

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade”.

Trabajo de titulación previa la obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas y Marketing.

AUTORAS: Jennifer Gabriela Chamorro Ibarra

Sandra Marisol Chulde Minda

TUTOR: MSc. Freddy Quinde Sari.

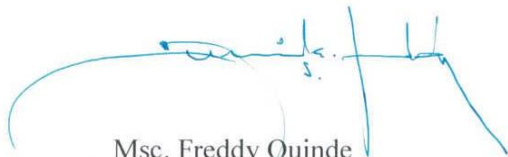
TULCÁN – ECUADOR

2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que las estudiantes Jennifer Gabriela Chamorro Ibarra con el número de cédula 040147337-6 y Sandra Marisol Chulde Minda con el número de cedula 040184340-4 han elaborado el trabajo de titulación: “Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Msc. Freddy Quinde
Tutor



Msc. Fausto Montenegro.
Lector

Tulcán, 03 de octubre de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero/a de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Jennifer Gabriela Chamorro Ibarra con cédula de identidad número 0401473376 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Yo, Sandra Marisol Chulde Minda con cédula de identidad número 0401843404 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Jennifer Gabriela Chamorro Ibarra



Sandra Marisol Chulde Minda

Tulcán, 03 de octubre de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jennifer Gabriela Chamorro Ibarra declaro ser la autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade”.

Yo, Sandra Marisol Chulde Minda declaro ser la autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade”.

Eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Jennifer Gabriela Chamorro Ibarra



Sandra Marisol Chulde Minda

Tulcán, 03 de octubre de 2018

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a dios quien ha sido mi guía y que me ha dado fuerzas para seguir adelante, concediéndome salud e inteligencia.

A mis padres Rosa y Ángel, quienes me formaron como una persona de bien, me enseñaron a valorar las cosas que nos da la vida a quienes debo lo que soy y lo que puedo llegar a ser. Así mismo a mi hermana quien en algún momento supo aportar al desarrollo de mis estudios.

A mis dos hijos, Ariel aunque ya no se encuentra físicamente conmigo pero sé que en momento difíciles estuvo ahí, también a ti mi bebe, que aunque no has nacido, ya estás dentro de mí y por ende formas parte de mi vida.

Gabriela Chamorro.

A Juan Chulde y María Minda por ser los padres más comprensibles, por la confianza depositada en mí, por su esfuerzo y sacrificio para darme la oportunidad de seguir con mis estudios, y motivarme para llegar a culminar mi profesión.

A mi hija Arely Elizabeth por ser parte importante en mi vida y ser la inspiración para no decaer en los momentos difíciles.

A mis hermanas (os) Mireya, Janeth, John, Evelin y Erick que cada uno de manera diferente supieron ayudarme, comprenderme y apoyarme.

Sandra Chulde.

AGRADECIMIENTO

A dios al creador del cielo y la tierra, por darme la oportunidad de estudiar y culminar mi carrera profesional.

A mis padres a ellos, a quienes les estaré agradecida por siempre, por todo el esfuerzo y la dedicación entregada para lograr este objetivo.

A mi hijo Ariel que está en el cielo, quien fue mi motivación para continuar con mis estudios superiores sé que desde el cielo está sonriendo por ver que he culminado este gran camino.

Al apoyo incondicional de mi esposo, por ser el mejor hombre, amigo y gran padre quien me ha apoyado en todo momento gracias por todo su amor, paciencia y comprensión.

A nuestro tutor el Ingeniero Freddy Quinde por sus enseñanzas, consejos y profesionalismo en el desarrollo de este trabajo de investigación.

Gabriela Chamorro.

A dios por darme la vida, por darme fortaleza en los momentos difíciles que se me han presentado y así poder terminar mi carrera

A mis padres por haber sido de gran apoyo en el transcurso de mi carrera, por sus palabras para que esta meta sea alcanzada de igual manera a mis hermanas y hermanos por ser mis consejeros, mis amigos, mis confidentes infinitas gracias familia.

A mi hija quien es mi más grande orgullo y la motivación para continuar con mis estudios, y a dios por darme la mejor compañía, y a la mejor de las hijas.

A mi tutor el Msc. Freddy Quinde por ser de gran ayuda en la elaboración de este trabajo de investigación,

Sandra Chulde.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA DE TRABAJO	¡Error! Marcador no definido.
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	6
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
I. PROBLEMA	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo general.....	18
1.4.2. Objetivos específicos	19
1.4.3. Preguntas de investigación.....	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	20
2.1.1. La dinámica a través de la elasticidad de la oferta y demanda	20
2.1.2. Factores y actores de la CBF	20
2.2 MARCO TEÓRICO	21
2.2.1. Dinámica comercial y la canasta básica	21
2.2.1.1. Elasticidad y la relación entre precios y demanda.....	21
a. Elasticidad precio de la demanda.....	22
b. Determinantes de la elasticidad precio de demanda	22
c. Cálculo de la elasticidad precio de la demanda:	22
d. Variedad de curvas demanda:	23
2.2.2. Canasta básica familiar como objeto de estudio	24
2.2.2.1. Tipos de canastas básica familiar.....	24
a. Canasta básica	24
b. Canasta vital:.....	24
2.2.2.2. Gasto familiar	24
2.2.2.3. Gasto de consumo	25
III. METODOLOGÍA	26

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	26
3.1.1. Enfoque.....	26
3.1.1.1. Cualitativo.....	26
3.1.1.2. Cuantitativo.....	26
3.1.2. Tipo de investigación.....	27
3.1.2.1. Bibliográfica.....	27
3.1.2.2 Descriptiva.....	27
3.1.2.3 Campo.....	27
3.1.2.4 Analítica.....	27
3.1.2.5 Correlacional.....	28
3.2 IDEA A DEFENDER.....	28
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	28
3.3.1 Definición.....	28
3.3.1.1. Variable independiente: Dinámica comercial.....	28
3.3.1.2 Variable dependiente: Canasta básica.....	29
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	29
3.4.1. Métodos.....	29
3.4.2. Técnicas.....	30
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	30
3.5.1. Estadísticos descriptivos.....	30
3.5.1.1. Productos de la CBF.....	31
3.5.2. Población.....	34
3.5.2.1. Población comerciantes.....	34
3.5.2.2. Población consumidores.....	35
3.5.3. Trabajo de campo.....	36
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
4.1. RESULTADOS.....	38
4.1.1. La dinámica comercial de la CBF con base en la demanda.....	38
4.1.1.1 Género de las personas que demandan la CBF.....	38
4.1.1.2. Edad promedio de las personas que visitan el mercado.....	38
4.1.1.3. Lugar de residencia.....	39
4.1.1.4. Número de veces que visitan el mercado.....	40
4.1.1.5. Productos que la población de Julio Andrade consume.....	41
4.1.1.6. Gasto que realizan los consumidores los días domingos.....	41
4.1.1.7. Hortalizas más consumidas.....	42

4.1.2. La dinámica comercial de la CBF en base a la oferta.....	43
4.1.2.1. Género de las personas que comercializan en el mercado.....	43
4.1.2.2. Lugar de residencia de los vendedores	43
4.1.2.3. Número de veces que comercializan en el mercado	44
4.1.2.4. Productos que se comercializan en Julio Andrade.....	45
4.1.2.5. Inversión realizada por los vendedores en la adquisición de sus productos	45
4.1.2.6. Grupo de hortalizas más vendidas	46
4.1.2.7. Grupo de hortalizas menos vendidas	47
4.1.3. Dinámica comercial de la CBF en función de hortalizas y la fluctuación de precios. ...	48
4.1.3.1. Hortalizas más demandadas y la fluctuación de los precios	48
a) Arveja	48
b) Fréjol.....	49
c) Choclo.....	50
d) Zanahoria.....	50
4.1.3.2 Hortalizas menos demandadas y la fluctuación de los precios	51
a) Lechuga.....	51
b) Habas	52
c) Acelga	53
4.1.3.3. Elasticidad precio de demanda en las hortalizas.....	54
4.1.3.3.1 Elasticidad en las hortalizas más demandadas.....	54
a) Arveja (Productor, Minorista, Vendedor).....	54
b) Frejol.....	55
c) Choclo.....	56
d) Zanahoria.....	57
4.1.3.3.2. Elasticidad en las hortalizas menos demandadas.....	58
a) Lechuga.....	58
b) Habas	59
c) Acelga	60
4.2. DISCUSIÓN	61
4.2.1. Análisis PESTEL y su influencia indirecta en el mercado de Julio Andrade.....	61
4.2.1.1. Incidencia política.....	61
4.2.1.2. Incidencia económica	61
4.2.1.3. Incidencia social	62
4.2.1.4. Incidencia tecnológica	62
4.2.1.5. Incidencia ecológica	62

4.2.1.6. Resumen PESTEL	63
4.2.1.7. Variables prioritarias de influencia y dependencia.....	63
4.2.1.8. Matriz de influencia / dependencia.....	64
4.2.1.9. Macro ambiente de la dinámica comercial	65
4.2.2. Las hortalizas como parte de la CBF	65
4.2.3. Las hortalizas desde la perspectiva del vendedor	67
4.2.4. Hortalizas más demandadas por los consumidores.....	69
4.2.5 Fluctuación de los precios ¿Por qué varía tanto?.....	69
4.2.6. La elasticidad en las hortalizas	70
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
5.1. CONCLUSIONES	71
5.2. RECOMENDACIONES.....	72
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
VII. ANEXOS.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Canales de producción.....	30
Figura 2. Género.....	38
Figura 3. Edad.....	39
Figura 4. Lugar de residencia.....	39
Figura 5. Visita al mercado.....	40
Figura 6. Productos consumidos.....	41
Figura 7. Inversión los días domingos.....	42
Figura 8. Hortalizas más consumidas.....	42
Figura 9. Género.....	43
Figura 10. Lugar de residencia.....	44
Figura 11. Días de comercialización.....	44
Figura 12. Productos comercializados en el mercado.....	45
Figura 13. Inversión en los productos comercializados.....	46
Figura 14. Hortalizas más vendidas.....	46
Figura 15. Hortalizas menos vendidas.....	47
Figura 16. Fluctuación del precio Arveja.....	48
Figura 17. Fluctuación del precio Frejol.....	49
Figura 18. Fluctuación del precio Choclo.....	50
Figura 19. Fluctuación del precio Zanahoria.....	51
Figura 20. Fluctuación del precio Lechuga.....	51
Figura 21. Fluctuación del precio Habas.....	52
Figura 22. Fluctuación del precio Acelga.....	53
Figura 23. Elasticidad precio de la demanda Arveja.....	54
Figura 24. Elasticidad precio de la demanda Fréjol.....	55
Figura 25. Elasticidad precio de la demanda Choclo.....	56
Figura 26. Elasticidad precio de la demanda Zanahoria.....	57
Figura 27. Elasticidad precio de la demanda Lechuga.....	58
Figura 28. Elasticidad precio de la demanda Habas.....	59
Figura 29. Elasticidad precio de la demanda Acelga.....	60
Figura 30. Matriz de influencia / dependencia.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Curva de demanda	23
Tabla 2. Operacionalización variable independiente	28
Tabla 3. Operacionalización de variable dependiente	29
Tabla 4. Productos de la canasta familiar vital	31
Tabla 5. Productos de la canasta familiar del grupo alimentos y bebidas	32
Tabla 6. Productos de canasta familiar vital	33
Tabla 7. Productos de la canasta familiar vital estudiados.	34
Tabla 8 Población de Julio Andrade	35
Tabla 9. Matriz de influencia / dependencia	64
Tabla 10. Edad	65
Tabla 11. Productos que Ud. consume	66
Tabla 12. Productos comercializados en Julio Andrade	67
Tabla 13. Productos comercializados en Julio Andrade	68
Tabla 14. Registro de comerciantes	81

RESUMEN

Los resultados y discusión de la presente investigación evidencian, en correspondencia con los criterios de Alfred Marshall y Gregory Mankiw, la dinámica comercial, definida por la demanda de productos, por efectos de la fluctuación de precios. Los resultados son cualitativos y cuantitativos, tomados de una muestra de 18 comerciantes, dedicados a la venta de arveja, frejol, zanahoria, acelga, choclo, lechuga y habas, en el mercado de Julio Andrade. La información fue recogida en 432 fichas de observación, a los diferentes canales de la cadena expuestos como: productor, intermediario, mayorista y minorista. Los resultados del análisis mensual muestran diferencias en los precios de los productos, obteniendo que la arveja es el producto más dinámico en relación al precio y cantidad, comercializando 2.612 kilos durante los tres meses. El producto menos dinámico es la acelga, siendo el menos demandado por no ser un bien necesario para los pobladores de Julio Andrade. Se evidencia la fluctuación del precio y la elasticidad de la demanda, semanalmente se evaluó la dinámica comercial en el aumento y disminución del precio de los productos, el efecto en la elasticidad precio de la demanda se determinó que en el mercado Julio Andrade los bienes son elásticos porque cuando hay alta demanda el precio disminuye. El precio de unidad comercial de la arveja (funda) no varía, lo que varía es la cantidad

PALABRAS CLAVE: Fluctuación de precios, demanda, elasticidad precio demanda.

ABSTRACT

The results and discussion of the present investigation evidence in correspondence with Alfred Marshall and Gregory Mankiw criteria, the commercial dynamic defined by the demand of products and by the effects of prices fluctuation. The results are qualitative and quantitative, taken from a sample of 18 traders dedicated to the sale of peas, beans, carrots, chard, corn, lettuce and broad beans in the market of Julio Andrade. The information was collected from 432 observation sheets, to the different channels of the chain exposed as: wholesaler, retailer and consumer. The results of the monthly analysis show differences in the prices of the products, obtaining that the pea as the most dynamic product in relation to the price and quantity it, commercializing 2.612 kilos during the period of three months. The least dynamic product is the chard being the less documentation for not being a necessary good for the inhabitants of Julio Andrade. The fluctuation of the price and the elasticity of the demand is evident. Weekly assessed the commercial dynamics in the increase and decrease of prices of the products. On the price elasticity of demand, it was determined that in the Julio Andrade market the goods are elastic, because when there is high demand the price decreases. The price of the commercial unit of the different products (cover) does not vary, that varies is the quantity.

KEYWORDS: Price fluctuation, demand, elasticity price- demand.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está enfocado en analizar la dinámica comercial de la canasta básica familiar en función de las hortalizas en el mercado municipal de Julio Andrade a través de la cantidad demandada y la fluctuación del precio

La investigación consta de cinco capítulos:

En el primer capítulo se detalla el problema existente en el mercado por el continuo cambio de los precios de los productos y su afectación en la cantidad ofrecida a los consumidores, , también se detalla los objetivos tanto general como específicos que se enfocan a la solución del problema y que fueron cumplidos durante el transcurso de la investigación y la justificación que está dirigida a quién aportará la investigación

En el segundo capítulo se realiza la fundamentación teórica necesaria para realizar la investigación, donde se analiza conceptos importantes referentes al tema como: demanda, elasticidad, índice de precios entre otros, con la ayuda de diferentes consultas bibliográficas.

En el tercer capítulo se detalla el marco metodológico parte fundamental para la realización de la investigación, es decir se analiza los métodos, técnicas, instrumentos que serán de ayuda para la recolección de la información, es así que se utilizó la investigación correlacional, analítica, de campo, descriptiva y bibliográfica, se utilizó métodos y técnicas de investigación para realizar el levantamiento de la información por medio de la ficha de observación y su respectivo análisis de los datos; el análisis estadístico se encuentra la población tanto de comerciantes como de consumidores en el mercado municipal de Julio Andrade.

En el cuarto capítulo se analiza los resultados y discusión del trabajo de investigación, los resultados constan de las encuestas y las ficha de observación realizadas a los consumidores y vendedores de los cuáles se realizó gráficos para conocer en primera instancia, que productos de la canasta básica son adquiridos por los consumidores, y por otra parte la inversión realizada por los vendedores.

También se puede observar el aumento y disminución de los precios de los siete productos investigados en las doce semanas de estudio, así como también como el precio influye en la cantidad que los vendedores ofertan a los consumidores.

