



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

Proyecto de Investigación previo
a la obtención del título de
Economista Agrícola

Título del proyecto de investigación:

**“Análisis socio-económico de los comerciantes de ganado que participan
en la feria “Asogan-sd” cantón Santo Domingo, provincia de Santo
Domingo de los Tsáchilas”**

Autor:

Karina Estefania Triana Molina

Director de Proyecto de Investigación

Econ. Luis Amable Zambrano Medranda

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2019

DECLARACION DE AUDITORIA Y CESION DE DERECHOS

Yo, **Karina Estefania Triana Molina**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa de institucional vigente.

f. _____

Karina Estefania Triana Molina

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, Econ. MSc. Luis Zambrano Medranda, docente de la Universidad Técnica Estatal De Quevedo, certifica que el egresado Karina Estefania Triana Molina, realizo el Proyecto de Investigación de grado titulado: **“ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE GANADO QUE PARTICIPAN EN LA FERIA “ASOGAN-SD” CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarios establecidos para el efecto.

f. _____

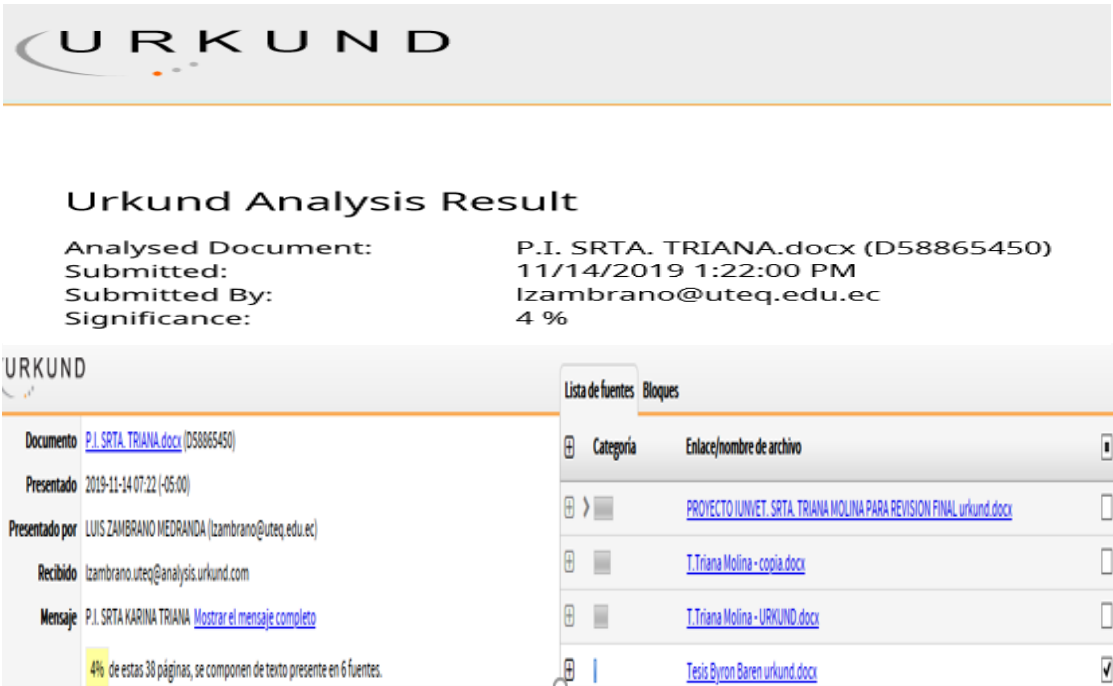
Econ. MSc. Luis Zambrano Medranda

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y PLAGIO ACADÉMICO

Yo, **Econ. Luis Amable Zambrano Medranda MSc.**, en calidad de tutor del trabajo de investigación titulado, **“ANÁLISIS SOCIO-ECONOMICO DE LOS COMERCIANTES DE GANADO QUE PARTICIPAN EN LA FERIA “ASOGAN-SD” CANTON SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS”**. Perteneciente la estudiante **Karina Estefania Triana Molina** de la Carrera de Economía Agrícola, cumpla con informar a usted el desar

rollo y culminación del Proyecto de Investigación, así como el reporte del Sistema Urkund, el mismo que refleja un 4%



The image is a screenshot of the Urkund web interface showing the analysis results for a document. At the top, the Urkund logo is displayed. Below it, the title 'Urkund Analysis Result' is centered. The interface is divided into two main sections: 'Analysed Document' and 'List of sources'. The 'Analysed Document' section contains the following information: Document: P.I. SRTA. TRIANA.docx (D58865450), Submitted: 11/14/2019 1:22:00 PM, Submitted By: lzambrano@uteq.edu.ec, and Significance: 4 %. The 'List of sources' section is a table with two columns: 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. It lists four sources: 'PROYECTO IUNVET. SRTA. TRIANA MOLINA PARA REVISION FINAL urkund.docx', 'T.Triana Molina - copia.docx', 'T.Triana Molina - URKUND.docx', and 'Tesis Byron Baren urkund.docx'. The first three sources have checkboxes that are currently unchecked, while the fourth source has a checked checkbox. A summary bar at the bottom of the sources table indicates that 4% of the 38 pages are composed of text present in 6 sources.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: P.I. SRTA. TRIANA.docx (D58865450)
Submitted: 11/14/2019 1:22:00 PM
Submitted By: lzambrano@uteq.edu.ec
Significance: 4 %

Documento	Presentado	Presentado por	Recibido	Mensaje
P.I. SRTA. TRIANA.docx (D58865450)	2019-11-14 07:22 (-05:00)	LUIS ZAMBRANO MEDRANDA (lzambrano@uteq.edu.ec)	lzambrano.uteq@analysis.orkund.com	P.I. SRTA KARINA TRIANA Mostrar el mensaje completo

4% de estas 38 páginas, se componen de texto presente en 6 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	PROYECTO IUNVET. SRTA. TRIANA MOLINA PARA REVISION FINAL urkund.docx
	T.Triana Molina - copia.docx
	T.Triana Molina - URKUND.docx
	Tesis Byron Baren urkund.docx

f. _____

Econ. MSc. Luis Zambrano Medranda

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Título

**“ANÁLISIS SOCIO-ECONOMICO DE LOS COMERCIANTES DE
GANADO QUE PARTICIPAN EN LA FERIA “ASOGAN-SD”
CANTÓN SANTO DOMINGO PROVINCIA DE SANTO DOMINGO
DE LOS TSÁCHILAS”.**

Presentando a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de Economista Agrícola.

Aprobado por Comisión Académica:

**Ing. M.Sc Moisés Menace Almea
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

**Ing. Cesar Bermeo Toledo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**Ing. Luis Simba Ochoa
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

QUEVEDO – LOS RIOS- ECUADOR

2019

AGRADECIMIENTO

Un grato agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal De Quevedo y a la Escuela De Economía Agrícola, por haberme brindado las herramientas necesarias para cumplir una de mis metas que es ser Economista Agrícola.

Al Econ. Luis Zambrano tutor del proyecto de investigación que con paciencia estuvo dispuesto a compartir sus conocimientos a lo largo de la investigación.

Agradezco la confianza y el apoyo incondicional de mi familia que me ayudaron a seguir adelante en mis proyectos.

A los comerciantes ganaderos por la ayuda y la cooperación brindada al momento de aplicar el banco de preguntas y así poder llevar a cabo la investigación.

Karina Estefania Triana Molina

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mis abuelos José Molina y Olga Saltos por haberme brindado su apoyo incondicional, ya que forjaron en mí valores que me permiten ser una mejor persona, por estar presente en todos los aspectos de mi vida y darme fortalezas en momentos difíciles, mi tía Lucia Molina porque cuando me quería rendir ella me enseñaba a perseverar y a seguir adelante, mis padres Jorge Triana y Marlene Molina por depositar su confianza en cada reto que me he propuesto, a mi hermana Evelyn Triana por estar siempre a mi lado, apoyándome como amiga incondicionalmente.

Karina Estefania Triana Molina

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se lo realizó en la feria ganadera ASOGAN-SD en el Cantón Santo Domingo, teniendo como objetivo analizar la situación socioeconómica de los comerciantes identificando los lugares de procedencia del ganado, formas de distribución y establecer los sistemas de comercialización, recursos que utilizan en la actividad, en base a la investigación una de las ferias más importantes que se realizan en el Ecuador es la ASOGAN-SD, ya que allí presentan diversos ejemplares de razas de carne y de ganado de leche adaptado al trópico húmedo con más de 300 animales en pista y tres jueces internacionales, debido a la variedad de razas expuestas, El proyecto se lo realizó mediante la recolección de datos, a través de fotografías, cuaderno de campo y la aplicación del cuestionario; para luego proceder a ordenar y analizar, para así llegar a cumplir con los resultados. Los comerciantes de ganado manifiestan que, aunque la situación económica del país no se encuentra en un buen momento, ellos deben seguir trabajando para así generar ingresos para sus hogares. En lo que refiere a los aspectos sociales y económicos analizados En base a la investigación se determinó que el 84% los comerciantes ganaderos cuentan con capital propio para trabajar con un valor que fluctúa entre 2000 y 5000 dólares, también expresaron que la ganancia los días martes oscila entre 100 a 300 dólares, el 56% considera la actividad como buena mientras que solo el 5% la considera excelente, el 35% de los encuestados manifestaron que tienen problema con la demora en los pagos, con respecto al lugar donde habitan, los comerciantes, expresaron que es propia y totalmente pagada construida de cemento, contando con energía eléctrica, agua potable. Al identificar los lugares de procedencia de los animales se observó que la gran mayoría vienen de fincas y el 30% de otras ferias como la del Carmen Manabí, siendo transportado en su gran mayoría en vehículos propios, uno de los principales problemas al transportar el ganado es el deterioro del animal, se concluyó que los encuestados prefieren comercializar el ganado al ojo, esto quiere decir que solo observan a los animales y ofrecen cierta cantidad de dinero sin saber cuánto pesa. Se determinó que los comerciantes esperan de las instituciones públicas un dispensario comunitario, presencia policial permanente en los días de feria, y una entidad bancaria dentro de las instalaciones de la feria y solicitan la regulación de los comerciantes informales de diferentes bienes y artículos dentro y fuera de la feria.

Palabras Claves: Análisis socioeconómico, comerciantes de ganado, ferias ganaderas.

SUMMARY

This research work was carried out at the ASOGAN-SD cattle fair in the Santo Domingo Canton, with the objective of analyzing the socioeconomic situation of the merchants, identifying the places of origin of the cattle, ways of distribution and establishing the loading systems, resources that used in the activity, based on research, one of the most important fairs held in Ecuador is the ASOGAN-SD, as there are several examples of breeds of meat and milk cattle adapted to the humid tropics with more than 300 track animals and three international games, due to the variety of exposed breeds, The project was carried out through data collection, through photographs, field notebook and the application of the questionnaire; then proceed to order and analyze, in order to achieve the results. Livestock merchants state that, although the country's economic situation is not at a good time, they must continue working to generate income for their homes. Regarding the social and economic aspects analyzed Based on the research, it was determined that 84% of the livestock traders have their own capital to work with a value that fluctuates between 2000 and 5000 dollars, also expressed that the gain on days Tuesday ranges from 100 to 300 dollars, 56% consider the activity as good while only 5% consider it excellent, 35% of respondents said they have a problem with late payments, with respect to where they live, the merchants, expressed that it is their own and fully paid cement built, with electricity, drinking water. When identifying the places of origin of the animals, the vast majority that will come from farms and 30% from other fairs such as Carmen Manabí will be identified, being transported mostly in own vehicles, one of the main problems when transporting livestock It is the problem of the animal, it was concluded that the respondents prefer to market the livestock to the eye, this means that they only observe the animals and offer a certain amount of money without knowing how much it weighs. It was determined that the merchants expect from the public institutions a community dispensary, permanent police presence on the days of the fair, and a banking entity within the fair's facilities and request the regulation of informal merchants of different goods and items inside and outside of the fair.

Keywords: socioeconomic analysis, livestock traders, livestock fairs.

INDICE

DECLARACION DE AUDITORIA Y CESION DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y PLAGIO ACADÉMICO	iv
CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
RESUMEN	viii
SUMMARY	ix
INDICE DE CUADROS	vii
INDICE DE FIGURAS	x
CÓDIGO DUBLÍN	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.CONTEXTUALIZACION DE LA INVESTIGACION.	
1.1. Problema de la investigación.	3
1.1.1 Planteamiento del problema.	3
1.1.1.1 Diagnóstico.....	3
1.1.1.2 Pronostico.	3
1.1.2 Formulación del problema.....	4
1.1.3 Sistematización del problema.	4

1.2	Objetivos.....	5
1.2.1	Objetivo general.....	5
1.2.2	Objetivos específicos.....	5
1.3	Justificación.....	6
CAPITULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.		
2.1	Marco conceptual.....	8
2.1.1	Economía.....	8
2.1.2	Economía familiar.....	8
2.1.3	Economía social.....	8
2.1.4	Socioeconomía.....	9
2.1.5	Estudio económico.....	9
2.1.6	Sistema económico.....	9
2.1.7	Actividad económica del cantón Santo Domingo.....	10
2.1.8	Producto interno bruto agropecuario.....	10
2.1.9	Evaluación económica.....	10
2.1.10	Necesidades y recursos.....	11
2.1.11	Servicios públicos.....	11
2.1.12	Ganadería.....	11
2.1.13	Raza.....	12
2.1.13.1	Brahmán.....	12
2.1.13.2	Holstein.....	12
2.1.13.3	Brown Swiss.....	12
2.1.13.4	Girolando.....	12
2.1.14	Ferias.....	12
2.1.15	Ferias ganaderas.....	13

2.1.16	Comercialización.....	13
2.1.17	Canal de comercialización.....	14
2.1.18	Asociación.....	14
2.1.19	Negocio familiar.....	15
2.1.20	Mercado.....	15
2.1.21	El mecanismo del mercado.....	15
2.1.22	Calidad de vida.....	16
2.1.23	Población en el Ecuador.....	16
2.1.24	Educación.....	16
2.1.25	Pobreza.....	17
2.1.26	Etnias.....	17
2.1.27	Vivienda.....	17
2.1.28	Arrendamiento.....	18
2.1.29	Servicios básicos.....	18
2.1.30	Financiamiento.....	18
2.1.31	Impuestos.....	19
2.1.32	Oferta.....	19
2.1.33	Demanda.....	19
2.1.34	Capital de trabajo.....	20
2.1.35	Precios.....	20
2.1.36	Ingresos.....	20
2.1.37	Egresos.....	20
2.1.38	Utilidad.....	21
2.2	Marco referencial.....	21
2.2.1	Estudio socioeconómico.....	21

