización. El canal de distribución más utilizado es el de consumidor final en el 64%, y el 36% lo hace a través del intermediario minorista. El precio de venta es de 45 dólares el quintal para el intermediario minorista y de 50 dólares para el consumidor final.

### **Papa.**

Se cultiva tres clases de papa en este sector, la papa bolona y maría, se producen un promedio de 2100 quintales, el 42% se comercializa utilizando en mayor porcentaje el canal de comercialización de intermediario minorista con el 41%, el segundo canal más utilizado es el directo al consumidor final con el 38%, y el 22% utiliza el canal de intermediario mayorista, el precio de venta es de 12 dólares al intermediario mayorista, 15 dólares el quintal al intermediario minorista y 18 dólares al consumidor final.

### **Haba.**

El haba es un producto agrícola que se cultiva en su mayor parte para el consumo familiar se cosechan 350 quintales promedio en un ciclo de producción, y se comercializa el 39,71 % del total de la cosecha, el canal más utilizado para este

producto es el de intermediario mayorista con el 45%, 36% a través de los intermediarios minoristas y el 18% se vende directamente a los consumidores finales en las ferias libres. El precio de venta es de 65 dólares el quintal al intermediario mayorista, 70 dólares al intermediario minorista y 80 dólares al consumidor final.

### **Arveja.**

Se cosechan 630 quintales promedio en un ciclo productivo se comercializa el 35,08% y se lo realiza a través del intermediario minorista el 57%, directamente al consumidor final el 37% y el 6% mediante el intermediario minorista. El precio de venta es de 70 dólares el quintal para el intermediario mayorista, 60 dólares para el intermediario minorista y 90 dólares al consumidor final.

### **Col**

La col es una hortaliza que se cultiva en los huertos y su producción promedio es de 13200 unidades por ciclo productivo, se comercializa el 22,22 % de la cosecha y se lo hace utilizando en mayor porcentaje la venta directa al consumidor en las ferias libres en el 49%, al intermediario mayorista en el 37% y utilizando el canal de comercialización de intermediario minorista el 13%. El precio de venta es de 0,35 centavos la unidad al intermediario mayorista, 0,50 centavos al intermediario minorista y 0,80 la unidad centavos al consumidor final.

### **Lechuga.**

Es una hortaliza que se cultiva en huertos especialmente para la alimentación familiar, se cosecha una cantidad promedio de 11000 unidades en un ciclo productivo y se comercializa el 18,33%. La venta directa al consumidor final es el canal de comercialización más utilizado con el 44%, el 35 % mediante los intermediarios mayoristas y el 21% por medio de los intermediarios minoristas. El precio de venta es de 0,25 la centavos la unidad al intermediario mayorista, 0,30 centavos al intermediario minorista y 40 centavos para el consumidor final.

**Zanahoria.**

La zanahoria es un tubérculo que se cultiva en huertos y en la parroquia Santiago se cosecha una cantidad promedio de 5500 libras en un ciclo de producción de las cuales se comercializa el 12 % y se lo realiza por medio del canal de comercialización de intermediario minorista el 75%, y el 25% a través de la venta directa al consumidor. El precio de venta es de 15 centavos la libra al intermediario mayorista, 17 centavos al intermediario minorista y 22 centavos la libra al consumidor.

**Remolacha.**

Es un tubérculo que se cultiva en este sector y se produce una cantidad promedio de 3000 libras en un ciclo productivo, se comercializa el 56,67% del total de la cosecha. El canal de comercialización más utilizado es el de intermediario minorista con el 60% y directamente al consumidor el 40%. El precio de venta es de 12 centavos la libra para el intermediario mayorista, 15 centavos para el intermediario minorista y 20 centavos la libra para el consumidor final.

**Acelga.**

La acelga es una hortaliza cultivada en huertos y para la comercialización se recogen las hojas juntado un conjunto llamado ato el mismo que forma una unidad para la venta, en esta parroquia se producen 3600 atos promedio en un ciclo de producción, de los cuales se destina a la comercialización el 52,22%. El canal de comercialización más utilizado es el del intermediario minorista con el 61%, directamente al consumidor en las ferias libres el 23%, y el 16% se lo realiza por medio del intermediario mayorista. El precio para la venta es de 0,25 centavos el ato para los intermediarios mayoristas, 0,30 centavos para el intermediario minorista y 0,35 centavos es el precio al consumidor.

