



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Título: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE Y SU INCIDENCIA EN
LOS INGRESOS DE LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES
AGROPECUARIOS Y COMERCIALIZACIÓN GRUPO CACUANGO, GUARANDA.

**Trabajo de Titulación para optar al título de LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autor:

Yumbay Cacuango Ñusta Rocío

Tutor:

Mgs. Mariela Hidalgo Mayorga

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Ñusta Rocío Yumbay Cacuango, con cédula de ciudadanía 025011534-2, autora del trabajo de investigación titulado: **Producción y comercialización de leche y su incidencia en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda**; certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a los 10 días del mes de agosto de 2023.

Ñusta Rocío Yumbay Cacuango

C.I: 025011534-2

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Mariela Hidalgo Mayorga, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **Producción y comercialización de leche y su incidencia en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda;** bajo la autoría de **Ñusta Rocío Yumbay Cacuango;** por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 10 días del mes de agosto de 2023.



Mgs. Mariela Hidalgo Mayorga

C.I: 060205365-4

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **Producción y comercialización de leche y su incidencia en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda**; presentado por **Ñusta Rocío Yumbay Cacuango**, con cédula de identidad número **025011534-2**, bajo la tutoría de la **Mgs. Mariela Hidalgo**; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 10 días del mes de agosto de 2023.

PhD. Francisco Pérez
Presidente del Tribunal de Grado



Firma

Mgs. Martha Romero
Miembro del Tribunal de Grado



Firma

Mgs. Cecilia Mendoza
Miembro del Tribunal de Grado



Firma

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **YUMBAY CACUANGO ÑUSTA ROCIO** con CC: **0250115342**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado " **PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y COMERCIALIZACIÓN GRUPO CACUANGO, GUARANDA.**", cumple con el 11 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 25 de julio de 2023



MARIELA DE LOS
ANGELES HIDALGO
MAYORGA

MBA. Mariela Hidalgo Mayorga
TUTOR (A)

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis amados padres Gerardo y Rosa quienes con mucho sacrificio y amor me han apoyado en todo momento para llegar a cumplir esta tan anhelada meta; además, me han inculcado los buenos valores que han sido los pilares fundamentales y me han abierto muchas puertas.

A mis hermanos y hermanas quienes han sido siempre mi fortaleza, me han brindado su apoyo moral y económico y también han sido mi ejemplo a seguir en el ámbito educativo, enfrentando todas las adversidades hasta llegar al objetivo propuesto.

A mi hermana Tamia (+) quien estuvo siempre pendiente de mí, dándome ánimos para no rendirme en el camino y enseñándome a superar los obstáculos con una sonrisa y que ahora desde el cielo guía y cuida a toda la familia.

A mi familia quienes confiaron en mí y que de una u otra forma mostraron su apoyo en las buenas y en las malas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mis padres por el apoyo incondicional en toda mi formación personal y profesional, a mis hermanos y hermanas, a mi familia, mis amigos/as por ese apoyo constante en cada paso que daba para llegar a esta meta.

A la Universidad Nacional de Chimborazo a la carrera de Administración de Empresas por abrirme las puertas y poder estudiar, de manera especial a mis docentes por compartir los conocimientos necesarios para formarme como una profesional.

A mi tutora Econ. Mariela Hidalgo por su paciencia, guía y acompañamiento durante el desarrollo de este trabajo.

A la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango por abrirme las puertas y brindarme la información necesaria para llevar a cabo esta investigación.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I	16
1. INTRODUCCIÓN	16
1.1 Problema.....	17
1.1.1 Planteamiento del Problema	17
1.1.2 Formulación del Problema.....	18
1.1.3 Justificación	18
1.2 Objetivos	19
1.2.1 Objetivo General.....	19
1.2.2 Objetivos Específicos	19
CAPÍTULO II.....	20
2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1 Antecedentes	20
2.2 Fundamento Teórico	22
2.3 Datos Generales de la Asociación.....	22
2.3.1 Reseña Histórica	22

2.3.2	Misión.....	23
2.3.3	Visión.....	23
2.3.4	Objetivo empresarial.....	23
2.3.5	Localización:	23
2.3.6	Límites	24
2.3.7	Matriz FODA.....	25
2.3.8	Estructura organizacional	26
2.3.9	Valores Corporativos	26
2.4	Producción.....	26
2.4.1	Concepto de Producción	26
2.4.2	Leche	27
2.4.3	Variedad de leche y sus derivados.....	27
2.4.4	Calidad de la leche.....	27
2.4.5	Consumo de leche.....	28
2.4.6	Producción de lechera en el Ecuador.....	28
2.4.7	Producción de leche por regiones	29
2.4.8	Producción de leche en Guaranda	29
2.5	Comercialización.....	29
2.5.1	Concepto.....	29
2.5.2	Importancia.....	30
2.5.3	Canales de comercialización	30
2.5.4	Tipos de canales de comercialización	30
2.5.5	Funciones de los canales de comercialización	31
2.6	Concepto de marketing.....	32
2.7	Marketing mix	33
2.7.1	Producto.....	34
2.7.2	Precio	34

2.7.3	Plaza.....	34
2.7.4	Promoción.....	34
2.8	Canales de comercialización de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó del cantón Guaranda.....	35
2.8.1	Tipos de canales.....	35
2.9	Desarrollo.....	36
2.9.1	Desarrollo socio económico.....	36
CAPÍTULO III.....		38
3.	METODOLOGIA.....	38
3.1	Método.....	38
3.1.1	Observación de hechos-Planteamiento del problema:.....	38
3.1.2	Formulación de la hipótesis:.....	38
3.1.3	Deducción de consecuencias de la hipótesis:.....	38
3.1.4	Contrastación/ verificación de hipótesis:.....	38
3.2	Tipo de investigación.....	39
3.2.1	La Investigación descriptiva:.....	39
3.2.2	Investigación documental:.....	39
3.2.3	Investigación de campo:.....	39
3.3	Diseño de la investigación.....	40
3.3.1	Investigación no experimental.....	40
3.4	Técnicas de recolección de datos.....	40
3.4.1	Técnicas.....	40
3.4.2	Instrumentos.....	40
3.5	Población de estudio y tamaño de muestra.....	41
3.5.1	Población.....	41
3.5.2	Muestra.....	41
3.6	Hipótesis.....	41

3.7	Métodos de análisis y procesamiento de datos.....	41
3.7.1	Técnicas de procesamiento de información.....	41
CAPÍTULO IV.....		42
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
4.1	Análisis de los resultados	42
4.1.1	Resultados alcanzados de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango.....	42
4.2	Comprobación de la hipótesis	52
4.3	Comprobación de la idea a Defender	53
CAPÍTULO V.....		55
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
5.1	Conclusiones	55
5.2	Recomendaciones.....	56
CAPÍTULO VI.....		57
6.	PROPUESTA.....	57
6.1	TEMA: Estrategias para el mejoramiento de la producción y comercialización de la leche en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango. 57	
6.2	Introducción	57
6.3	Modelo	58
BIBLIOGRAFÍA		59
ANEXOS		65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Límites de la Asociación.....	24
Tabla 2: Análisis FODA de la Asociación.....	25
Tabla 3: Componentes de la leche	27
Tabla 4. Número de cabezas de ganado por regiones.....	29
Tabla 5. Género.....	42
Tabla 6. Nivel educativo	43
Tabla 7. Principal actividad	44
Tabla 8. Relevancia.....	45
Tabla 9. Genera empleo	46
Tabla 10. La intermediación afecta.....	47
Tabla 11. Satisfacción de necesidades	48
Tabla 12. Precio justo de leche	49
Tabla 13. Conoce las políticas de BPM	50
Tabla 14. Disponibilidad de participación	51
Tabla 15. Prueba de Chi- cuadrado.....	52
Tabla 16. Comprobación de idea a defender	53
Tabla 17. Estrategias para el mejoramiento de producción y comercialización de leche.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de la Asociación	24
Figura 2. Organigrama funcional de la Asociación	26
Figura 3. Tipos de canales de comercialización	31
Figura 4. Procesos de marketing	32
Figura 5: Relación de las 4P	33
Figura 6. Tipos de canales nivel 0	35
Figura 7. Tipos de canales nivel 2	36
Figura 8. Género	42
Figura 9. Nivel educativo.....	43
Figura 10. Principal Actividad (leche).....	44
Figura 11. Relevancia	45
Figura 12. Genera empleo.....	46
Figura 13. La intermediación afecta	47
Figura 14. Satisfacción de necesidades.....	48
Figura 15. Precio justo de leche	49
Figura 16. Conoce las BPM	50
Figura 17. Disponibilidad de participación.....	51

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se desarrolló en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango en la ciudad de Guaranda con el fin de identificar la incidencia de la producción y comercialización de la leche en los ingresos de los socios que conforman la Asociación, ya que es una fuente de empleo y la mayor actividad a la que se dedican; para lo cual se empleó el método hipotético-deductivo, por medio de tres tipos de investigación descriptiva, documental y de campo, con diseño no experimental. El instrumento empleado para la recolección de datos fue una encuesta de 10 preguntas aplicado de los 26 socios de la Asociación.

En lo que respecta a los problemas hallados de la investigación se comprueba que la producción y comercialización es una de las fuentes más relevantes para la generación de recursos económicos y empleo para los productores; además, por falta de conocimientos sobre los canales de comercialización ofrecen su producto a los intermediarios lo que genera inconformidad por los precios pagados. Por tal razón, es preciso plantear estrategias para mejorar la producción y comercialización para incrementar sus ingresos.

Se comprobó la hipótesis con la aplicación del chi-cuadrado mediante el cual se determinó la incidencia de la variable dependiente ingresos y la independiente la producción y comercialización.

Palabras claves: Producción, comercialización, incidencia, ingresos, marketing.

ABSTRACT

This research work was developed in the Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango in the Guaranda city in order to identify the impact of the production and commercialization of milk on the income of the members of the Association, since it is a source of employment and the main activity to which they are dedicated; for which the hypothetical-deductive method was used, through three types of descriptive, documentary and field research, with a non-experimental design. The instrument used for data collection was a 10-question survey of the 26 members of the Association. Concerning the problems found in the research, it was verified that production and marketing are one of the most relevant sources for the generation of economic resources and employment for the producers; in addition, due to a lack of knowledge about marketing channels, they offer their product to intermediaries, which generates dissatisfaction with the prices paid. For this reason, it is necessary to propose strategies to improve production and marketing to increase their income.

The hypothesis was tested using the chi-square test to determine the incidence of the dependent variable income and the independent variable production and marketing.

Keywords: Production, commercialization, incidence, income, marketing.



Reviewed by:

Lcda. Diana Chávez

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 065003795-5

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

La actividad de la industria láctea en el país genera alrededor de 1,2 millones de empleos directos e indirectos, y su aporte al PIB Agroindustrial es del 4 %. (CIL Ecuador, 2021). Por lo tanto, esta investigación se enfoca en aquello y tiene como objetivo el identificar la incidencia en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango de la ciudad de Guaranda ya que algunos de los socios poseen esta actividad como único recurso económico para mantener a sus familias.

La Asociación de Productores Agropecuarios Grupo Cacuango que se ubica a 19 km de la ciudad de Guaranda por la antigua vía a Riobamba y se dedica a la producción y comercialización de la leche de manera tradicional, y por la experiencia de vivir y conformar la Asociación en estudio, se ha palpado la falta de apoyo por parte de las instituciones competentes con asesoramiento técnico sobre las buenas prácticas de manufactura, en el manejo y cuidado de los animales y su alimentación; por lo tanto, existen deficiencias tanto en la producción como en la comercialización de la leche. Por lo tanto, los problemas mencionados tienen un efecto sobre los rendimientos y productividad por lo cual la producción es de baja calidad y no permite generar ingresos suficientes para las familias que viven de esta actividad, dando paso a la migración hacia otras ciudades en busca de mejores oportunidades.