Se concluye en el capítulo cinco con la elaboración de las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados obtenidos. Por último, se tiene las referencias bibliográficas que sirvieron de apoyo para realizar la investigación y los anexos de los consumidores a quienes se aplicaron las fichas de observación y el formato de las encuestas aplicadas

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mercado municipal de Julio Andrade es una superficie comercial creado hace 10 años con el objetivo de comercializar diferentes productos, que atienden a la población los días domingos, en la actualidad se incluyen varios espacios dedicados a la venta de productos como alimentos, frutas, legumbres, cárnicos entre otros.

El Mercado Santa Teresita, ofrece a sus pobladores variedades de productos, cuenta con 361 comerciantes divididos de la siguiente manera: el 80% mujeres y 20% hombres. La infraestructura del mercado permite que existan 300 locales, de acuerdo a la nota de prensa *“Un nuevo mercado moverá a Julio Andrade”* del diario La Hora (2007) que indica que existen 89 abiertos, 12 de comidas y 260 que se encuentran a la intemperie (párr. 3). Los vendedores que prestan su servicio son aproximadamente el 50% de la localidad y el restante 50% son de poblaciones como Tulcán, San Gabriel y Pimampiro.

En el mercado municipal Julio Andrade se desconoce la variación de la demanda de los productos de la canasta básica de hortalizas, cuando varía su precio, además se desconoce la sensibilidad de los precios debido a que estos cambian muchísimo de unos productos a otros. Por ejemplo, se podría mencionar que, en abril, cuando se requiere productos para la fanesca, plato emblemático de semana santa, la demanda de los productos (arveja, frejol, choclo, zanahoria, lechuga, acelga y habas) es alta considerándola como demanda elástica, lo cual significa que la cantidad responde a las variaciones en los precios. Al contrario, cuando la elasticidad del precio de las hortalizas es baja, por ejemplo, en el mes de enero cuando existe sobreproducción de estos productos es considerada como demanda inelástica, es decir, se desconoce si la cantidad demandada responde a los cambios del precio o a cambios de las estacionalidades.

El desconocimiento de los meses en que el precio de los productos tiende a bajar o subir, provoca que los vendedores no tengan una referencia, ni un registro de precios de las hortalizas unificando precios que van desde 0,25 centavos hasta 1 dólar sin un criterio técnico, además el peso de los productos se lo realiza de manera empírica, y se lo establece en función de la funda. Se varía la cantidad pero se mantiene el precio de una unidad comercial.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La relación entre el precio y el peso permiten establecer la dinámica comercial de la canasta básica familiar de hortalizas en el mercado Municipal de Julio Andrade en los meses de enero, febrero y marzo?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Actualmente la parroquia Julio Andrade no cuenta con estudios que evidencien que tan dinámico es el mercado municipal con respecto al grupo de hortalizas, por lo tanto la investigación es importante ya que se conocerá como los precios de los productos bajan o suben constantemente por varios factores internos como externos

El aumento o disminución de los precios se generan por dos razones, la primera por una reducción o aumento en la producción generando especulación en la venta del mismo y la segunda por la falta de control de los organismos gubernamentales en el control de los precios de los productos, por esta razón los beneficiarios directos con la realización de esta investigación son el administrador y los vendedores del mercado ya que contarán con información sobre la sensibilidad del precio permitiendo fijar un peso adecuados a la hora de ofertar los productos, como también los factores que influyen en la compra y venta de sus productos.

Otro de los principales beneficiarios de este proyecto es la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, contando con un documento que reposará en la biblioteca Luciano Coral para que los estudiantes de futuras promociones, puedan aclarar inquietudes sobre la dinámica comercial de la canasta básica de hortalizas en Julio Andrade, y la relación existente entre el precio y la cantidad a través de la elasticidad que indica en qué medida el consumo de bienes es sensible o no a los cambios de precio.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

- Analizar el comportamiento de la dinámica comercial de la canasta básica familiar (CBF) de hortalizas en el Mercado Municipal de Julio Andrade.

1.4.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente los conceptos de demanda, oferta, elasticidad e índices de precios a través de información bibliográfica y así obtener un relevante marco teórico para establecer una comparación.
- Definir el marco metodológico que se va a utilizar para ejecutar el trabajo de investigación.
- Presentar un documento a través de la recopilación y procesamiento de información para conocer la dinámica comercial mediante aspectos como la variación de los precios y peso de las hortalizas en los meses de enero, febrero y marzo.

1.4.3. Preguntas de investigación

- ¿Qué productos de la CBF son más adquiridos por los consumidores?
- ¿Cuál es la inversión realizada en los productos que se comercializa en el mercado Julio Andrade?
- ¿Qué productos dentro de las hortalizas fue el más demandado y el menos demandado?
- ¿Por qué se da la fluctuación de precios?
- ¿Qué tipo de elasticidad se pudo evidenciar en los productos analizados?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. La dinámica a través de la elasticidad de la oferta y demanda

La investigación denominada “Elasticidades de oferta y demanda de los principales productos agropecuarios de México” realizado por Jorge Vásquez y Miguel Martínez, (2011) dan un aporte teórico respecto de las variables de estudio y exponen que,

(...) Demanda es la cantidad que un consumidor está dispuesto a comprar de un bien o servicio ante diferentes precios. Esta relación es inversa, es decir, compra más cantidad a menor precio. La respuesta obedece a la conducta natural del consumidor que, entre más cantidad, mayor bienestar. (pág. 3)

El principal aporte de esta investigación es un marco referencial que permite entender que los precios no se determinan por una autoridad central, sino que son el resultado de cómo los compradores y vendedores interactúan en los mercados. También es importante tener en cuenta que el modelo de la oferta y la demanda sólo se dan en mercados competitivos (Fuentes & Zamudio, 2014) es decir, en los mercados en los que hay muchos compradores y vendedores y todos están tratando de comprar y vender productos similares.

2.1.2. Factores y actores de la CBF

La contribución de Manuel García (2008) y su obra denominada “Análisis del comportamiento de precios de cinco productos hortícolas en Costa Rica” destaca que (...) los factores que intervienen en los precios son la época de siembra y cosecha, aspectos que por razones de oferta y demanda inciden en los precios en períodos determinados” (pág. 30)

García (2008) dentro de la investigación puntualiza que existen varios actores que influyen en la dinámica comercial y estos actores son los intermediarios, productores, detallistas y consumidor final que permite conocer quien dinamiza el mercado, y que factores influyen en el precio.

Conocer la existencia de estos actores es de importancia y se acoplan a la investigación de la dinámica en el mercado de Julio Andrade en especial en el grupo de hortalizas seleccionadas en la investigación porque se suscitan casos similares como la existencia de los actores mencionados anteriormente y que van a la par con la investigación de García.

Por otro lado la existencia de muchos factores en la dinámica comercial hacen que el precio varíe, respondiendo a las fuerzas de oferta y demanda ya que la variación de precios de los productos depende mucho del mercado en que estos se comercializan, es así que García (2008) menciona la importancia de conocer los canales de producción que intervienen, hasta que el producto llegue al consumidor final ya que los precios en los distintos canales serán más favorables que en otros, como ocurrió en el mercado municipal de Julio Andrade

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1. Dinámica comercial y la canasta básica

La dinámica comercial es el movimiento generado por la entrada y salida de dinero tanto de compradores como de vendedores, entendiéndose que para conocer cómo funciona la dinámica comercial “se debe conocer previamente el ambiente económico de la región, y la tendencia de crecimiento, tanto de la actividad productiva, como de los flujos de comercio exterior” sugerido por la página económica el Portafolio en su publicación 14 de mayo del 2008.

2.2.1.1. Elasticidad y la relación entre precios y demanda

La teoría económica propuesta por Mankiw G, (2002) en su libro Principios de Economía expone que la elasticidad es la “medida de la sensibilidad de la cantidad demandada o de la cantidad ofrecida a uno de sus determinantes, y permite analizar con mayor precisión la oferta y la demanda”; De forma compartida este criterio Bañuelos, Cervantes, & Aparicio (1993). Se considera que los dos exponentes toman a la elasticidad como uno de los conceptos más importantes utilizados en la teoría económica, se examina la relación entre precios y demanda; la elasticidad se puede puntualizar como la variación porcentual de una variable X en relación con una variable Y.

a. Elasticidad precio de la demanda

Un aspecto importante de la elasticidad de la demanda es el comportamiento y las tendencias que tienen los mercados, para entender la elasticidad precio de la demanda de acuerdo a la opinión de Mankiw (2012), la define como una medida de qué tanto la cantidad demandada de un bien responde a un cambio en el precio de dicho bien.

b. Determinantes de la elasticidad precio de demanda

Dentro de la investigación, no puede decirse con exactitud qué es lo que determina la elasticidad de la demanda en cada situación específica, Sin embargo, con base en la experiencia, podemos establecer algunos factores que influyen en el grado de elasticidad como afirma Mankiw (2012) como son:

- Necesidades versus lujos: se considera que los bienes necesarios tienden a tener una demanda inelástica, mientras que los bienes de lujo tienen una demanda elástica.
- Disponibilidad de sustitutos: consiste en que los bienes que tienden a tener bienes sustitutos poseen una demanda elástica, en cambio alimentos que no tienen sustitutos tienen una demanda inelástica.
- Definición del mercado: Los mercados definidos en un sentido muy estricto tienden a tener una demanda elástica, mientras que los alimentos, que constituyen una amplia categoría tienen una demanda inelástica.
- Horizonte temporal: Cuando el horizonte temporal es mayor los bienes tienden a tener una demanda elástica.

c. Cálculo de la elasticidad precio de la demanda:

Una vez analizado la definición elasticidad de la demanda en términos generales, indiquemos como se calcula, Marshall citado por Bañuelos, et al., propone dividir precios y cantidades originales sobre precios y cantidades nuevas.

Asimismo, hay que tomar en cuenta a Norhaus (2010) quien indica con más precisión como se mide:

$$\text{Elasticidad precio de la demanda} = \frac{(Q_2 - Q_1)/[(Q_2 + Q_1)/2]}{(P_2 - P_1)/[(P_2 + P_1)/2]}$$

Dónde:

P = Representa el precio

Q = Cantidad

$P_1 + Q_1$ = Representan el precio y la cantidad originales

$P_2 + Q_2$ = El precio y la cantidad nuevos.

Como se observó en los apartados anteriores, a la expresión matemática accede al cálculo de la elasticidad de la demanda, permitiendo a los comerciantes anticipar el comportamiento del mercado ante una variación en el precio.

d. Variedad de curvas demanda:

Podemos concretar que la curva de demanda es una herramienta en la cual se realiza representaciones graficas entre la máxima cantidad de un determinado bien, se considera elástica de acuerdo a Mankiw, cuando la elasticidad es:

Tabla 1. *Curva de demanda.*

Tipos de elasticidad	Medida	Concepto
Elástica	Elasticidad > 1	La cantidad se mueve proporcionalmente más que el precio.
Inelástica	Elasticidad < 1	La cantidad se mueve proporcionalmente menos que el precio
Unitaria	Elasticidad =1	La cantidad se mueve proporcionalmente igual que el precio

Fuent

e: Principios de la economía, 2012.

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

Debido a que la elasticidad precio de la demanda mide cuánto responde la cantidad demandada a los cambios en el precio, se relaciona estrechamente con la pendiente de la curva de la demanda

2.2.2. Canasta básica familiar como objeto de estudio

La canasta básica familiar es un conjunto de bienes y servicios que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar tipo compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos, que ganan la remuneración básica unificada. Calcular el costo de esta canasta es necesario para el análisis de la relación entre remuneraciones e inflación. (INEC, 2018)

2.2.2.1. Tipos de canastas básica familiar

a. Canasta básica: Está constituida por alrededor de 75 artículos de los 299 que conforman la canasta de artículos (bienes y servicios), del índice de precios al consumidor (IPC), Sirven para monitorear la subida de sus precios y a relacionarlos con las remuneraciones de la población y su capacidad de consumo.

b. Canasta vital: es un conjunto de 73 artículos, en menor cantidad y calidad que la canasta básica, y se la llama vital porque señala el límite de supervivencia de una familia. La diferencia radica en que están determinadas por la cantidad y la calidad de los productos que las compone. (Cevallos, s.f.).

2.2.2.2. Gasto familiar

El promedio mensual de gasto por hogar urbano a nivel nacional es de USD 734, 19. Esa es la cifra que en promedio gastan las familias ecuatorianas cada mes. La categoría que lideran mayor consumo corresponden a alimentos y bebidas no alcohólicas con un 22%, transporte 15% y bienes y servicios diversos, como cuidado personal, joyería, protección social, seguros y servicios financieros 10%. Estas categorías son las de gasto más representativo, sumando el 47% de la composición total de gasto de consumo de la muestra de hogares considerados para el análisis. (Location World S.A, 2014)

Dentro de la categoría de alimentos y bebidas no alcohólicas, considerada la más representativa de gasto de los hogares, se ha dividido en los siguientes rubros de gasto:

- Carnes Congeladas 20%
- Pan y Cereales 18%
- Leche, yogurt, quesos y huevos 16%
- Hortalizas, verduras, leguminosas y tubérculos 12%

- Aguas, minerales, refrescos, jugos de frutas 10%
- Frutas 10%,
- Pescados y mariscos frescos y procesados 5%
- Azúcar, mermelada, miel, chocolates y dulces 3%
- Aceites y grasas 3%
- Productos alimenticios 2%
- Café, té, cacao y hierbas aromáticas 1%

2.2.2.3. Gasto de consumo

Se considera como el valor de los bienes y servicios de consumo adquiridos (utilizados o pagados) por un hogar para la satisfacción directa de las necesidades de sus miembros. Estas adquisiciones se las puede hacer mediante compras monetarias directamente en el mercado, así como también a través de regalos, salario en especie y mediante el autoconsumo o auto suministro.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1. Cualitativo

“Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Sampieri, 2010, pág. 7).

Por tal razón, en la presente investigación se utilizó el enfoque cualitativo puesto que se conoció los productos que frecuentemente son consumidos en el mercado Julio Andrade que son obtenidos mediante técnicas como la encuesta y observación.

3.1.1.2. Cuantitativo

El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Sampieri H. , 2010, pág. 4)

Se utilizó este enfoque porque se recopiló información sobre las dos variables la dinámica comercial y la canasta básica familiar de hortalizas, a medida que se fue desarrollando la investigación, se aplicaron datos estadísticos, encuestas para conocer la cantidad de dinero que destinan las familias al consumo de hortalizas, una vez recolectada la información se procedió a la elaboración de gráficos y posteriormente a su análisis e interpretación de datos.

También se empleó para investigar datos históricos mensuales correspondientes a los años 2013 - 2017, dicha información cuantitativa se obtuvo de fuentes secundarias como el Sistema de Información Pública Agropecuaria (SIPA); permitiendo conocer el precio de

enero, febrero y marzo, de 5 años anteriores de los productos inmersos en la investigación y de esta manera compararlos con los datos obtenidos en las fichas de observación aplicadas a los vendedores.

3.1.2. Tipo de investigación

3.1.2.1. Bibliográfica

El estudio del trabajo de investigación se lo realizo mediante la investigación bibliográfica, ya que es de carácter explicativo y descriptivo, que se sustenta en la documentación para la recolección de datos.

La investigación Bibliográfica representa excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, puesto que otorga el conocimiento histórico, así como: teorías, resultados, instrumentos y técnicas usadas, acerca del tema a investigar.

3.1.2.2 Descriptiva

En lo referente a la investigación descriptiva, permite dar a conocer los hechos observados, y hacer descripciones de las situaciones positivas y negativas de los ciudadanos que adquieren productos de la canasta básica familiar de hortalizas.

3.1.2.3 Campo

Finalmente, la información que tuvo más importancia durante la investigación se la obtuvo a través de la investigación de campo puesto que el comerciante fue visitado en su respectivo puesto de trabajo en el mercado Julio Andrade, y de esta manera proceder a tomar datos tales como: precio y peso.

3.1.2.4 Analítica

Permite el estudio de la canasta básica familiar, donde se exploró detalladamente la estructura del gasto de consumo, la cantidad de dinero que destinan las familias julianas para la compra de hortalizas así como también la cantidad de dinero que destinan los vendedores al adquirir productos para la venta.