**Coliflor.**

La coliflor es una hortaliza de huerta que se cosecha una cantidad promedio de 9900 unidades en un ciclo de producción, de las cuales el 29,33%. El intermediario minorista es el principal canal de comercialización utilizado con el 42%, en segundo lugar está la venta directa al consumidor con el 38% y el 20% lo realiza mediante el intermediario mayorista. El precio de venta es de 0,50 centavos la unidad para el intermediario mayorista, 0,75 centavos para el intermediario minorista y de 1 dólar la unidad para el consumidor final.

**Mellico.**

El mellico es un tubérculo que se produce promedio una cantidad de 16500 libras en un ciclo productivo, se comercializa el 60% de la producción. El canal de comercialización más utilizado es el del intermediario mayorista con el 45%, en segundo lugar está el del intermediario minorista con el 35% y el 20% vende este producto directamente al consumidor. El precio de venta es de 0,30 centavos la libra al intermediario mayorista, 0,50 centavos al intermediario minorista y 0,70 centavos para el consumidor final.

**Cebolla.**

Este vegetal se produce en promedio 9600 libras durante un ciclo productivo, el 20,63% se comercializa. El principal canal para su comercialización es el del intermediario minorista con el 60% y el 40% mediante la venta directa al consumidor. el precio de venta es de 0,20 centavos la libra para el intermediario mayorista, 0,25 centavos al intermediario minorista y 0,30 centavos al consumidor.

**Durazno.**

El durazno es la fruta más representativa en el lugar, se producen 385000 unidades promedio al año que es el ciclo de producción, el 32% de esta producción se comercializa utilizando principalmente el canal de comercialización de intermediario mayorista 73%, intermediario minorista el 19%, y directamente al consumidor el 7%. Los precios de comercialización son los siguientes: 0,05

centavos de dólar para el intermediario minorista, 0,07 centavos al intermediario minorista y 0,10 centavos al consumidor.

### **Manzana.**

La manzana es una fruta pomácea que se cultiva en esta parroquia, se produce un promedio de 130800 unidades al año de las cuales el 52,45% se comercializa, utilizando para ello el canal de comercialización de intermediario mayorista el 75%, el 15% por la venta directa al consumidor y el 9% a través del intermediario minorista. El precio de venta es de 0,07 centavos la unidad para el intermediario minorista, 0,10 centavos al intermediario minorista y 0,15 centavos al consumidor.

### **Pera.**

La producción de pera es de 93600 unidades en un ciclo productivo, se comercializa el 70% de la cosecha a través del intermediario mayorista el 54%, consumidor final el 37%, y por medio del intermediario minorista el 10%. El precio de comercialización es de 0.08 centavos la unidad para el intermediario mayorista, 0,10 centavos para el intermediario minorista y 0,12 centavos al consumidor final.

### **Reina Claudia.**

Se cultivan dos variedades de esta fruta, la roja el 90% y la amarilla el 10% del total de las plantaciones. Se cosechan un promedio de 207200 unidades en un ciclo de producción, se comercializa el 40% y se lo realiza por medio del canal de comercialización de intermediario mayorista el 66%, consumidor final el 25% y a través del intermediario minorista el 9%, el precio de comercialización es de 0,05 centavos la unidad para el intermediario mayorista, 0,07 centavos para el intermediario minorista y 0,10 centavos para el consumidor final.



## Granadilla.

De esta fruta se cosecha una cantidad de 60225 unidades promedio en un ciclo de producción, se comercializa el 70% de lo cosechado. el 81% a través del canal de comercialización de intermediario mayorista, el 16% mediante la venta directa al consumidor final y el 3% utilizando el canal de comercialización de intermediario minorista. El precio de venta es de 0,05 centavos la unidad para los intermediarios mayoristas, 0.08 centavos para los intermediarios minoristas y 0,10 centavos para el consumidor.