El desarrollo de esta investigación ayudará a cumplir el objetivo que se ha planteado la Asociación que es, producir leche de buena calidad, siendo competitivos dentro del mercado y así mejorar los ingresos de los socios, con una adecuada comercialización y aprovechar la tecnología para la publicidad.

La investigación aborda el problema, seguidamente el objetivo general y tres objetivos específicos, adjuntando los antecedentes como base de la investigación y los fundamentos teóricos afines a las variables, el método utilizado es el hipotético-deductivo con tres tipos de investigación la descriptiva, documental y de campo; diseño no experimental también se determinó la población del estudio que son 26 socios.

Finalmente se presenta las conclusiones y recomendaciones, mismas que determinan que en su mayoría los socios viven de esta actividad y que en la actualidad poseen un ingreso económico muy bajo por la competencia en el mercado y la falta de tecnología.

1.1 Problema

1.1.1 Planteamiento del Problema

La leche es uno de los productos necesarios para la alimentación humana, y por la presencia de vitaminas (A, B12, D) y minerales (fósforo, potasio, calcio, magnesio, selenio, yodo, zinc) es de vital importancia en la lucha contra la desnutrición. (MAGAP, 2020). Sin embargo, uno de los problemas principales es la poca coordinación del sector pecuario con el Gobierno Nacional, así como el bajo consumo vinculado al bajo poder adquisitivo de la población que cada vez se demanda, este consumo se encuentra entre 95 y 100 litros per cápita, una cantidad muy por debajo de lo recomendado.

Además, los canales inadecuados de comercialización de leche hacen que se oferte a los intermediarios, quienes pagan a un precio por debajo del precio legalmente establecido. El Acuerdo Ministerial 394 señala que el costo oficial del litro de leche a los productores de USD 0,42. Para Jorge Garzón, presidente de (Asogan), dicho valor no es idóneo para el pequeño productor porque el cálculo de quienes producen leche establece que el costo de producción está entre USD 0,45 y USD 0,48; ya que junto con el pequeño productor trabaja la familia y para ellos es importante que el precio llegue a USD 0,45. (Ekos, 2019).

Es importante mencionar que durante la pandemia del Covid-19 la producción de leche no se detuvo gracias al trabajo duro de los productores, que de una u otra forma se mantuvieron en esta actividad a pesar de los bajos precios que pagaban y que no hubo ventas de sus productos debido al confinamiento, optaron por elaborar productos de manera artesanal y comercializaron adoptando el servicio de entrega a domicilio.

Así mencionan los autores Carriel et al. (2020) en su estudio que demostró que los productores lácteos continuaron brindando servicio de manera artesanal para poder subsistir económicamente con sus familias.

Con la investigación se pretende plantear estrategias para que la Asociación mejore los canales de comercialización, diversifiquen la producción, reduzcan la cadena de intermediarios

y mejoren el nivel de ingresos; además, fomentar a las personas el consumo recomendado de leche a nivel local y nacional.

1.1.2 Formulación del Problema

¿Cómo la producción y comercialización de la leche incide en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó del cantón Guaranda?

1.1.3 Justificación

El presente trabajo investigativo se enfoca en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó dedicada a la producción y comercialización de la leche ubicada en la parroquia Veintimilla de la ciudad de Guaranda, en donde por muchos años se ha venido practicando de manera tradicional esta actividad, debido a que no cuentan con recursos necesarios para llevar a cabo una producción tecnificada.

La producción de leche en la Asociación ha sido, desde sus inicios una actividad muy importante en la generación de recursos económicos y fuentes de trabajo para muchas familias con lo cual han logrado satisfacer las necesidades básicas, especialmente cubrir los gastos de la educación de sus hijos con la esperanza que un día lleguen a ser profesionales y ayuden a mejorar las condiciones de vida de toda la sociedad.

Gracias a la topografía y ubicación de los terrenos han podido mantenerse en esta actividad, a pesar de que se requiere de un esfuerzo grande en los cuidados de los animales y los procesos que se realiza para obtener el producto final, los precios han sido injustos.

Por ello es muy necesario el desarrollo de esta investigación que permitirá determinar la importancia que tiene este sector ya que es uno de los principales y vitales alimentos para el desarrollo del ser humano y que necesita el apoyo del gobierno en lo que respecta al cumplimiento del precio establecido, en el asesoramiento sobre las buenas prácticas de manufactura, los mismos que ayudarán a conseguir una producción y comercialización de calidad y con ello al mejoramiento de los ingresos económicos de los socios y sus familias, así mitigar el índice de abandono de las tierras por parte de sus habitantes.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

- Identificar la producción y comercialización de la leche y su incidencia en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango del cantón Guaranda.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar la importancia de la producción y comercialización de la leche a nivel local, regional y nacional.
- Describir los canales de comercialización para implementar una adecuada comercialización en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango del cantón Guaranda.
- Proponer estrategias para la producción y comercialización de la leche que permita el incremento de ingresos y la mejora de la calidad de vida de los socios de la asociación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Para Terán (2019), en el trabajo de investigación titulado "Análisis del mercado de la leche en Ecuador: factores determinantes y desafíos". Estudio realizado ante la Universidad Politécnica de Valencia, teniendo como objetivo analizar la situación actual del mercado de la leche en Ecuador, así como los factores y desafíos a los que se enfrenta dicho mercado. El autor plantea que, la producción de leche ha sido, desde sus inicios una actividad muy importante para el desarrollo del Ecuador, esta actividad ha creado muchas fuentes de trabajo y ha sido la única fuente de ingreso para muchos campesinos de las zonas altas del país. Con esta actividad, el país se ha logrado abastecer de uno de los principales y vitales alimentos para el desarrollo del ser humano, así como de sus derivados. Pero, hoy en día, a pesar de su importancia para el desarrollo del país, este sector está experimentando un sinnúmero de complicaciones debido a la suma de acontecimientos y decisiones tomadas por gobiernos a lo largo del tiempo.

Torres (2019) en la investigación titulada "Estudio de la producción de la industria láctea del cantón Cayambe en el período 2009-2015", estudio realizado ante la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, con el objetivo de realizar un estudio de la producción de la Industria Láctea del cantón Cayambe en el período 2009-2015.

Cabe mencionar la relevancia del estudio según la autora que, en todas las economías la productividad juega un papel fundamental en varios sentidos, sobre todo en las economías latinoamericanas, donde se presentan sectores de baja productividad, relacionados principalmente con sectores productivos tradicionales atrasados y con bajo progreso técnico. Este trabajo de investigación se ha desarrollado bajo una investigación cuali-cuantitativa utilizando fuentes primarias como entrevistas y encuestas a propietarios o representantes de empresas categorizadas como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de la industria láctea del cantón Cayambe; y, secundarias tales como documentos técnicos, libros, tesis, etc.

Barreno, (2018) en el trabajo de investigación sobre "La cadena productiva del sector lechero en el cantón Salcedo. Un estudio de la producción, acopio y comercialización de leche cruda". Estudio realizado ante la Universidad Técnica de Ambato, tuvo como objetivo analizar la situación actual de la Comercialización Asociativa en la producción de leche cruda en el marco de la cadena productiva en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

La relevancia de este estudio según el autor radica en la importancia de la potenciación al sector lechero que contribuirá a reducir la pobreza, debido a que esta actividad primaria es el principal dinamismo económico al que la población rural se dedica, además es en donde se localiza el mayor porcentaje de familias con escasos recursos y limitados ingresos. Cabe señalar que este trabajo de investigación fue realizado bajo la metodología cuantitativa ya que se tomó como población a los productores de leche cruda en el cantón Salcedo con un total de 188 productores.

En este trabajo investigativo se hace énfasis en que, un eslabón fundamental en la producción de alimentos de primera necesidad como es la leche, es la tecnología que contribuye directamente a mejorar tanto la producción como en la comercialización de esta manera el producto se mantiene en óptimas condiciones para su venta y/o consumo, pero para las pequeñas industrias el adquirir la tecnología involucra a los productores en incurrir en considerables gastos; por ello este trabajo se relaciona con la presente investigación pues trata de los componentes de una cadena de valor dentro de la industria lechera donde la tecnología juega un papel fundamental para la producción y comercialización de una manera certificada con el cumplimiento de normas y leyes establecidas.

Malca (2017), presenta como investigación el trabajo titulado “La Producción y Comercialización de la leche y su incidencia en el desarrollo socio económico de la Parroquia San Juan, cantón Riobamba periodo 2015”. Este estudio fue realizado ante la Universidad Nacional de Chimborazo, con el objetivo de conocer la producción y comercialización de la leche y su incidencia en el desarrollo socio económico de la parroquia San Juan, Cantón Riobamba periodo 2015, siendo la relevancia del estudio según la autora el abordaje de las teorías de la producción y comercialización de la leche las cuales constituyen una actividad de gran importancia para los productores, el mismo que es la fuente de ingreso de la economía familiar, y por ende de la parroquia San Juan. Cabe señalar que en la actualidad esta actividad se ha visto afectada por la inadecuada comercialización del productor al consumidor o empresas pasteurizadoras.

Este trabajo investigativo se desarrolló bajo la metodología descriptiva, cuantitativa; aplicándose una encuesta a 315 personas que se dedican a la ganadería. En el trabajo de investigación se hace referencia que la producción y comercialización de la leche es la principal fuente de ingresos para las familias, por lo tanto, es un aporte significativo para el desarrollo socio económico de los productores, y en sí de la parroquia San Juan, por lo cual este trabajo tiene una estrecha relación al tema en investigación ya que trata de variables similares en un

lugar diferente, puesto que la mayor parte de los pequeños productores de leche de la sierra ecuatoriana viven la misma realidad.

Es muy importante resaltar las posiciones de cada uno de los autores estudiados puesto que, denotan la importancia de la actividad lechera ya que ha sido una fuente de ingresos para muchas familias especialmente de las zonas rurales, que a pesar de las dificultades y desafíos que han tenido que enfrentar se han mantenido y muchos de ellos han logrado mejorar sus producciones donde la asociatividad ha jugado un papel muy importante, puesto que al organizarse las asociaciones se les ha facilitado obtener financiamiento, establecer políticas públicas en beneficio del sector, adquirir maquinarias e implementos necesarios para los distintos procesos productivos para que los centros de acopio y las plantas procesadoras sean de última tecnología, así facilitar la producción y por ende la calidad de vida de los socios y sus familias.

2.2 Fundamento Teórico

Esta investigación se fundamenta en la descripción de diversas teorías los mismos que permitirán la comprensión de la incidencia de la producción y comercialización de la leche en los ingresos de los socios de la Asociación.

2.3 Datos Generales de la Asociación

2.3.1 Reseña Histórica

Los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacungo son herederos de una familia que, en la época de las haciendas solían ser siervos de los dueños de una hacienda y que al terminar aquella época lograron comprar la propiedad y radicarse organizándose como una comunidad, para lo cual solicitaron de un préstamo de alta suma de dinero y conseguir el pago. Posteriormente para cumplir con el pago del crédito tuvieron que hacer grandes sacrificios como son: producción y venta mancomunadamente de especies menores y mayores, cultivos en grandes extensiones de hortalizas y tubérculos andinos y lo más representativo fue la producción de leche; inicialmente esta producción lo desarrollaban de forma empírica que con el paso del tiempo fueron poco a poco organizándose hasta que en el año 2014 consiguieron un proyecto de mejoramiento de pastos y ganados que fue de gran ayuda para todos los beneficiarios, gracias a ello han conseguido mantenerse conjuntamente.

La Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango con el apoyo de MAG Bolívar se legalizó como una sociedad el 18 de abril de 2016 con el fin de organizarse y mejorar la calidad de vida a través del mejoramiento de la producción y comercialización de la leche y como complemento la agricultura. Actualmente en la Asociación se produce alrededor de 100 a 150 litros de leche diariamente debido a que los animales se encuentran en el periodo de gestación y además, muchos de los socios han decidido abandonar esta actividad remplazando por la crianza de ganado bovino para la comercialización de carne y la producción de especie menores para sustentarse hasta el próximo periodo de producción de la leche.

2.3.2 Misión

Producimos y comercializamos leche enfocándonos en la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, trabajamos dando valor al esfuerzo que han realizado nuestros antepasados al poseer suelos óptimos con los recursos necesarios para la producción, generando empleo e ingresos para todos los involucrados y comprometidos con la conservación y el cuidado de la naturaleza.

2.3.3 Visión

Ser una organización líder en producción y comercialización de leche con estándares de calidad garantizados, implementando la tecnificación y la innovación en los procesos productivos y extender nuestro portafolio con subproductos como bebidas lácteas y variedades de quesos que mejoren la calidad de vida nuestros productores.

2.3.4 Objetivo empresarial

Mantenerse organizados y convertirse en la máxima y mejor proveedora de leche de calidad de la zona, con la certificación correspondiente y conseguir el posicionamiento en el mercado local y nacional.

2.3.5 Localización:

La Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango se encuentra en la parroquia Veintimilla, cantón Guaranda, a 19 km dirigiéndose por la vía Guaranda-Gallo Rumi- Riobamba, aproximadamente a 30 minutos del centro de la ciudad, donde se mantienen vivas las costumbres especialmente la cultura, lengua, tradiciones y las

formas de vida. Sus habitantes se dedican a la agricultura, la ganadería y el comercio. Los adultos habitan en su mayoría en los alrededores de la Asociación y los jóvenes gracias a los estudios obtenidos laboran en instituciones públicas y privadas, quienes no abandonan sus raíces optando por mantenerse unidos y sobresalir de manera conjunta en todo lo que se logre como organización.

Por otro lado, mantienen viva la práctica del trabajo comunitario (minga) la cual facilita el desarrollo de cualquier actividad de manera eficaz y para ello se reúnen los fines de semana y feriados para mantener en orden la Asociación y dar el cumplimiento a los trabajos planificados; por lo tanto, se pretende a corto plazo implementar la producción y comercialización tecnificada adquiriendo animales de raza y pastizales mejorados los cuales serán de gran aporte para el desarrollo de la organización.

Figura 1. Ubicación de la Asociación



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Ñusta Yumbay

2.3.6 Límites

Tabla 1. Límites de la Asociación

Norte	Comunidad de Arenal
Sur	Comunidad de San Antonio
Este	Comunidad de Ganquis
Oeste	Comunidad de San Antonio

Fuente: Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango

Elaborado por: Ñusta Yumbay

2.3.7 Matriz FODA

Tabla 2: Análisis FODA de la Asociación

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los socios cuentan con propiedades propias. ✓ Cuentan con sistema de riego. ✓ Factibilidad para realizar trabajos comunitarios. ✓ Confianza de los consumidores. ✓ Capacidad suficiente para la manutención de los animales. ✓ Gran experiencia en la producción de leche. ✓ Personal capacitado en el cuidado de los animales y en la elaboración de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor demanda de las industrias de la leche por su higiene. ✓ Alta demanda de leche por su calidad. ✓ Innovación de cartera de productos. ✓ Crecimiento del mercado interno y externo. ✓ Implementación de nuevas formas de comercialización. ✓ Aparición de nuevos socios. ✓ Posibilidad de establecer alianzas estratégicas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de asesoramientos a los socios. ✓ Capacidad de financiación y recursos limitados. ✓ Ausencia de marketing en redes sociales. ✓ Producción y comercialización tradicional. ✓ Cartera de productos limitada. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrada de competidores potenciales. ✓ Bajos precios de los competidores. ✓ Elevados costos en la adquisición de nuevas tecnologías. ✓ Cambios climáticos extremos. ✓ Presencia de enfermedades en los animales.

Fuente: Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango

Elaborado por: Ñusta Yumbay

2.3.8 Estructura organizacional

Figura 2. Organigrama funcional de la Asociación



Fuente: Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango

Elaborado por: Ñusta Yumbay

2.3.9 Valores Corporativos

- Trabajo en equipo
- Priorizan a los socios de la Asociación.
- Son responsables del trabajo que desempeñan.
- Trabajan constantemente en medidas que reduzca el impacto en el medio ambiente.
- Trabajan en busca de un crecimiento sostenible basado en la responsabilidad y la cooperación.

2.4 Producción

2.4.1 Concepto de Producción

La producción es la idea que mantienen los consumidores a preferir que los productos estén en stock de forma accesible y que la organización debe por lo tanto enfocarse al incremento de la producción, eficiencia y distribución (Morán, 2021).

La producción es un proceso que innova los bienes y servicios, al mismo tiempo que da paso a la satisfacción de las necesidades y que contribuye al desenvolvimiento de los empleados ofertando los productos a precios cómodos. (Zamboni & Martínez, 2022).

2.4.2 Leche

La leche es un alimento sumamente indispensable en la dieta de los seres humanos, ya que posee proteínas, vitaminas, minerales, grasas y calcio. Según diversas investigaciones realizadas por la Organización Mundial de la Salud y otras instituciones a favor de la salud, los niños de 6 a 23 meses de edad necesitan consumir de 200 a 400 ml de leche o yogurt cada día. Composición de la leche (Malca, 2017)

La leche está compuesta por diversos factores genéticos y ambientales entre los que tenemos:

Tabla 3: Componentes de la leche

Componentes	Valor (%)
Agua	88
Proteínas	3,2
Energía (kcal)	61
Grasa	3,4
Lactosa	4,7
Cenizas o minerales	0,72

Fuente: Elaboración propia

2.4.3 Variedad de leche y sus derivados

De acuerdo con Agudelo & Bedoya, (2015) La leche acorde a su porcentaje de grasa, peso, acidez y demás características hacen la una diferente de otra, siendo las de mayor consumo los siguientes:

- Leche de sabores
- Leche descremada
- Leche entera
- Leche deslactosada
- Leche descremada
- Quesos
- Crema de leche
- Yogurt

2.4.4 Calidad de la leche

La higiene alimenticia es relevante ya que comprende las condiciones y medidas indispensables para asegurar la calidad de los alimentos en todas las etapas de desarrollo de la

cadena alimenticia; desde la producción primaria, elaboración, distribución de un producto de consumo hasta el final (Barreno, 2018)

Para la pequeña industria lechera es importante producir de manera eficaz e higiénica la leche, pero los pequeños productores poseen muchas limitaciones; entre estas, el potencial genético de sus animales, así como el alto nivel de contaminación bacteriana del producto.

El principal objetivo es la producción de leche de calidad y que este producto sea sacado de animales en buen estado de salud. Por esto, es necesario el direccionamiento para la producción higiénica de leche, con el fin de tener resultados en la recolección y comercialización de recipientes adecuados (Guevara-Freire et al., 2019).

2.4.5 Consumo de leche

La leche es un alimento necesario para la dieta del ser humano, es una fuente de calcio. La leche de vaca es diferente a la leche humana, tanto en la cantidad como en la calidad de los nutrientes, por ello, es así que los lactantes menores de 6 meses no recomiendan el uso o sustitución de la leche de vaca por la leche materna, exceptuando casos en donde se modifica por medio de la adición de azúcar, agua, azúcar y micronutrientes, con la finalidad que pueda sustituirse en un plazo corto (Contero et al., 2021).

2.4.6 Producción de lechera en el Ecuador

El Ecuador es un país con un incremento alto de producción de ganado vacuno y leche, acorde a la tendencia del mercado productivo en el país se muestra una preferencia en el alza del 25% al 30% en los últimos años, tanto en la producción de litro de leche como en la unidad de producción agropecuaria (Morán, 2021).

La producción y comercialización de leche sirve de sustento económico para las familias en especial de la zona rural.

Las provincias con altos índices de producción lechera son: Cotopaxi, Chimborazo y Manabí; las cuales se caracterizan para una mayor especialización en la productividad lechera, por disponer los mejores animales con relación a la genética de alto nivel (Buestan, 2022).

En 2015, el total de cabezas de ganado reportado ha sido de 4.12 millones de diferentes regiones.

Tabla 4. Número de cabezas de ganado por regiones

REGIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Costa	1,770,143	43.01%
Sierra	1,941,730	47.18%
Oriente	391,160	9.51%
Zona no limitada	12,180	0.30%
TOTAL	4,115,213	100%

Fuente: Elaboración propia

La región sierra posee el mayor porcentaje de cabezas de ganado en comparación a otras regiones; esto debido a las altas extensiones de pastizales que posee y a la riqueza de los suelos.

2.4.7 Producción de leche por regiones

En total se produjo a nivel nacional 4,98 millones de litros, con un número de vacas ordeñadas 860.886 con un rendimiento a nivel nacional de 5.79 litros/vaca a lo largo y ancho de todas las regiones (Gonzales, 2022).

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en 2020 la producción de leche en Ecuador fue de 6.152.841 litros cada día, lo que implica que la producción de leche cruda tuvo una reducción del 6 % en relación con el 2019. Las cifras, entonces, visibilizan las implicaciones de tipo económico, social y de consumo generadas por la pandemia de COVID-19. (CIL Ecuador, 2021)

2.4.8 Producción de leche en Guaranda

Existe alrededor de 4536 litros de leche recogidos diariamente mismos que son trasladados y llevados a empresas pasteurizadoras, para ser industrializadas y posterior entrega en los hogares (Moposita, 2022).

2.5 Comercialización

2.5.1 Concepto

La comercialización es un proceso por medio del cual las empresas construyen un valor para sus clientes estableciendo relaciones estables con ellos, y obtuvieron el valor de la clientela.

La comercialización es de gran relevancia para el área industrial lechera, puesto que permite conocer las necesidades de los clientes a la vez que ofrece un producto que cumpla con los estándares de calidad en cada uno de los productos que reparte la empresa (Guerrero et al., 2015).

2.5.2 Importancia

La comercialización es un conjunto de procesos que poseen una comunicación ideal que combina aspectos como: la publicidad y la promoción del producto y servicio ofertado por una empresa a sus clientes, es decir es importante, ya que facilita la accesibilidad de un nuevo producto o mantener este en el mercado local o incluso internacional, por medio, de la participación en eventos públicos como ferias o exposiciones; misma que contribuye al fortalecimiento de las capacidades del área industrial y empresa la cual incrementa sus ventas (Chavarrin et al., 2018).

2.5.3 Canales de comercialización

Los canales de comercialización son un conjunto de organizaciones que se interconectan entre sí, dando lugar a la participación a la relación entre consumidores y vendedores.

Los canales de comercialización benefician a la empresa en las áreas investigativas, de promoción, distribución; para que el producto llegue hasta el hogar del usuario final a satisfacer sus necesidades (Agudelo & Bedoya, 2015).

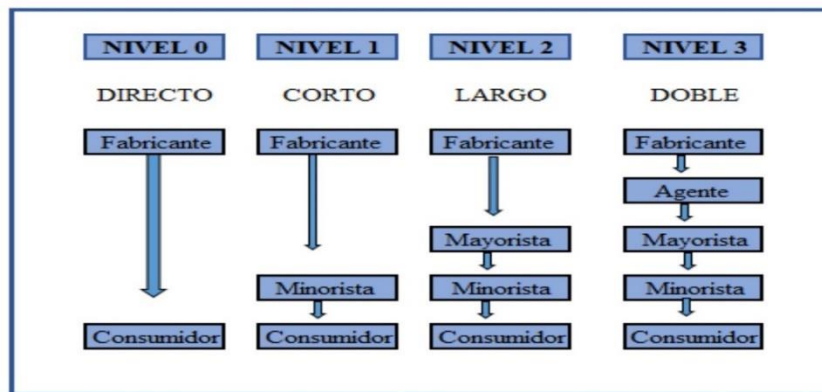
Los canales de comercialización pueden incluir canales mayoristas y minoristas.