2.2.2	Análisis socioeconómico.....	21
2.2.3	Comerciante.....	22
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		
3.1.	Localización.	24
3.2.	Tipos de investigación.	25
3.2.1.	Bibliográfica.	25
3.2.2.	Descriptiva.....	25
3.2.3.	De campo.	25
3.3.	Método de investigación.....	25
3.3.1.	Método inductivo.....	25
3.3.2.	Método analítico.	26
3.3.4.	Método de observación.	26
3.3.5.	Método empírico.....	26
3.4.	Fuentes de recolección de la información.....	26
3.4.1.	Fuente primaria.	26
3.4.2.	Fuente secundaria.	26
3.5.	Diseño de la investigación.	27
3.5.1.	Población y muestra.	27
3.5.2.	Cálculo de la muestra.	27
3.6.	Instrumento de la investigación.	28
3.6.1.	Encuestas.....	28
3.7.1.	Tratamiento de los datos.	29
3.7.1.	Análisis estadístico.	29
3.8.	Recursos humanos y materiales.	29
3.8.1.	Recursos humanos.	29

3.8.2.	Materiales.....	29
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		
4.1	Resultados de las encuestas realizadas a comerciantes de ganado de la feria ASOGAN-SD.....	31
4.2	Discusión.....	55
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENTADACIONES		
5.1.	Conclusiones.	58
5.2.	Recomendaciones.....	59
CAPITULO VI. BIBLIOGRAFIA		
6.2	Bibliografía.	61
CAPITULO VII ANEXOS		
7.1	Cuestionario.	68
7.2	Figuras.....	78

INDICE DE CUADROS

Tabla 1. Sexo del comerciante.....	31
Tabla 2. Edad del comerciante.	31
Tabla 3. Lugar de residencia.	32
Tabla 4. Estado civil.	32
Tabla 5. Nivel de educación alcanzado.	33
Tabla 6. Etnia del comerciante.	33
Tabla 7. Vivienda donde habita.....	34
Tabla 8. Material predominante de la vivienda.	34
Tabla 9. Servicios básicos que dispone la vivienda.....	35
Tabla 10. Enseres del hogar.....	36
Tabla 11. Personas que ocupan la vivienda.....	36
Tabla 12. El comerciante matriculó en el presente año escolar a miembros entre 5 y 18 años.	37
Tabla 13. Número miembros en edad escolar estudian en unidades fiscales o particulares.	37
Tabla 14. Miembros de la familia mayores de edad y en capacidad para trabajar.....	38
Tabla 15. Miembros de la familia que aportan mensualmente en los ingresos del hogar.	38
Tabla 16. Personas que sustenta con la comercialización de ganado.....	39

Tabla 17. Motivo por el cual el comerciante trabaja en la comercialización de ganado.....	39
Tabla 18. Tiempo que tiene desempeñando esta actividad el comerciante.	40
Tabla 19. Familia del comerciante que forman parte del negocio.....	40
Tabla 20. Otras actividades económicas.....	41
Tabla 21. El comerciante de ganado considera su actividad como:	41
Tabla 22. Promedio de ganancia del comerciante según día que asiste a la feria.	43
Tabla 23. Excedentes de los ingresos.	43
Tabla 24. Tipo de contribución tributaria realiza.	43
Tabla 25. Valores que cobran en la feria.	44
Tabla 26. Va continuar con la comercialización de ganado.	44
Tabla 27. Desea que sus hijos sean comerciantes de ganado.	44
Tabla 28. Se dedica solo a la comercialización de ganado dentro de las instalaciones de la ASOGAN-SD.	45
Tabla 29. En la última semana el ganado que compra y vende donde lo adquirió.....	45
Tabla 30. El comerciante visita otras ferias ganaderas.....	46
Tabla 31. Cómo transporta los animales desde el lugar de la compra o de la venta.	46
Tabla 32. Principales problemas al transportar el ganado.	47
Tabla 33. Al momento de comprar y vender el ganado en la feria lo paga a:	47

Tabla 34. Cómo es la forma de compra y venta los animales.	48
Tabla 35. Cómo financia la actividad ganadera.	48
Tabla 36. Capital de Trabajo del comerciante.	48
Tabla 37. Qué raza de animales comercializa preferiblemente.	49
Tabla 38. El comerciante lleva registros de ingresos y egresos de la actividad.	49
Tabla 39. Principal problema al comercializar el ganado.	50
Tabla 40. Con cuántas personas trabaja normalmente.	50
Tabla 41. Contrata personal para que le colabore en el manejo de los animales dentro de la feria y cuál es el valor que le paga diariamente.	51
Tabla 42. Al momento de la comercialización de ganado en la feria ASOGAN-SD que requisitos exige y cuál es su valor.	51
Tabla 43. Condiciones actuales de la feria ASOGAN-SD.	52
Tabla 44. Qué aspectos cree que debe mejorar la ASOGAN-SD.	53
Tabla 45. Qué espera el comerciante de las instituciones públicas.	53
Tabla 46. Qué servicios cree que debe implementar la feria ASOGAN-SD.	54

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Localización de la feria ASOGAN-SD.	24
Figura 2. Oficinas donde emiten las guías de movilización.	78
Figura 3. Comerciantes que solo trabajan dentro de la feria.	78
Figura 4. Corrales donde se comercializan los animales.	79
Figura 5. Encuesta realizada al comerciante Sr. Mario López.	79
Figura 6. Encuesta realizada al comerciante Sr Harold Macías.	80
Figura 7. Encuesta realizada al comerciante Sr. Oswaldo Palma.	80
Figura 8. Encuesta realizada al comerciante Sr. Comerciante Jorge Cueva.	81
Figura 9. Encuesta realizada al comerciante Sr. Tito Mendoza.	81
Figura 10. Encuesta realizada al comerciante Sr. Segundo Intriago.	82
Figura 11. Encuesta realizada al comerciante Sra. Rosario Parrara.	82

CÓDIGO DUBLÍN

Titulo	ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE GANADO QUE PARTICIPAN EN LA FERIA “ASOGAN S-D” CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS		
Autor	Karina Estefania Triana Molina		
Palabra Clave	Análisis Socioeconómico	Comerciantes	Ganaderos
Fecha De Publicación			
Editorial	Quevedo: UTEQ,2019		
Resumen	Resumen: El presente trabajo investigativo se lo realizo en la feria ganadera ASOGAN-SD en el Cantón Santo Domingo, teniendo como objetivo analizar la situación socioeconómica de los comerciantes. Identificando los lugares de procedencia del ganado, formas de distribución y establecer los sistemas de comercialización, recursos que utilizan en la actividad En base a la investigación una de las ferias más importantes que se realizan en el Ecuador es la ASOGAN-SD, Los comerciantes de ganado manifiestan que, aunque la situación económica del país no se encuentra en un buen momento, ellos deben seguir trabajando para así generar ingresos para sus hogares. Summary: This research work was carried out at the ASOGAN-SD cattle fair in the Santo Domingo Canton, with the objective of analyzing the socioeconomic situation of the merchants. Identifying the places of origin of the cattle, ways of distribution and establishing the commercialization systems, resources that they use in the activity. Based on the research, one of the most important fairs held in Ecuador is the ASOGAN-SD. cattle say that although the economic situation of the country is not at a good time, they must continue working to generate income for their homes.		
Descripción	102 hojas: dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162		
URI			

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la ganadería es una de las principales actividades del sector agropecuario, siendo la Costa y la Amazonia los que producen ganado mayoritariamente de carne, y los de la Sierra se dedican más a la producción de ganado de leche. Los seres humanos dependen de los animales para obtener alimentos y otros subproductos, para trabajar y para obtener diversos productos comerciales e industriales.

La ganadería ha sido tradicionalmente un sector clave para la economía nacional según informa (Ministerio de Agricultura y Ganadería) y por ello, a través de los años se ha puesto interés en mejorar los procesos de comercialización y dentro de la industria, este sector aporta alrededor del 7.59% del PIB del país.

El programa de ganadería sostenible se enmarca en la actividad pecuaria de pequeños y medianos productores, con modelos de producción amigables con el ambiente, promueve el desarrollo participativo e inclusivo para alcanzar los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y la Soberanía Alimentaria, ejecutado por la subsecretaría de ganadería la comercialización, de productos y subproductos pecuarios, que sean económicamente rentables, amigables con el medio, socialmente justas, sostenibles en el tiempo, que permitan incrementar los niveles de vida.

El centro de comercialización, de la Asociación de Ganaderos “ASOGAN-SD” ubicada en el cantón Santo Domingo es una de las ferias mas importantes a nivel nacional, a la misma llegan comerciantes de distintos lugares del Ecuador, para hacer uso de las instalaciones, comprar, vender los animales y otros servicios relacionados con la actividad. Pero la organización no tiene información concerniente a la situación en que se desenvuelven las personas que participan en el proceso de compra y venta de ganado.

La presente trabajo de investigación se realiza para conocer el nivel socioeconómico de los comerciantes de ganado lugares de residencia de los negociantes, formas de financiamiento, preferencias de compra y venta de los animales, problemas al comercializar, identificar los lugares de procedencia de los semovientes, formas de distribución y traslado, y los servicios públicos que tengan o requieren para realizar la actividad de comercialización.

CAPÍTULO I.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de la investigación.

1.1.1 Planteamiento del problema.

La presente investigación se la realizó a los comerciantes de ganado que asisten a la Asociación de Ganaderos del cantón Santo Domingo, (ASOGAN-SD), para comprender los aspectos socioeconómicos, la situación que están atravesando y su impacto en la comercialización.

Los principales inconvenientes que tienen los comerciantes de ganado es que no existe estabilidad en los precios, presencia de animales que provienen de países vecinos, aunque reconocen que la actividad ha decrecido por la gran competencia, la rebaja es la estrategia que utilizan los intermediarios. El ganado bovino es de gran importancia, tanto para el mismo ganadero como para el hato ganadero, pues con ello se logrará incrementar los rendimientos y mejorar considerablemente el estado en general de las vacas, además de. La oferta y la demanda mueven esta actividad comercial entre vendedores y compradores. por otro lado, no tienen apoyo de las entidades financieras, y carecen de servicios públicos.

1.1.1.1 Diagnóstico.

Los comerciantes ganaderos que participan en la feria ASOGAN-SD se enfrentan a diversas situaciones como falta de financiamiento en la actualidad las personas que se dedican al comercio de ganado deben ser más que simples comerciantes y deben transformarse en empresarios eficientes, la actividad ganadera debe estar orientada a la obtención de uno o varios productos que generen ganancias, para ello es necesaria que obtengan conocimientos de registros contables que permitan comparar resultados actuales con pasados.

1.1.1.2 Pronostico.

¿El análisis socioeconómico permitirá conocer la situación que enfrentan los comerciantes de ganado que asisten a la feria ASOGAN-SD Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas?

1.1.2 Formulación del problema.

¿Cuál es la realidad socioeconómica de los comerciantes de ganado que asisten a la Feria ASOGAN-SD Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas?

1.1.3 Sistematización del problema.

- ✓ ¿De qué manera viven los comerciantes de ganado que asisten a la Feria ASOGAN-SD Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de Los Tsáchilas?
- ✓ ¿De dónde proviene y como se realiza la distribución y traslado del ganado a la feria?
- ✓ ¿Qué necesidades de servicios públicos y recursos tienen las personas dedicadas a la actividad?

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo general.

Realizar el análisis socioeconómico a los comerciantes de ganado que participan en la Feria ASOGAN-SD Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de Los Tsáchilas.

1.2.2 Objetivos específicos.

- ✓ Analizar la situación económica de las personas dedicadas a la comercialización de ganado en la Feria ASOGAN-SD.
- ✓ Identificar los lugares de procedencia del ganado, formas de distribución y traslado.
- ✓ Establecer los sistemas de comercialización, recursos que utilizan en la actividad y las necesidades de servicios públicos.

1.3 Justificación.

El presente proyecto de investigación tiene por objeto, analizar socioeconómicamente a los comerciantes de ganado, que participan en la Feria ASOGAN-SD Cantón Santo Domingo, esta investigación se la realiza debido a que se desea conocer la calidad de vida de la población de los comerciantes de ganado, y las condiciones de trabajo.

Se investigó como se desenvuelven los comerciantes de ganado, recursos que utilizan, formas de comercialización, las principales necesidades, y el papel de los organismos públicos en este sector.

Los beneficiados de este estudio serán los comerciantes ganaderos ya que mediante la investigación se logró determinar los recursos que requieren para poder generar mayor utilidad en la actividad, y para que la ASOGAN-SD, tome en cuenta las opiniones de los comerciantes, como los servicios que debe mejorar o implementar en el recinto ferial.

CAPITULO II.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco conceptual.

2.1.1 Economía.

Estudia el comportamiento del hombre, apelando a su racionalidad, cuando toma decisiones que le proporcionan la mayor satisfacción y los menores sacrificios posibles, utilizando un conjunto limitado de medios que se aplica, de acuerdo a su propio criterio, a ciertos objetivos elegidos entre muchos posibles (Freire , Viejo, & Blanco , 2014).

La economía es el estudio de la manera en que los hombres y la sociedad utilizan haciendo uso o no del dinero recursos productivos escasos, para obtener distintos bienes y distribuirlos para su consumo presente o futuro entre las diversas personas y grupos que componen la sociedad, (Astudillo & Paniagua, 2012).

Una economía es el sistema de procesos de producción, distribución, circulación y consumo que, a través de principios, instituciones y prácticas, en cada momento histórico organizan las comunidades y sociedades para obtener las bases materiales de resolución de las necesidades y deseos legítimos de todos sus miembros actuales y de futuras generaciones, de modo de permitir la reproducción y desarrollo de la vida, sosteniendo los equilibrios psíquicos, interpersonales, entre comunidades y con la naturaleza (Coraggio, 2011).

2.1.2 Economía familiar

La economía doméstica resulta difícil de mantener. En esta época de crisis, la escasez de dinero casi no permite cumplir con el presupuesto del hogar, este problema, en ocasiones, se ve intensificado por algunos conflictos que puedan surgir entre los miembros de la familia. (Osorio, 2015).

2.1.3 Economía social.

Nos referimos a una concepción que pretende superar la opción entre el mercado capitalista, y un Estado central planificador y regulador de la economía Plantea que el mercado capitalista debe ser superado por estar dominado por el poder de los grupos monopólicos que manipulan los valores, necesidades y formas de socialización a través de su control de

la comunicación social y además ahora tiende a excluir a ingentes mayorías del derecho mismo a ser consumidor y productor (Coraggio, 2011).