## Tomate de árbol.

Se producen 400000 unidades promedio en un ciclo de producción, el 75% se comercializa, el 40% de las ventas se lo hace directamente al consumidor, el 36% a los intermediarios minoristas, y el 24% a los intermediarios mayoristas. El precio de venta es de 0,06 centavos la unidad al intermediario mayorista, 0,08 centavos para el intermediario minorista y 0,12 centavos para el consumidor final.

### h.1.3 PRODUCTOS PECUARIOS

#### h.1.3.1 PORCENTAJE DE LA PRODUCCION PECUARIA QUE SE DISPONE A LA COMERCIALIZACION

PRODUCTOS AGRICOLAS	# DE CICLOS DE PRODUCCION AL AÑO	# DE ANIMALES POR ESPECIE	CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA
bovino	-	4620 cabezas	38% 1764 cabezas
porcino	2	347 cabezas	78% 270 cabezas
cuyes	2	4400 ejemplares	40% 1760 ejemplares
gallinas	1	1980 ejemplares	34% 680 ejemplares

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

La producción pecuaria de esta parroquia la constituyen la ganadería bovina, ganadería porcina, cría de cuyes y aves de patio que son las gallinas criollas. El ciclo de reproducción de la ganadería bovina es de uno por año, se comercializa principalmente los ejemplares machos la etapa de destete esto es de 6 a 7 meses

de edad, y en segundo lugar las vacas que ya han cumplido su ciclo de producción óptima que es de 7 a 8 años de edad. La forma de explotación de la ganadería bovina es por medio de la extracción de la leche a las vacas para la elaboración del quesillo y la venta de las cabezas de ganado.

la crianza del ganado porcino en esta parroquia se desarrolla para aprovechar los residuos de las cosechas de maíz y los subproductos de la leche que es el suero, por lo tanto se considera una actividad secundaria y cada propietario por lo general cría de uno a dos ejemplares. El ciclo de producción es de seis meses que es en donde el animal ha desarrollado un peso ideal para la venta. La cría de cuyes está incluida entre la ganadería menor que se practica en este sector que juntamente con las gallinas criollas su objetivo principal es el consumo familiar, y en menor porcentaje para la comercialización.

#### **h.1.3.2 CANALES DE COMERCIALIZACION PARA LA VENTA DE LA PRODUCCION PECUARIA DE LA PARROQUIA SANTIAGO**

<b>ESPECIES DE ANIMALES</b>	<b>Canal de comercialización de int. mayorista</b>	<b>Canal de comercialización de int. Minorista</b>	<b>Canal de comercialización de consu. Final</b>	<b>Total %</b>
ganado bovino	72%	28%	0%	100%
ganado porcino	75%	25%	0%	100%
cuyes	6%	56%	38%	100%
gallinas	9%	56%	35%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor.

para la comercialización de la producción pecuaria se utilizan tres canales de comercialización; en el caso del ganado bovino y porcino solo se utilizan dos, el de intermediario mayorista y el de intermediario minorista, en el caso de la producción de cuyes y gallinas los productores venden sus ejemplares a través de los canales de comercialización de intermediario mayorista, intermediario minorista y consumidor final en las ferias libres del lugar y en el mercado municipal del pequeño productor de la ciudad de Loja.

### h.1.3.3 PRECIO DE VENTA

ESPECIES DE ANIMALES	unidad de medida	PECIO DE VENTA AL INTERMEDIARI O MAYORISTA	PECIO DE VENTA AL INTERMEDIARI O MINORISTA	PECIO DE VENTA AL CONSU. FINAL
ganado bovino	arroba	25 dólares	28 dólares	–
ganado porcino	arroba	28 dólares	30 dólares	–
cuyes	ejemplares	6 dólares	8 dólares	10 dólares
gallinas	libra	1,75 dólares	2 dólares	2,5 dólares

Fuente: Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

Elaboración: el autor

#### Ganado bovino.

En la parroquia Santiago existe un promedio de 4620 cabezas de ganado bovino, el 38% de esta cantidad se destina a la comercialización, Para la venta del ganado bovino el 72% de los productores utiliza el canal de intermediario mayorista en la plaza de ganado ubicada en el barrio las juntas ubicado al sur este de la parroquia, y el 28% el canal de comercialización de intermediario minorista quien compra las cabezas de ganado en las fincas. El precio de producción es de 25 dólares la arroba para los intermediarios mayoristas y 28 dólares para los intermediarios minoristas.