2.5.4 Tipos de canales de comercialización

Existen dos tipos de canales:

- **Canal directo.** - El productor o fabricante expide el producto de forma directa al consumidor, sin la utilización de intermediarios (Olhagaray & Espinoza, 2017).
- **Canal indirecto.** - El canal indirecto es conocido por la participación de intermediarios entre el proveedor y el usuario final; el tamaño de canales entre el que provee y el que utiliza finalmente el producto es largo y dependerá del número de participantes que estén inmersos dentro de este recorrido (Coronel et al., 2022a).

Figura 3. Tipos de canales de comercialización



Fuente: Elaboración propia

- **Canal Directo.** - Este tipo de canal no consta de intermediarios, básicamente su trabajo trata de fabricar el producto o servicio y venderlo de forma directa a un consumidor final por ello es de responsabilidad únicamente del fabricante la transportación, el almacenamiento y la comercialización (Martínez et al., 2017).
- **Canal Corto.** - Este canal posee un intermediario, es decir, que el fabricante sirve de proveedor de una tienda o un supermercado.
- **Canal Largo.** - Este canal se ve efectuado por dos niveles de intermediario, mayoristas, tiendas pequeñas y los consumidores finales.
- **Canal Doble.** - Este canal posee tres niveles intermediarios los cuales son: firmas comerciales, valiéndose como agente intermediario, los mayoristas, los detallistas y finalmente llega el producto a los consumidores (Coronel et al., 2022b)

Los canales de distribución hacen la diferencia del éxito o el fracaso de una empresa, puesto que se debe elegir de una manera eficaz como llegar a los clientes, satisfaciendo sus necesidades sin atentar contra los intereses de la empresa (Fernández et al., 2015)

2.5.5 Funciones de los canales de comercialización

De acuerdo con Morales & Cameron, (2022) los canales de comercialización son desarrollados a través de varias funciones importantes que ayudan a completar la transacción de una empresa.

- **Investigación:** recaba información necesaria para la planificación y el intercambio.
- **Promoción:** crea y difunde mensajes persuasivos en relación al producto.
- **Contacto:** Busca y encuentra a compradores potenciales para comunicarse.

- **Adaptación:** en esta área modela y ajusta el producto o servicio a las necesidades del consumidor, por ello, es necesario las actividades de fabricación, clasificación, empaçado y ensamblado (Castignani, 2022).
- **Negociación:** en este aspecto se trata los acuerdos con los clientes acerca del precio del producto, con el objetivo de efectuar una transferencia entre el productor y los intermediarios.
- **Distribución física:** en esta área se asume la responsabilidad en relación al transporte y almacenamiento de bienes.
- **Financiamiento:** Se debe obtener y utilizar los fondos que ayuden a cubrir los costos de la operación de la industria.
- **Aceptación de riesgos:** Asumir los riesgos propios de la operatividad de la industria y de su comercialización.

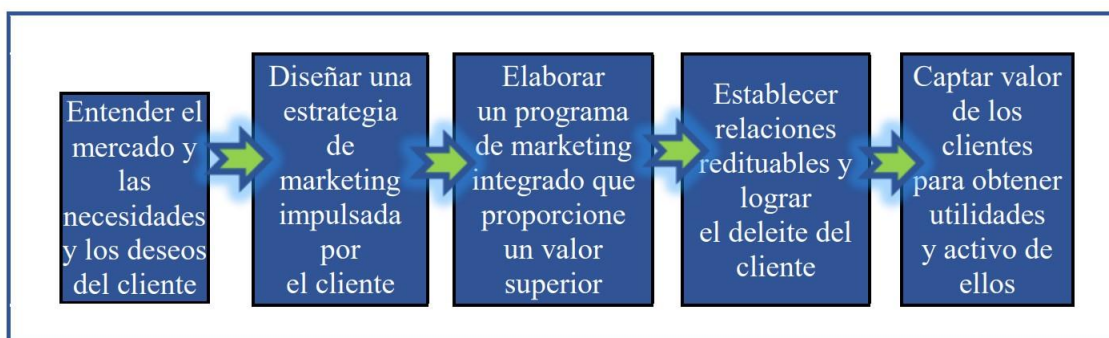
Las primeras cinco funciones colaboran con la preparación de la venta. Mientras que las tres finales dan paso al cumplimiento de las transacciones que ha empezado.

2.6 Concepto de marketing

El marketing es un proceso de socialización y de la administración por medio del cual los sujetos y las empresas obtienen lo necesario para intercambiar su valor con otros productos. Dentro del área de negocios el marketing crea un valor agregado en relación a su producto y la forma de venta a los clientes (Muñoz et al., 2022).

Generalmente las empresas desenvuelven actividades de propaganda comercial y publicitaria con el objetivo de dar a conocer su producto o servicio para que éste sea comprado y satisfaga las necesidades de los clientes (García et al., 2018).

Figura 4. Procesos de marketing



Fuente: Elaboración propia

El marketing debe estudiar las necesidades de los clientes, para que la empresa pueda introducir estrategias que permitan crear productos de manera eficaz y así llegar al cliente.

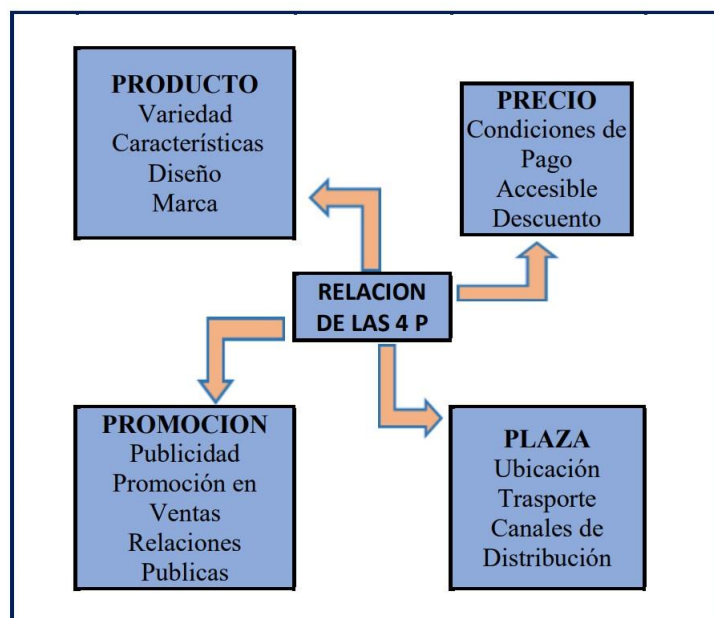
2.7 Marketing mix

El marketing es el conjunto de herramientas tácticas que controlan la mercadotecnia que combina la empresa al producir una respuesta en el mercado, la varianza de la mercadotecnia influye en la empresa y en la demanda de cada uno de los productos ofertados.

El marketing mix hoy es una herramienta identificada como la 4 “P” misma que utilizan las empresas para establecer técnicas de marketing y alcanzar los objetivos propuestos, es decir precio, promoción, producto y plaza; mismas que son técnicas que por medio de un estudio de mercado alcanzan el máximo beneficio en la venta de un servicio o producto, teniendo como opción controlar los componentes del marketing mix (Carrasco et al., 2022).

Las cuatro P son utensilios relevantes para la organización ya que dan paso a establecer la relación efectiva con los clientes, misma que permite el posicionamiento de la empresa en el mercado y satisface las necesidades de los consumidores (Temboury, 2020).

Figura 5: Relación de las 4P



Fuente: Elaboración propia

2.7.1 Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer dentro de un mercado para ser ofertado y satisfacer las necesidades de un producto (Selman, 2017).

Los productos pueden ser tangibles e intangibles y son ofertados por las empresas para generar una interrelación mutua entre el cliente y la empresa, donde ambas partes reciben algo en beneficio del otro (Peralta et al., 2022).

2.7.2 Precio

De acuerdo con Calva & Mesías, (2019) el precio es la cantidad de dinero que los clientes otorgan al vendedor para adquirir sus productos.

El precio es el valor monetario que otorgan los clientes por recibir un servicio o producto, hola asimismo existen varias formas de pago entre éstas; en efectivo, cheques, tarjetas de crédito y demás; por tanto, el precio se dará acorde a una investigación previa dentro de un mercado, el precio es el único elemento del marketing mix que proporciona ingresos para la empresa (Suárez, 2018)

2.7.3 Plaza

La plaza incluye las actividades de la Asociación la cual pone a disposición el producto de los consumidores.

La plaza se define como el lugar de comercialización del producto o servicio ofertado por una industria, la cual se debe considerar luego del manejo y la distribución de las condiciones adecuadas hasta poner a disponibilidad del cliente (Federación Andaluza de Mujeres Empresarias Autónomas, 2015).

2.7.4 Promoción

La promoción es una técnica que combina los métodos individuales relacionados con la publicidad, las ventas personales y la promoción en una campaña comunicativa e integrada. Promocionar significa comunicar, informar y persuadir a los interesados para adquirir valores económicos para la empresa (CEPAL, 2009).

La promoción está constituida por promoción de ventas, fuerza de ventas, ventas personales, publicidad, comunicación interactiva, relaciones públicas, marketing de venta por catálogos y páginas web; etc.

2.8 Canales de comercialización de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó del cantón Guaranda.

- **Canales directos.** - Este canal de comercialización es utilizado por la mayoría de los productores especialmente pequeños productores que habitan cerca de la Asociación y pueden realizarlo por medios propios, éstos son los encargados de comercializar y entrega del producto a la microempresa cercana donde transforman en derivados.
- **Canales Indirectos.** - Este canal lo emplean muy espontáneamente los productores que tienen una cantidad grande de leche, los cuales utilizan a intermediarios para comercializar y manipular los productos, debido al trabajo y tiempo que requiere para hacerlo por su propia cuenta, los cuales indican que muchas veces han sido perjudicados por los intermediarios ya que han alterado la composición de la leche y su precio y las quejas vienen hacia los productores.

2.8.1 Tipos de canales

- **Nivel 0.-** este canal no tiene ningún tipo de intermediarios, hoy simplemente el productor oferta el producto al consumidor final.

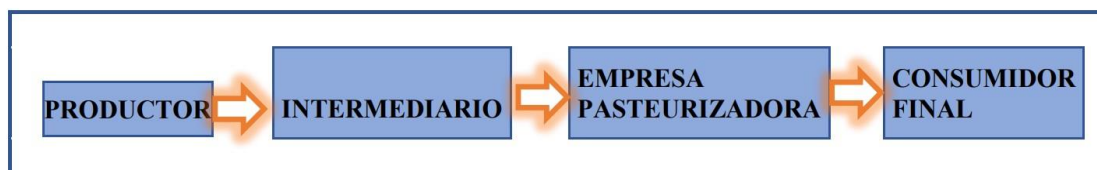
Figura 6. Tipos de canales nivel 0



Fuente: Elaboración propia

- **Nivel 2.-** Dentro de este canal el productor entrega el producto a los intermediarios y pasa a la empresa productora de pasteurización donde es procesada la leche y se obtiene un producto que va a hacer ofertado en el mercado.

Figura 7. Tipos de canales nivel 2



Fuente: Elaboración propia

2.9 Desarrollo

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador el desarrollo está organizado a través de un conjunto dinámico y sostenible en los sistemas políticos, económicos, ambientales y socioculturales; garantizando la realización del buen vivir conocido como Sumak Kawsay.