3.1.2.5 Correlacional

Este tipo de investigación mide el grado de relación que existe entre dos o más variables y de esta manera conocer si están o no relacionadas. Por lo tanto, para conocer la relación existente entre la variable dependiente e independiente de la investigación se lo realizó mediante la aplicación de fórmula de la elasticidad precio de la demanda que define el grado de relación existente entre la cantidad y el precio.

3.2 HIPÓTESIS

La relación precio y peso admiten definir la dinámica comercial de la canasta básica familiar de hortalizas en el mercado Municipal de Julio Andrade en los meses de enero, febrero, marzo.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Para desarrollar la presente investigación se plantea las siguientes variables:

3.3.1 Definición

3.3.1.1. Variable independiente: Dinámica comercial

Se considera a la dinámica comercial como variable independiente porque se analizaron las fuerzas del mercado como son la oferta y la demanda y al ser variables cambiantes debido a varios factores es difícil controlarlas.

Tabla 2. Operacionalización variable independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
V. Independiente Dinámica comercial	Oferta	Precio en dólares	Observación	Ficha de observación
		Peso en kg	Observación	Ficha de observación
		Tiempo	Observación	Ficha de observación
		Inversión	Encuesta	Cuestionario
	Demanda	Gasto en dólares en la canasta básica	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

3.3.1.2 Variable dependiente: Canasta básica

Canasta básica Se considera a la canasta básica como variable dependiente tomando en cuenta 7 productos dentro de la misma para lo cual se realizará un análisis comparativo del peso de los productos en los primeros meses del año.

Tabla 3. *Operacionalización de variable dependiente*

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
V. Dependiente Canasta básica familiar	Alimentos y bebidas	Precio en dólares	Encuesta	Cuestionario
	Vivienda	Precio en dólares	Encuesta	Cuestionario
	Indumentaria	Precio en dólares	Encuesta	Cuestionario
	Misceláneos	Precio en dólares	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos

Como métodos de investigación utilizamos el método inductivo, deductivo, analítico, sintético y como metodología para desarrollar del trabajo de investigación se empleara la propuesta de canales de producción que ejemplifica las categorías mayorista, minorista, consumidor como se muestra en siguiente figura.

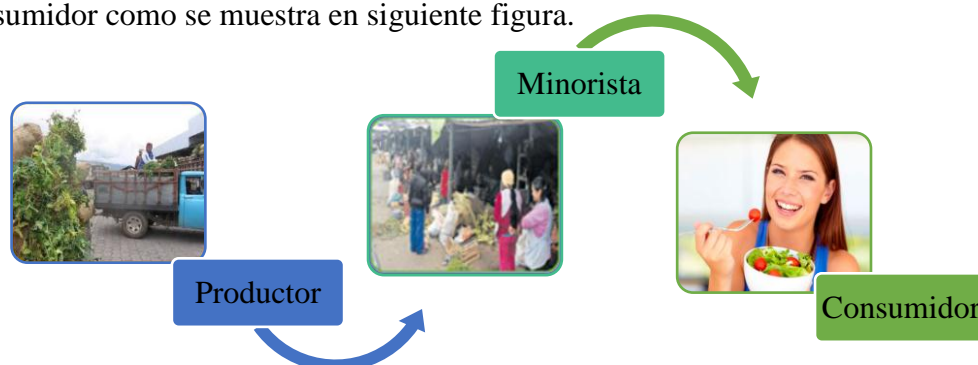


Figura 1: Canales de producción.

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

Es necesario evidenciar los canales inmersos en la investigación ya que el peso y el precio de los productos es diferente en cada uno de ellos, en el canal productor nos referimos al agricultor, el peso del bulto es de 100 libras y el precio va desde 18\$ hasta 40\$.

En el canal minorista se evidencian dos escenarios, el primero, el cual el bulto sufre un incremento en el precio generalmente el costo del transporte, y el segundo el cual el peso de los productos cambia a causa de que sufren una transformación es decir se procede a desgranar y en la mayoría tienen un peso de 50 libras y en su precio ya que cada comerciante tiene su medida con el fin de llenar la funda, ofreciendo al consumidor precios que van desde 0,25centavos hasta 1 dólar. Al hablar de consumidor nos referimos a la persona que compra un bien el mismo que es proporcionado por el minorista por lo tanto se considera el actor final de diversas transacciones productivas.

3.4.2. Técnicas

Para la recolección de datos se lo realizó mediante el diseño de una encuesta dirigida al consumidor con la finalidad de conocer los productos adquiridos en el mercado de Julio Andrade y la cantidad de dinero destinado para el consumo de hortalizas, mismas que fueron aplicadas a 61 comerciantes y 361 encuestas dirigidas a consumidores teniendo un total de 422 encuestas aplicadas. Además la realización de 2 fichas de observación (Ver anexo 3) denominadas: productor y minorista, las mismas que fueron aplicadas con la finalidad de conocer datos generales de los productos como el precio y el peso, a negociantes y vendedores del mercado Julio Andrade durante los meses de enero, febrero y marzo.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1. Estadísticos descriptivos

Esta herramienta es utilizada para la recolección de datos cuantitativos con la finalidad de, resumirlos e interpretarlos, es así que se empezó por definir el proceso que aportará a

conocer la dinámica comercial en el mercado Julio Andrade realizando de la siguiente manera:

3.5.1.1. Productos de la CBF

Previamente para definir a quien estudiar y sobre qué productos estudiar se consideró entender cómo se estructura la CBF de acuerdo al INEC 2018 en el que citan 74 productos. Para la investigación es necesario discriminar productos de la canasta básica, y así obtener bienes relevantes que permitan a los comerciantes del sector tener un panorama más claro de la dinámica. Uno de los criterios tomados en cuenta es la frecuencia relativa de compra con la utilización de frecuencia del 0 al 10 en donde 10 significa que tiene alta frecuencia de consumo y 0 donde el producto no es consumido o no se lo comercializa dentro del mercado de Julio Andrade. Luego se establece en función de una proporción de lo que la gente va a comprar para obtener un valor ponderado que permite establecer que productos son los más demandados dentro del mercado obteniendo así la siguiente tabla:

PRODUCTOS DE CANASTA FAMILIAR VITAL PARA EL ANÁLISIS DE LA RELACIÓN APOYO - COMERCIALIZACIÓN

Tabla 4. *Productos de la canasta familiar vital*

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Frecuencia relativa de compra	Proporción	Importancia de consumo	
2	ALIMENTOS Y BEBIDAS				
3	Cereales y derivados	9,00	0,07	3,50	0,24
4	Carne y preparaciones	7,00	0,05	3,00	0,16
5	Pescados y mariscos	7,00	0,05	2,50	0,13
6	Grasas y aceites comestibles	7,00	0,05	3,70	0,19
7	Leche, productos lácteos y huevos	7,00	0,05	3,00	0,16
8	Verduras frescas	10,00	0,08	4,00	0,30
9	Tubérculos y derivados	10,00	0,08	4,00	0,30
10	Leguminosas y derivados	10,00	0,08	4,00	0,30
11	Frutas frescas	8,00	0,06	3,00	0,18
12	Azúcar, sal y condimentos	8,00	0,06	3,70	0,22
13	Café, té y bebidas gaseosas	7,00	0,05	3,00	0,16
14	Otros productos alimenticios	7,00	0,05	2,27	0,12
15	Alim. y beb. consumidas fuera del hogar	6,00	0,05	3,00	0,14
16	VIVIENDA				
17	Alquiler	0,00	0,00	0,00	0,00
18	Alumbrado y combustible	0,00	0,00	0,00	0,00
19	Lavado y mantenimiento	0,00	0,00	0,00	0,00
20	Otros artefactos del hogar	5,00	0,04	2,00	0,08
21	INDUMENTARIA				
22	Telas, hechuras y accesorios	0,00	0,00	0,00	0,00
23	Ropa confeccionada hombre	6,00	0,05	3,00	0,14

24	Ropa confeccionada mujer	6,00	0,05	3,00	0,14
25	Servicio de limpieza	0,00	0,00	2,90	0,00
26	MISCELÁNEOS				
27	Cuidado de la salud	7,00	0,05	2,00	0,11
28	Cuidado y artículos personales	6,00	0,05	3,00	0,14
29	Recreo, material de lectura	0,00	0,00	0,00	0,00
30	Tabaco	0,00	0,00	0,00	0,00
31	Educación	0,00	0,00	0,00	0,00
32	Transporte	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL		133,00	1,00		

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

Una vez realizada la tabla y la ponderación se ha logrado establecer que se debería estudiar los productos que tienen mayor frecuencia de consumo, entre ellos se selecciona como se muestra en la siguiente tabla el grupo de alimentos y bebidas que consta de 15 productos, pero es necesario ser más riguroso en el estudio, de tal manera que se establece otro criterio de ponderación que es la importancia de consumo, asignando una frecuencia de 1 a 4, en donde 4 significa importante y de frecuente consumo, y se obtiene la siguiente matriz:

**PRODUCTOS DE CANASTA FAMILIAR VITAL
PARA EL ANÁLISIS DE LA RELACIÓN APOYO - COMERCIALIZACIÓN
Enero – Marzo 2018**

Tabla 5. *Productos de la canasta familiar del grupo alimentos y bebidas*

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Frecuencia relativa de compra	Proporción	Importancia de consumo	
2	ALIMENTOS Y BEBIDAS				
3	Cereales y derivados	9,00	0,09	3,50	0,24
4	Carne y preparaciones	7,00	0,07	3,00	0,16
5	Pescados y mariscos	7,00	0,07	2,50	0,13
6	Grasas y aceites comestibles	7,00	0,07	3,70	0,19
7	Leche, productos lácteos y Huevos	7,00	0,07	3,00	0,16
8	Verduras frescas	10,00	0,10	4,00	0,30
9	Tubérculos y derivados	10,00	0,10	4,00	0,30
10	Leguminosas y derivados	10,00	0,10	4,00	0,30
11	Frutas frescas	8,00	0,08	3,00	0,18
12	Azúcar, sal y condimentos	8,00	0,08	3,70	0,22
13	Café, té y bebidas gaseosas	7,00	0,07	3,00	0,16
14		7,00	0,07	2,27	0,12

	Otros productos alimenticios				
15	Alim. y beb. consumidas fuera del hogar	6,00	0,06	3,00	0,14

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

La siguiente matriz desglosa más específicamente los productos inmersos dentro de alimentos y bebidas, para realizar una segmentación de productos utilizamos la siguiente matriz en la cual se establecen los productos de mayor consumo.

PRODUCTOS DE CANASTA FAMILIAR VITAL
PARA EL ANÁLISIS DE LA RELACIÓN APOYO - COMERCIALIZACIÓN
Enero – Marzo 2018

Tabla 6. *Productos de canasta familiar vital*

Grupos y Subgrupos de Consumo	Frecuencia relativa de compra	Proporción	Importancia de consumo	Interés de estudio
CEREALES Y DERIVADOS				
Arroz	9,00	0,05	3,50	0,17
Maíz	7,00	0,04	3,00	0,11
Trigo	6,00	0,03	3,00	0,10
Cebada	6,00	0,03	3,00	0,10
Pan	0,00	0,00	0,00	0,00
avena	8,00	0,04	3,30	0,14
Harina	8,00	0,04	3,50	0,15
pastas alimenticias	8,00	0,04	3,80	0,16
Grasas y aceites comestibles				
aceite de mezcla vegetal	6,00	0,03	3,00	0,10
Margarina	6,00	0,03	3,00	0,10
Mayonesa	6,00	0,03	2,80	0,09
Verduras frescas				
arveja	10,00	0,05	4,00	0,21
zanahoria	10,00	0,05	4,00	0,21
tomate	7,00	0,04	3,50	0,13
pimientas	5,00	0,03	3,00	0,08
Coliflor	6,00	0,03	3,00	0,10
lechuga	10,00	0,05	4,00	0,21
espinaca	7,00	0,04	2,80	0,10
limones	8,00	0,04	2,90	0,12
Acelga	10,00	0,05	4,00	0,21
Habas	10,00	0,05	4,00	0,21
Choclo	10,00	0,05	4,00	0,21
Brócoli	7,00	0,04	2,50	0,09
Tubérculos y derivados				
papa	0,00	0,00	0,00	0,00
plátano	7,00	0,04	3,00	0,11
Leguminosas y derivados				
Frejol	10,00	0,05	4,00	0,21

TOTAL	187,00	1,00	0,00
-------	--------	------	------

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

La siguiente matriz muestra cuáles son los productos objeto de estudio dentro de la canasta básica familiar de hortalizas que se dinamizan y se priorizan en el mercado de Julio Andrade, ya que se comercializan directamente cada semana y ayudan a dinamizar la economía de las familias julianas. En tal virtud que se estudiara los siguientes productos:

**PRODUCTOS DE CANASTA FAMILIAR VITAL
PARA EL ANÁLISIS DE LA RELACIÓN APOYO - COMERCIALIZACIÓN
Enero – Marzo 2018**

Tabla 7. *Productos de la canasta familiar vital estudiados.*

Grupos y Subgrupos de Consumo	Frecuencia relativa de compra	Proporción	Importancia de consumo	Interés de estudio
Verduras frescas				
arveja	10,00	0,05	4,00	0,21
zanahoria	10,00	0,05	4,00	0,21
lechuga	10,00	0,05	4,00	0,21
Acelga	10,00	0,05	4,00	0,21
Habas	10,00	0,05	4,00	0,21
Choclo	10,00	0,05	4,00	0,21
Leguminosas y derivados				
Frejol	10,00	0,05	4,00	0,21

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

3.5.2. Población

3.5.2.1. Población comerciantes

Una vez que se ha analizado los productos de los que se va a trabajar fue necesario establecer el número de comerciantes.

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= Población

p= 0.95 probabilidad de ocurrencia

q= 0.05 probabilidad de no ocurrencia

Z= 1.96 constante que no debe ser menor

e= 0.05 error máximo de muestreo

$$n = \frac{361 * 1.96^2 * 0.95 * 0.05}{(0.05^2 * (361 - 1)) + 1.96^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = \frac{65,87}{1,08}$$

$$n = 61$$

El tamaño de la población es definida por los individuos que tienen características similares es decir que vendan hortalizas, y que permanezcan constantemente todos los domingos en el mercado Julio Andrade, teniendo a 61 comerciantes para la aplicación de la encuesta y tan solo a 18 para la aplicación de las fichas de observación, los cuales han sido constantes en las 12 mediciones, mientras que a los demás no se los ubica en el estudio porque la comercialización de sus productos no se la realizaba todos los domingos.

3.5.2.2. Población consumidores

La población que se considera para la investigación corresponde a los consumidores que acuden los días domingos a realizar compras en el mercado Julio Andrade; la población que se toma en cuenta para esta investigación es de 10 - 49 años de edad.

Tabla 8. Población de Julio Andrade

POBLACIÓN POR GENERO		
Genero	Julio Andrade	Porcentaje
Masculino	2940	49%
Femenino	3060	51%
Total	6000	100%

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

Y con la aplicación de la fórmula finita tenemos la respectiva población a encuestar:

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

$$n = \frac{6000 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05^2 * (6000 - 1)) + 1.96^2 * 0,5 * 0.05}$$

$$n = \frac{5762.4}{15,96} = 361 \text{ encuestas}$$

3.5.3. Trabajo de campo

Para conocer sobre la dinámica comercial existente en el mercado Julio Andrade se conoció en primera instancia los productos a analizar los cuales la arveja, zanahoria, frejol, choclo, lechuga, habas y acelga fueron objeto de estudio en la investigación y que fueron corroborados con la encuesta realizada a los consumidores.

Para el levantamiento de información se construyó la ficha de observación aplicada a 18 vendedores que consta del nombre del vendedor, fecha, número de observación, hora de inicio y finalización de la actividad. Se elaboró una tabla en donde se registra el producto, unidad de medida, peso neto y precio que son aspectos importantes para medir la dinámica comercial en el Mercado de Julio Andrade. Además, las fichas de observación se identifican como, mayorista, minorista y comerciante (considerados como la misma persona) las cuales son aplicadas a los vendedores de Julio Andrade

Para el procesamiento y análisis de información, se aplicó la teoría microeconómica de Alfred Marshall y Gregory Mankiw relacionando la dinámica comercial con la fluctuación y elasticidad de los precios para lo cual se aplicó 648 fichas en el mercado de Julio Andrade durante los tres meses.