#### Ganado porcino.

El numero promedio de ejemplares de esta especie es de 347 chanchos, Para la venta del ganado porcino se lo realiza el 75% a través del canal de comercialización de intermediario mayorista en la plaza de ganado del lugar, y el 25% a los intermediarios minoristas quien se encarga de faenar estos animales y vender la carne al consumidor final. El precio de producción es de 28 dólares para el intermediario mayorista y 30 dólares para el intermediario minorista.

## Cuyes.

El número promedio de ejemplares es de 4400 cuyes, de los cuales el 40% se comercializa utilizando principalmente el canal de comercialización de intermediario minorista con el 56%, el 38% mediante la venta directa al consumidor final, y el 6% por medio del intermediario mayorista, el precio de producción es de 6 dólares al intermediario mayorista, 8 dólares al intermediario minorista y 10 dólares al consumidor final.

## Gallinas criollas.

Estas aves se crían en corrales junto a las casa y su número total de ejemplares en este sector es de 1980 gallinas, se comercializa el 34% de esta cantidad y se lo realiza utilizando el canal de comercialización de intermediario minorista el 56%, el 38% por la venta directa al consumidor en las frías libres y el 9% a través de los intermediarios mayoristas. El precio de comercialización es de 1,75 dólares la libra para el intermediario mayorista, 2 dólares la libra para el intermediario minorista y 2,50 dólares para el consumidor final.

### h.1.4 PRODUCTOS DERIVADOS

#### h.1.4.1 CANTIDAD DE LA PRODUCCIÓN QUE SE COMERCIALIZA

PRODUCTOS DERIVADOS DE LA PRODUCCIÓN PECUARIA	CICLO DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD QUE SE OBTIENE EN UN CICLO PRODUCTIVO	CANTIDAD QUE SE COMERCIALIZA	
QUESILLO	1 DIARIO	1540 libras	86%	1320 libras
QUESO	1 DIARIO	42 libras	100%	42 libras
HUEVOS	1 DIARIO	990 unidades	50%	495 unidades

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

Los productos derivados de la producción pecuaria que se obtienen en la parroquia Santiago son: el quesillo, el queso y los huevos. la producción del quesillo destaca sobre las demás y es la principal fuente de ingresos económicos para los pobladores del lugar, el queso es un producto que se obtiene a partir del quesillo molido su producción no es muy frecuente, los huevos de las gallinas

criollas es un producto que se incorpora a la dieta alimenticia de las familias del lugar y el excedente se destina a la venta.

#### h.1.4.2 CANALES DE COMERCIALIZACION UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES

PRODUCTOS DERIVADOS	Canal de comercialización de int. mayorista	Canal de comercialización de int. Minorista	Canal de comercialización de consu. Final	TOTAL
quesillo	89%	9%	2%	100%
queso	0%	57%	43%	100%
huevos	35%	50%	15%	100%

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

En este estudio se han identificado tres canales de comercialización para los productos derivados, el canal de comercialización de intermediario mayorista, intermediario minorista y el de consumidor final.

#### h.1.4.3 PRECIO DE VENTA

PRODUCTOS DERIVADOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO INTERMEDIARIOS MAYORISTAS	PRECIO INTERMEDIARIO MINORISTA	PRECIO CONSUMIDOR FINAL
quesillo	libras	1,3 dólares	1,5 dólares	1,8 dólares
queso	libras	1,6 dólares	1,8 dólares	2 dólares
huevos	unidades	0,15 centavos	0,2 centavos	0,25 centavos

**Fuente:** Entrevista dirigida a los productores agropecuarios.

**Elaboración:** el autor

El precio de venta de los productos derivados se establece de acuerdo a los precios de la competencia.

#### **Quesillo.**

Se producen 1540 libras promedio al día de las cuales el 86% se comercializa, el 89% de las ventas se lo hace a través del intermediario mayorista, el 9% al intermediario minorista, y el 2% al consumidor final. El precio de venta es de 1,30

dólares la libra al intermediario mayorista, 1,50 dólares para el intermediario minorista y 1,80 dólares al consumidor final.