2.9.1 Desarrollo socio económico

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece que un sistema de inclusión está complementado por la salud, seguridad social, cultura física, disfrute del tiempo libre, población, comunicación y seguridad, seguridad humana y transporte.

Por tanto, el Estado generará condiciones de protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas; asegurando los derechos y principios reconocidos por la Constitución.

- **Educación.** - Actualmente la educación es un derecho de los ciudadanos, permitiendo el libre acceso a los servicios educativos, esto gracias a los programas que se implementan por el gobierno mejorando las capacidades de las personas sin importar su edad, religión, estado físico, status social y etnia. Con el objeto de reducir la tasa de alfabetización y mejorar su calidad de vida (Arévalo, 2016)
- **Salud.** - En la actualidad las personas han mejorado notoriamente pero aún persisten diversos inconvenientes, a través, de la incorporación de proyectos de salud, prevención comunitaria y familia en los múltiples niveles de atención que mejoran la calidad de vida de los individuos (Corrales, 2015).
- **Vivienda.** - Todos los seres humanos tienen derecho a una vivienda digna, los gobiernos a través de programas y proyectos mejoran las condiciones de vida de los sujetos, dotando de albergues a personas de escasos recursos (Mancero, 2011).

- **Alimentación.** - La alimentación conforma un eje importante en la vida diaria de los seres humanos, puesto que esta conforma la concepción de alimentos saludables.
- **Desarrollo económico.** - El desarrollo económico es un proceso integro tanto social como económico que conlleva la expansión continua del potencial económico, de auto sostenimiento de la expansión en la mejora general de la sociedad. El desarrollo económico es la capacidad que posee el estado para crear riqueza con el objetivo de mejorar las condiciones de vida y el trabajo de las personas.

Se comprende que el desarrollo económico general hace énfasis a las acciones que sostiene las autoridades y la sociedad, que logren contar con alternativas que satisfagan sus aspiraciones por medio de la utilización de los recursos, poniendo en marcha diversas actividades y proyectos (Proaño et al., 2019).

- **Crecimiento económico.** -Es un aumento en el volumen de bienes y servicios terminados producidos en el país.

Durante un período de tiempo, el crecimiento económico se logra aumentando el porcentaje del PIB en precios comparables en el año base, normalmente dentro de un año.

Por lo tanto, debido al crecimiento económico los trabajadores tienen cada vez más herramientas para realizar sus tareas, como máquinas y equipos (CEPAL, 2009).

Mientras aumenta su contribución, cierto, el crecimiento económico, aumentando la riqueza de un país también mejora su capacidad para reducir la pobreza y resolver problemas otros temas sociales. Para lograr el desarrollo sostenible, se debe cultivar el crecimiento económico, continuar logrando frutos del desarrollo humano tales como mejores conocimientos y habilidades laborales y destrezas para utilizarlas con eficacia más y mejores empleos, mejores condiciones para el desarrollo de nuevas empresas; la toma de decisiones en todos los niveles es más democrática (CEPAL, 2001)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGIA

3.1 Método

El método de investigación que se utilizó en el desarrollo del trabajo de investigación es el siguiente:

Hipotético -Deductivo: Para el desarrollo de la investigación se aplicó este método que, según Caldach (2017) es el método que consiste en ir de lo general a lo particular mediante el uso de argumentos, utilizando la lógica para llegar a conclusiones a partir de determinados indicios. Por lo que cabe señalar que este método nos permitió identificar la incidencia de producción y comercialización de la leche en los ingresos de los socios de la Asociación partiendo desde la importancia de este sector a nivel local, regional y nacional.

El método hipotético deductivo tiene los siguientes pasos:

3.1.1 Observación de hechos-Planteamiento del problema:

Según Vásquez (2016) la observación es un método que hace uso del sentido de la vista, a fin de prestar atención a las conductas o características del objeto o hecho de estudio.

Para el desarrollo de este trabajo investigativo se procedió hacer la observación directa a los espacios donde se desarrolla la actividad lechera en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango del cantón Guaranda donde cada productor aporta con gran información para el desarrollo de la investigación.

3.1.2 Formulación de la hipótesis:

Para los efectos de este trabajo de investigación se formuló la hipótesis que se sometió a la comprobación, se formuló la variable dependiente e independiente siendo los ingresos y la producción y comercialización de leche respectivamente.

3.1.3 Deducción de consecuencias de la hipótesis:

Se desarrolló por medio de la comprobación de las hipótesis con la observación de las variables siendo los ingresos de los socios la consecuencia de la hipótesis formulada.

3.1.4 Contrastación/ verificación de hipótesis:

Con la información obtenida se logró comprobar y verificar la hipótesis. En efecto al problema planteado la Asociación a través de estudios, teoría y conceptos de algunos autores

mediante técnicas e instrumentos de investigación empleados se validó la hipótesis en el desarrollo de la investigación.

3.2 Tipo de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se procedió realizar mediante la investigación descriptiva.

3.2.1 La Investigación descriptiva:

Según Malgesini (2018) se enfoca a describir la realidad de determinados sucesos, objetos, individuos, grupos o comunidades a los cuales se espera estudiar. Mediante este tipo de investigación, la descripción de un hecho o situación concreta va más allá de un simple detalle de características, consiste en una planificación de actividades encaminadas a examinar las particularidades del problema, formular una hipótesis, seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar.

Cabe destacar que para el efecto de la investigación se procedió a describir la situación económica y social en la que viven los socios de la Asociación quienes son los actores principales en la producción y comercialización de la leche.

3.2.2 Investigación documental:

De acuerdo con Hernández et al., (2014) se sustenta a partir de fuentes de índole documental, es decir, se apoya de la recopilación y análisis de documentos.

Para la realización de la investigación se acudió a diferentes fuentes de información como en sitios web, tesis y artículos relacionados con la producción y comercialización de la leche y su incidencia, los mismos que permitieron recabar información suficiente para la comprensión de la investigación.

3.2.3 Investigación de campo:

Según Arias et al. (2016) define como el procedimiento que emplea el método científico para la obtención de nuevos conocimientos y que es realizada en el lugar donde suceden los hechos o el fenómeno de estudio.

En efecto se utilizó la investigación de campo porque se llevó a cabo en el lugar de los hechos, donde los socios de la Asociación aportaron con la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

3.3 Diseño de la investigación

En cuanto al diseño de la investigación se empleó dos diseños que se detallan a continuación:

3.3.1 Investigación no experimental

Para el desarrollo de esta investigación se puso en práctica el aporte de Vásquez (2016) que menciona que, en el diseño no experimental el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo.

Por ello para alcanzar los objetivos de la investigación la autora acudió a realizar la observación directa a la Asociación, pero no se manipularon las variables de estudio para no alterar los resultados de la investigación.

3.4 Técnicas de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

Según Terreros (2021) la encuesta es “un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas”.

Para la realización de esta investigación se desarrolló una encuesta a los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacungo con el fin de conseguir información veraz desde sus realidades.

3.4.2 Instrumentos

Para Hernández, Fernández & Baptista (2014) un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se aplicó un cuestionario de 10 preguntas a los socios que conforman la Asociación quienes son productores de la leche, con el objetivo de obtener información real y oportuna que facilite el análisis de la hipótesis.

3.5 Población de estudio y tamaño de muestra

3.5.1 Población

Para Arias, Villasís & Miranda (2016) “es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminadas”.

Para la realización de esta investigación se consideraron como población los 26 socios de la Asociación en estudio que se dedican a la actividad de la ganadería.

3.5.2 Muestra

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) la muestra es “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. En vista de que la población involucrada en la presente investigación es un grupo reducido no fue necesario determinar ningún tipo de muestra y se tomó a los 26 socios de la Asociación.

3.6 Hipótesis

Según Arias et al. (2016) la hipótesis es una idea que puede no ser verdadera, basada en información previa.

H₁: La producción y comercialización de la leche incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda.

H₀: La producción y comercialización de la leche No incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda.

3.7 Métodos de análisis y procesamiento de datos

3.7.1 Técnicas de procesamiento de información

Para el procesamiento de información de este trabajo de investigación se procedió a realizar el análisis de la información obtenida como resultado del trabajo del campo, utilizando los programas Microsoft Excel e IBM SPSS Statistics, en este último finalmente se efectuó la comprobación de la hipótesis mediante el programa SPSS.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de los resultados

Para el efecto del análisis de los resultados se procedió a procesar la encuesta con sus respectivos análisis e interpretaciones donde se logró alcanzar los objetivos de la investigación que es mejorar la producción y comercialización de la leche en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó con la aplicación del plan de mejora para poder solucionar el problema.

4.1.1 Resultados alcanzados de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó.

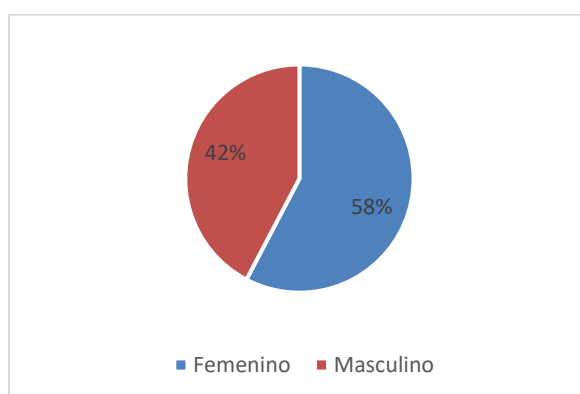
1. Indique su género

Tabla 5. Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	15	58%
Masculino	11	42%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación

Figura 8. Género



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango se determinó que el 58% corresponde al género femenino y el 42% al género masculino. Se evidencia que la mayor parte de personas que conforman la Asociación son mujeres ya que los jefes del hogar debido a sus ocupaciones la mayoría viven lejos de sus tierras.

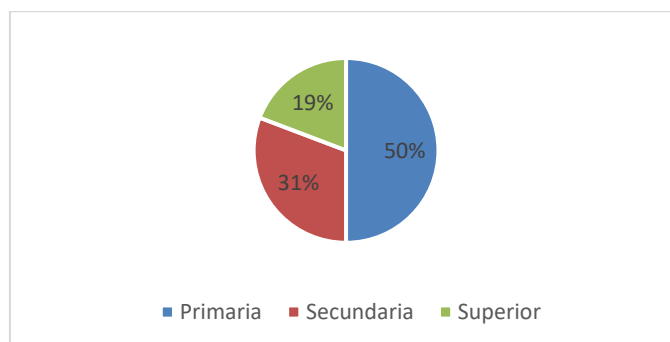
2. ¿Cuál es su nivel de educación

Tabla 6. Nivel educativo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	13	50%
Secundaria	8	31%
Superior	5	19%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación

Figura 9. Nivel educativo



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación

Análisis e interpretación

El 50% de las personas encuestadas indican que poseen la primaria, siendo ellos los fundadores, mientras que el 31% poseen la secundaria y el 19% poseen el nivel superior.

Esto debido a que gracias al esfuerzo de los padres los jóvenes han logrado terminar sus carreras profesionales.

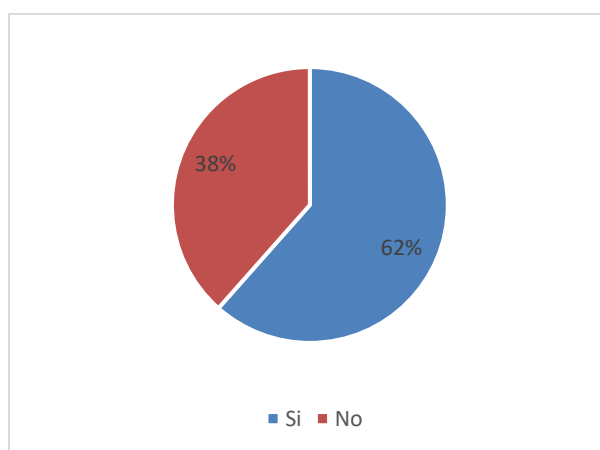
3. ¿La actividad lechera es la principal actividad a la que usted se dedica?