Está dedicada a presentar los elementos específicos y distintivos de este enfoque desde el punto de vista teórico, como ser el marco de ordenamiento económico, los principios fundamentales tanto socio-políticos como económicos, su evolución dinámica y su relación con otras tradiciones de pensamiento (Resico, 2010).

2.1.4 Socioeconomía.

La socioeconomía es un intento de incorporar, estructurada y armoniosamente, al análisis económico conceptualizaciones de la sociología, la psicología y las ciencias políticas. Esto es una consecuencia de una tesis central de la nueva disciplina: la visión ortodoxa convencional de la economía es ya estrecha para explicar muchos problemas de la realidad en especial, sostienen, desde que los primeros efectos de la globalización alcanzaron las áreas más postergadas (Figueras, 2009).

2.1.5 Estudio económico.

Un estudio socioeconómico es un trabajo de investigación sobre un individuo o sociedad, que se lleva a cabo empleando técnicas métricas acerca de la situación social y económica para constatar o descartar hipótesis sobre las necesidades y características de una persona o grupo de personas, el estudio socioeconómico utiliza criterios bien definidos en cada caso debido a la complejidad del mismo, por ello, no solo se toma en cuenta el salario o los ingresos de las personas, sino también las condiciones de las viviendas, salubridad, número de habitantes por vivienda, cómo es la convivencia, qué problemas tienen, entre otros (Morales, 2013).

2.1.6 Sistema económico

Los sistemas económicos de producción surgen como respuesta al problema de la escasez en la economía, el desafío fundamental económico que todas las sociedades a través de la historia han enfrentado. Este problema económico se origina al existir aparentemente necesidades humanas ilimitadas en un mundo de recursos finitos (Montoya, 2013).

Sistema económico unido por relaciones básicas, técnicas asociativas que caracterizan la organización económica de una sociedad y condicionan el sentido general de sus decisiones fundamentales y los cauces predominantes de su actividad (Mochón, 2012).

2.1.7 Actividad económica del cantón Santo Domingo.

La principal actividad económica a la que se dedica el cantón Santo Domingo es a la ganadería y a la agricultura con diversos tipos de sembríos tales como: maíz, café, caucho, palma africana, cacao, abacá etc. Siendo una zona climática lluviosa tropical.

2.1.8 Producto interno bruto agropecuario.

En 2011, según el Banco Central del Ecuador, es el de mayor crecimiento del PIB agropecuario, 8%, como resultado de la aplicación de las políticas públicas como el Seguro Agrícola, el subsidio a la urea, sustitución de importaciones, etc. En 2012 el crecimiento agropecuario es del 0% por efecto del fenómeno de La Niña- Organización Meteorológica Mundial 2012- que provoco perdida de cultivos agrícolas y producción pecuaria, entre 2013 y 2015 el PIB agropecuario crece a un promedio de 6,6%, y es el reflejo de la transferencia de tecnología, semillas mejoradas, acceso a créditos y la reducción de la intermediación comercial. Se atribuye también a proyectos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca- MAGAP- como el plan de semillas de alto rendimiento y los programas (Pino, 2018).

2.1.9 Evaluación económica.

Tipo de análisis ventajoso para ayudar a tomar decisiones ante otras alternativas, es habitual confundir la evaluación económica con el análisis o evaluación financiera, en el segundo caso se considera únicamente la vertiente monetaria de un proyecto con el objetivo de considerar su rentabilidad en términos de flujos de dinero.

Mientras la evaluación económica se compone en su análisis tanto en los costes monetarios como los beneficios expresados en otras unidades relacionadas con las mejores en condiciones de vida de un grupo, podemos hablar entonces de rentabilidad o beneficios de tipo social (Encalada, 2015).

2.1.10 Necesidades y recursos.

Las necesidades que tienen significación para la economía son aquellas que se manifiestan en una demanda efectiva, es decir, sustentadas en capacidad y voluntad de compra. En este sentido debe ser interpretado el problema de la escasez relativa en todo caso de recursos. Los recursos fuerza de trabajo, medios naturales, medios de producción, tecnología, financiamiento son limitados tanto en términos absolutos como relativos (Maza, 2002).

2.1.11 Servicios públicos

Conjunto de instituciones que se encargaran de suministrar ciertos bienes y servicios, alternativamente en el sector empresarial público o privado, los servicios públicos de calidad son el mejor medio para construir sociedades sostenibles equitativas y democráticas (Freire , Viejo, & Blanco , 2014).

El carácter esencial de generalidad del servicio público se encuentra fuertemente vinculado a los derechos humanos porque, en principio, por el solo hecho de serlo, todo ser humano, sin distinción alguna raza color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra condición, mediante la satisfacción de los requisitos legalmente establecidos, tiene derecho a usar el servicio público, sin más límite que el impuesto por la capacidad de prestación del propio servicio (Fernandez, 2010).

2.1.12 Ganadería.

La ganadería ecuatoriana constituye una de las actividades productivas más importantes en la economía, por la generación de alimentos indispensables en la dieta de la población como son: leche, carne y derivados lácteos (Encalada , 2015).

En el país la actividad ganadera se ha generalizado y se desarrolla en todas las provincias; es considerado como una fuente de ingresos, en especial para la gente del sector rural quienes han visto en la ganadería su sustento diario (Vinueza , 2015).

La Ganadería es una actividad que consiste en la producción, crianza y confinamiento de animales para la obtención de carne, leche o pieles. Por lo tanto el ganado es una fuente importante de alimentos y de aporte a la agroindustria, la actividad permite convertir plantas

y hiervas, en carne de alta valor económico, empleando para la misma, tierras de bajo valor comercial lo que incrementa el margen de rentabilidad, la ganadería cubre una amplia variedad de necesidades humanas, garantiza la seguridad alimentaria de la población, contribuye a la economía y aporta fertilidad a los suelos (Porrás, 2018).

2.1.13 Razas.

2.1.13.1 Brahmán.

Es ideal para la producción de carne, no solo ha beneficiado a los productores, sino que además, los ganaderos comerciales han recibido el beneficio directo al implementar programas de cruzamiento con la raza, con lo cual se han logrado nuevos estándares de calidad y rentabilidad (Gonzalez, 2019).

2.1.13.2 Holstein.

Es la más pesada de las razas lecheras, presenta dos variantes en cuanto a color de pelaje, berrendo blanco con negro, y el blanco con rojo. La variante dominante es el berrendo en negro, siendo de carácter recesivo la variante roja, cuerpo anguloso, amplio, descarnado; considerando el período de lactancia (Gonzalez , 2017).

2.1.13.3 Brown Swiss.

Es una raza de doble propósito, para la producción de leche como para la de carne, el Brown Swiss es una raza renombrada en el mundo y ocupa el segundo lugar por su beneficio lechero (Gonzalez , 2018)

2.1.13.4 Girolando.

Se creó con el objetivo de formar una agrupación étnica de bovinos que pudieran producir de modo sustentable en las regiones tropicales y subtropicales (Gonzalez, 2018).

2.1.14 Ferias.

Son las ferias mercados extraordinarios, que se celebran con grandes intervalos de tiempo, y sirven para atender a las necesidades del cambio que no pueden satisfacerse diariamente.

La dificultad de las comunicaciones, que dio origen a su establecimiento, ha desaparecido en gran parte, por eso las ferias languidecen, muchas son ya puramente nominales, y todas llegarán a ser inútiles (Echegoyen, 2007).

Las ferias se convierte en una herramienta de marketing muy poderosa, a través de la cual se logra obtener nombre y prestigio, mejorando las posibilidades de comercialización lo que en última instancia es el objetivo principal, producir ventas que aumenten los flujos del negocio, además son fuentes de ingresos para muchas personas, desde la venta de la comida, personal que intervienen en las asesorías tanto al evento en si como a los ganaderos que asisten; además es una convocatoria para el encuentro con los amigos y colegas y el inicio de nuevas relaciones de amistad o de negocios (Coley, 2012).

2.1.15 Ferias ganaderas.

Muchas veces surge la intranquilidad acerca de la conveniencia de presentar animales en certámenes feriales. Hay incluso personas que no le ven justificación. La realidad es que la presentación en los juzgamientos tiene una connotación más profunda. Los ejemplares que se escogen para estos fines han sido sometidos a procesos de mejoramiento por medio de biotecnologías, tales como la inseminación artificial y la transferencia de embriones. (Coley, 2012).

2.1.16 Comercialización.

Consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final, también se considera como el conjunto de actividades económicas que son encaminadas a comercializar o realizar traslados de bienes o servicios (Rivadeneira, 2012).

Los canales de distribución por ser estos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final. Por ello los cambios que se están produciendo en el sector indican la evolución que está experimentando el marketing, ya que junto a la logística serán los que marquen el éxito de toda empresa, canal de distribución, lo podríamos definir como «áreas económicas»

totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final. Aquí el elemento clave radica en la transferencia del derecho o propiedad sobre los productos y nunca sobre su traslado físico (Centro de Estudios Financieros, 2019).

En métodos normales los procesos necesarios para lograr a los bienes del productor al consumidor. Todas las grandes empresas, compañías, organizaciones modernas tienen diversos cargos, en donde usualmente realizan las siguientes actividades: investigación de mercados, que sirve para conocer las necesidades de los individuos o grupos de personas, identificando cuáles son sus hábitos de consumo y cuál será la posible aceptación de los nuevos productos o servicios (Rodriguez, 2009).

2.1.17 Canal de comercialización.

Conjunto de perímetros a través de los cuales se establece la relación entre producción y consumo, a efectos de hacer disponibles los bienes para los consumidores, mediante la articulación de los distintos flujos de comercialización

Los canales de comercialización son las vías que las empresas tienden para llevar sus productos a sus clientes de la forma más económica, eficiente y efectiva. Es uno de los puntos clave dentro de la comercialización de productos y en la gestión de ventas y espacios comerciales (Gestion de Ventas, 2018).

Las pequeñas y grandes empresas por igual pueden beneficiarse del desarrollo de un canal de marketing eficaz, que es el camino que un producto toma desde el fabricante hasta el consumidor, un canal de marketing involucra a una serie de empresas interdependientes, cada una de las cuales es responsable de una etapa particular en el desarrollo y la distribución del producto (Stan, 2018).

2.1.18 Asociación.

Las asociaciones son gremios formados para realizar una actividad colectiva de forma estable, sin fines de lucro. Las asociaciones pueden constituirse mediante acuerdo de tres o más personas físicas o jurídicas para conseguir finalidades comunes de interés general o

particular, siendo entidades sin ánimo de lucro que aplican estrictamente el principio de no distribución de beneficios, debiendo destinarse los mismos, en el caso de que se obtengan, al cumplimiento de sus fines (Carrasco, 2009).

2.1.19 Negocio familiar.

En un principio podemos pensar que las empresas familiares son solo aquellas en que los componentes de una familia sacan adelante el negocio, usualmente pequeñas o medianas. Pero en realidad, no siempre es así, dentro del contexto profesional, la empresa familiar es definida como “aquella cuyo patrimonio y gobierno está ejercido por los miembros de una o varias familias y su objetivo estratégico comprende la continuidad de la empresa a manos de la siguiente generación familiar (Montoya, 2018).

2.1.20 Mercado.

Comúnmente la palabra mercado significa el lugar donde se compra y se venden bienes como frutas, carnes, lácteos. Sin embargo, en economía el significado es más amplio ya que se refiere a cualquier acuerdo para que compradores y vendedores de una mercadería determinada hagan negocios entre sí (estando en condiciones de fijar el consumo) (Astudillo & Paniagua, 2012).

Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto y los vendedores la oferta (Mankiw, 2012).

Es una institución donde unos informan a otros sobre lo que quieren y lo que están dispuestos a dar a cambio, es el lugar donde se lleva a cabo intercambio, por lo tanto, el área donde compradores y vendedores negocian el intercambio de una mercancía (Freire , Viejo, & Blanco , 2014).

2.1.21 El mecanismo del mercado.

El mecanismo de mercado es un instrumento de comunicación para interrelacionar el conocimiento y las acciones de millones de individuos. Sin que nadie se encargue de

diseñarlos, hablar de mecanismos de mercado puede remitir a lugares comunes, el mecanismo de mercado permite resolver de la mejor forma posible los problemas de consumo, producción y distribución (Mochón, 2012).

2.1.22 Calidad de vida.

Al hablar de calidad de vida nos referimos a un concepto que hace alusión a varios niveles de la generalidad, desde el bienestar social o comunitario hasta ciertos aspectos específicos de carácter individual o grupal (Ávila, 2013).

Ecuador ocupa el puesto 9 de 17 países en Latinoamérica y el 59 de 146 naciones a nivel mundial dentro del denominado índice de Progreso Social 2018. Este medidor establece la capacidad de una sociedad para satisfacer las necesidades básicas de sus ciudadanos, determina los bloques de construcción que permitan a los ciudadanos y las comunidades mejorar y sostener la calidad de sus vidas y crear las condiciones para los individuos alcancen todo su potencial (El Universo, 2018).

Objetivo al que debería extender el estilo de desarrollo de un país que se preocupe por el ser humano integral, la calidad de vida apunta al bienestar en todas las etapas del hombre, atendiendo a la creación de escenarios para satisfacer sus necesidades materiales, psicológica, sociales y ecológicas (Proaño, 2013).

2.1.23 Población en el Ecuador.

La población ecuatoriana alcanzó los 17'096,789 habitantes, según informo el sábado 13 de octubre el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), Se detalló que la provincia costera del Guayas es la más poblada con 3,6 millones de habitantes, mientras que la menos poblada es Galápagos con 25,124 personas, El Archipiélago de Galápagos está situada a unos kilómetros de las costas continentales ecuatorianas y se mantiene bajo un régimen especial de conservación y cuidado por su alta y única biodiversidad (El Comercio, 2018).

2.1.24 Educación.

La educación primaria y secundaria básica permite a los individuos adquirir habilidades y competencias fundamentales para convertirse en ciudadanos empoderados capaces de participar activamente en su cultura, sociedad y economía (Raffino, 2019).

En su sentido más amplio, por educación se entiende el proceso por el cual se transmite el conocimiento, los hábitos, las costumbres y los valores de una sociedad a la siguiente generación, educación viene del latín educere que significa 'sacar', 'extraer', y educare que significa 'formar', 'instruir' (Imaginario, 2019).