Los datos de las cantidades, precios y peso de los diferentes productos tanto para las encuestas como para las fichas de observación fueron tabulados y graficados mediante la utilización de la hoja de cálculo Microsoft Excel, que permitió realizar una comparación de la información obtenida de los diferentes meses y de las diferentes categorías analizadas en cada uno de los productos.

Para conocer que tan dinámica es la demanda de los productos que se comercializan en el mercado Julio Andrade es necesario conocer que el precio es por kilo en productos como la arveja frejol, choclo, zanahoria y habas, también es necesario explicar la distinción que debe hacerse con respecto al precio del productor, minorista y consumidor para ello es conveniente especificar estos tres términos.

Productor: es la primera etapa de comercialización, el precio del bulto

Minorista: es el comerciante en el puesto del mercado que compra el producto en bultos y oferta al producto, en fundas plásticas en algunos casos, pueden ser atados, el producto sufre una transformación considerable (transformación no industrial), por ejemplo, desgranar un choclo reduce el peso que tenía en las dos etapas anteriores, porque pierde el Catulo o vaina y también la tusa o hueso; también se agrega los costos de transporte y la pérdida de peso. Los precios utilizados en la categoría minorista, fueron los sugeridos por el coordinador del mercado quien cuenta con una base de datos de todos los productos que se comercializan y de los cuales se tomó un precio promedio para la investigación.

Consumidor: es la persona que consume un bien proporcionado por el productor el mismo que cuenta con una utilidad disponible para poder adquirir dicho producto y de esta manera satisfacer esa necesidad a través de mecanismo de mercado.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. La dinámica comercial de la CBF con base en la demanda

4.1.1.1 Género de las personas que demandan la CBF

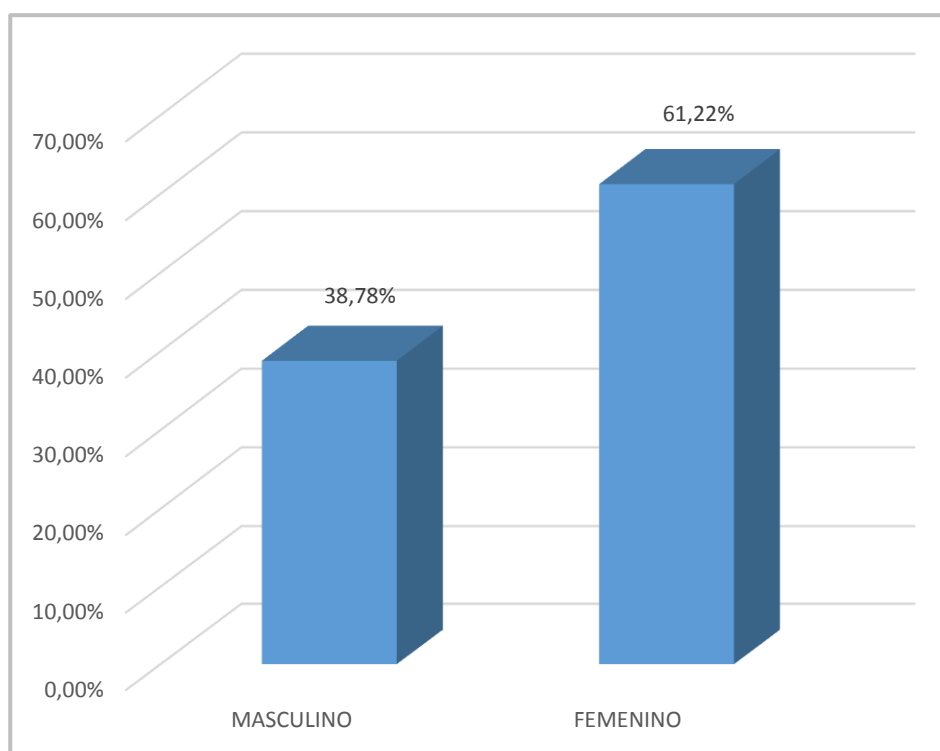


Figura 2. Género

Fuente: Encuesta Consumidor, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura N°2 se observa que las personas que visitan el mercado Municipal de Julio Andrade el 61,22% son mujeres mientras que el 38,78% son hombres.

4.1.1.2. Edad promedio de las personas que visitan el mercado

Entre la población encuestada se encontró que el 42% tiene entre 36 a 40 años, seguidos por un 25% en el rango de 31 a 35 años, el 11% se encuentra en edades comprendidas de 41 a 55 años y el 8% restante se halla en el rango 18 a 25 y de 55 a más años como lo muestra la figura N° 3.

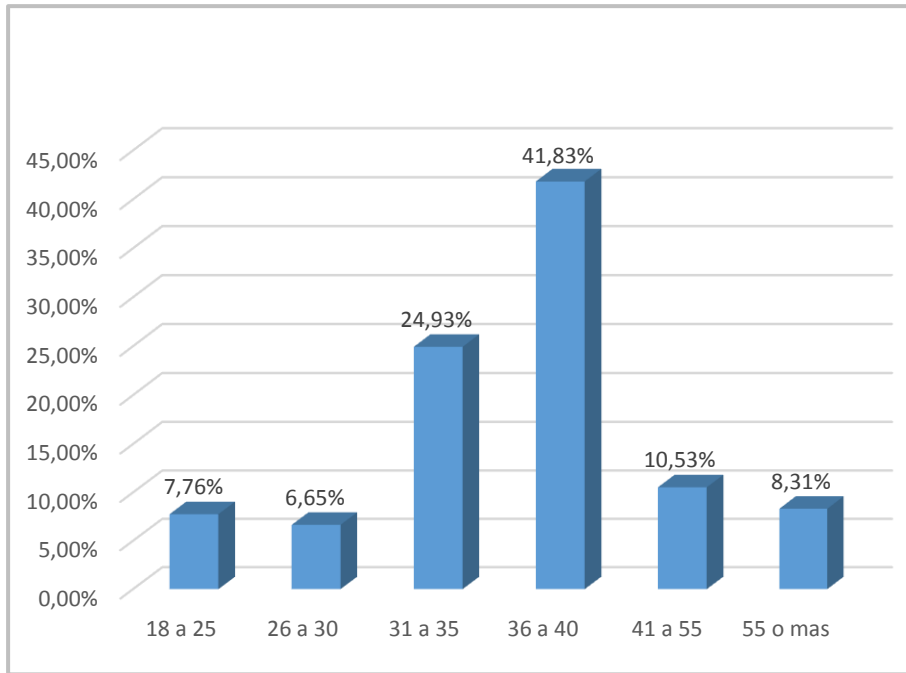


Figura 3. Edad

Fuente: Encuesta Consumidor, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

4.1.1.3. Lugar de residencia

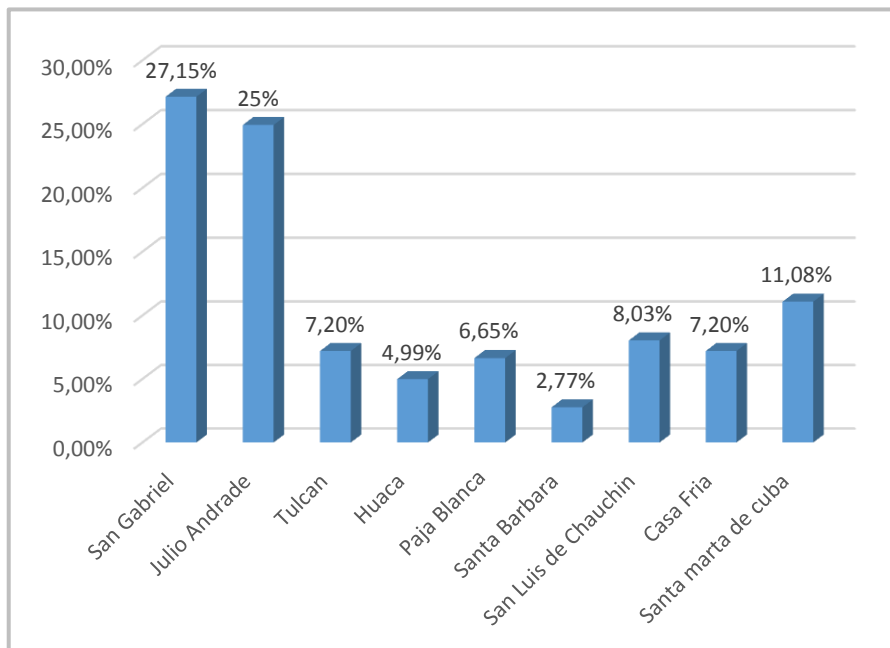


Figura 4. Lugar de residencia

Fuente: Encuesta Consumidor, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

La figura N° 4 muestra el lugar de donde provienen las personas que visitan el mercado teniendo que la mayoría de consumidores son de la ciudad de San Gabriel con un 27,15%, seguido de la parroquia de Julio Andrade y sus alrededores como Paja Blanca, Santa Bárbara, San Luis de Chauchin y Casa Fría con el 25%, 6,65%, 2,77%, 8,03% y 7,20% respectivamente, el 11,08% de la parroquia Santa Marta de Cuba.

4.1.1.4. Número de veces que visitan el mercado

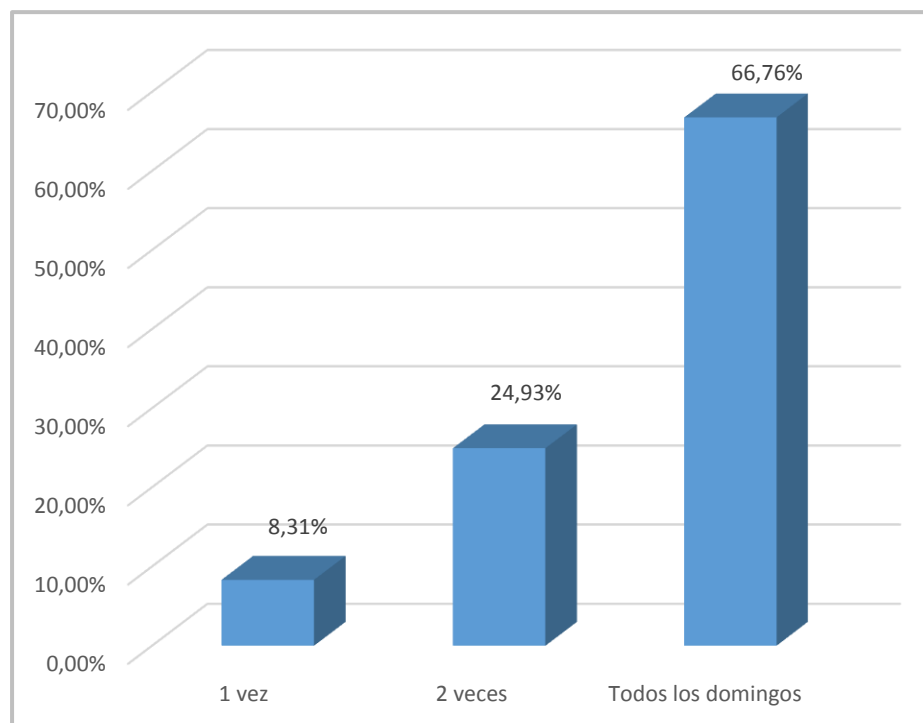


Figura 5. Visita al mercado

Fuente: Encuesta Consumidor, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

Con respecto a cuantas veces al mes visita el mercado de Julio Andrade, en la Figura N° 5 se observa que el 66,76% de los encuestados visitan todos los domingos, mientras que un 24,93% afirman que visitan 2 veces al mes, al contrario un 8,31% manifiestan visitar 1 mes al mes. En este sentido podemos afirmar que el motivo por el cual asisten todos los domingos al mercado es porque la mayoría de encuestados se dedican a la agricultura y en este día las personas tienden a cobrar por su trabajo y aprovechan para adquirir ciertos productos que se ofrecen en el mercado.

4.1.1.5. Productos que la población de Julio Andrade consume

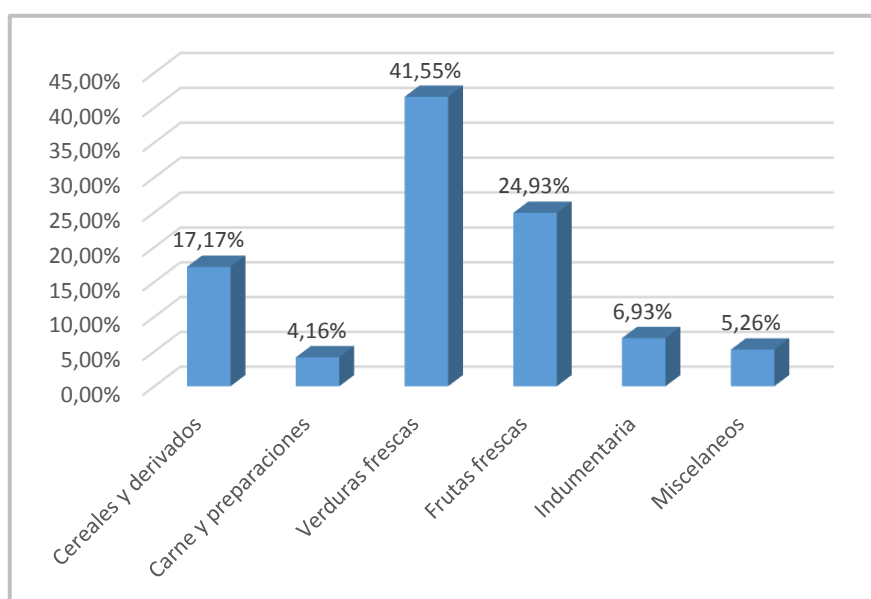


Figura 6. Productos consumidos

Fuente: Encuesta Consumidor, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura 6, se observa que el 41,55% de las personas encuestadas, prefieren consumir verduras frescas, mientras que, aproximadamente el 24,93% optan por consumir frutas, por otro lado la carne y preparaciones son los productos menos consumidos con un 4,16%. Resulta claro que la mayoría de los encuestados prefieren consumir verduras frescas y frutas, porque son alimentos importantes dentro de una dieta diaria y está asociado a una buena salud para permanecer sanos.

4.1.1.6. Gasto que realizan los consumidores los días domingos

De acuerdo a la figura N° 7, se observa que en promedio las familias destinan a la compra de verduras frescas 12 dólares entre ellas la arveja, zanahoria, lechuga, frejol, choclo entre otras verduras que se comercializan en el mercado, por otro lado 10 dólares corresponde a la compra de frutas y 8 dólares a carne y preparaciones la razón de esta disminución es manifestada porque la carne cada vez es más cara.