### **Queso.**

El queso es un producto elaborado a partir del quesillo, en este sector se producen una cantidad promedio de 42 libras por día, esta misma cantidad se comercializa a través de intermediario minorista el 57%, y directamente al consumidor en las ferias libres y el mercado municipal del pequeño productor en la ciudad de Loja el 43%. El precio de venta es de 1,60 dólares la libra al intermediario mayorista, 1,80 dólares para el intermediario minorista y de 2 dólares la libra para el consumidor final.

### **Huevos criollos.**

La producción de huevos criollos es de 990 unidades por día, se comercializa el 50%, mediante el intermediario mayorista el 35%, a través del intermediario minorista el 50% y por medio de la venta directa al consumidor el 15%. El precio de comercialización es de 0,15 centavos de dólar la unidad para el intermediario mayorista, 0,20 centavos para el intermediario minorista, y de 0,25 centavos al consumidor final.

## **h.2 ESTUDIO DE MERCADO**

Es una herramienta de mercadeo, que se ha utilizado para obtener y analizar la demanda de los consumidores frente a la variedad de productos agropecuarios que se ofrecen en el mercado he identificar los principales factores que inciden sobre los productos en el mercado como: demanda, precio, canales de comercialización y plaza.

### **h.2.1 Objetivo del estudio de mercado**

El presente estudio de mercado se fundamenta en realizar un análisis de los productos más solicitados por los consumidores al momento de hacer las compras en los mercados municipales de expendio de productos agropecuarios, entre los aspectos relevantes para este análisis tenemos: la demanda, los precios y la comercialización, para de esta forma determinar la cantidad de producto que

se requiere para satisfacer la demanda y el precio al que están dispuestos a pagar.

### **h.2.1.1 Segmentación**

Es el proceso que se sigue para dividir al mercado potencial en distintos subconjuntos de consumidores mediante las variables demográficas, geográficas, socio-económicas y conductuales.

- **Variables geográficas.-** Es el estudio que se realiza en los mercados municipales del cantón Loja.
- **Variables demográficas.-** Estas variables hacen referencia el sexo, edad, estado civil, tamaño del hogar, el ciclo de vida de la familia, la ocupación, el grado de estudio, la religión, la raza, entre otros.
- **Variables socio-económicas.-** Se refieren a términos de ocupación, los ingresos económicos o renta, nivel de estudios. Se puede combinar esta variable con la clase social.
- **Variables conductuales.-** Es el comportamiento que adoptan los consumidores frente a los productos, que se ofrecen en el mercado.

Para el presente estudio se ha segmentado el mercado considerado las siguientes variables:

## Matriz de segmentación de mercado

Cuadro # 35

**Elaboración:** el autor.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE
<b>VARIABLES GEOGRÁFICAS</b>	
Provincia:	Loja
Cantón:	Loja
Mercados municipales	Todas los mercados del cantón Loja
<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>	
Sexo:	Masculino o femenino
Cantidad	643 comerciantes propietarios de puestos en los mercados municipales de la ciudad de Loja
<b>VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS</b>	
Ocupación:	comerciantes
<b>VARIABLES CONDUCTUALES</b>	
Beneficios ofertados:	productos orgánicos
Actitud hacia el producto:	Positivo, Aceptable.

### h.2.2 Producto a ofrecer.

**PRODUCTOS AGROPECUARIOS QUE SE PRODUCEN EN LA PARROQUIA SANTIAGO QUE TIENEN MAYOR DEMANDA EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE LOJA.**

PRODUCTOS AGROPECUARIOS		
PRODUCTOS AGROPECUARIOS	CANTIDAD QUE SE DISPONE A LA COMERCIALIZACION EN UN CICLO DE PRODUCCION	CICLO DE PRODUCCION
arveja	221 quintales	2 por año
coliflor	2904 unidades	4 por año
tomate de árbol	300000 unidades	3 por año
queso	42 libras	1 diario
huevos criollos	990 unidades	1 diario
gallinas criollas	680 ejemplares	1 por año

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaboración:** El autor



Para determinar los productos que tienen mayor demanda en el mercado se procedió a realizar una encuesta a los propietarios de puestos de abasto en los mercados municipales de la ciudad de Loja y los resultados son los siguientes.