La educación tiene por objeto general formar al hombre, es una obra inmensa; esencialmente varía en sus formas en sus medios, es la unidad simple y profunda que la constituye, se sujeta a las condiciones del tiempo, de lugar y método, el proceso educativo se materializa en una serie de habilidades y valores, que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en el individuo (Cardedera, 2011).

2.1.25 Pobreza.

Pobreza es la dificultad de bienestar de manera pronunciada, es decir, la falta de acceso a capacidades básicas para funcionar en la sociedad y de un ingreso adecuado para enfrentar necesidades de educación, salud, seguridad, empoderamiento y derechos básicos (Galindo & Viridiana, 2015).

Se considera que una persona está en el grupo de “pobreza por ingresos”, si percibe un ingreso familiar por persona menos a 84.79 mensuales, también se señala que en el último mes del año pasado, la pobreza se ubicó en 23,2%; es decir, creció 1,7 puntos porcentuales si se compara con diciembre del 2017 (Tapia, 2019).

2.1.26 Etnias.

El Ecuador es un país pluricultural y multiétnico, en el cual conviven diferentes nacionalidades, étnicamente esto está marcado por la presencia de montubios, mestizos, blanco, indígenas, afroecuatorianos, y blancos; distribuidos en costa, sierra y oriente. (Foros Ecuador, 2017).

2.1.27 Vivienda.

Se denomina vivienda a la edificación que constituya una residencia durante un determinado tiempo, para que la vivienda constituya la residencia habitual debe ser habitada de manera

efectiva y con carácter permanente, la vivienda es fundamental para el desarrollo de las capacidades de individuales y los vínculos familiares. (Cayón, 2008).

2.1.28 Arrendamiento.

Un arrendamiento es la relación entre dos partes, a través del cual existe una negociación el cual el primero cede al segundo el disfrute de un bien, la ejecución de una obra o la prestación de un servicio durante un tiempo determinado (Santamdreun, 2012).

El arrendamiento es un acuerdo por lo que un representante obtiene el uso de alguna propiedad de otro por un periodo de tiempo determinado a cambio de un cargo fijo acordado que generalmente es pagada en plazos determinados (Pearce, 2013).

2.1.29 Servicios básicos.

Los servicios básicos, en los lugares habitados, comunidades barrios y ciudades se componen en las obras de mayor trascendencia e importancia para la vida y la salud de los pueblos (Chila, 2016).

Definir que es un servicio básico, para una localidad no es fácil, pero se puede decir que, para el pueblo, disponer de agua potable, servicios médicos eficientes y gratuitos, de educación de calidad, en todos los niveles, primario, secundario y académico sin costos, disponer de energía eléctrica de manera permanente.

Tener acceso a la justicia, sin dilación e imparcial, tener acceso a la protección policial en las ciudades y el campo, poder circular por las vías estables, sin huecos, de verano e invierno, son servicios básicos indispensable, para que nuestros pueblos puedan crecer física, cultural y económicamente y así puedan vencer la pobreza y el buen vivir sea una realidad, (Torre, 2009).

2.1.30 Financiamiento.

El financiamiento es un acto mediante el cual una organización concede dinero. La adquisición de bienes o servicios es fundamental a la hora de emprender una actitud económica, por lo que el financiamiento es un paso ineludible a la hora de considerar un

emprendimiento de cualquier tipo. Incluso es común que deba procurarse más financiación una vez que la empresa ya está en actividad, sobre todo si esta quiere expandirse, para de esta manera comprender su participación (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017).

2.1.31 Impuestos.

El estado en todos sus ámbitos desde la administración central hasta las administraciones locales de las pequeñas ciudades utiliza los impuestos para la recaudación de ingresos para realizar proyectos públicos, como carreteras, escuelas y defensa nacional, los impuestos constituyen un instrumento de importante de la política económica y como afectan la vida de muchas formas (Mankiw, 2012).

2.1.32 Oferta.

Está constituida por todas las cantidades que los productores de determinado bien o servicio están dispuestos a ofrecer a cada nivel de precio, La oferta del bien x es función del precio del bien, del costo de los factores productivos utilizados, de la tecnología empleada y de los objetivos empresariales; usualmente tiene pendiente positiva se puede representar la oferta en función del precio (Rodriguez, 2009).

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se pueden producir, dispuestos a llevar a un mercado, en base a los precios que puedan lograr en su intercambio por otros bienes o dinero ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos (Martinez, 2013).

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que varias organizaciones o instituciones están orientadas a la venta, es decir en el mercado, siendo un lugar determinado y un precio dado, bien por el interés de oferente o por la determinación de la economía.

2.1.33 Demanda.

Está constituida por las cantidades de un determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a obtener a un precio. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización (Rodriguez, 2009).

La demanda puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año) ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si una cantidad de demanda crece o decrece (Martínez, 2014).

2.1.34 Capital de trabajo.

Es muy importante que se tenga previsto durante la fase de inversión el capital de trabajo necesario para iniciar la etapa de operación o funcionamiento del proyecto. Este monto de capital de trabajo deberá ser tal que cubra con los costos mínimos de funcionamiento durante los primeros meses de funcionamiento de la unidad productiva (Zúñiga, 2011).

El capital de trabajo es considerado como aquellos recursos que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones. De esta forma el capital de trabajo es lo que se llama usualmente como “activo corriente” (Salazar, 2017).

Se conoce como inversión de capital de trabajo, constituye el total de recursos que facilitara el financiamiento de la operación de negocios, una inversión fundamental para el éxito o el fracaso de un negocio es la que se debe hacer en capital de trabajo (Sapag, 2007).

2.1.35 Precio.

El precio es una relación por medio de la cual se intercambia un bien por otro. Esto es lo que permite la equivalencia entre el dinero y cualquier mercancía. Es importante distinguir entre los precios nominal o monetario y el relativo, la cantidad de dinero que se paga para obtener una mercancía se llama precio nominal (Astudillo & Paniagua, 2011).

2.1.36 Ingresos.

Es el valor bruto obtenido en un periodo de tiempo determinado, por concepto de ventas o prestación del servicio; el ingreso no contempla costos o gastos que se incurren para obtenerlos (Espitia, 2009).

2.1.37 Egresos.

Los egresos hacen referencia a todos los desembolsos de dinero que se hacen en una empresa, sin embargo, esto no es así. Hay salidas que no afectan los resultados. Los egresos son en

realidad aquellas salidas que disminuyen las utilidades y las que incrementan la pérdida (Popular, 2016).

2.1.38 Utilidad.

Beneficio que se puede obtener al realizar una transacción económica, la utilidad es la base del valor que un individuo confiere a los bienes y servicios que consumen, uno de los objetivos fundamentales y prioritarios de cualquier empresa que persiga fines de lucro, es la obtención de utilidades referente a las ganancias que se obtienen de una inversión realizada en un determinado periodo de tiempo que ha sido asignado. (Mata, 2010).

La utilidad en Economía se define como el grado de satisfacción derivado del uso o consumo de un bien o servicio. Mientras que en cuentas contables es la diferencia entre los ingresos y los costos en la gestión del negocio o emprendimiento (Rodríguez, 2009).

La utilidad es la medida de satisfacción del consumidor al obtener un producto, tomando la validez de esta medida, se puede hablar con el propósito de desarrollar o disminuir la utilidad, y por lo tanto explicar el comportamiento económico en términos de los intentos de aumentar la utilidad (Roldán, 2018).

2.2 Marco referencial.

2.2.1 Estudio socioeconómico.

Un estudio socioeconómico es un trabajo de investigación sobre un sujeto o sociedad, que se lleva a cabo usando técnicas acerca de la situación social y económica para comprobar o acentuar hipótesis sobre las necesidades y características de una persona o grupo de personas, para las instituciones, conocer el entorno social y económico, (Morales, 2013).

2.2.2 Análisis socioeconómico.

Al realizar un análisis económico se debe tener en cuenta varias medidas económicas como el deterioro de la salud y sus perturbaciones económicas. Estos componentes no pueden medir con facilidad, pero se intentará compensar con los beneficios económicos visibles, tales como el aumento de producción, y oportunidad de empleo entre otros (Ramírez, 2012).

2.2.3 Comerciante.

El comerciante es un individuo que se dedica a negociar comprando y vendiendo diferentes mercaderías como actividad económica, negocio, oficio o profesión, los comerciantes son aquellas personas que compran productos a un determinado precio, para luego venderlo a un precio mayor y así obtener una diferencia, que constituye la ganancia (Enciclopedia Online, 2018).

Son las personas calificadas y registradas por la Unidad de Mercados, que se encargan de comercializar los productos alimenticios o mercaderías y artículos varios, que le fueran autorizados por la administración municipal, para ser expendidos en la red de mercados del cantón (Marcillo, 2014).

Los comerciantes son sujetos del derecho mercantil también lo son las personas que accidentalmente realizan alguna operación de comercio, aunque no tengan establecimiento fijo y, por tanto, se encuentran sujetas a la legislación mercantil se conoce como comerciantes a las personas que realizan actos de comercio (comercializan, obtienen y ofrecen o cambian especies o bienes), Es decir, las personas que realizan operaciones de compraventa o de cambio, con propósito de lucro (Cortés, 2012).

CAPITULO III.

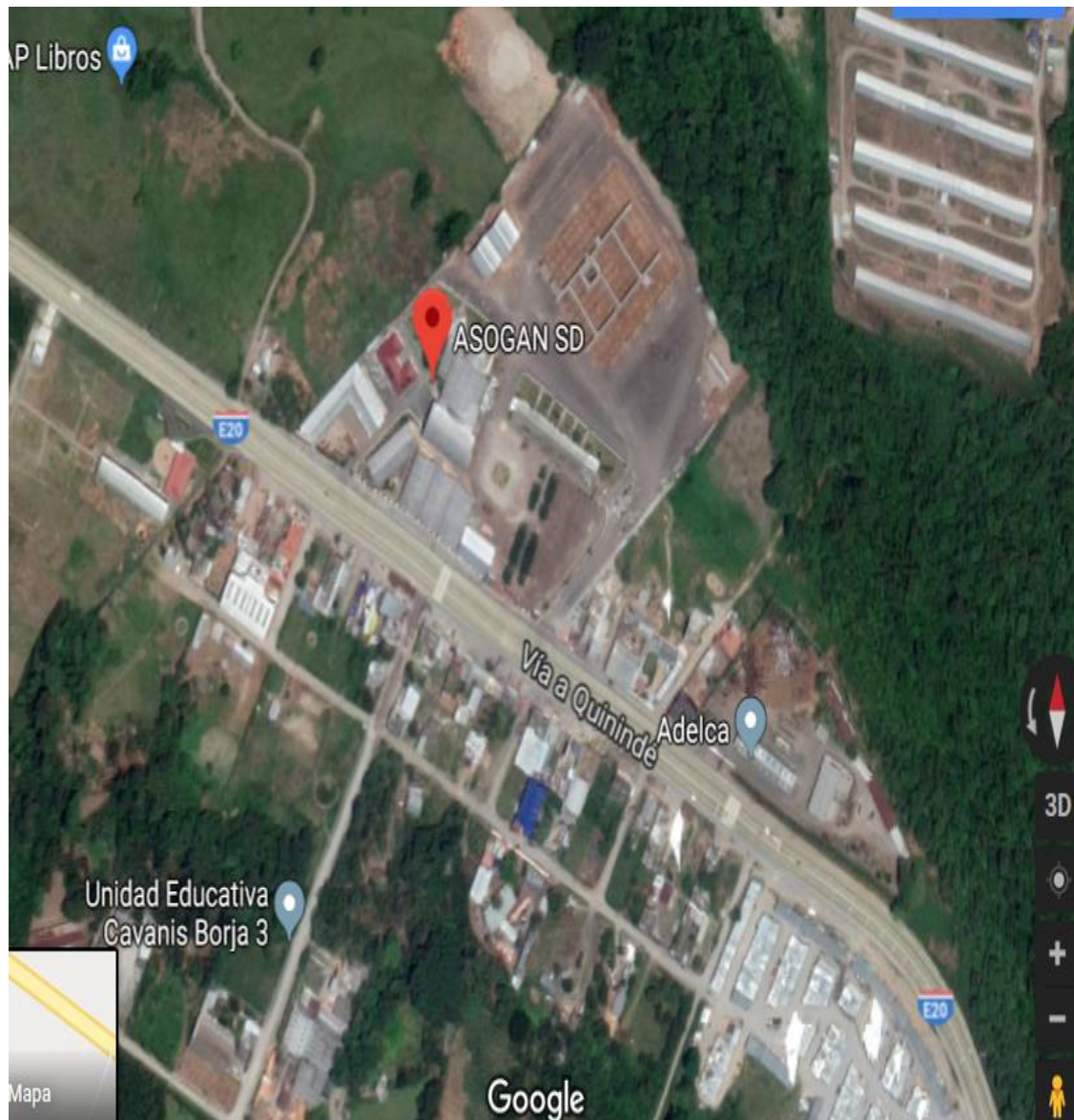
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización.

El presente trabajo investigativo se lo realizó en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón Santo Domingo, en la Feria Ganadera ASOGAN-SD 2018, con la colaboración de miembros de la Organización y de los comerciantes dedicados a la compra y venta de ganado, ubicada en el Kilómetro 7 vía Santo Domingo –Quinde margen derecho de la carretera principal.

El cantón Santo Domingo limita al norte y al este con la Provincia de Pichincha, al noroeste con la Provincia Esmeraldas al oeste con la Provincia de Manabí, al sur con la Provincia de Los Ríos y al sureste con la Provincia de Cotopaxi.

Figura 1. Localización de la feria ASOGAN-SD.



3.2. Tipos de investigación.

3.2.1. Bibliográfica.

Para desarrollar la investigación, se tomó como referencia, investigaciones, artículos científicos, libros, información de internet que se encuentra relacionado con la temática abordada, que conllevó a cumplir con los objetivos.

3.2.2. Descriptiva.

Este tipo de investigación tiene como objetivo la evaluación de algunas características de una población, observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlos, permitió determinar la realidad en que se encuentran los comerciantes de ganado en el aspecto económico y social.

3.2.3. De campo.

El trabajo de campo consistió en realizar visitas durante tres meses, los días lunes martes y jueves a la feria ASOGAN-SD, en el cantón Santo Domingo, para realizar las observaciones pertinentes, aplicar las encuestas.

3.3. Método de investigación.

El proyecto se lo realizó mediante la recolección de datos, a través de fotografías, cuaderno de campo y la aplicación del cuestionario; para luego proceder a ordenar y analizar, para así llegar a cumplir con los resultados.