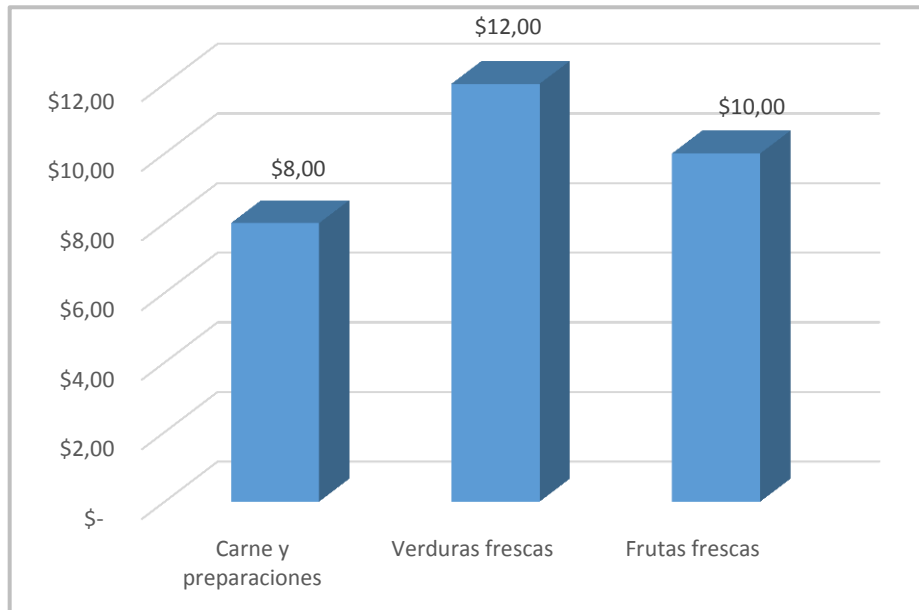


Figura 7. Inversión los días domingos

Fuente: Encuesta Consumidor, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

4.1.1.7. Hortalizas más consumidas

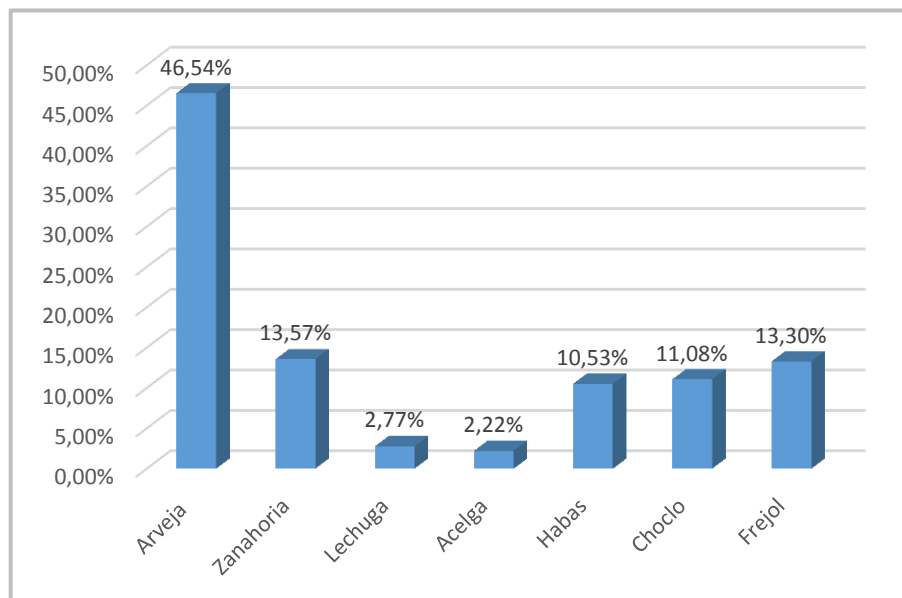


Figura 8. Hortalizas más consumidas

Fuente: Encuesta Consumidor, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

Según los datos obtenidos en la figura N° 8 se determina que la hortaliza que presenta mayor consumo en Julio Andrade es la arveja y la zanahoria, la población manifiesta que consumir estas hortalizas es por el aporte que realizan a la salud, la que menos se consume es la acelga con 2,22%.

4.1.2. La dinámica comercial de la CBF en base a la oferta

4.1.2.1. Género de las personas que comercializan en el mercado

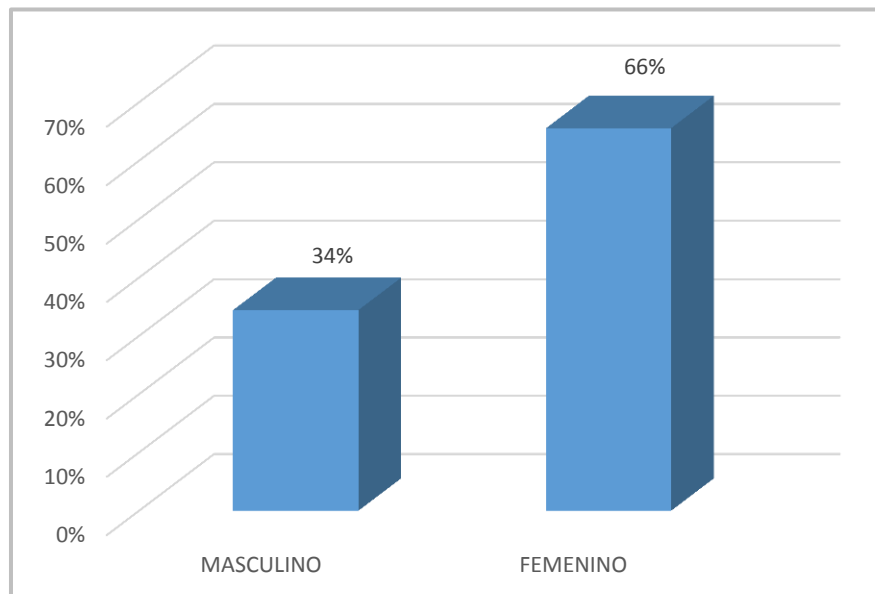


Figura 9. Género

Fuente: Encuesta Vendedores, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura N° 9 se observa que para la investigación sobre la dinámica comercial de los productos de la canasta básica familiar realizada en el mercado municipal de Julio Andrade los comerciantes en un 66% son mujeres mientras que el 34% de los comerciantes son hombres.

4.1.2.2. Lugar de residencia de los vendedores

En la figura N° 10 se muestra los lugares de residencia de los comerciantes del mercado, evidenciando que la mayoría son de la parroquia de Julio Andrade representando el 32,79%, mientras que el restante 61,27% son de poblaciones como San Gabriel, Tulcán, Huaca. El juncal y Otavalo dedicados a la venta de diferentes productos que conforman la canasta básica familiar.

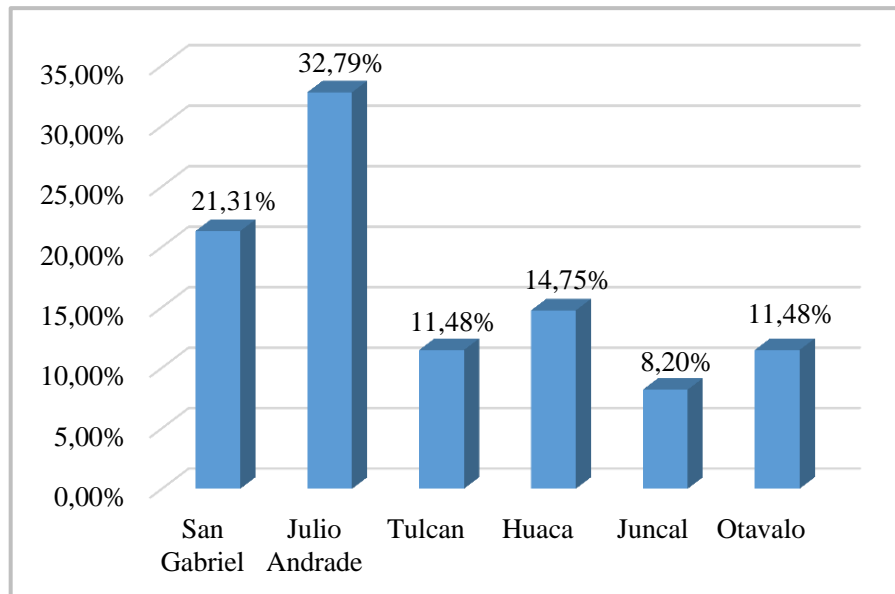


Figura 10. Lugar de residencia
Fuente: Encuesta Vendedores, Julio Andrade, 2018
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

4.1.2.3. Número de veces que comercializan en el mercado

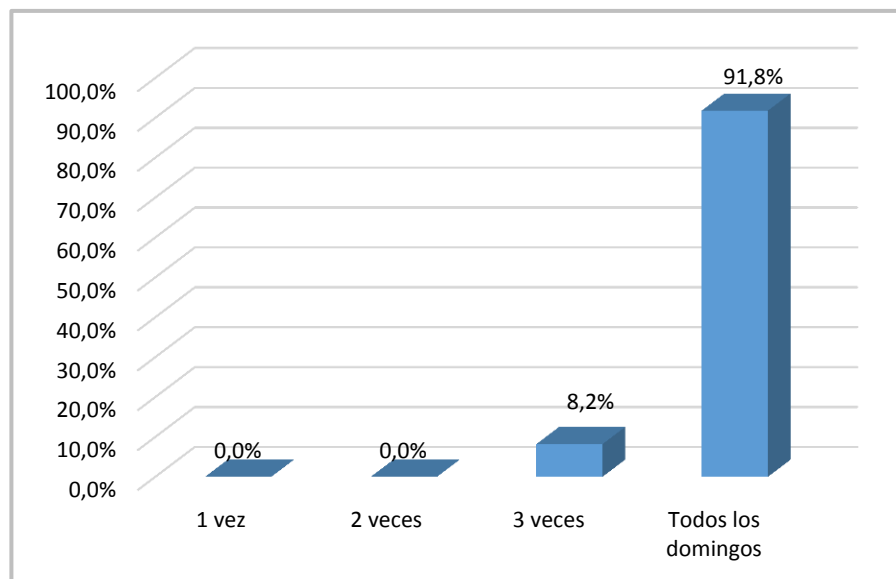


Figura 11. Días de comercialización
Fuente: Encuesta Vendedores, Julio Andrade, 2018
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

De acuerdo a la figura N° 11 se observa que el 91,8% de los vendedores encuestados, manifestaron que la comercialización de los productos lo realizan cada domingo de feria en el mercado, mientras que en menor porcentaje es decir el 8,2% solo lo hacen 3 domingos del mes aclarando que esto sucede solo cuando tienen compromisos familiares razón por la cual no pueden asistir al mercado.

4.1.2.4. Productos que se comercializan en Julio Andrade

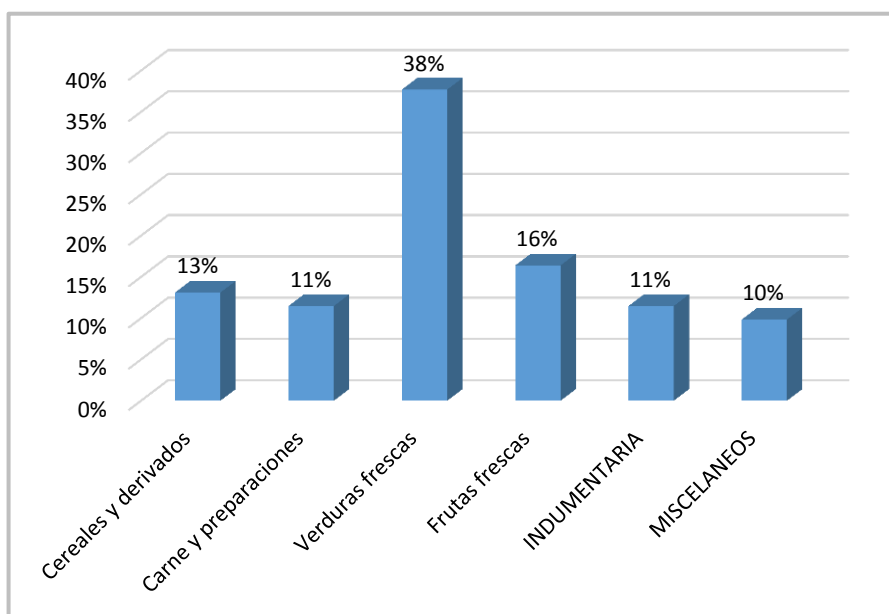


Figura 12. Productos comercializados en el mercado

Fuente: Encuesta Vendedores, Julio Andrade, 2018

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

El 38% de los vendedores que se encuentran comercializando sus productos en el mercado se dedican a la venta de verduras frescas, seguido de los puestos de frutas con un 16% y en un menor porcentaje están los comerciantes dedicados a la venta de misceláneos representado por el 11%, evidenciando que la mayoría de puestos son de verduras y son los que hacen que se genere una dinámica de sus productos.

4.1.2.5. Inversión realizada por los vendedores en la adquisición de sus productos

La figura N° 13 muestra la inversión de cada uno de los bienes y productos que se comercializa en el Mercado Municipal de Julio Andrade para los cuales es necesario que los comerciantes los adquieran un día antes de la feria.

Teniendo al grupo de carnes y preparaciones con el valor más elevado siendo aproximado de 421 dólares invertidos en sus productos, seguido del grupo de frutas frescas a los cuales los vendedores realizan una inversión de 285 dólares cada domingo y por último están las verduras frescas con un valor de 239 dólares.

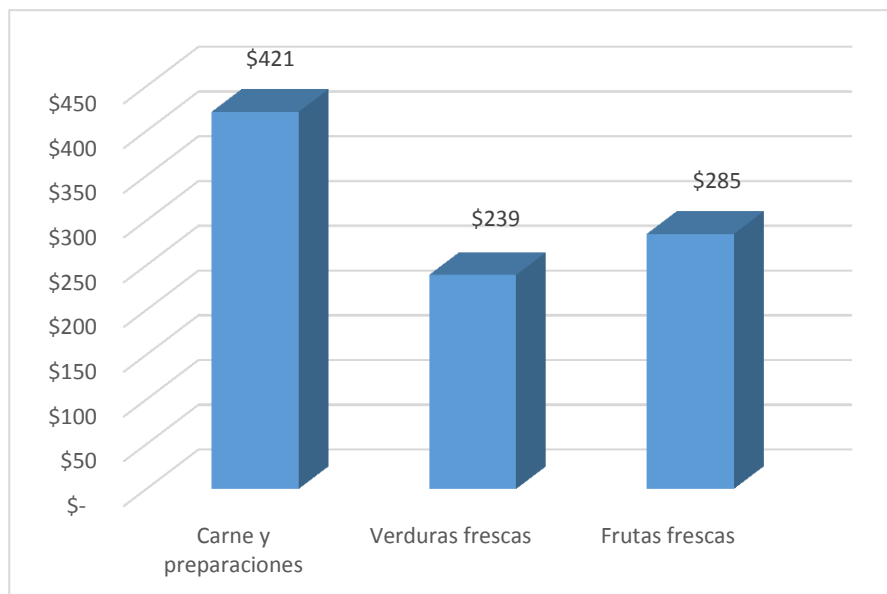
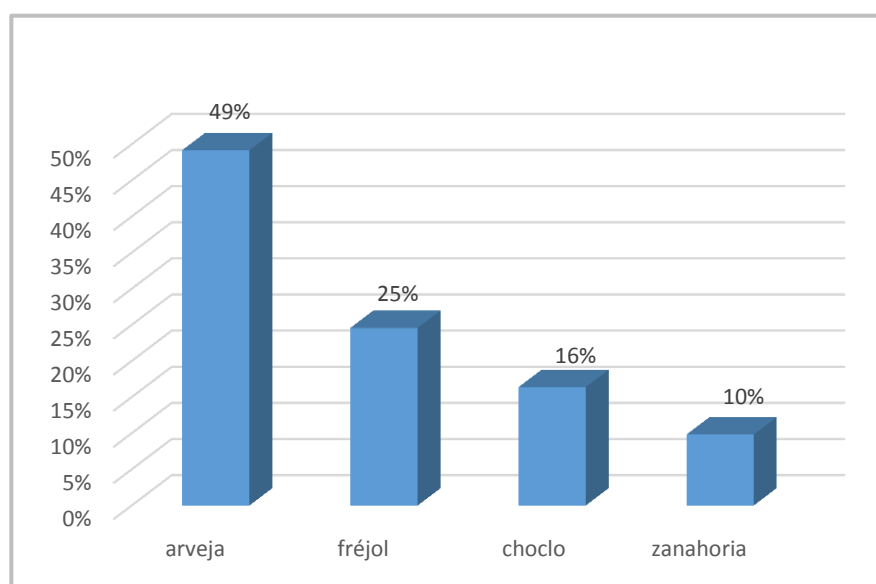


Figura 13. Inversión en los productos comercializados
Fuente: Encuesta Vendedores, Julio Andrade, 2018
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

4.1.2.6.
Grupo de hortalizas vendidas



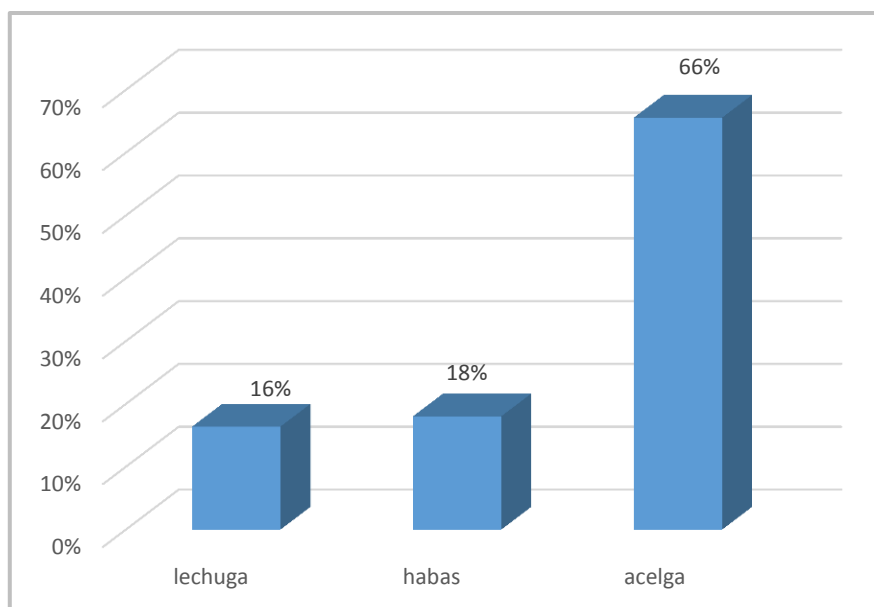
más

Figura 14. Hortalizas más vendidas
Fuente: Encuesta Vendedores, Julio Andrade, 2018
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura N° 14 se observa los productos más demandados desde la perspectiva de los comerciantes teniendo que dentro de este grupo, la arveja es el producto más vendido con un 49%, seguido del frejol con el 25%, el choclo con el 16% y la zanahoria con el 10%, se evidencia que la arveja es el producto que genera más ganancia para los vendedores.