Tabla 7. Principal actividad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	62%
No	10	38%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 10. Principal Actividad (leche)



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados se obtiene que, para el 62% la actividad lechera es la principal actividad a la que se dedican, mientras que para el 38% no lo es, esto debido a que las personas mayores al no acceder a una educación no tienen otras ocupaciones mientras que los jóvenes al obtener su profesión prestan servicios en actividades ajenas a la ganadería.

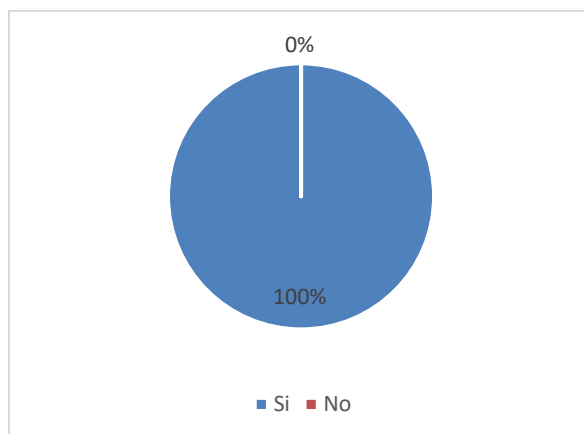
4. ¿La producción y comercialización de leche es de gran relevancia para sus ingresos económicos?

Tabla 8. Relevancia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	100%
No	0	0%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 11. Relevancia



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados responden que la producción y comercialización de leche es de gran relevancia en la generación de ingresos. Se deduce que para todos los socios de la Asociación es una fuente de ingresos importante, pues indican que los socios jóvenes poseen animales en producción, pero por los empleos y ocupaciones se encuentran lejos y han optado en encargar a sus padres, familiares o vecinos que realicen todo el proceso de la producción así beneficiándose entre las dos partes.

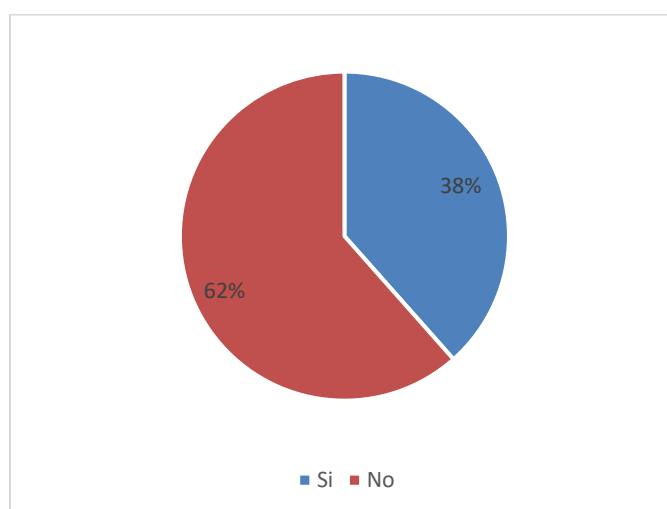
5. ¿Gracias a la producción y comercialización de leche usted puede generar fuentes de empleo para los lugareños?

Tabla 9. Genera empleo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	38%
No	16	62%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 12. Genera empleo



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados el 62% indican que no generan empleo para los lugareños, mientras que el 38% si generan empleos, esto debido a que la mayoría han sido autosuficientes en los trabajos que requiere esta actividad, y muy pocos especialmente los profesionales que cuentan con animales en producción generan y que tienen otras ocupaciones generan empleo para la gente de la zona, así disminuyendo la migración hacia las grandes ciudades.

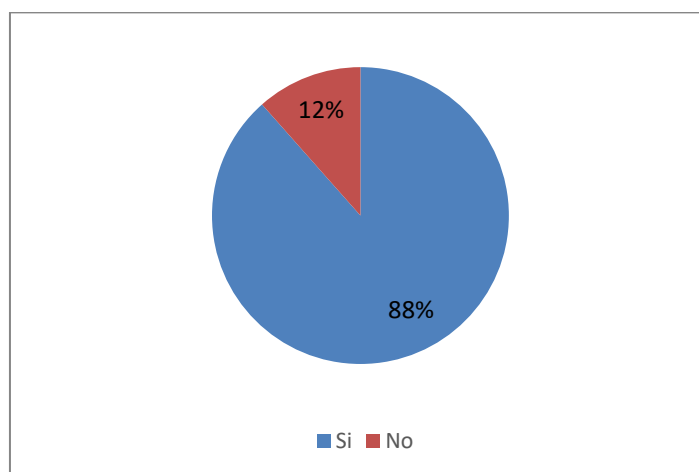
6. ¿La intervención de los intermediarios afecta a la comercialización de la leche?

Tabla 10. La intermediación afecta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	88%
No	3	12%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 13. La intermediación afecta



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

El 88% de los socios encuestados manifiestan que la intermediación si afecta a la producción y comercialización de leche y el 12% indican que no afecta. Lo que se deduce que a la mayor cantidad de socios afecta la presencia de los intermediarios ya que son ellos quienes en muchas ocasiones alteran los precios de la leche por el simple hecho de trasladar de un lugar a otro, mientras que los productores con tanto sacrificio y sin importar las estaciones del año o los cambios climáticos trabajan diariamente para obtener ingresos que muchas veces no abastecen a cubrir las necesidades.

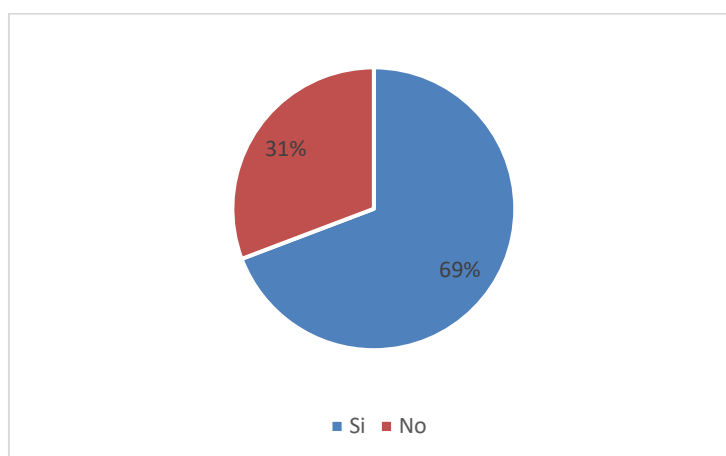
7. ¿El dinero que recibe por la actividad lechera logra satisfacer las necesidades básicas de su familia?

Tabla 11. Satisfacción de necesidades

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	69%
No	8	31%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 14. Satisfacción de necesidades



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

El 69% de encuestados indican que la actividad lechera si logra cubrir las necesidades básicas de sus familias, mientras que el 31% manifiestan que no logran cubrir, esto debido a que aquellos productores que no cuentan con suficiente capacidad de manutención de sus animales y el descuido de los mismos. Esta información denota que en la Asociación la mayoría de los socios logran satisfacer las necesidades básicas gracias a la actividad lechera, por lo que anhelan seguir mejorando sus producciones adaptándose a los nuevos cambios que sean necesarios y beneficien a todos los socios y sus familias.

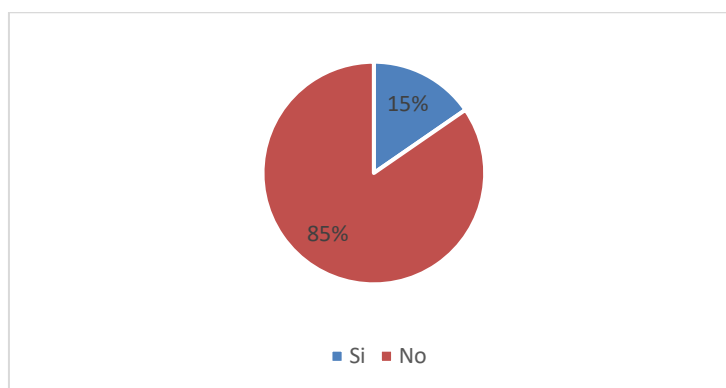
8. ¿Actualmente usted considera que la actividad lechera es pagada justamente?

Tabla 12. Precio justo de leche

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	15%
No	22	85%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 15. Precio justo de leche



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

Del 100% de encuestados el 85% indican que el precio de la leche que ellos perciben no es justamente pagado, mientras que el 15% indican que sí. Por lo que se evidencia la inconformidad con los precios pagados por las industrias que son 0,40 centavos el litro y se requiere la intervención de las entidades competentes en el control del precio establecido que es de 0,42 centavos como mínimo; debido a que, para llevar tal actividad se necesita disponer de tiempo durante todo el día y no una sola persona sino de la familia para efectuar el proceso de la producción y dar los cuidados necesarios a los animales así también la alimentación sin importar las estaciones del año, el clima, etc.

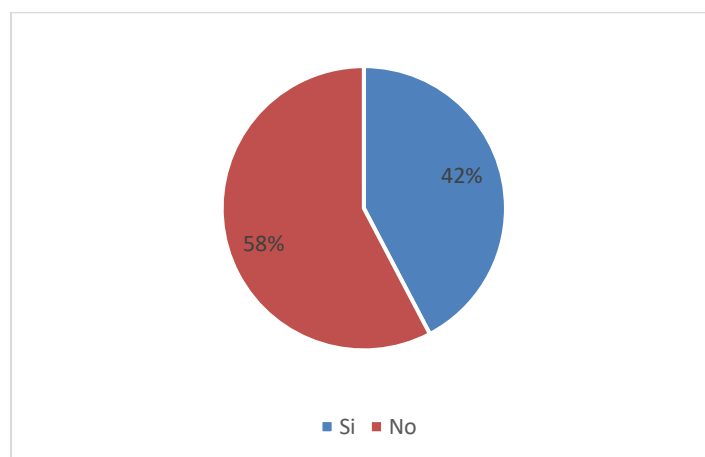
9. ¿Conoce usted sobre las políticas de Buenas Prácticas de Manufactura en la producción y comercialización de leche?

Tabla 13. Conoce las políticas de BPM

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	42%
No	15	58%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 16. Conoce las BPM



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

El 58% de los socios encuestados manifiestan que no conocen las políticas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el 42% indican que, si conocen éstos generalmente son los socios que han accedido a la educación. Estos resultados demuestran que, más de la mitad de los encuestados desconocen dichas políticas por ende producen y comercializan de manera tradicional afectando la calidad de sus productos (leche) por lo tanto se requiere de asesorías técnicas para en un futuro cercano conseguir la tecnificación y, por consiguiente, los ingresos para los socios.

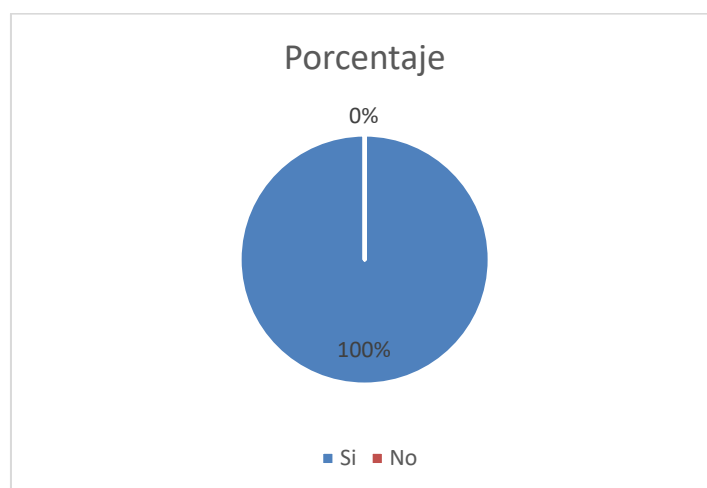
10. ¿En caso de que se implemente un programa de comercialización de la leche le gustaría participar?