3.3.1. Método inductivo.

Esta investigación llevada a cabo según el método inductivo se basa en la obtención de conclusiones a partir de la observación de hechos, la observación y análisis permiten extraer conclusiones más o menos verdaderas, pero no permite establecer generalizaciones o predicciones, se elaboraron conclusiones generales a partir de enunciados observacionales y de campo, partiendo de la generalidad a la particularidad.

3.3.2. Método analítico.

Proceso de investigación empírico que se encarga de descomponer diferentes parte o elementos para poder hacer la determinación de alguna causa, efecto o naturaleza, este método coadyuvó a abordar el objeto de estudio, descomponiéndolo en sus partes que permitió la observación de las causas y los efectos que se generaron en la investigación planteada.

3.3.4. Método de observación.

El método de observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar y nos permitió la comprensión del perfil socioeconómico de los comerciantes de ganado, la procedencia, distribución y traslado de los animales, la provisión de recursos y las necesidades de servicios públicos al asistir a la Feria ASOGAN-SD.

3.3.5. Método empírico.

Los datos empíricos se pueden recoger a través de la observación sistemática de un fenómeno o a través de un experimento controlado, sirvió en la observación de los fenómenos, para la descripción del objeto de estudio que permitieron la identificación de las causas y efectos del problema investigado.

3.4. Fuentes de recolección de la información.

3.4.1. Fuente primaria.

Se aplicaron 306 encuestas a comerciantes, con cuestionarios prediseñados que tenían 47 preguntas y se efectuaron observaciones in situ en la Feria ASOGAN-SD provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.4.2. Fuente secundaria.

La fuente secundaria que se requirió para la elaboración de la fundamentación teórica de la investigación se obtuvo de; libros, publicaciones en internet, textos didácticos, tesis, artículos científicos etc. Y consistió en la lectura y comprensión de conceptos referentes a la temática de la investigación, y fueron creadas para facilitar el proceso del trabajo.

3.5. Diseño de la investigación.

3.5.1. Población y muestra.

Los comerciantes que asisten a la feria provienen de diferentes provincias del país, por lo cual se realizó observaciones durante la semana contabilizando los vehículos que ingresan al lugar de la investigación para establecer cuantas personas acuden a comprar o vender ganado u otros animales en el recinto ferial, resultado del conteo se estima que en promedio ingresan alrededor de mil quinientos vehículos y aproximadamente cuatro mil personas a la semana; siendo principalmente los días martes que es donde se da la mayor movilidad.

3.5.2. Cálculo de la muestra.

Debido a que los comerciantes de ganado son una población de estudio muy amplia, y en el recinto ferial no tienen un registro de las personas que ingresan, fue necesario tomar una muestra de estudio que nos proporcione la información requerida. Para esto se tomó en cuenta solo los vehículos que ingresan a la Feria ASOGAN-SD

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Dónde:

n= Muestra.

N= El tamaño de la Población.

σ= Desviación estándar de la población, que generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza, para el presente estudio se utilizó un valor de 95% que equivale al 1.96.

e = Limite aceptable de error muestral para el presente estudio se utilizó un valor de 5% igual al 0.05.

A continuación, se reemplazó los valores de la formula obteniendo:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(1500)(0.5)^2(1.96)^2}{(1500-1)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = \frac{1440.6}{3.74 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1440.6}{4.70}$$

Se obtiene un valor de muestra de:

n=306 tamaño de la muestra.

3.6. Instrumento de la investigación.

3.6.1. Encuestas.

Representación en la que se emplea la entrevista como herramienta para su estructuración Las encuestas se realizaron a los comerciantes de ganado que asistieron a la Feria ASOGAN-SD, recogiendo la información mediante un formulario de 47 preguntas.

3.6.3. Observaciones.

Mediante esta técnica se reveló como se desenvuelven los comerciantes ganaderos dentro de las instalaciones de la feria ASOGAN-SD y así poder analizar la situación socioeconómica, la forma de distribución de los semovientes y los servicios públicos que requieren, y conjuntamente con las encuestas aplicadas se procedió analizar la información obtenida.

3.7.1. Tratamiento de los datos.

3.7.1. Análisis estadístico.

Para el tratamiento de la información se utilizó el programa Microsoft Excel realizando la tabulación del formulario, representándolas en tablas, y así se realizó el respectivo análisis socioeconómico a los comerciantes de ganado.

3.8. Recursos humanos y materiales.

3.8.1. Recursos humanos.

Para llevar a cabo esta investigación, se detalla a continuación los colaboradores

- El autor
- El Director de Proyecto de Investigación
- Los comerciantes de ganado

3.8.2. Materiales.

- Computadora
- Cd-RW
- Cámara
- Internet
- Libros
- Pen drive
- Impresora
- Hojas A4
- Grapadora
- Bolígrafos
- Lápiz
- Borrador
- Anillados
- Empastados

CAPITULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de las encuestas realizadas a comerciantes de ganado de la feria ASOGAN-SD.

Tabla 1. Sexo del comerciante.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Hombre	279	91
Mujer	27	9
TOTAL	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado, se observó, que 279 personas equivalentes al 91% son hombres, y sin ser motivo de estudio y pese a las condiciones de trabajo forzado que se realiza en la actividad se encontró a 27 mujeres que representa el 9%.

Tabla 2. Edad del comerciante.

AÑOS DE EDAD	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
<18	0	0
18 – 33	67	22
34-49	110	36
50-64	86	28
≥65	43	14
TOTALES	306	100

110 personas equivalentes al 36% de los comerciantes ganaderos se encuentran en un rango de 34 a 49 años, mientras que el 28% de las personas están entre 50 a 64 años, el 22% de los asistentes al recinto ferial están entre 18 a 33 años, mientras que 43 personas equivalentes al 14% tienen 65 años o más y no existen personas menores de edad.

Tabla 3. Lugar de residencia.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Santo Domingo de los Tsáchilas	108	35
Los Ríos	73	24
Manabí	41	13
Guayas	27	9
Pichincha	8	3
Cotopaxi	29	9
Esmeraldas	18	6
Pastaza	2	1
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado, se observó que el 35% son de Santo Domingo de los Tsachilas, el 24% de la Provincia de Los Ríos distribuidos en los Cantones Buena Fe, Quevedo y Mocache , el 13% Manabí distribuidos en los Cantones de El Carmen, Pichincha, Pedernales Olmedo y Paján, el 9% de la Provincia de Cotopaxi provenientes de los Cantones de La Maná y Pujilí, el 9% de la Provincia del Guayas distribuidos en los Cantones de El Empalme y Balzár, el 6% de la Provincia de Esmeraldas distribuidos en los Cantones de Quininde, Eloy Alfaro y Rio Verde, ocho son de la Provincia de Pichincha con un porcentaje del 3% y pertenecen al Cantón San Miguel de Los Bancos, dos son de la Provincia de Pastaza con un Porcentaje del 1% y pertenecen al Cantón Arajuno.

Tabla 4. Estado civil.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Soltero. (a)	34	11
Casado. (a)	139	45
Divorciado. (a)	1	1
Unión de Hecho. (a)	115	37
Separado. (a)	16	5
Viudo. (a)	1	1
TOTALES	306	100

El 45% aseveran que se encuentran casados, el 37% respondieron que unión de hecho, el 11% están solteros, mientras que el 5% son separados, el 1% es viudo, y un comerciante es divorciado.

Tabla 5. Nivel de educación alcanzado.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Educación primaria concluida	43	14.05
Educación primaria inconclusa	37	12.09
Educación secundaria concluida	57	18.63
Educación secundaria inconclusa	140	45.75
Educación superior completa	16	5.23
Educación superior inconclusa	12	3.92
Ninguno	1	0.33
TOTALES	306	100

El 45.75% de los comerciantes ganaderos afirmaron que no terminaron la educación secundaria, el 18.63% completaron la educación secundaria, el 14.05% dijeron que solo completaron la primaria, el 12.09% no completaron la primaria, el 5.23% culminaron sus estudios superiores, el 3.33% no completaron sus estudios superiores, mientras que el 0.33% no sabe leer ni escribir pero que si conoce de números.

Tabla 6. Etnia del comerciante.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Mestizo	170	56
Afroecuatoriano	8	2
Blanco	0	0
Indígena	10	3
Montuvio	118	39
TOTALES	306	100%

170 del total de personas equivalentes al 56% de los comerciantes se consideran mestizos, 118 personas siendo el 39% de los comerciantes ganaderos son montuvios, mientras que el 3% se autoidentifica étnicamente como Afroecuatoriano. el 2% como indígena

Tabla 7. Vivienda donde habita.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Propia y totalmente pagada	234	76.47
Propia y la está pagando	1	0.33
Propia (regalada, donada, heredada)	16	5.23
Prestada o cedida (no paga)	18	5.88
Por servicio o Trabajo	0	0
Arrendada	37	12.09
TOTALES	306	100

El 76.47% de los comerciantes de ganado encuestados tienen vivienda propia y totalmente pagada, el 12.09% dijeron que arrendaban con valores a pagar entre \$50 a \$180 dólares mensuales, el 5.88% habitan en una vivienda prestada o cedida y no pagan, el 5.23% habitan en una vivienda propia pero heredada, el 0.33% tiene casa propia pero aun la está pagando con valores a pagar de \$400 dólares mensuales.

Tabla 8. Material predominante de la vivienda.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Cemento	226	74
Madera	25	8
Madera y Cemento	18	6
Caña	16	5
Ladrillo	13	4
Madera y Caña	6	2
Ladrillo y Madera	2	1
TOTALES	306	100

Con un total de 226 encuestados siendo el 74% de los comerciantes de ganado expresaron que el material predominante de la vivienda donde habitan es de cemento, 25 personas siendo el 8% afirmo que habitan en casa de madera, el 6% dijo que la vivienda es de

madera y cemento, el 5% es de caña, el 4% el material predominante es de ladrillo, el 2% expreso que es de madera y caña, mientras que el 1% dijo que es de ladrillo y madera.

Tabla 9. Servicios básicos que dispone la vivienda.

OPCIONES	SI	PORCENTAJE	NO	PORCENTAJE
Electricidad	306	100	0	0.00
Agua por tubería	208	67.97	98	32.03
Centros estudiantiles	198	64.71	108	35.29
Dispensarios Médicos	171	55.88	135	44.12
Internet	124	40.52	182	59.48
Celular	305	99.67	1	0.33
Convencional	133	43.46	173	56.54
Tv. Pagada	210	68.63	96	31.37
Servicios sanitarias	302	98.69	4	1.31
Recolector de desechos	210	68.63	96	31.37
Alcantarillado	90	29.41	216	70.59

306 comerciantes de ganado equivalente al 100% de la población encuestada cuentan con energía eléctrica en su domicilio, 208 personas siendo el 67.97% dijo que poseen agua potable mientras que 98 personas siendo el 32.03% posee agua de pozo, 198 de los encuestados equivalentes al 64.71% expresó que existen centros de educación cercanos, mientras que 171 personas siendo el 55.88% dijo que existen centros de salud cerca mientras que el 44.12% afirmaron que no existen dispensarios médicos cerca de la zona, el 40% de los encuestados afirmaron que si cuentan con internet en la vivienda el 59.48% indicó que no contaba con internet en casa, el 99.67% poseen telefonía móvil, el 56.54% no poseen el servicio de telefonía fija , el 68.63% de los comerciantes indicaron que

disfrutaban el servicio de televisión pagada, el 98.69% de la población si poseen baterías sanitarias mientras que el 1.31% utilizan letrina, el 31.37% no tiene servicio de recolección de basura, 29.41% tienen alcantarillado mientras que el 70.59% dijo que no.

Tabla 10. Enseres del hogar.

OPCIONES	SI	PORCENTAJE	NO	PORCENTAJE
Televisor	288	94	18	6
Equipo de Sonido	165	54	141	46
Computadora	147	48	159	52
Refrigerador	303	99	3	1
Cocina a Gas	306	100	0	0
Cocina de Inducción	49	16	257	84
Licuada	303	99	3	1
Microondas	90	29	216	71
Lavadora	263	86	43	14

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado, se observó que todos tienen cocinas a gas, aunque hay un 16% que tiene cocina de inducción también y el 99% señaló que contaban con refrigerador y licuadora, el 94% cuenta con televisión, el 86% comentó que tenían lavadora, el 71% no dispone de microondas, el 84, el 54% si indicaron que tienen equipo de sonido y el 48% tienen computadora

Tabla 11. Personas que ocupan la vivienda.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
De 1 a 2	31	10
De 3 a 4	92	30
De 5 a 6	115	38
De 7 a 8	37	12
Más de 8	31	10
TOTALES	306	100

115 personas equivalente al 38% de los comerciantes expresaron que la vivienda es habitada entre 5 a 6 personas, 92 personas señalaron que en la vivienda habitan entre 3 a

4 personas equivalente al 30%, 37 de los encuestados afirmaron que habitan de 7 a 8 personas siendo el 12%, el 10% de la población encuestada señalaron que entre 1 a 2 personas, mientras que el 10% dijeron que la vivienda es habitada por más de 8 personas.

Tabla 12. El comerciante matriculó en el presente año escolar a miembros entre 5 y 18 años.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Si	227	74
No	6	2
No hay miembros menores de edad	73	24
TOTALES	306	100

Observamos mediante las encuestas a los comerciantes de ganado que 227 personas obteniendo el 74% si matricularon a los miembros del hogar de edades de 5 a 18 años, 73 personas afirmaron que no hay miembros menores de edad equivalente al 24% de la población encuestada, el 2% no matricularon a sus hijos debido a que no se encuentran en edad escolar.

Tabla 13. Número miembros en edad escolar estudian en unidades fiscales o particulares.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Fiscales	202	66
Particulares	43	14
Ninguno	61	20
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado en la feria ASOGAN-SD, 202 personas equivalentes al 66% de los comerciantes indicaron que tienen

a sus hijos en unidades educativas fiscales, mientras que 61 personas afirmaron que no hay miembros en edad de estudio equivalente al 20%, 43 personas encuestadas señalaron que tenía a sus hijos en unidades educativas particulares con un porcentaje del 14%.

Tabla 14. Miembros de la familia mayores de edad y en capacidad para trabajar.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Uno	20	7
Dos	105	34
Tres	73	24
Cuatro	40	13
Cinco	52	17
Seis	16	5
Ninguno	0	0
TOTALES	306	100

El 34% dijeron que solo 2 miembros tienen capacidad de trabajar, el 24% solo 3 miembros, el 17% dijo que 5, el 13% expreso que 4 miembros tienen capacidad de trabajar, el 7% afirmo que solo un miembro, mientras que 5% expreso que 6.