4.1.2.7.

menos



Grupo de hortalizas vendidas

Figura 15. Hortalizas menos vendidas

Fuente: Encuesta de la dinámica comercial de las canasta básica de hortalizas

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura N° 15 tenemos al grupo de las hortalizas menos demandas como son la lechuga, la acelga y las habas, en donde la acelga no representa un producto que genere ganancias para los vendedores con un 66%, seguido esta las habas con un 18% y la lechuga con un 16%.

4.1.3. Dinámica comercial de la CBF en función de hortalizas y la fluctuación de precios.

4.1.3.1. Hortalizas más demandadas y la fluctuación de los precios

a) Arveja



Figura 16. Fluctuación del precio Arveja

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

La figura N° 16 muestra el comportamiento de la arveja en función de la fluctuación del precio y las semanas, en donde se observa un comportamiento similar con respecto al precio en el canal productor y minorista desde el punto de vista de la adquisición por bulto en donde el precio va desde los 0,30 centavos hasta los 0,74 centavos por kilo de arveja, se evidencia que el precio más alto es de 0,74 en la semana 4 y el precio más reducido se presenta en la primera semana con un precio de 0,30 centavos por kilo.

Por otro lado consideramos al minorista desde la perspectiva de vendedor en el mercado Julio Andrade, en donde se puede evidenciar que existe mayor dinamismo ya que el precio va desde 1,58 hasta \$2,07, el mayor incremento es visible en la séptima semana con el

24%, y el decremento más notable apenas asciende al 19% y se produjo en la segunda semana.

b) Fréjol

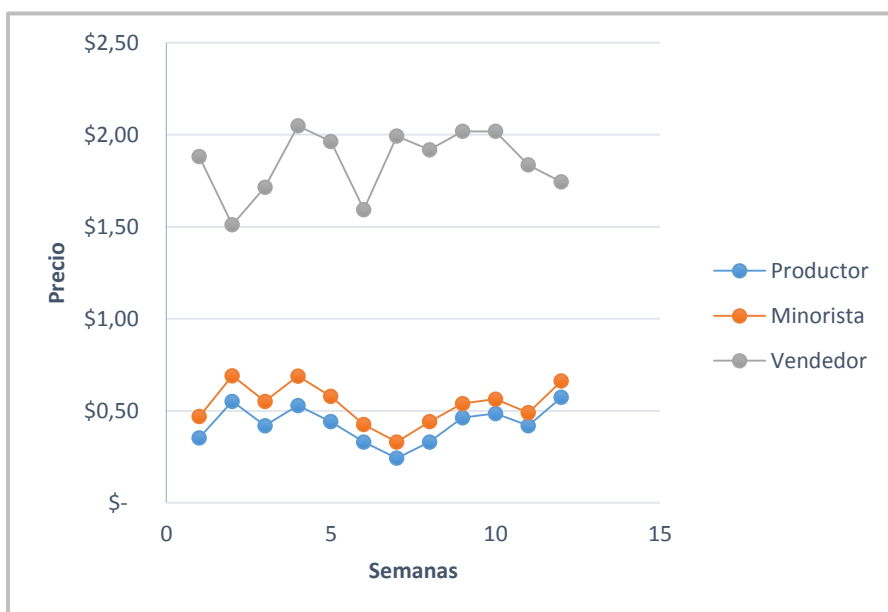


Figura 17. Fluctuación del precio Fréjol
Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

La figura N° 17, muestra la fluctuación del precio del fréjol el cual existe una volatilidad del precio no tan diferenciado en el canal productor y minorista ya que la diferencia esta entre el 15% en la semana 12 y un 36% en la semanas siete, en lo que respecta a la volatilidad del precio este evidente en la semana 2 y 12, mostrando un incremento en el precio del grano.

Por otra parte, en la semana siete se encuentra el punto más bajo (0,24 ctvs.), de hecho, este comportamiento hacia la baja se observa desde la quinta semana, Asimismo se nota el margen de fluctuación en los vendedores ya que está entre 1,50 y 2,02 dólares, muy diferentes a los canales anteriores el decremento más notable ocurre en la sexta semana.

c) Choclo

La fluctuación de los precios del choclo en la gráfica N°18 van desde los 0,20 a 0,60 centavos por kilo en los canales productor y minorista, además se evidencia el alza del precio de la semana 3 a la 4 con aproximadamente el 50%

El punto más crítico en el canal minorista se encuentra en la semana 9 en donde el precio se redujo con respecto a la anterior en un 42%.

En lo que respecta en el canal minorista como vendedor se tiene precios desde 1,35\$ hasta 1,80\$, se observa que los precios han decrecido en seis ocasiones, en la sexta semana se observa la más notable con una reducción del 7% del precio anterior, en la novena semana se presenta el aumento más notable con el 13% es decir el precio subió de 1,58\$ a 1,79\$.

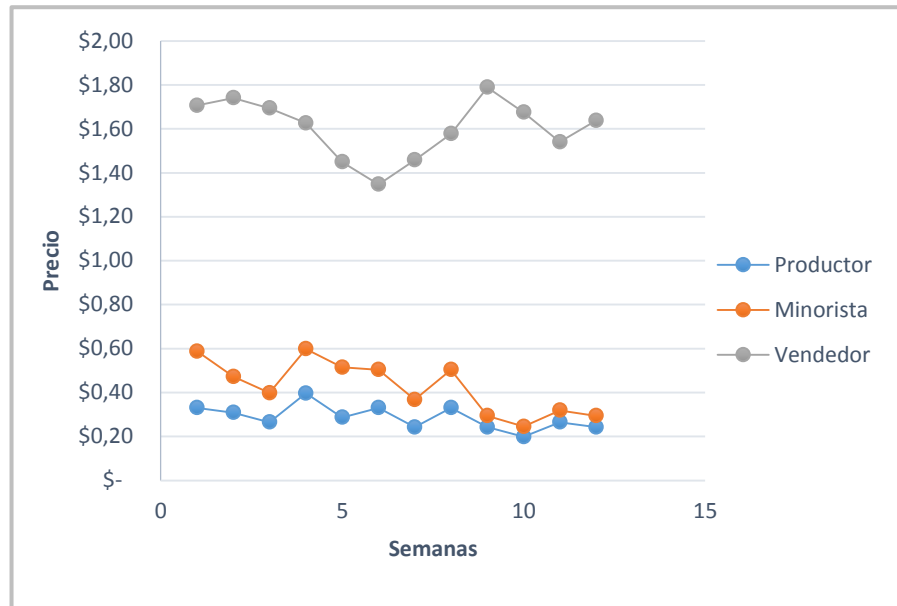


Figura 18. Fluctuación del precio Choclo

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

d) Zanahoria

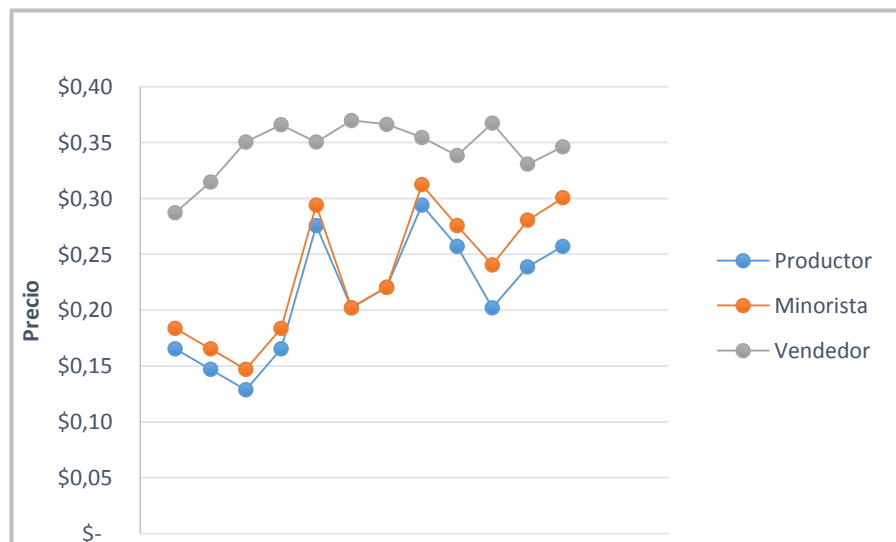


Figura 19. Fluctuación del precio Zanahoria
Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En base a los datos podemos afirmar que la dinámica comercial es estimada a través del precio, en este caso el comportamiento de la zanahoria es volátil en el canal productor y minorista, en mayor grado en las primeras seis semanas, la quinta presentó un crecimiento del 67% y 60% respectivamente, con respecto a la cuarta.

Por otro lado en el canal vendedor la fluctuación del precio de la zanahoria a diferencia de los productos anteriores alcanza los 0,37 centavos, la reducción del precio más notable, apenas alcanza el 10% en la semana 11, y aumento más atractivo es del 11% en la semana 3; la estabilidad del precio dentro de los vendedores, hace el efecto volátil casi invisible.

4.1.3.2 Hortalizas menos demandadas y la fluctuación de los precios

a) Lechuga

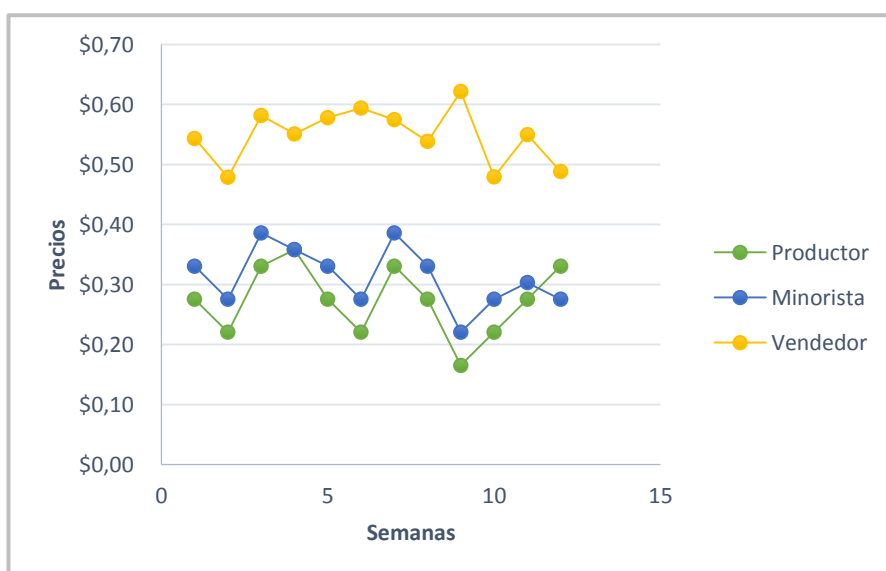


Figura 20. Fluctuación del precio Lechuga
Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

La fluctuación de precios para la lechuga según la figura N° 20 presenta ciertas diferencias entre el productor y el minorista en el cual los precios van desde los 0,17 centavos hasta los 0,39 centavos, en el canal productor se evidencia un aumento en el precio en la semana 3 con aproximadamente el 50%, en este canal tenemos el valor de 0,28 centavos en tres semanas (2, 6, 10).

Mientras que el aumento en el precio del canal minorista al vendedor es muy evidente en especial en la semana nueve en donde el aumento es del 65% el cual cambio de 0,22 centavos a un precio de 0,62 centavos siendo este el más alto.

b) Habas

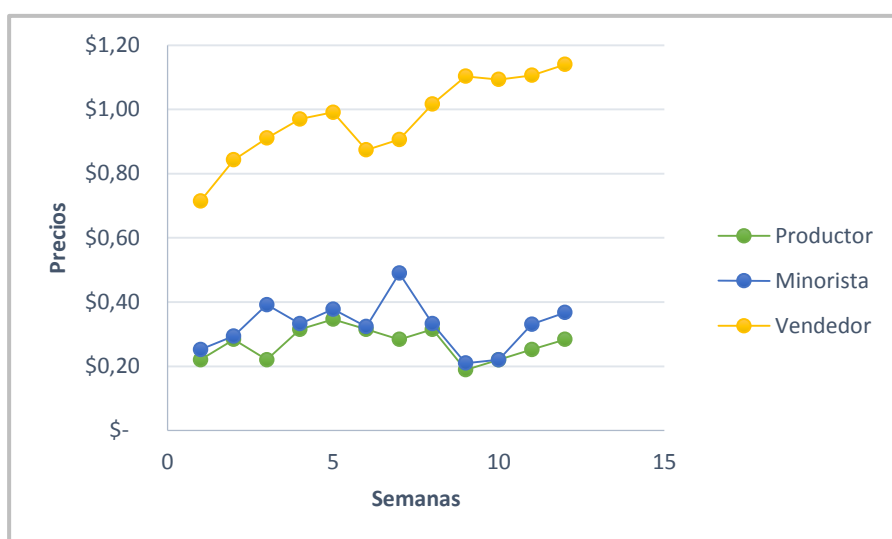


Figura 21. Fluctuación del precio Habas

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

El margen de fluctuación para las habas indica un comportamiento de precios no tan disperso en el canal productor y minorista, en siete de las doce semanas (2, 4, 5, 6, 8, 9, 10). Del productor al minorista el aumento más alto como lo muestra la figura N° 21 se encuentra en la semana 7 con el 42%. En el canal productor la disminución más notoria se encuentra en la semana nueve con respecto a la semana anterior con un aproximado del 40%. En el canal vendedor se observa el aumento constante de precios en las primeras cinco semanas, la fluctuación de los precios en este canal van desde los 0,71 centavos hasta 1,14\$

c) Acelga

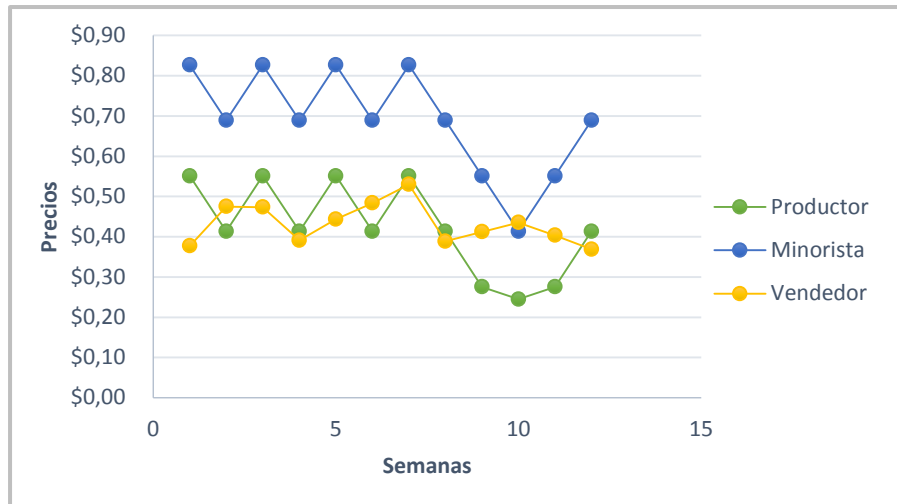


Figura 22. Fluctuación del precio Acelga

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

No existe mayor demanda comercial para este producto puesto que es el menos consumido en la parroquia a diferencia del resto de productos, el margen de fluctuación esta entre los 0,24 y 0,83 centavos de dólar por kilo en el productor y el minorista, existe una estabilidad entre las semanas 1, 3, 5,7, en el canal productor con un precio de 0,55 centavos; en el canal minorista existe estabilidad de un precio de 0,83 centavos sin embargo se observa una caída de precio de 0,41 centavos en la semana 10 significando una reducción del 25% en el precio.