Tabla 14. Disponibilidad de participación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	100%
No	0	0%
Total	26	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Figura 17. Disponibilidad de participación



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

Análisis e interpretación

El 100% de encuestados están dispuestos a participar en los programas que se desarrollen. Los resultados demuestran que hay absoluta predisposición por parte de los socios para participar de manera activa en los programas de comercialización y en cualquier tipo de programas y proyectos que se relacionen con la producción y comercialización de la leche y beneficien a los socios.

4.2 Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se consideró las siguientes variables; independiente producción y comercialización (x) y la dependiente ingresos (y) planteadas de la siguiente manera:

H₁: La producción y comercialización de la leche incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda.

H₀: La producción y comercialización de la leche **No** incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda.

Se ejecutó el cálculo del nivel de significancia existente mediante la prueba de Chi-cuadrado de Pearson para conocer la relación de las variables dependiente e independiente. Así se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 15. Prueba de Chi- cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,758 ^a	1	0,002		
Corrección de continuidad ^b	7,430	1	0,006		
Razón de verosimilitud	10,447	1	0,001		
Prueba exacta de Fisher				0,004	0,003
Asociación lineal por lineal	9,383	1	0,002		
N de casos válidos	26				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,08.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Fuente: Datos validados por el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

Elaborado por: Ñusta Yumbay

Los resultados obtenidos de la Prueba de Chi-cuadrado son; la significación asintótica bilateral es del 0,002 menor al índice planteado que es el 0,05, en cuanto al valor de Chi-cuadrado de Pearson que es de 9,758^a mayor al recuento mínimo esperado de 5,08 por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alternativa (H₁): La producción y comercialización de la leche incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda.

Por consiguiente, al ser aceptada la hipótesis alternativa se procede a realizar el planteamiento de una propuesta que ayude a mejorar el nivel de ingresos de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango con la implementación de estrategias de producción y comercialización.

4.3 Comprobación de la idea a Defender

- **Hi.** - La producción y comercialización de la leche incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, Guaranda.

Tabla 16. Comprobación de idea a defender

Preguntas	Si	No
3. ¿La actividad lechera es la principal actividad a la que usted se dedica?	62%	38%
4. ¿La producción y comercialización de leche es de gran relevancia para sus ingresos económicos?	100%	0%
7. ¿El dinero que recibe por la actividad lechera logra satisfacer las necesidades básicas de su familia?	69%	31%

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Elaborado por: Ñusta Yumbay

Análisis e interpretación

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas podemos corroborar que la producción y comercialización de la leche incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango lo cual comprueba la hipótesis planteada mediante los resultados más relevantes.

- El 62% de encuestados nos da a conocer que se dedican a la parte lechera como actividad emprendedora de manera directa o indirectamente para generar ingresos que ayudan a la sustentación de las necesidades dentro del sector, mientras que el 38% manifiesta que se dedican a otras actividades a parte de la lechería.
- Los socios de la Asociación dan a conocer que la actividad de la leche incide de manera muy relevante para poder subsistir, generar sus ingresos y poder cubrir sus necesidades ilimitadas, pues temen que esta actividad vaya bajando su rentabilidad lo cual es muy preocupante.

- Con un 100% de relevancia la Asociación dan a conocer que la actividad de la leche es de gran relevancia para generar ingresos pues existen personas que se dedican únicamente a esta actividad y si la misma va perdiendo garantías se pone en riesgo su diario vivir.
- Una de las preocupaciones principales de los asociados a este grupo de productores es el tema de los intermediarios pues esto genera la pérdida de la calidad de la leche lo que ocasiona que algunas veces el precio vaya bajando y muchas personas al percibir este acontecimiento toman la decisión de migrar poniendo en riesgo la disminución de la producción.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Mediante la presente investigación se pudo concluir que los objetivos han sido desarrollados con factibilidad, puesto que:

- Se determinó que la producción y comercialización de la leche es sumamente importante en la generación de ingresos y empleos del país, la región y especialmente para los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango del cantón Guaranda que las instituciones y autoridades deben tomar mucha atención a este sector, brindando asesorías constantemente a los productores y así lograr mantener satisfechos en esta actividad y asimismo, a sus animales en producción con los cuidados necesarios en cuanto a las enfermedades y la alimentación.
- También se pudo conocer y describir los canales de comercialización existentes que se pueden implementar el canal más adecuado, ya que nos manifestaron que hay presencia de los intermediarios y que desean participar en la implementación de un programa de comercialización directa donde no haya la intervención de los intermediarios que alteren la calidad del producto y sus precios.
- Se identificó que los socios de la Asociación desconocen las políticas de Buenas Prácticas de Manufactura por la falta de asesoramientos ya que llevan a cabo sus actividades de producción de manera tradicional de generación en generación, pero hay la predisposición de participar en capacitaciones y asesorías futuras y con el tiempo lograr implementar una producción tecnificada para el mejoramiento de sus ingresos.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda impulsar políticas públicas que den el valor apropiado a este importante sector con el cumplimiento del precio justo de la leche, ya que de una u otra forma juega un papel importante en la generación de recursos y empleo para el país, las regiones y las localidades como es el caso de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango del cantón Guaranda.
- Fomentar capacitaciones periódicas con expertos en la materia sobre los canales de comercialización y asimismo las políticas de Buenas Prácticas de Manufactura para obtener una producción con estándares de calidad, donde los productores participen de manera activa en cada proceso de producción y puedan mejorar la situación actual económica, manteniéndose en la actividad lechera y puedan alcanzar sus objetivos como organización.
- Impulsar un programa de comercialización adecuada donde los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango del cantón Guaranda sean el ejemplo para las demás organizaciones que se dedican a esta actividad, demostrando que el trabajo en equipo facilita la consecución de resultados eficientes y eficaces.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1 TEMA: Estrategias para el mejoramiento de la producción y comercialización de la leche en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango.

6.2 Introducción

La propuesta presentada tiene el objetivo de mejorar la producción y comercialización de la leche para incrementar los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango, que por medio de la encuesta aplicada a los socios se ha palpado que hay inconformidad en los precios injustos pagados por las industrias y especialmente por los intermediarios porque no cumplen con sus expectativas y se han visto desvalorizados debido a la gran responsabilidad que conlleva esta actividad. Por otro lado, al producir de forma empírica no cuentan con los cuidados que se debe tener en el proceso productivo y en los cuidados de sus animales y como consecuencia la baja calidad y precio de los productos en los mercados.

Por lo tanto, se debe implementar estrategias de mejoramiento ya que la gran mayoría manifiesta que es una importante fuente de ingresos para las familias, pero por los problemas mencionados están remplazando por otras actividades donde los actores deben abandonar sus tierras natales y optar por otros empleos, poniendo en riesgo sus vidas.

Para que la implementación de las estrategias sea eficaz es importante destacar la organización con la que cuenta la Asociación que permitirá el desarrollo de cualquier programa o proyecto sea de manera exitosa. Por ello se plantea lo siguiente:

6.3 Modelo

Tabla 17. Estrategias para el mejoramiento de producción y comercialización de leche.

ACCIÓN DE MEJORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Exigir el cumplimiento del precio establecido de la leche.	Acordar de manera conjunta entre los productores e industrias el precio de la leche sin la intervención de los intermediarios.	Directiva de la Asociación
Mejorar la calidad del producto (leche)	Llevar a cabo todo el proceso productivo con las debidas medidas y cuidados.	Todos los socios
Mejorar la comercialización	Capacitar a los productores sobre los canales de comercialización y distribución y disminuir la cadena productiva, para evitar variación de precios.	Todos los socios
Asesorías sobre políticas de Buenas Prácticas de Manufactura	Exigir a las instituciones competentes capacitaciones con profesionales para conseguir una producción de calidad con las exigencias del mercado.	MAGAP Gobierno Nacional
Implementar la tecnificación	Los productores deben esforzarse (créditos) en adquirir los equipos útiles para la producción de la leche.	Todos los socios
Mejorar la raza de los animales	Adquirir de forma adecuada la raza del ganado que permita producir mayor cantidad de leche; además, evitar o prevenir las enfermedades.	Todos los socios
Implementar programas para la comercialización	Hacer uso de las redes sociales para la publicidad de los productos y así conquistar nuevos clientes.	Todos los socios
Incentivar el consumo de la leche	Mediante campañas publicitarias dar a conocer los valores nutricionales de la leche y así impulsar el consumo para llevar a cabo una dieta saludable.	Ministerio de Salud y todos los socios

Fuente: Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- Agudelo, D., & Bedoya, O. (2015). Composición nutricional de la leche de ganado vacuno. *Revista Lasallista de Investigación*, 2(1), 38–42.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69520107>
- Arévalo, H. (2016). Del Estado Social de Derecho al Estado Constitucional de Derechos y Justicia [Universidad Nacional de Loja].
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17308/1/Henry%20Pa%c3%bal%20Ar%c3%a9valo%20Ar%c3%a9valo.pdf>
- Arias, J., Villasís, A., Keever, M., Guadalupe, M., & Novales, M. (2016). Metodología de la investigación. *Alergia México*, 63, 201–206.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Barreno, A. (2018). La cadena productiva del sector lechero en el cantón Salcedo. Un estudio de la producción, acopio y comercialización de leche cruda [Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28075/1/T4282e.pdf>
- Buestan, M. (2022). Gestión de la producción y la comercialización de leche en la parroquia Octavio Cordero Palacios de Cuenca [Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10144/1/Buestan%20Llapa%2C%20M.%20%282022%29%20Gestion%20de%20la%20produccion%20y%20la%20comercializacion%20de%20leche%20en%20la%20parroquia%20Octavio%20Cordero%20Palacios%20de%20Cuenca..pdf>
- Calduch, R. (2017). Métodos y técnicas de investigación. *Escuela Normal Superior-Maestros Argentinos*, 2, 180.
https://www.academia.edu/29789566/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_y_estructuraci%C3%B3n_de_trabajos_acad%C3%A9micos
- Calva, L., & Mesías, L. (2019). Marketing digital para incrementar las ventas de la empresa FCS especialistas en alimentos de la ciudad de Guayaquil [Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3250/1/T-ULVR-2843.pdf>

- Carrasco, S., Reyes, J., Vargas, M., & Islas, A. (2022). Pequeñas empresas productoras de leche: un estudio desde la perspectiva del modelo de negocio. *Revista Innovar* 32(84). <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n84.100596>
- Castignani, A. (2022). Factores del contexto que afectan la competitividad de empresas lecheras del centro de Santa Fe. *Revista FAVE*, 1–14. <http://www.scielo.org.ar/pdf/fave/v21n1/1666-7719-fave-21-01-7.pdf>
- CEPAL. (2001). Desarrollo Económico Local y Descentralizado en América Latina: Un Análisis Comparativo. [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con_uibd.nsf/E1916BA49A68790B0525751400634A95/\\$FILE/INTRODUCCION.pdf#:~:text=El%20presente%20libro%20contiene%20una%20versi%C3%B3n%20resumida%20de,deducir%20las%20correspondientes%20recomendaciones%20de%20pol%C3%ADticaen%20la%20materia.](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con_uibd.nsf/E1916BA49A68790B0525751400634A95/$FILE/INTRODUCCION.pdf#:~:text=El%20presente%20libro%20contiene%20una%20versi%C3%B3n%20resumida%20de,deducir%20las%20correspondientes%20recomendaciones%20de%20pol%C3%ADticaen%20la%20materia.)
- CEPAL. (2009). Guía de Herramientas Municipales para la Promoción del DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL. https://www.cepal.org/sites/default/files/guia_herramientas_municipales_demuca.pdf
- Chavarrin, S., Gómez, K., Quesada, G., Rodríguez, M., & Villarreal, E. (2018). Estudio de mercado de productos lácteos en el municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 32, 205–219. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14125584005>
- CIL Ecuador (9 de diciembre de 2021). El sector lácteo ecuatoriano se reactiva con miras positivas para el 2022. CENTRO DE LA INDUSTRIA LÁCTEA DEL ECUADOR. <https://www.cil-ecuador.org/post/el-sector-l%C3%A1cteo-ecuadoriano-se-reactiva-con-miras-positivas-para-el-2022>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008. Incluye Reformas, 1–136. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Contero, R., Requelme Narcisa, Cachipundo, C., & Acurio, D. (2021). CALIDAD DE LA LECHE CRUDA Y SISTEMA DE PAGO POR CALIDAD EN EL ECUADOR. *La Granja*, 1–13. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/lgr/v33n1/1390-3799-lgr-33-01-00031.pdf>
- Coronel, M., García, R., & Vicentin, J. (2022a). Competitividad de las exportaciones argentinas de quesos y leche en polvo: un análisis a partir de la demanda externa de los principales importadores. *Estudios Económicos*, 1–37. <https://www.redalyc.org/journal/5723/572369417007/572369417007.pdf>