Los productos agrícolas que presentan mayor demanda son. La arveja, la coliflor y el tomate de árbol. De los productos pecuario. El quesillo, los huevos criollos y las gallinas criollas

### **h.3 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

#### **PRODUCTO: arveja tierna**

La arveja es un producto agrícola que según el estudio realizado de trece productos agrícolas que se sometieron a análisis la arveja tierna junto a la coliflor son los productos más solicitados por los consumidores en los mercados municipales de la ciudad de Loja con un porcentaje del 13,09%, al ser este un producto que tiene mayor acogida por los consumidores se ha realizado un plan de comercialización donde el productor pueda ofrecer este producto a un precio accesible para el consumidor a la vez que su producción sea más rentable para los agricultores del lugar.

#### **Producto**

El producto es un conjunto de características y atributos Tangibles (forma, tamaño, envase, color) e intangibles (la publicidad, imagen, marca, beneficios), que el comprador acepta al momento de comprar el producto para satisfacer su necesidad.

La comercialización de arveja tierna en los mercados de Loja, tiene como objetivo principal ofrecer al mercado un producto de calidad, a precios accesibles, y con un valor nutricional de calidad al ser un producto orgánico que satisface los gustos, preferencias y necesidades del consumidor.

La venta de arveja se la hará en fundas que contendrán un peso neto de 1 libra del producto, por mayor aceptación de 76,43% según los encuestados en el

estudio de mercado cuadro # 17, la misma que contendrá una etiqueta con especificaciones como: marca, fecha de consumo óptimo, fecha de caducidad, embalaje, registro sanitario, valor nutricional.

El producto a ofrecer podrá ser consumido por niños, jóvenes y adultos.

## **Precio**

### **Fijación y políticas de precios**

Para determinar el precio de la alverja se consideró los costos y gastos que intervienen en la producción del producto y este a su vez dividido para el número de unidades producidas y de esta manera se obtiene el costo unitario.

El precio se da en base a los costos unitarios y añadiendo un margen de utilidad, pero teniendo presente que el precio de venta al público, no sea mayor que los precios del mismo producto que están ya establecidos en el mercado.

El precio de venta al público es de 0,80 centavos pero se entregara a los propietarios de los mercados a 0,70 centavos, que es el costo que se considera para la generación de ingresos.

### **Plaza-Distribución**

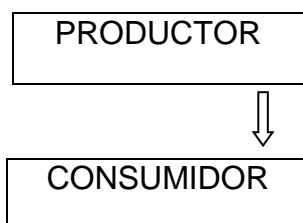
La distribución del producto es el conjunto de operaciones y actividades que se realiza cuando el producto ha sido cosechado, desvainado y pesado, listo para su comercialización a los consumidores.

Para una mejor entrega en el momento oportuno y en el lugar adecuado se lo hará mediante los siguientes canales de distribución:

### **Canales de comercialización y distribución**

Según los datos obtenidos del estudio de mercado, se determinó que adquieren este producto el 57%, a través de la venta directa al consumidor por lo que se

utilizara este canal de comercialización recurriendo a las ferias libras que se organicen en el lugar y en el mercado del pequeño productor en la ciudad de Loja.









## h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

El total de los gastos serán solventados con recursos propios del autor de la tesis.

### RECURSOS HUMANOS:

- Aspirante a obtener el Grado de ingeniero comercial
- Egresado Franco Manuel Ramón Ochoa.
- Agricultores y ganaderos de la parroquia Santiago.
- Comerciantes de productos agropecuarios que ejercen su profesión en base a la producción agropecuaria de la parroquia Santiago.
- Director de Tesis

### RECURSOS MATERIALES:

- ✓ Computadora.
- ✓ Impresora.
- ✓ Tinta.
- ✓ Papel bond.
- ✓ Copias.
- ✓ Material de oficina.