Mientras que el punto más crítico en el canal vendedor se presenta en la octava semana, cuando el precio se reduce en 27% con respecto a la semana anterior, el aumento más importante del precio se dio en la segunda semana con el 26%.

4.1.3.3. Elasticidad precio de demanda en las hortalizas

4.1.3.3.1 Elasticidad en las hortalizas más demandadas

a) Arveja (Productor, Minorista, Vendedor)

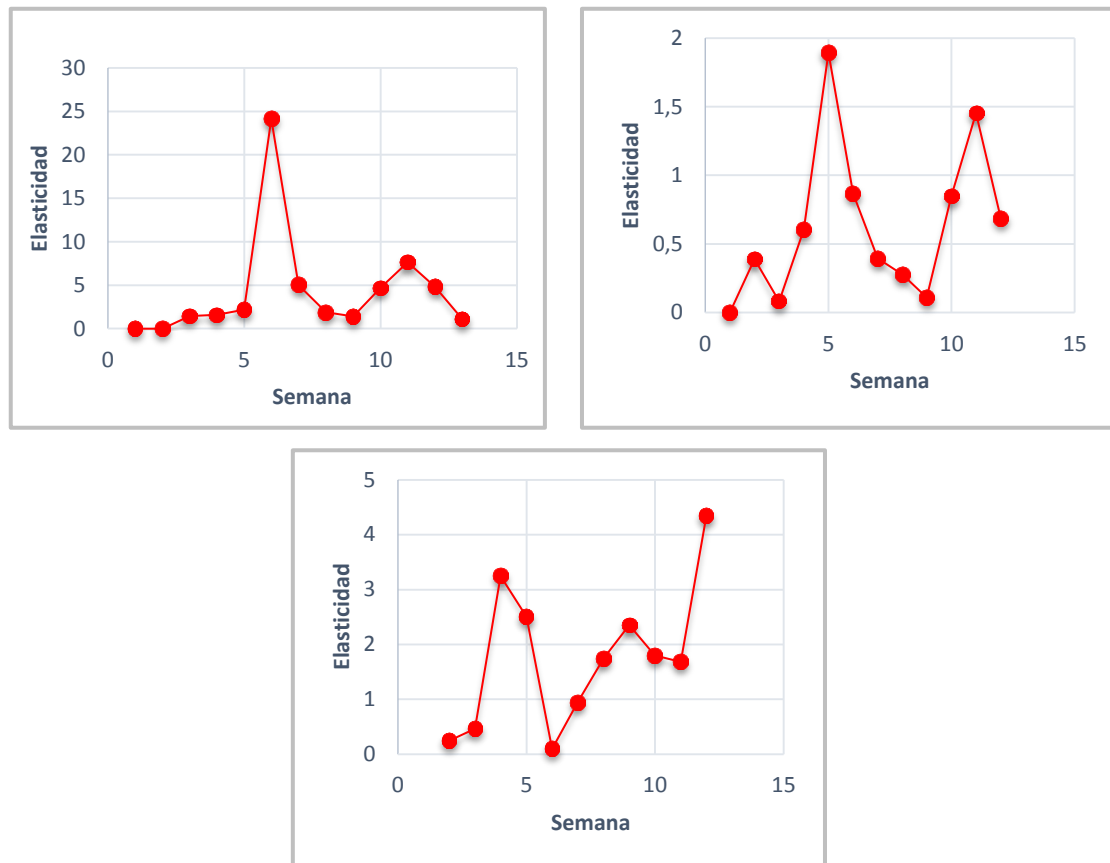


Figura 23. Elasticidad precio de la demanda Arveja

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura N°23 se muestra las elasticidades precio de la demanda de la arveja en sus 3 canales; en ella se puede observar que para el canal productor durante las dos primeras semanas la elasticidad precio de la demanda es igual a cero, es decir la cantidad demandada no sufre ningún cambio con respecto a la variación del precio. En el canal minorista en la semana 5 y 11 son elásticos, donde la variación de la cantidad es proporcional a 1,89 y 1,45 veces la variación del precio. Cabe mencionar que el comportamiento de la elasticidad en el vendedor, indica que la arveja es un producto elástico (excepto en las semanas 2, 3 y 6.)

b) Frejol

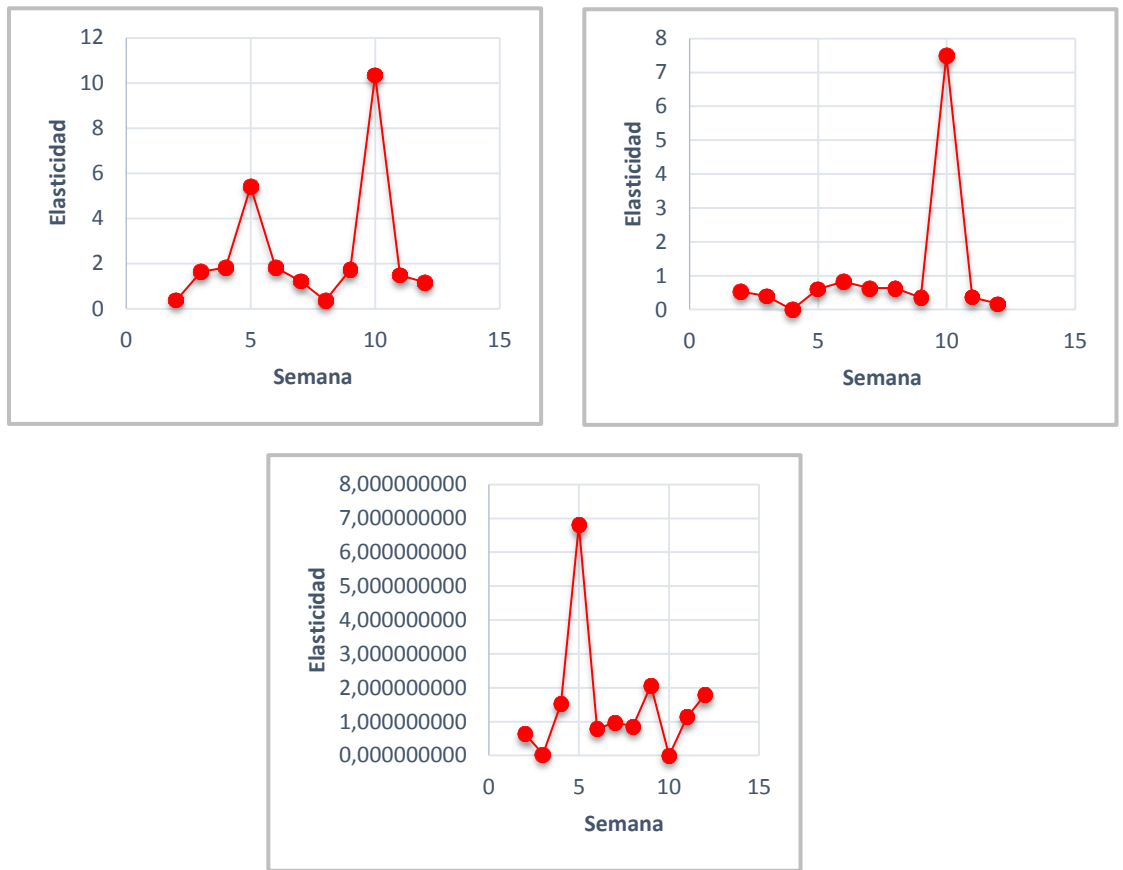


Figura 24. Elasticidad precio de la demanda Fréjol

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

Los resultados obtenidos por la figura N °24 indican que el punto más alto en el canal productor ocurre en la semana 10, la elasticidad es 10, significa que la variación de la cantidad es diez veces más la variación del precio. La elasticidad en la segunda etapa para 11 semanas es menor a 1, es decir que el precio aumenta y la cantidad demanda disminuye. El comportamiento del coeficiente de la elasticidad para el vendedor indica que el fréjol es un producto elástico (excepto en las semanas 2, 3, 6 y 10)

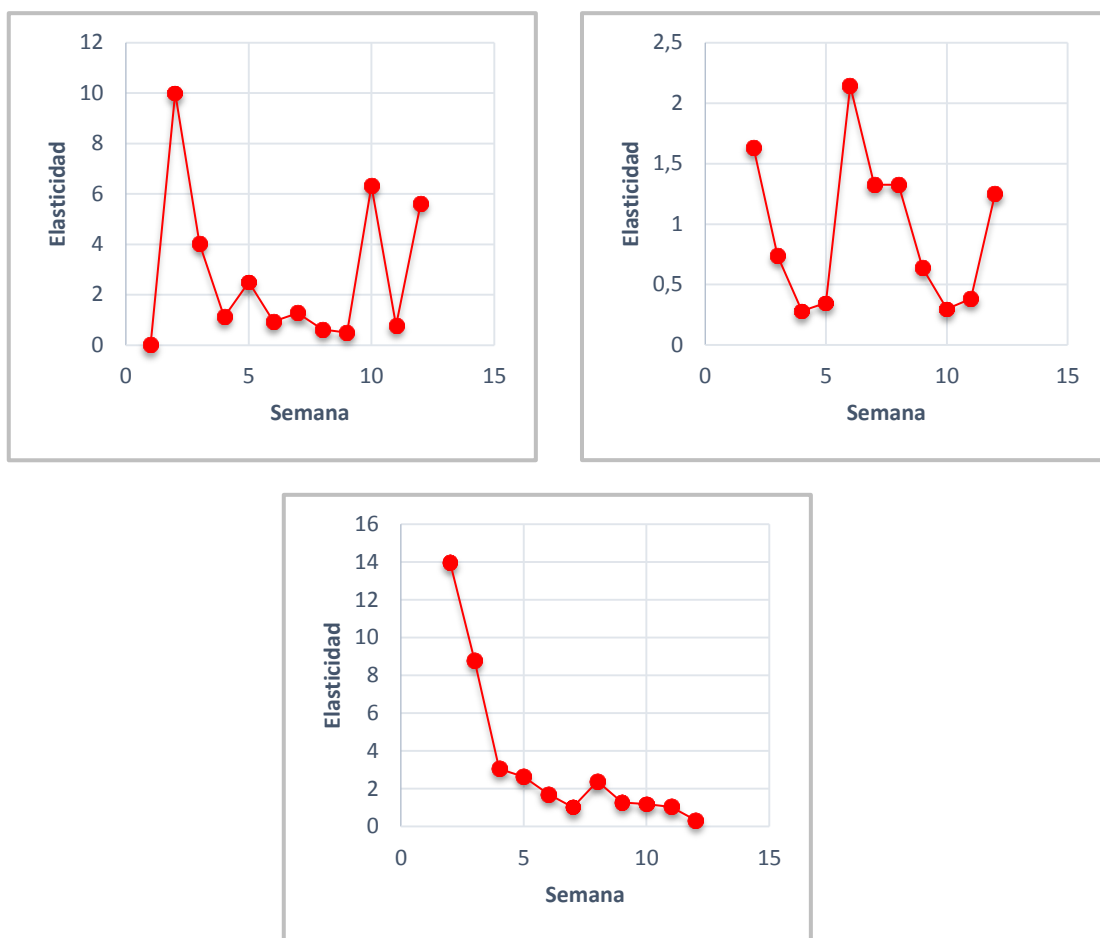


Figura 25. Elasticidad precio de la demanda Choclo

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

c) **Ch** Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura N°25 se puede apreciar con mayor claridad la elasticidad precio de la demanda en tres canales productor, minorista y vendedor, en la primera etapa el punto más alto se presenta en la segunda semana, este punto indica que existe un coeficiente de elasticidad de 10, es decir; la variación de la cantidad demandada es proporcional a 10 veces la variación del precio, en la segunda etapa en las semanas (2, 6, 7, 8,12) es elástica, pero para la tercera etapa en el periodo de análisis indica que el choclo es un producto elástico excepto (semana 12) que es inelástico es menor a 1.

d) Zanahoria

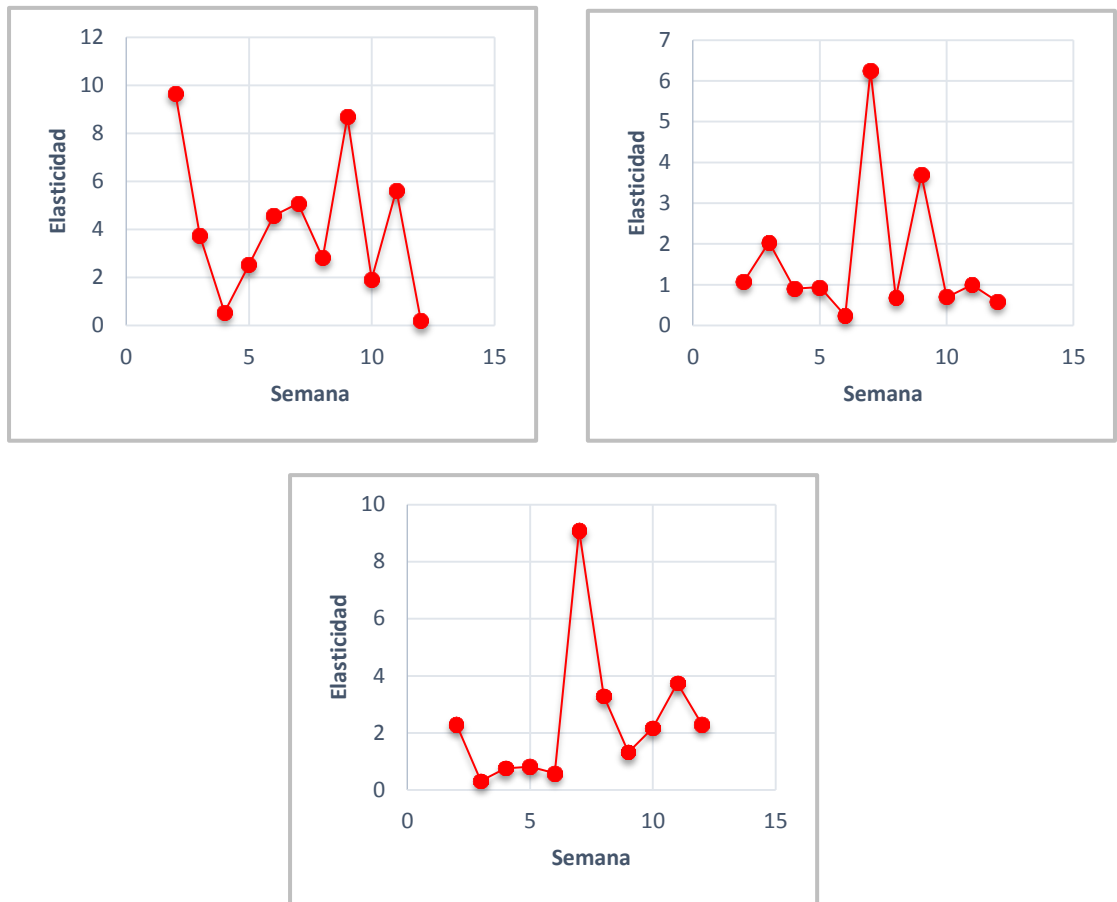


Figura 26. Elasticidad precio de la demanda Zanahoria

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

La figura N° 26 indica que en canal productor, la zanahoria es elástica la demanda es sensible al precio, a excepción de la semana (4,12), la elasticidad en el canal minorista encontramos una elasticidad unitaria en la semana 4 y 11 el cambio porcentual en la cantidad demandada es igual al cambio porcentual en el precio, la elasticidad precio de la demanda del vendedor indica que el choclo es un producto elástico (excepto en las semanas 3, 4, 5 y 6).