- Corrales, R. (2015). Proceso histórico de reconocimiento de los derechos sociales en Bolivia: derecho a la educación. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r38321.pdf>
- Federación Andaluza de Mujeres Empresarias Autónomas. (2015). Introducción al marketing digital. https://autonomasenred.files.wordpress.com/2015/03/ebook2-_introduccion3b3n-al-marketing-digital.pdf
- Fernández, E., Martínez, J., Martínez, V., Moreno, J., Collado, L., Hernández, M., & Moran, F. (2015). Documento de Consenso: Importancia nutricional y metabólica de la leche. In *Nutrición Hospitalaria* (Vol. 31, Issue 1, pp. 92–101). Grupo Aula Medica S.A. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.31.1.8253>
- García, J., Ponce, A., Nápoles, J., Rodríguez, L., Brito, O., & Gutiérrez, M. (2018). Characterization of the actors in the pasteurized milk chain in the province of Sancti Spíritus, Cuba. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2224-79202022000100035
- Gonzales, J. (2022). Análisis económico de la producción de leche del ganado vacuno en la comunidad de Jordán, cantón Sevilla de Oro, 2019 – 2020 [Universidad de Cuenca]. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/37869/1/Trabajode%20titulacio%CC%81n%20%281%29.pdf>
- Guerrero, J., Castillo, R., Herrera, V., & Alejandro, E. (2015). Comercialización de leche a través de máquinas expendedoras en el Estado de Tabasco, México. *Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 1–25. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498150319002>
- Guevara-Freire, D., Montero-Recalde, M., Rodríguez, A., Valle, L., & Avilés-Esquivel, D. (2019). Quality of milk collected in small farms of Cotopaxi, Ecuador. *Revista de Investigaciones Veterinarias Del Perú*, 30(1), 247–255. <https://doi.org/10.15381/rivep.v30i1.15679>
- Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). Metodología De La Investigación. In México. Mc Graw Hill Education. <https://librosenpdf.org/metodologia-de-la-investigacion-sampieri/>
- Malca, S. (2017). La Producción y Comercialización de la leche y su incidencia en el desarrollo socio económico de la Parroquia San Juan, cantón Riobamba periodo 2015 [Universidad Nacional del Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4466/1/UNACH-FCP-DER-2017-0054.pdf>

- Malgesini, G. (2018). Guía metodológica sobre el proyecto de Intervención Social. European Anti Poverty Network [Archivo PDF].
http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3751/Gu%C3%ADa_metodol%C3%B3gica_sobre_proyecto_intervenci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mancero, P. (2011). El tránsito del Estado Social de Derecho al Estado Constitucional de Derechos y Justicia: Su implicación en la garantía jurisdiccional de los derechos sociales. [Tesis de Maestría en Derecho, Universidad Andina Simón Bolívar].
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2926/1/T1045-MDE-Mancero-El%20tr%C3%A1nsito.pdf>
- Martínez, C., Cotera, J., & Abad, J. (2017). Características de la producción y comercialización de leche bovina en sistemas de doble propósito en dobladero, Veracruz. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 1–10.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14123097004>
- Moposita, A. (2022). Elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa de yogurt enriquecido con colágeno en la ciudad de Ambato. [Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36542/1/CAL%20018.pdf>
- Morales, Y., & Cameron, G. (2022). Agro-Food Valorization in Dairy Cooperatives in Nova Scotia (Canadá) and Cienfuegos (Cuba). *Revista Iberoamericana de Viticultura Agroindustria y Ruralidad*, 9(26), 107–123. <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i26.5532>
- Morán, E. (2021). Análisis de prefactibilidad para la exportación de dulce de leche ecuatoriano al mercado italiano con marca italiana, en el período 2020-2025 [Pontificia Universidad Católica del Ecuador].
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/18727/AN%C3%81LISIS%20DE%20PREFACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20EXPORTACI%C3%93N%20DE%20DULCE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, A., Ormaza, J., & Castillo, Y. (2022). Buenas prácticas en emprendimientos lácteos, desde la economía social y solidaria en Biblián-Ecuador. *Telos. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. 24(1) 1–15.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36390/telos241.04>
- Olhagaray, E., & Espinoza, J. (2017). Producción y comercialización de la leche cabra en el GGAVATT-INIFAP. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 20, 308–313.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14102011>

- Peralta, K., Landa, M., Mantilla, M., Soto, J., & Gamonal José. (2022). ESTRATEGIAS DE MARKETING. *Revista Universidad y Sociedad*, 1, 1–13. <https://orcid.org/0000-0002-7535-6787>
- Proaño, S., Quiñonez, E., Molina, C., & Mejía, O. (2019). Desarrollo económico local en Ecuador: Relación entre producto interno bruto y sectores económicos. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), 25, 1–5. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065583005/html/>
- Sánchez-Murillo, A. (2006). Peter Drucker, Innovador Maestro De La Administración De Empresas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, II (2), 69–89. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v2i2.1492>
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. <https://books.google.com.ec/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=e#v=onepage&q&f=false>
- Suárez, T. (2018). Evolución del marketing 1.0 al 4.0. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 1(022), 209–227. <https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>
- Temboury, L. (2020). Las formas de marketing tradicional Vs la opinión y la experiencia real del consumidor como nuevas herramientas de marketing' [Universidad Pontificia]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/37768/TFG%20-%20Temboury%20Humera%2C%20Lucia.pdf?sequence=1&isAllowecisd=y>
- Terán, J. (2019). Análisis del mercado de la leche en Ecuador: factores determinantes y desafíos. [Universitat Politècnica de Valencia]. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/124490/Ter%C3%A1n%20-%20An%C3%A1lisis%20del%20mercado%20de%20la%20leche%20en%20Ecuador%20-%20factores%20determinantes%20y%20desaf%C3%ADos.pdf?sequence=1>
- Torres, A. (2013). El retorno a la comunidad. Problemas, debates y desafíos de vivir juntos. *Revista Tendencias & Retos*, 238. https://ipecal.edu.mx/wp-content/uploads/EL_RETORNO_A_LA_COMUNIDAD_Problemas_deba.pdf
- Vásquez, I. (2016). Tipos de estudio y métodos de investigación. *Gestiopolis*, 1–12. <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-métodos-de-investigación.pdf>
- Vladocean. (2011). ¿Qué es un sistema de Comercialización? Vladocean. <https://vladocean.wordpress.com/2011/01/17/%C2%BFque-es-un-sistema-de-comercializacion/>

Zamboni, V., & Martínez, D. (2022). Agronegocios lecheros y transformaciones territoriales. Los casos de Argentina y Ecuador. Pampa (Santa Fe). <https://doi.org/http://dx.doi.org/https://doi.org/10.14409/pampa.2022.25.e0047>

ANEXOS

Anexo 1:

Producción y comercialización de leche y su incidencia en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó, Guaranda.

Formulación del problema	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo la producción y comercialización de la leche incide en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó, Guaranda?	Identificar la producción y comercialización de la leche y su incidencia en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó, Guaranda.	La producción y comercialización de leche incide significativamente en los ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó, Guaranda.
Problemas derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas
<p>¿Cuál es la importancia de la producción y comercialización de leche para el país, región y la Asociación?</p> <p>¿Cuáles son los canales de comercialización efectivos para una adecuada comercialización?</p> <p>¿Cómo mejorar la producción y comercialización de la leche en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó del cantón Guaranda?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar la importancia de la producción y comercialización de la leche a nivel nacional, regional y local. 2. Describir los canales de comercialización para la implementación de una adecuada comercialización en la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó del cantón Guaranda. 3. Proponer estrategias para la producción y comercialización de la leche que permita el incremento de ingresos de los socios de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuangó del cantón Guaranda. 	

Anexo 2:

Operacionalización de variables

Cuadro 1: Variable Independiente (Producción y comercialización)

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
<p>Producción y comercialización</p> <p>Según (Malca, 2017), La producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial-producto ventas, mercado y clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Producto• Ventas• Mercado• Clientes	<ul style="list-style-type: none">• Cantidad de producción• Nivel de calidad del producto• Volumen de ventas• Precio de leche por litro• Número de canales de comercialización• Tipo de comercialización• Tiempo de entrega a la empresa de producción• Nivel de satisfacción del cliente	<p>Técnica: Observación Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Cuadro 2: Variable Dependiente (Ingresos)

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
<p>Ingresos Según (Banrepcultural, 2018), el ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar una determinada actividad laboral, con el fin de obtener bienestar - material, emocional-y mejora en el desarrollo personal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bienestar material • Bienestar emocional • Desarrollo personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de ingresos • Nivel económico por la actividad lechera • Nivel de satisfacción personal con la actividad lechera • Nivel de instrucción de los productores • Presencia de capacitación para los productores 	<p>Técnica: Observación Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 3

Encuesta aplicada a los socios de la Asociación.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



El objetivo de esta encuesta es obtener información referente a la producción y comercialización de leche para identificar la incidencia en los ingresos de los socios.

Instrucciones generales:

- Marque con una (X) la respuesta correcta según su criterio.
- Esta encuesta es de carácter anónima,
- Cada uno de sus criterios serán de gran ayuda para el desarrollo de este estudio, se le agradece por su colaboración.

1. Indique su género

Femenino () Masculino ()

2. ¿Cuál es su nivel educativo?

Primaria ()

Secundaria ()

Superior ()

3. ¿La actividad lechera es la principal actividad a la que usted se dedica?

Si ()

No ()

4. ¿La producción y comercialización de leche es de gran relevancia para sus ingresos económicos?

Si ()

No ()

- 5. ¿Gracias a la producción y comercialización de leche usted puede generar fuentes de empleo para los lugareños?**
- Si ()
- No ()
- 6. ¿La intervención de los intermediarios afecta a la comercialización de la leche?**
- Si ()
- No ()
- 7. ¿El dinero que recibe por la actividad lechera logra satisfacer las necesidades básicas de su familia?**
- Si ()
- No ()
- 8. ¿Actualmente usted considera que la actividad lechera es pagada justamente?**
- Si ()
- No ()
- 9. ¿Conoce usted sobre las Buenas Prácticas de Manufactura en la producción y comercialización de leche?**
- Si ()
- No ()
- 10. ¿En caso de que se implemente un programa de comercialización de la leche le gustaría participar?**
- Si ()
- No ()

Anexo 4

Imágenes referentes a la Asociación



Nota: Directiva de la Asociación de Productores Agropecuarios y Comercialización Grupo Cacuango.



Nota: Minga comunitaria para el mejoramiento de pastos.