Tabla 15. Miembros de la familia que aportan mensualmente en los ingresos del hogar.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Esposa	71	23
Hijos	53	17
Padres	14	5
Otros	12	4
Ninguno	156	51
TOTALES	306	100

El 51% de los comerciantes que asisten a la feria respondieron que no aporta ningún familiar al hogar, el 23% dijo que recibía ayuda de la esposa en un rango de 201 a 300

dólares, el 17% dijo que aportaban los hijos con menos de 200 dólares, el 5% dijo que los padres contribuían en el hogar entre 201 a 300 dólares, mientras que el 4% dijo que recibía ingresos de otros miembros como: tíos, sobrinos y cuñados en un rango menor a 200.

Tabla 16. Personas que sustenta con la comercialización de ganado.

OPCIONES	MENORES DE EDAD	% MENORES DE EDAD	MAYORES DE EDAD	% MAYORES DE EDAD
Entre 1-3	194	78	206	51
Entre 4-6	43	17	194	48
Entre 7-9	10	4	4	1
Más de 10	1	0.40	0	0
TOTALES	248	100	404	100

Los comerciantes con sus ingresos mantienen de una a tres personas, con el 78% a menores de edad y a un 50% mayores de edad; entre cuatro y seis personas, a un 17% menores de edad y un 48% mayores de edad y entre siete y nueve personas menores de edad con un 4% y existe un comerciante que de él depende más de 10 personas menores de edad.

Tabla 17. Motivo por el cual el comerciante trabaja en la comercialización de ganado.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Tradición Familiar	165	53
Oportunidad de negocio	57	19
Independencia Económica	22	7
Amigos	39	13
Experiencia Previa	23	8
TOTALES	306	100

El 53% trabaja como comerciante de ganado por tradición familiar, el 19% lo hace como una oportunidad de trabajo, el 13% los amigos lo motivaron a trabajar de comerciante, el 8% dijo que, por experiencia previa, y el 7% por independencia económica.

Tabla 18. Tiempo que tiene desempeñando esta actividad el comerciante.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Menos de 1 año	10	3
De 1 a 5 años	37	12
De 6 a 10 años	69	23
Más de 10 años	190	62
TOTALES	306	100

El 62% tiene más de 10 años trabajando de comerciante, el 23% tiene de 6 a 10 desempeñando esta actividad, el 12% está en un rango de 1 a 5 años en el negocio, y el 3% tiene menos de un año.

Tabla 19. Familia del comerciante que forman parte del negocio.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Hijos	104	34
Esposa (a)	16	5
Hermanos	35	11
Padres	24	7
Cuñado	1	0.33
Sobrino	1	0.33
No forman parte	125	41
TOTALES	306	100

Se evidenció que el 41% de la familia no forma parte del negocio, el 34% que los hijos le ayudan, el 11% los hermanos trabajan con él, un 7% dijo que son los padres, el 5% trabaja con la esposa (o) y con un rango menor al 1% les ayudan sobrino y cuñado.

Tabla 20. Otras actividades económicas.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Agricultor	93	30
Camionero	12	4
Abogado	2	1
Tercenero	30	10
Tienda	5	2
Otros	12	4
Ninguno	152	49
TOTALES	306	100

El 49% de los comerciantes de ganado no tienen otra actividad económica, el 30% respondieron que se dedican a la agricultura, el 10% indicó que eran terceneros, el 4% están divididos entre ingenieros, fisioterapeuta, comerciantes de ropa, camioneros, venta de sal en grano, venta de accesorios para caballos y venta de arroz, el 2% indicaron que tenían tienda y el 1% de los comerciantes son abogados.

Tabla 21. El comerciante de ganado considera su actividad como:

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Excelente	16	5
Muy Buena	72	24
Buena	171	56
Regular	47	15
Mala	0	0
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes el 56% considera que la actividad económica de comercialización de ganado es buena, el 24% considera que es muy buena, el 15% la considera regular, y el 5% asegura que la actividad es excelente

Tabla 22. Promedio de ganancia del comerciante según día que asiste a la feria.

OPCIONES	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
	ABSOLUTO	LUNES	ABSOLUTO	MARTES	ABSOLUTO	JUEVES
< 100	61	51	24	8	27	63
\$100 < 200	49	41	120	39	12	28
\$200 < 300	6	5	100	33	4	9
\$300 < 400	4	3	53	17	0	0
\$400 o Mas	0	0	9	3	0	0
TOTALES	120	100	306	100	43	100

De los comerciantes de ganado encuestados aproximadamente el 90% asegura que los días lunes y jueves que asisten a la feria tienen ganancias menores a 200 dólares y los días martes alrededor del 72% manifiesta que tienen utilidades entre 100 y menos de 300 dólares/día y un 20% gana 300 dólares o más. Por lo expuesto el día martes es donde obtienen las mejores ganancias los comerciantes de ganado.

Tabla 23. Excedentes de los ingresos.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Ahorro en entidades bancarias	73	20
Refinancian en la actividad	122	33
Invierten en otra Actividad	35	10
Consumo para el Domicilio	45	12
No Posee excedentes	92	25
TOTALES	367	100

El 33% señala que los excedentes de dinero que tienen los reinvierten en la actividad, el 25% no tiene excedentes en sus ingresos, el 20% ahorra en instituciones financieras, el 12% utiliza los ingresos extras para gastos del hogar, el 10% de la población invierte en otra actividad.

Tabla 24. Tipo de contribución tributaria realiza.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
RUC	46	15
RICE	101	33
Ninguna	159	52
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas los comerciantes manifestaron que 159 personas equivalentes al 52% dijo no realizan ninguna contribución tributaria, 101 personas manifestaron que tienen RICE equivalente al 33%, mientras que el 15% utilizan RUC.

Tabla 25. Valores que cobran en la feria.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
\$2.00	294	96
No paga	12	4
TOTALES	306	100

EL 96% paga al salir de la feria el valor de \$2.00 por estacionamiento, mientras el 4% no paga ya que ellos comercializan dentro del recinto ferial y no ingresan con vehículos.

Tabla 26. Va continuar con la comercialización de ganado.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Si	288	94
No	18	6
TOTALES	306	100

El 94% si desea seguir con la comercialización de ganado por que lo ve como una forma de ganarse la vida y es lo que sabe hacer, mientras que el 6% no piensa seguir en el negocio porque ya estaban en una edad avanzada.

Tabla 27. Desea que sus hijos sean comerciantes de ganado.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Si	211	69
No	95	31
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado que participan en la feria el 69% desean que sus hijos sean comerciantes de ganado y sigan con el negocio familiar, mientras que el 31% dijo que no quieren que sus hijos sigan en el negocio

Tabla 28. Se dedica solo a la comercialización de ganado dentro de las instalaciones de la ASOGAN-SD.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Si	12	4
No	294	96
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado, se observó que el 96% comercializa ganado en otros lugares, mientras que el 4% se dedica exclusivamente a la comercialización de ganado solo en las instalaciones de la feria.

Tabla 29. En la última semana el ganado que compra y vende donde lo adquirió.

OPCIONES	COMPRA	PORCENTAJE COMPRA	VENTA	PORCENTAJE VENTA
ASOGAN.S-D	256	41	293	77
Fincas	208	34	32	8
Otras ferias	111	18	36	10
Intermediarios fuera de la feria	10	2	16	4
Intermediarios lejos de la feria	34	5	1	0.26
Empresas Agropecuarias	0	0.00	0	0.00
Industrias	0	0.00	1	0.26
TOTALES	619	100	379	100

El 77% dijo que en la última semana vendió el ganado en la feria ASOGAN-SD y el 41% compro en la feria, el 34% adquirió en fincas mientras que el 8.% vendió en fincas, el 18% compro en otras ferias y el 10% dijo que vendió en otras ferias, el 4% vendió a intermediarios fuera de la feria, el 2% compró a intermediarios fuera de la feria, el 5% compró ganado a intermediarios lejos de la feria, mientras que un solo comerciante vendió a industrias y a intermediarios lejos de la feria.

Tabla 30. El comerciante visita otras ferias ganaderas.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Manabí-El Carmen	92	30
La Mana-Pucayacú	29	9
Guayas-El Empalme	19	6
Guayas-Balzár	6	2
Pastaza- Santa Clara	1	1
Ninguna	159	52
TOTALES	306	100

El 52% no asisten a otras ferias, el 30% van a la feria de El Carmen en Manabí, el 9% visitan la feria de Pucayacú en La Maná, el 6% comercializan en la feria de El Empalme en el Guayas, el 2% van a la feria de Balzar en el Guayas y un comerciante va a la feria de Santa Clara en Pastaza.

Tabla 31. Cómo transporta los animales desde el lugar de la compra o de la venta.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Vehículo propio	194	63
Vehículo alquilado	100	34
Comercializa dentro de feria	12	4
TOTALES	306	100

En base a los resultados obtenidos el 63% cuenta con vehículo propio para transportar los animales, y el 34 alquila vehículo, mientras que un 4% no necesitan vehículo porque comercializan ganado dentro de la feria.

Tabla 32. Principales problemas al trasportar el ganado.

Opciones	Valor Absoluto	Porcentaje
Muerte del animal	80	15
Deterioro del animal	238	44
Abuso de la autoridad	122	22
Asaltos	5	1
Vías en mal estado	86	16
Comercializan dentro de feria	12	2
TOTALES	543	100

Se determinó que el 44% de los inconvenientes al comercializar es el deterioro del animal, para el 22% su principal problema es el abuso de la autoridad, el 16% vías en mal estado, el 15% dijo que la muerte del animal, el 1% asaltos, y el 2% dijo que no tenía ningún problema al transportar el ganado.

Tabla 33. Al momento de comprar y vender el ganado en la feria lo paga a:

OPCIONES	COMPRA	PORCENTAJE EN COMPRA	VENTA	PORCENTAJE EN VENTA
A Contado	104	34	106	35
A Crédito	10	4	10	3
Contado y crédito	192	63	190	62
TOTALES	306	100	306	100

Se determinó mediante las encuestas realizadas que alrededor del 34% de comerciantes compran o venden a contado, el 62% al momento de pagar lo realizan de ambas formas y existe un 3% que efectúa la actividad comercial comprando o vendiendo a crédito.

Tabla 34. Cómo es la forma de compra y venta los animales.

OPCIONES	COMPRA	PORCENTAJE	VENTA	PORCENTAJE
		COMPRA		VENTA
Ojo	263	74	255	76
Peso	73	21	80	24
Raza	18	5	0	0.00
TOTALES	354	100	335	100

El 74% de los comerciantes prefieren comprar los animales al ojo, el 21% eligió el ganado al peso, mientras que el 5% consideró la raza. Para la venta el 76% vendió al ojo considerando su margen de ganancia, mientras que el 24% vende pesándolo en báscula.

Tabla 35. Cómo financia la actividad ganadera.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Capital propio	257	84
Tiene socios	29	9
Créditos a entidades financieras	20	7
Créditos a informales	0	0.00
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado, 257 dijeron que cuentan con capital propio esto equivale al 84%, 29 tienen socios con un 9% y 20 realizaron créditos a entidades financieras esto equivale al 7%.

Tabla 36. Capital de Trabajo del comerciante.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
< 2.000	55	18
2.000 – 5.000	129	42
5.001 – 10.000	110	36
>10.000	12	4
TOTALES	306	100

El 42% tiene un capital de trabajo entre 2000 a 5000 dólares, el 36% entre 5001 a 10000, el 18% señaló que es menos de 2000, mientras que el 4% tiene un capital de trabajo mayor a 10000 dólares.

Tabla 37. Qué raza de animales comercializa preferiblemente.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Brahmán	226	38
Holstein	98	16
Brown Swiss	80	13
Girolando	104	18
Cruzado	42	7
Otras razas	45	8
TOTALES	595	100

Se observó que el 38% opta comercializar raza brahmán, el 16% prefiere Holstein, el 13% elige Brown Swiss, el 18% dijo que Girolando, el 7% comercializa cruzados, mientras que el 8% dijo que prefieren comercializar otras razas.

Tabla 38. El comerciante lleva registros de ingresos y egresos de la actividad.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
En cuaderno	165	54
Libros contables	12	4
Computadora	6	2
No lleva	123	40
TOTALES	306	100

El 54% lleva registros en cuadernos y lo realizan: la esposa, el comerciante o los hijos, el 40% de la población encuestada dijo que no tiene registros y aducen que llevan solo en la mente, o no tienen tiempo o no saben cómo hacerlo, el 4% manifestó que tenían contadores que realizan sus cuentas, existe el 2% que llevan registros en la computadora.

Tabla 39. Principal problema al comercializar el ganado.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Demora en pago	108	35
Precios bajos	94	31
Transporte	61	20
Peso	43	14
TOTALES	306	100

El 35% de los comerciantes señaló que uno de los principales problemas para comercializar el ganado es la demora en pago, el 31% manifestó que son los precios bajos, el 20%, mientras que el 14% expresó que el peso.

Tabla 40. Con cuántas personas trabaja normalmente.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Solo	31	10
1 a 2 Personas	153	50
3 a 4 Personas	91	30
Más de cuatro	31	10
TOTALES	306	100

Mediante a la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado manifestaron que el 50% trabajan normalmente con una a dos personas, el 30% entre tres o cuatro, el 10% trabajan solos, mientras que un 10% trabajan con más de cuatro.

Tabla 41. Contrata personal para que le colabore en el manejo de los animales dentro de la feria y cuál es el valor que le paga diariamente.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Entre 1.00 y 5.00	98	32
Entre 6.00 y 10.00	47	15
Entre 11.00 y 20.00	73	24
No contrata personal	88	29
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas, en base a los resultados obtenidos el 32% dijo que si contrata personal para que colabore en el manejo de los animales y el pago fluctúa entre 1.00 y 5.00 dólares dependiendo del tiempo que lo utiliza, el 29% no contrata, el 24% paga entre 11.00 y 20.00 dólares, y el 15% asegura que paga entre 6 y 10 dólares.

Tabla 42. Al momento de la comercialización de ganado en la feria ASOGAN-SD que requisitos exige y cuál es su valor.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Guías de movilización	294	96
Certificado de vacunación	0	0.00
Ninguno	12	4
TOTALES	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas a los comerciantes de ganado expresaron que el 96% dijo que la única exigencia en la feria es la guía, la cual sirve para poder movilizar el ganado de un lugar a otro, mientras que el 4% dijo que no la necesitaban debido ya que solo trabajaban dentro de la feria.