### RECURSOS FINANCIEROS

<b>MATERIALES</b>	<b>COSTO</b>
Equipo de computación	100.00 \$
Papel bond	10.00 \$
Conexión a internet	50.00 \$
Fotocopias	300.00 \$
Material de oficina	30.00 \$
Transporte y salidas de campo	50.00 \$
Varios imprevistos	100.00 \$
Persona guía para realizar las encuestas en el lugar.	36.00 \$
<b>Total</b>	<b>676.00 \$</b>

## RECURSOS FINANCIEROS

Los gastos que demanda el presente trabajo de investigación serán solventados con recursos propios del proponente de la investigación.

### i. BIBLIOGRAFIA:

[www.usembassy-mexico.gov/bbf/FAQagricultura.htm](http://www.usembassy-mexico.gov/bbf/FAQagricultura.htm)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ganader%C3%ADa>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Vegetal>

<http://www.fao.org/docrep/008/a0322s/a0322s01.htm>

<http://www.genialconsultora.com.ar/consultoria/diagnosticos/diagnosticos.html>

<http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

<http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

<http://www.monografias.com/trabajos14/investigaeduc/investigaeduc.shtml>

<http://www.mitecnologico.com/Main/MetodologiaInvestigacionDeCampo>

<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/008/y5224s/y5224s00.pdf>

<http://www.agro.unc.edu.ar/~biblio/Carne%20de%20cerdos.pdf>

<http://www.virtual.unal.edu.co-unc>

<http://www.desarrolloweb.com>

GONNARD René, Historia De Las Doctrinas Económicas, Quinta edición, Madrid, Aguilar, S.A. Ediciones.1959

MOLINARI A. J. Carlos, Marketing Agropecuario, Primera edición, Buenos Aires, Argentina, Thompson Learning.2006

MENDOZA Gilberto, Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios, Segunda Reimpresión, San José, Costa Rica, IICA, 1995.



CALDENTY ALBERT Pedro, DE HARO GIMENEZ Tomas, Comercialización De Productos Agrarios, Quinta Edición, Madrid, España, Editorial Agrícola Española, 2004.







**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ENTREVISTA PARA LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LA  
PARROQUIA SANTIAGO**

Estimado(a) señor(a):

**Con la finalidad de obtener la información necesaria para identificar la problemática existente con relación a la comercialización de la producción agropecuaria de la parroquia Santiago, le solicito muy comedidamente se digne colaborar con la siguiente entrevista.**

1. ¿Cuál o cuáles son los principales productos que usted produce?  
.....  
.....  
.....
2. ¿Qué canal de comercialización utiliza usted para vender sus productos?  
.....  
.....  
.....  
.....
3. ¿Qué factor influye para que utilice este canal de comercialización?  
.....  
.....  
.....  
.....
4. ¿a qué precio vende estos productos?  
.....  
.....  
.....
5. ¿considera que el precio al que vende sus productos es el más conveniente con relación al costo de producción?  
.....  
.....  
.....

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ENTREVISTA PARA LOS COMERCIANTES INTERMEDIARIOS QUE  
COMERCIALIZAN CON PRODUCTOS AGROPECUARIOS DE LA  
PARROQUIA SANTIAGO.

Estimado(a) señor(a):

**Con la finalidad de obtener información que me permita analizar la realidad en que se encuentra la comercialización de los productos agropecuarios de la parroquia Santiago, le solicito muy comedidamente se digne contestar el siguiente cuestionario confidencial.**

1. ¿Cuáles son los principales productos que usted comercializa?

.....  
.....  
.....  
.....

2. ¿a que precio compra estos productos?

.....  
.....  
.....  
.....

3. ¿Quiénes son sus principales clientes a quienes entrega estos productos?

.....  
.....  
.....  
.....

4. ¿Cuál es el margen de utilidad en cada producto?

.....  
.....  
.....  
.....



**ÍNDICE**

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	6
c. INTRODUCCIÓN	10
d. REVISIÓN DE LITERATURA	12
e. MATERIALE Y METODOS	40
f. RESULTADOS	45
g. DISCUSIÓN	97
h. CONCLUSIONES	128
i. RECOMENDACIONES	129
j. BIBLIOGRAFÍA	130
k. ANEXOS	131
ÍNDICE	234