Tabla 43. Condiciones actuales de la feria ASOGAN-SD.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	% LIMPIEZA	VALOR ABSOLUTO	% INFRA- ESTRUCTURA	VALOR ABSOLUTO	% MANTENIMIENTO
Excelente/Muy buena	38	12	50	16	46	15
Buena	146	48	195	64	193	63
Regular/Mala	122	40	61	20	67	22
TOTALES	306	100	306	100	306	100

Mediante la aplicación de las encuestas la siguiente tabla expresa que El 48% expresó que las condiciones de la feria en limpieza son buenas, el 40% alegó que está entre regular y mala, el 12% manifestó que es excelente. En lo que refiere a la infraestructura existente en la feria; el 64% considera que es buena, el 20% asevera que está entre regular/mala, y el 16% manifiesta que es excelente o muy buena. Sobre el mantenimiento del recinto ferial, el 63% indicó que es bueno, el 22% señaló que era regular/mala y el 15% es Excelente/ Muy bueno.

Tabla 44. Qué aspectos cree que debe mejorar la ASOGAN-SD.

OPCIONES	V.A.	PORCENTAJE
Limpieza frecuente	207	44.52
Servicios extintores de incendio	90	19.35
Servicios de agua potable y duchas	89	19.14
Servicios de alimentación	63	13.55
Mejorar el alumbrado al interior de corrales	16	3.44
TOTALES	465	100

El 44% afirmó que se debe mejorar la limpieza ubicando depósitos de basura en lugares estratégicos de la feria, el 38% pide que existan extintores de incendio, y mejorar el servicio de agua potable y ducha, el 14% expresó que deberían mejorar el servicio de alimentación y el 4% alumbrado al interior de los corrales.

Tabla 45. Qué espera el comerciante de las instituciones públicas.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Control municipal	49	10
Salud comunitaria	104	21
Bomba de agua para incendios	16	3
Seguridad policial	82	17
Guarderías infantiles	46	9
Regulación de los comerciantes informales dentro y fuera	114	23
Control de animales que se comercializan	59	12
Esta conforme	25	5
TOTALES	495	100

Mediante la aplicación de las encuestas realizadas a los comerciantes de ganado en el recinto ferial ASOGAN-SD y en base a los resultados obtenidos 114 personas es decir el 23% indicó que las instituciones públicas deberían regular a los comerciantes informales, 104 comerciantes equivalentes al 21% dijo que salud comunitaria, 82 personas con porcentaje de 17% que envíen a unidades policiales, el 12% señaló que la regularización de los animales que se comercializan en la feria, el 10% mayor control municipal, el 9% implementación de guarderías, el 5% no esperaba nada de las instituciones públicas, mientras que el 3% apuntó que se debería implementar servicio de bomba para incendio.

Tabla 46. Qué servicios cree que debe implementar la feria ASOGAN-SD.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE
Más sitios de Parqueo	261	34
Banco dentro de la feria	306	40
Más personal para emitir guías	140	18
Guardianía privada	67	8
TOTALES	774	100

En base a los resultados del cuestionario de preguntas realizado a los comerciantes de ganado, 306 personas equivalente al 40% de los comerciantes manifestaron que necesitaban un banco dentro de la feria ya que por las altas cantidades de dinero que manejan, deben ir a entidades bancarias al centro de la ciudad, 261 comerciantes que equivale al 34%, alegaron que necesitaban más sitios de parqueo, 180 personas es decir el 40% de los comerciantes encuestados necesitan que incrementen el personal para emitir guías debido a las grandes filas que se forman y el tiempo que conlleva solicitar el documento mientras que 67 comerciantes es decir el 8% manifestó que requerían de guardianía privada dentro del recinto ferial.

4.2 Discusión.

La mayoría de los comerciantes es decir 76.47% tienen vivienda propia y totalmente pagada, resultados que coincide con (Baren, 2015) que afirma en su investigación, el 80% de los encuestados tiene vivienda propia.

Según (Baren, 2015) , el 100% de comerciantes cuenta con electrodomésticos y enseres para su comodidad dentro del hogar producto de la actividad comercial que realizan durante el año y se sienten altamente satisfechos. Que concuerda en gran parte, el 100% de encuestados tienen cocinas a gas, 99.02% señaló que contaban con refrigerador y licuadora, el 85.95% comentó que tenían lavadora, el 53.92% si indicaron que tienen equipo de sonido y el 48.04% tienen computadora.

En la investigación realizada por, (Acebo, 2016) en las provincias donde se concentra la mayor comercialización de ganado son: Manabí con el 20.3% y Santo Domingo de los Tsáchilas con 5.4%, afirmaciones que de alguna manera coinciden con los resultados del proyecto de investigación donde el 30.07% de comerciantes también concurren a la feria en Manabí, el 9.48% visitan la feria de Pucayacú en Cotopaxi, el 8.17% van a la feria en el Guayas, el 0.33% feria de Santa Clara en Pastaza.

En cuanto a la forma de compra o venta de los animales los resultados indican que los comerciantes prefieren hacerlo de ambas maneras sea de contado o a crédito, mientras que (Menendez, 2014) en su investigación afirma que el 60% de los comerciantes prefieren de contado.

Para (Menendez, 2014), solo el 15% de los encuestados adquieren los animales por medio de ferias ganaderas. Lo que no concuerda en lo encontrado en la presente investigación, donde el 77.31% de los comerciantes afirmaron que obtienen el ganado en la feria ASOGAN-SD.

Alrededor del 72% de los comerciantes manifiestan que tienen utilidades entre 100 y menos de 300 dólares que es comparable con lo expuesto por (Menendez, 2014) en la investigación realizada en el cantón El Empalme, donde manifiesta que la utilidad es del 44,27%.

Los comerciantes indicaron que esperan de las instituciones públicas que regulen a los comerciantes informales, que se necesita salud comunitaria y que se envíen unidades policiales; resultados que coinciden con (Baren, 2015) en su trabajo de investigación afirma que esperan en un 50% que el municipio controle a los vendedores ambulantes, el resguardo al mercado, problemas de estructura, mantenimiento del mercado, mejoramiento de los servicios básicos.

CAPITULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

El 84% los comerciantes ganaderos cuentan con capital propio para trabajar con un valor que fluctúa entre 2000 y 5000 dólares, también expresaron que la ganancia los días martes oscila entre 100 a 300 dólares, el 56% considera la actividad como buena mientras que solo el 5% la considera excelente, el 35% de los encuestados manifestaron que tienen problema con la demora en los pagos, el 40.20% de los comerciantes ganaderos expresaron que no llevaba registros en cuadernos, debido a que, lo llevan solo en la mente, no tienen tiempo o no saben cómo hacerlo.

El 42% de los semovientes que se comercializan en el recinto ferial son provenientes de fincas y el 30% de otras ferias como la del Carmen Manabí, el 38% opta comercializar raza Brahmán, el 16% prefiere Holstein, el 13% elige Brown Swiss, el 18% dijo que Girolando, el 7% comercializa cruzados, mientras que el 8% dijo que prefieren comercializar otras razas.

En su gran mayoría los comerciantes con un 77% distribuyen los animales la feria ASOGAN-SD y solo el 10% a otras ferias, el 63% de los comerciantes trasladan los semovientes principalmente en vehículos propios, uno de los principales problemas al transportar el ganado es el deterioro del animal,

El 74% de los comerciantes prefieren comercializar los animales al ojo esto quiere decir que solo observan a los animales y ofrecen cierta cantidad de dinero, el 21% eligió el ganado al peso, mientras que el 5% consideró la raza, Se determinó que alrededor del 34% de comerciantes compran o venden a contado, el 62% al momento de pagar lo realizan de ambas formas y existe un 3% que efectúa la actividad comercial comprando o vendiendo a crédito.

El 19% de los comerciantes analiza que podrían mejorar el servicio de agua potable y ducha, 21% comerciantes esperan de las instituciones públicas un dispensario comunitario, 17% presencia policial estable en la feria, el 40% afirman que una entidad bancaria como el BanEcuador dentro de las instalaciones y solicitan la regulación de los comerciantes informales de diferentes artículos dentro y fuera del recinto, la regularización de los animales que se comercializan en la feria.

5.2. Recomendaciones

Los comerciantes de ganado deben buscar alternativas de pagos debido a las altas cantidades de dinero que se debe tener para comprar o vender los animales, se recomienda utilizar transferencias bancarias o dinero electrónico debido a la inseguridad que está pasando el país.

Las autoridades de la ASOGAN-SD debe contratar más personal para el área de emisión de guías de movilización y realizar un convenio con la comisión de tránsito o entidad que le corresponda para que controle el movimiento vehicular y haya una mejor organización ya ha ciertas horas no se puede transitar.

Se recomienda a la ASOGAN S-D que realice los trámites necesarios para la apertura de una entidad bancaria dentro de las instalaciones de la feria ganadera ya que los comerciantes afirman que sería de vital importancia, debido a que cuando concluyen su trabajo deben dirigirse al centro para poder hacer depósitos o cobrar cheques.

Es necesario que las autoridades del cantón se hagan presente, ubicando un centro médico y una unidad de policía comunitaria, esto no solo servirá para la seguridad de la feria, sino también para las personas que habitan alrededor, las autoridades municipales deberían regular a los comerciantes informales que ingresan al recinto ferial,

CAPITULO VI.

BIBLIOGRAFIA

6.2 Bibliografía.

- Acebo, M. (2 de 2016). Estudios Industriales Orientación Estratégica para la Toma de Decisiones. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Astudillo, M., & Paniagua, J. (2011). Fundamentos de Economía. Mexico D.F.
- Astudillo, M., & Paniagua, J. (2012). Fundamentos de Economía. Mexico.
- Astudillo, M., & Paniagua, J. (2012). Fundamentos de la Economía. Mexico D.F.
- Avila, J. (2006). Economía. El Mante, Mexico: Umbral.
- Ávila, J. A. (12 de 03 de 2013). Calidad de Vida. MEXICO: Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán.
- Baren, B. (2015). “Socio Economía de los Comerciantes Minoristas de la Asociación 28 de junio de la Parroquia San Carlos perteneciente al Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos”. QUEVEDO: UTEQ.
- Cardedera, M. (2011). Diccionario de Educación: Método de enseñanza (Primera edición reimpresión ed., Vol. II). Madrid, España: A. Vicente.
- Carrasco, I. (2009). Diccionario de Economía Social. Madrid, España: Ecobook.
- Cayón, A. (2008). Código Tributario; Códigos de Ley (segunda edición ed.). Madrid, España: La Ley.
- Centro de Estudios Financieros. (2019). Centro de Estudios Financieros Marketing-XXI. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>
- Chila, E. (2016 de 9 de 2016). Diario La Hora. Recuperado el 19 de 2 de 2019, de <https://lahora.com.ec/noticia/1101986687/servicios-bsicos>
- Coley, M. (21 de 11 de 2012). Con Texto Ganadero. Obtenido de <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/la-importancia-de-las-ferias-ganaderas>
- Coraggio, J. (2011). Economía Social y Solidaria. Abya Yala.
- Coraggio, J. (2011). Economía Social y Solidaria. Abya-Yala.

- Echegoyen, J. (5 de 01 de 2007). Torre de Babel. Obtenido de <https://www.e-torredebabel.com/Economia/diccionario-economia/feria-V-E.htm>
- El Comercio. (13 de 10 de 2018). ElComercio.com. Recuperado el 14 de 2 de 2019, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-ecuador-supera-millones-habitantes.html>
- El Universo. (27 de 12 de 2018). Diario El Universo.
- Encalada , I. (19 de 1 de 2015). Análisis de la Rentabilidad de la Ganadería Lechera del Cantón Bucay, Provincia Del Guayas”. Guayaquil: Universidad De Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas.
- Encalada, I. (19 de 1 de 2015). Análisis de la Rentabilidad de la Ganadería Lechera del Cantón Bucay, Provincia Del Guayas.Universidad De Guayaquil Facultad De Ciencias Económicas. Recuperado el 19 de 2 de 2019
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). Tipos de "Definición de financiamiento". Obtenido de <https://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1013-definicion-de-financiamiento/>
- Enciclopedia Online. (02 de 2018). Concepto de Comerciante. Equipo de Redacción de Concepto.de. Recuperado el 19 de 2 de 2019, de <https://concepto.de/comerciante/>
- Espitia, J. F. (21 de 05 de 2009). Aspectos Generales sobre el Mercadeo. Ingresos, Costos, Utilidad y Punto de Equilibrio.
- Fernandez, J. (2010). Instituto de Investigaciones Juridicas. Obtenido de dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22158/1/Tesis.pdf
- Figueras, J. A. (2009). Socioeconomía, Economía y Territorio.
- Foros Ecuador. (19 de 1 de 2017). Toda una Vida foros Ecuador. Recuperado el 17 de 1 de 2019, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/81241-grupos-%C3%A9tnicos-del-ecuador-lista-de-etnias-del-ecuador-y-sus-caracter%C3%ADsticas>
- Freire , M., Viejo, R., & Blanco , F. (2014). Practicas y Conceptos Basicos de Microeconomia (Cuarta ed.). Madrid, España: ESIC.

- Galindo , M., & Viridiana, R. (08 de 2015). "Pobreza" en Serie de Estudios Economicos. Recuperado el 17 de 01 de 2019, de https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicopoverty.pdf?m
- Ganadería Sostenible en Ecuador. (17 de 07 de 2017). Obtenido de <http://masleche.ec/ganaderia-sostenible-en-ecuador/>
- Gestion de Ventas. (17 de 07 de 2018). Gestion de Ventas y Espacios Comerciales. Obtenido de <https://fp.uoc.fje.edu/blog/canales-de-comercializacion-en-la-gestion-de-ventas/>
- Gonzalez , K. (22 de 07 de 2017). Zootecnia y Veterinaria. Recuperado el 15 de 01 de 2019, de <https://zoovetesmipasion.com/ganaderia/razas-bovina/raza-bovina-holstein/>
- Gonzalez , K. (16 de 09 de 2018). Zootecnia y Veterinaria es mi pasion. Recuperado el 16 de 01 de 2019, de <https://zoovetesmipasion.com/ganaderia/razas-bovina/raza-de-ganado-pardo-suizo/>
- Gonzalez, K. (05 de 09 de 2018). Zootecnia y Veterinaria. Recuperado el 16 de 01 de 2019, de https://zoovetesmipasion.com/ganaderia/razas-bovina/raza-girolando/#origen_del_ganado_girolando
- Gonzalez, K. (10 de 01 de 2019). Zootecnia y Veterinaria . Recuperado el 15 de 01 de 2019, de <https://zoovetesmipasion.com/ganaderia/razas-bovina/la-raza-de-ganado-brahman/>
- Imaginario, A. (23 de 09 de 2019). Educacion. Obtenido de <https://www.significados.com/educacion/>
- Mankiw, G. (2012). Principios de la Economa. España: Nobwwl SA.
- Marcillo, E. (2014). Estudio socioeconomico de los comerciantes del mercado Caraguay, sección Abastos, de la ciudad de Guayaquil, período 2010-2012. Tesis de Grado. Universidad de Guayaquil. Guayaquil-Ecuador. 90 p. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Martinez. (2013). Evaluación de Proyectos (Tercera Edición ed.). McGraw-Hill.
- Martínez, O. A. (2014). Análisis Económico. Mexico: Astra.

- Mata, D. (2010). Introduccion a la Microeconomia. Quevedo: Universidad Tecnica Estatal de Quevedo.
- Maza, D. (2002). Fundamentos de Economía. El Nacional.
- Menendez, L. (2014). Estudio del sistema de comercialización de ganado bovino y su impacto económico en los diferentes eslabones de la cadena productiva en el cantón El Empalme del año 2013. QUEVEDO.
- Ministerio de Agricultura y Ganaderia. (s.f.). Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/ganaderia-sostenible/>
- Mochón, F. (2012). Principios de la Economia (Cuarta ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Montoya, J. (2013). Actividades Economicas. Recuperado el 22 de 10 de 2019, de <https://www.actividadeseconomicas.org/2013/04/sistema-economico.html>
- Montoya, J. (10 de 2018). Actividades Economicas. Obtenido de <https://www.actividadeseconomicas.org/2018/10/las-empresas-familiares.html>
- Morales, N. (2013). Lifeder. Recuperado el 19 de 2 de 2019, de <https://www.lifeder.com/estudio-socioeconomico/>
- Osorio, E. (2015). Economia Familiar. Obtenido de [http://www.crearcoop.com/userfiles/martin\(1\).pdf](http://www.crearcoop.com/userfiles/martin(1).pdf)
- Pearce, D. (2013). Economia Moderna. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Pineda , M. (2007). Análisis Jurídico de las Consecuencias que Tiene para el Municipio.Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Pino, S. (01 de 04 de 2018). Espacios. Recuperado el 30 de 05 de 2018, de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p07.pdf>
- Popular. (7 de 04 de 2016). Impulsapopular. Recuperado el 18 de 01 de 2019, de <https://www.impulsapopular.com/finanzas/diferencias-entre-ingresos-y-egresos/>
- Porras, H. (18 de 01 de 2018). Las 2 Orillas. Obtenido de <https://lahora.com.ec/loja/noticia/1102179287/importancia-de-la-ganaderia-en-el>

- Proaño, J. (15 de 03 de 2013). Evaluación del Proyecto de Ganadería en el Cantón Quijos, Provincia de Napo (2007-2011), . Quijos: Programa Regional Ecobona.
- Raffino, M. (2019). Educación. Argentina.
- Ramirez, C. (2012). Seguridad Industrial, un Enfoque Integral. Mexico: Limusa.
- Resico, M. (2010). Introduccion a la Economia Social de Mercado. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- Rivadeneira, D. (10 de 09 de 2012). Empresactulidad. Obtenido de <http://empresactulidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html?m=1>
- Rodriguez, C. (01 de 04 de 2009). EDUMED. NET. Argentina: Facultad San Francisco de UCA.
- Roldán, P. (14 de 5 de 2018). Economipedia. Recuperado el 19 de 2 de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/utilidad-total.html>
- Salazar, A. (24 de 11 de 2017). Recuperado el 14 de 2 de 2019, de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/capital-de-trabajo>
- Santamdreun, E. (2012). Diccionario de Terminos Financieros (Segunda Edicion ed.). Barcelona, España: Ediciones Granica.
- Sapag, N. (2007). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. En N. S. Chain, & M. F. Castillo (Ed.). Naucalpan de Juárez, Estado de Mexico, Mexico: Pearson Educación de Mexico.
- Stan, M. (01 de 02 de 2018). Cuida tu Dinero. Recuperado el 01 de 02 de 2019, de <https://www.cuidatudinero.com/qu-es-un-canal-de-comercializacin-o-un-canal-de-distribucin-7515.html>
- Tapia, E. (16 de 01 de 2019). Diario El Comercio.
- Torre, R. (01 de 09 de 2009). El Diario.com. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/131339-servicios-basicos-para-todos/>

Vinueza , E. (2015). Evaluación y Diseño de un Sistema de Costeo en el Ciclo de Crianza de Ganado Bovino Raza Holstein, en la Parroquia San Francisco de Borja - Cantón Quijos y su Incidencia en la Economía y Productividad de los Ganaderos del sector. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Zúñiga, C. (2011). Texto Basico de Economía Agrícola. UNAN-León.

CAPITULO VII

ANEXOS

7.1 Cuestionario.

UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TEMA:

**ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE
GANADO QUE PARTICIPAN EN LA FERIA “ASOGAN S-D”
CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO
DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.**

**Encuesta realizada a los comerciantes de ganado, que participan en la
Feria “ASOGAN-SD” Cantón Santo Domingo**

1. Sexo del comerciante

ENCUESTA #

Hombre		Mujer	
---------------	--	--------------	--

2. ¿Edad del Comerciante?

<18		18-33		34-49		50-64		≥65	
-----	--	-------	--	-------	--	-------	--	-----	--

3. ¿Lugar de Residencia?

PROVINCIA	CANTÓN
Santo Domingo de los Tsáchilas	
Los Ríos	
Manabí	
Guayas	
Pichincha	
Cotopaxi	
Esmeraldas	
Pastaza	

4. ¿Cuál es su estado conyugal?

Soltero.(a)		Casado.(a)		Unión de Hecho.(a)	
Divorciado.(a)		Viudo.(a)		Separado.(a)	

5. ¿Cuál es el nivel de educación alcanzado?

Primaria	Completa		Incompleta	
Secundaria	Completa		Incompleta	
Educación Superior	Completa		Incompleta	
Ninguna				

6. ¿Cómo se auto identifica étnicamente?

Mestizo		Afroecuatoriano		Blanco		Indígena		Montuvio		Otros		
---------	--	-----------------	--	--------	--	----------	--	----------	--	-------	--	--

7. ¿La vivienda donde habita es?

Propia y totalmente pagada	
Propia y la está pagando	\$
Propia (regalada, donada, heredada)	
Prestada o cedida (no paga)	
Por servicio o Trabajo	\$
Arrendada	\$
Otra	Especifique:

8. ¿Cuál es el material predominante en la vivienda?

Cemento	
Ladrillo	
Madera	
Caña	
Mixta	Especifique:
Otra	Especifique

9. ¿Qué servicios básicos dispone en la vivienda?

Opciones	Si	No
Electricidad		
Agua por tubería		
Centros estudiantiles		
Dispensarios Médicos		
Internet		
Celular		
Convencional		
Tv. Pagada		
Servicios sanitarias		
Recolector de desechos		
Alcantarillado		
Otros		

10. Enceres del hogar:

ARTICULOS	SI	NO
Televisor		
Equipo de Sonido		
Computadora		
Refrigerador		
Cocina a Gas		
Cocina de Inducción		
Licuada		
Microondas		
Lavadora		

11. ¿Cuántas personas ocupan esta vivienda?

De 1 a 2	De 3 a 4	De 5 a 6	De 7 a 8	Más de 8

12. ¿Cuántos miembros del hogar tienen 18 años o menos?

1	2	3	4	5	Ninguno

13.¿Se matricularon o inscribieron en el presente año escolar los miembros del hogar de edades de 5 a 18 años?

Si		Cuantos	
No			
No hay miembros de 5 a 18 años			

14.¿Número miembros en edad escolar estudian en unidades fiscales o particulares?

Fiscales	
Particulares	

15.¿Cuantos miembros de la familia son mayores de edad y tienen capacidad para trabajar?

1	2	3	4	5	Ninguno

16.¿Qué otros miembros de la familia aportan con ingresos en el hogar y cuánto?

\$	< 200	201 - 300	301 - 400	401 - 500	>500
Esposa					
Hijos					
Padres					
Otros					
Ninguno					

17.¿Qué lo motivo a trabajar en la comercialización de ganado?

Tradicón Familiar	
Oportunidad de negocio	
Independencia Económica	
Amigos	
Experiencia Previa	
Otros	

18.¿Qué tiempo tiene desempeñando esta actividad económica?

Menos de 1 año	
De 1 a 5 años	
De 6 a 10 años	
Más de 10 años	

19.¿La familia forma parte del negocio? Quienes

Si		Hijos		Esposa		Hermanos		Otros / Especifique
No								

20.¿Cuántas personas sustenta usted con la comercialización de ganado?

	Entre 1 – 3	Entre 4 - 6	Entre 7 - 9	Más De 10
Menores De Edad				
Mayores De Edad				

21.¿A más de la comercialización de ganado tiene otra actividad económica?

Si		Actividad		Ingresos Mensuales	
No					

22.¿La comercialización de ganado como la considera económicamente?

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala

23. ¿Cuál es el promedio de utilidad según el día que asista a la feria?

	Lunes	Martes	Jueves
< 100			
\$100 < 200			
\$200 < 300			
\$300 < 400			
\$400 o Mas			

24. ¿En caso de tener excedentes de sus ingresos? ¿Qué lo hace?

Ahorro en entidades bancarias	
Refinancian en la actividad	
Invierten en otra actividad	
Consumo para el Domicilio	
Otro	¿Cuál?
No tiene excedentes	

25. ¿Qué tipo de contribución tributaria realiza?

Ruc	
Rice	
Ninguna	

26. ¿Al ingresar o al salir de la feria usted paga alguna contribución?

Si		Valor \$	\$1.00		\$2.00		\$3.00		\$4.00	
No										

27. ¿Desea seguir con la comercialización de ganado?

Si		Porque	
No		Porque	

28. ¿Desea que sus hijos sean comerciantes de ganado?

Si	
No	

29.¿Se dedica solo a la comercialización de ganado dentro de las instalaciones de la Asogan?

Si	
No	

30.¿En el último mes el ganado que compra y vende donde lo adquirió?

LUGARES	COMPRA	%	VENTA	%
Asogan.S-D				
Otras ferias				
Fincas				
Intermediarios fuera de la feria				
Intermediarios lejos de la feria				
Empresas Agropecuarias				
Industrias				
Otras				

31.¿Visita otras ferias aparte de esta?

Si		CUAL Y DONDE	
No			

32.¿Cómo transporta los animales desde el lugar de la compra o de la venta?

Vehículo propio	
Vehículo alquilado	
Otros	

33.¿Cuáles son los principales problemas al trasportar el ganado?

Muerte del animal	
Deterioro del animal	
Abuso de la autoridad	
Asaltos	
Vías en mal estado	
Otros	Especifique:

34. Al momento de comprar y vender el ganado en la feria lo realiza

a;

	A Contado	A Crédito	Ambas
Compra			
Venta			

35. ¿Cómo es la forma y el precio de compra y venta los animales?

Compra		Precio Por Libra	Venta		Precio Por Libra
Ojo			Ojo		
Peso			Peso		
Raza			Raza		
Otros			Otros		

36. ¿Cómo financia la actividad ganadera?

	%	\$	Interés
Capital Propio			
Créditos A Entidades Financieras			
Créditos A Informales			
Tiene Socios			

37. Capital de Trabajo.

< 2.000	
2.000 – 5.000	
5.001 – 10.000	
>10.000	

38. ¿Qué raza de animales comercializa preferiblemente?

Raza	
Criollo	
Brahman (cebú)	
Holstein	
Brown swiss	
Gir	
Cruzado	
Otros:	

39. ¿Lleva registros de ingresos y egresos de la actividad?

Si		Quien	El Comerciante		Donde	En Cuaderno	
			Esposa			Libros Contables	
			Hijos			Contador	
			Familiar			Otros	
			Contador				
No lleva		Porque					

40. ¿Cuál es el principal problema al comercializar el ganado?

Transporte	
Precios bajos	
Peso	
Demora en pago	
Otros	

41. ¿Con cuántas personas trabaja normalmente en la comercialización de ganado?

Solo	
1 a 2 Personas	
3 a 4 Personas	
Más de cuatro	

42. ¿Contrata personal para que le colabore en el manejo de los animales dentro de la feria y cuál es el valor que le paga?

Si		Entre 1.00 y 5.00		Entre 6.00 y 10.00		Entre 11.00 y 20.00	
No							

43.¿Al momento de comprar y vender el en la feria Asogan que requisitos exige y cuál es su valor?

	Compra	\$	Venta	\$
Guías De Movilización				
Certificado De Vacunación				
Otros (Especifique)				

44.¿Cuáles son las condiciones actuales de la Asogan?

	Limpieza	Estructura	Mantenimiento
Excelente /Muy Buena			
Buena			
Mala Regular			

45.¿Qué aspectos cree que debe mejorar la Asogan?

Limpieza frecuente	
Servicio extintores de incendio	
Servicios de agua potable y duchas	
Servicios de alimentación	
Mejorar el alumbrado al interior de corrales	

46.¿Qué espera de las instituciones públicas?

Control municipal	
Salud comunitaria	
Bomba de agua para incendios	
Seguridad policial	
Guarderías infantiles	
Regulación de los comerciantes informales dentro y fuera	
Control de animales que se comercializan	
Control de sanidad de animales	
Presencia de Agro calidad	

47.¿Que servicios cree que debe implementar la feria Asogan

Más sitios de Parqueo	
Banco dentro de la feria	
Más personal para emitir guías	
Guardianía privada	

7.2 Figuras.

Figura 2. Oficinas donde emiten las guías de movilización.



Figura 3. Comerciantes que solo trabajan dentro de la feria.



Figura 4. Corrales donde se comercializan los animales.



Figura 5. Encuesta realizada al comerciante Sr. Mario López.



Figura 6. Encuesta realizada al comerciante Sr Harold Macías.



Figura 7. Encuesta realizada al comerciante Sr. Oswaldo Palma.



Figura 8. Encuesta realizada al comerciante Sr. Comerciante Jorge Cueva



Figura 9. Encuesta realizada al comerciante Sr. Tito Mendoza.



Figura 10. Encuesta realizada al comerciante Sr. Segundo Intriago.



Figura 11. Encuesta realizada al comerciante Sra. Rosario Parrara.