4.1.3.3.2. Elasticidad en las hortalizas menos demandadas

a) Lechuga

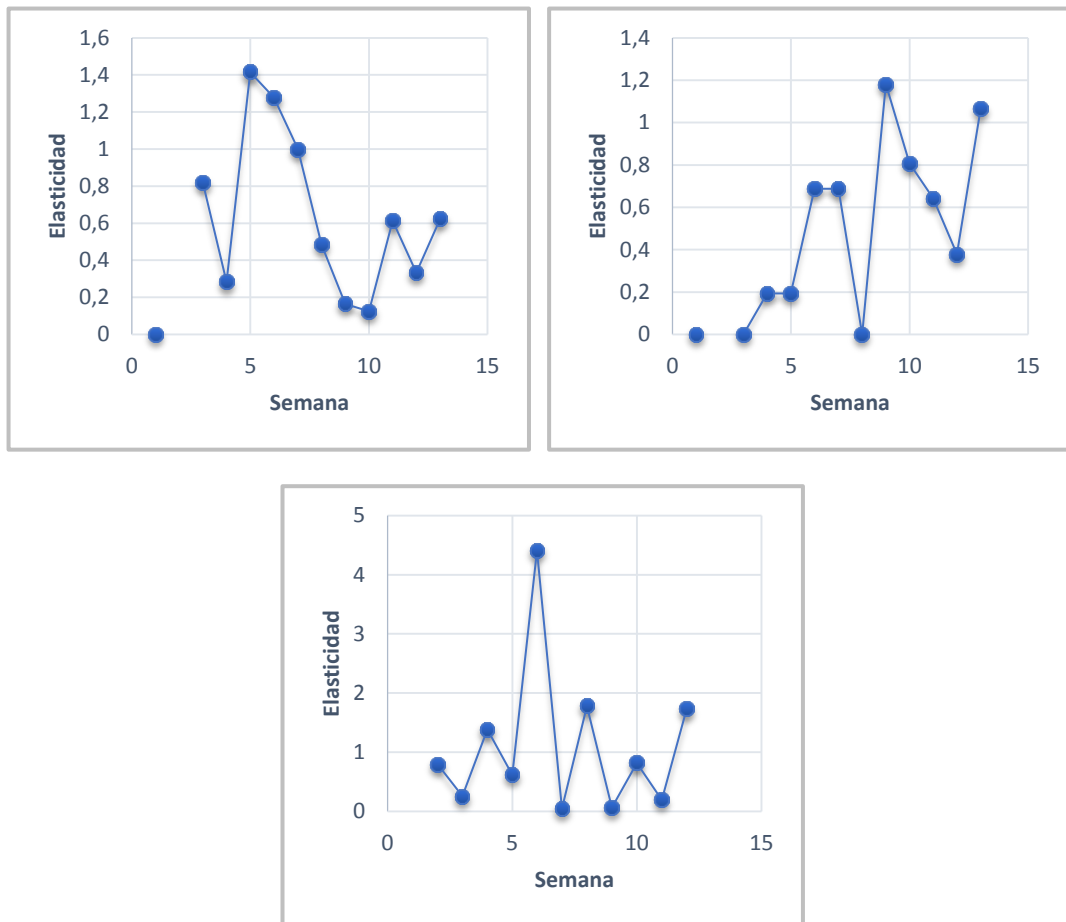


Figura 27. Elasticidad precio de la demanda Lechuga

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

La lechuga en el primer ciclo en las semanas (5,6) muestra una elasticidad sin embargo en la semana 7 hay una elasticidad unitaria es igual a 1, la figura del minorista expone que 10 de las 12 semanas son inelásticas, la variación de la cantidad de lechuga no sufre cambios frente a la variación del precio, en cambio para el canal consumidor cantidad demandada de lechuga es inelástica, no sufre mayores cambios, el punto más alto muestra una sensibilidad de 4,40

b) Habas

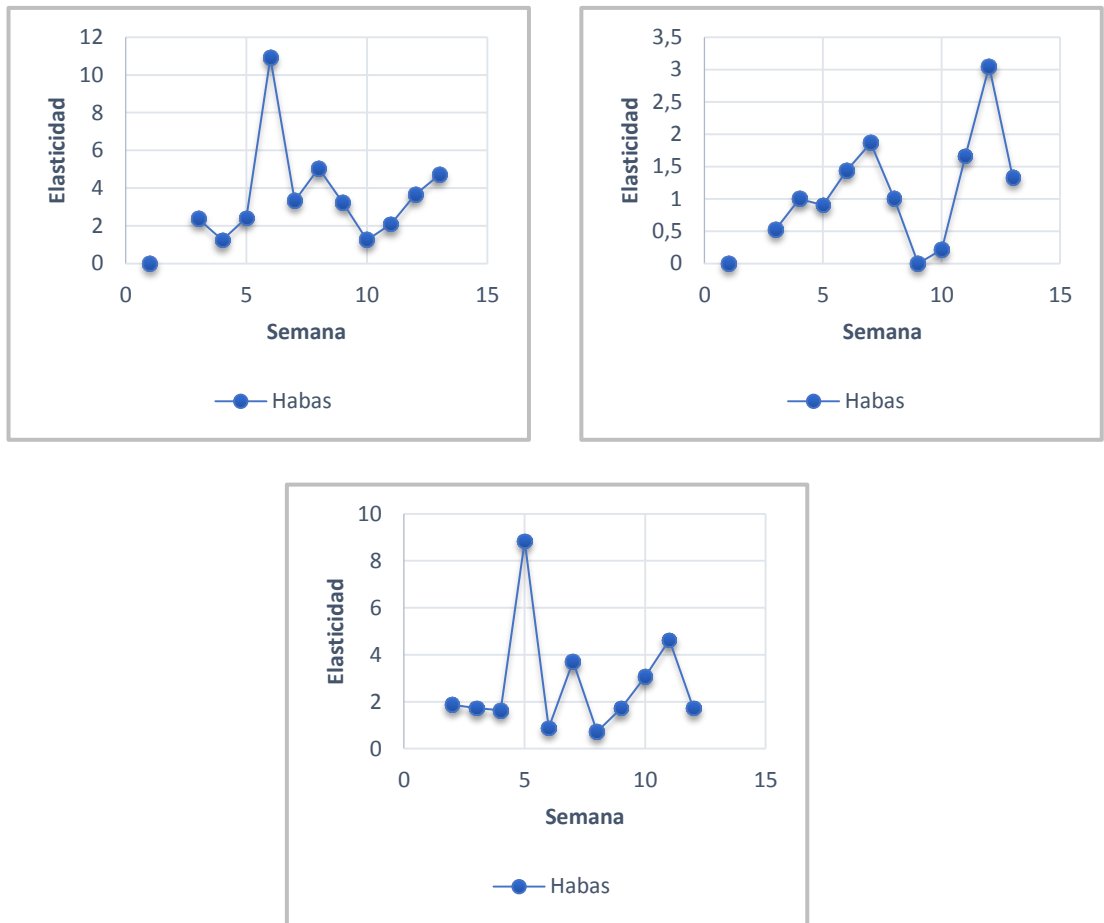


Figura 28. Elasticidad precio de la demanda Habas

Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

En la figura N° 28 se demuestra que el comportamiento de coeficiente de elasticidad en el canal comerciante es elástica la demanda es sensible al precio, para el canal minorista se evidencia a cinco de 12 semanas con un nivel de sensibilidad de la cantidad proporcional a la variación del precio. En las semanas 6 y 8, para el canal consumidor el comportamiento de la cantidad demandada es inelástico, el resto del periodo la cantidad fluctúa proporcionalmente.

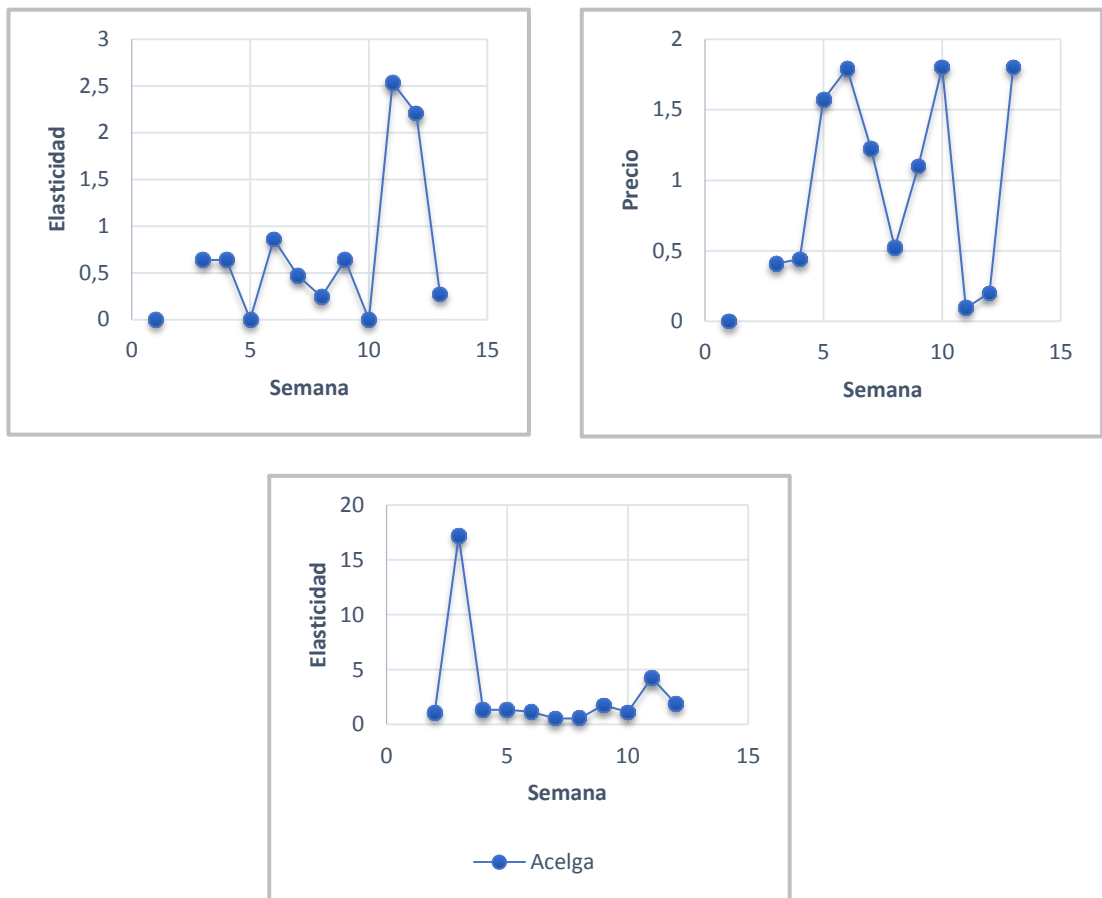


Figura 29. Elasticidad precio de la demanda Acelga
Fuente: Ficha de observación, Julio Andrade, 2018.
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

Esta figura señala que la elasticidad de la acelga en primera instancia presenta una inelasticidad para la mayoría de las semanas que se estudió, mientras que para el canal minorista en las semanas (4, 5, 6, 8, 9,12) son elásticas es decir que si aumenta el precio de este bien no vamos adquirirlo

Por otro lado en la semanas 7 y 8, el comportamiento de la cantidad demandada es inelástico se podría decir que las ventas disminuyen en un total.

4.2. DISCUSIÓN

4.2.1. Análisis PESTEL y su influencia indirecta en el mercado de Julio Andrade

Fue necesaria esta herramienta de análisis del entorno macroeconómico para definir la influencia indirecta en el mercado de Julio Andrade de los factores: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y Ecológicos (PESTEL).

4.2.1.1. Incidencia política

Actualmente el estado ecuatoriano impulsa el programa Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición Ecuador 2018-2025 el cual busca fomentar estilos de vida saludables y mejorar hábitos alimenticios; contribuyendo a la seguridad y soberanía alimentaria. Este programa permite que los ciudadanos consuman alimentos saludables y nutritivos (hortalizas, frutas, legumbres) y de esta manera lograr que los ciudadanos tengan una vida saludable y de forma adecuada toda una vida este programa fortalece las acciones comerciales en el mercado. Gracias a esto los ciudadanos han entrado en conciencia hacia la consumo de estos productos objeto de estudio. Bajo este propósito la incidencia de esta política pública ha promovido que los comerciantes y minoristas busquen en estos productos una mejora económica a través de la negociación de productos.

4.2.1.2. Incidencia económica

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de GAD Parroquial Julio Andrade 2015-2031 la Población Económicamente Activa (PEA) en el cantón Tulcán corresponde a 37380 habitantes, que representa al 43,21% de su población total (86498 habitantes) en el año 2010. A nivel parroquial la población económicamente activa (PEA), se encuentra asentada en mayor proporción en la parroquia de Julio Andrade que corresponde a una PEA del 10,29 %. Cuya incidencia en el PIB son las fuentes de ingresos de pobladores de Julio Andrade las principales actividades es agricultura, ganadería, silvicultura, y pesca con un 80%, entonces ellos al percibir un sueldo realizan las compras de hortalizas y por ende hacen uso del mercado de Julio Andrade. (Villarreal Consultora, 2015).

4.2.1.3. Incidencia social

De acuerdo a la tesis de (Muñoz) La cultura juega un papel importante en el consumo de hortalizas, en Carchi la cultura de consumo se considera alta puesto que los carchenses desean tener una alimentación saludable, según esta tesis los comuneros piensan que el consumo diario de verduras y hortalizas, en cantidad suficiente aportan fibra dietaria disminuyendo el riesgo de enfermedades crónicas y de cáncer.

El estilo de vida de los julianos es determinado por la cantidad de ingresos, este indicador no influye puesto que existe un solo mercado en Julio Andrade, tanto los que tienen posibilidades altos o bajos ingresos, se ven obligados a adquirir estos productos en el mercado aun cuando en sus huertos o tierras tengan la posibilidad de cosecharlas.

4.2.1.4. Incidencia tecnológica

Julio Andrade es una parroquia rural que se encuentra en procesos de incorporación y utilización de elementos tecnológicos, el uso de la tecnología le ha permitido a la población aprender de otros cantones que están más avanzados en materia tecnológica, logrando ir a la par con las innovaciones desarrolladas en Tulcán, así se observa emprendimientos que se han empoderado y crean conocimiento nuevo en el uso de tecnologías. Además se observa la esencia de la tecnología a través de Infocentros implementados por el gobierno que ha permitido que los Julianos generar nuevas formas de consumo y lograr que sean más exigentes en el consumo de hortalizas, lo que genera todo tipo de compra de ahí lo que son más exigentes en cuanto a la sanidad de hortalizas.

4.2.1.5. Incidencia ecológica

El factor ecológico es importante en la parroquia de Julio Andrade tratan de proteger el medio ambiente haciendo que tanto ciudadanos como empresas cumplan con las leyes de protección medioambiental, De acuerdo al (Gobierno Provincial del Carchi, 2010) dentro de la política 1 menciona que se debe manejar los recursos hídricos con enfoque de cuencas hidroeléctricas de la provincia, para garantizar el derecho al agua de sus habitantes, aportan al recurso hídrico con lo que permite que se desarrollen nuevos cultivos, nuevos sembríos y que se apoye a la siembra en sitios de los productos propios de la localidad pero no aporta a la comercialización. El mercado cuenta con un reglamento para el buen manejo del mercado de abastos, en el artículo 29 menciona que “se debe

cuidar de la limpieza, buen orden de dicho mercado” (Bolaños, 2001). Este punto es de gran importancia puesto que al mantener una buena higiene en el mercado hace que los consumidores acudan cada domingo a la feria y por ende hagan compras de los productos estudiados (hortalizas).

4.2.1.6. Resumen PESTEL

Con el propósito de dar un análisis más concreto se procede a analizar la discriminación de las variables con el fin de obtener un resumen preciso y así entender cómo afecta el macro entorno a la dinámica comercial en el mercado Julio Andrade, de tal manera que en primera instancia se hace una lista de las prioridades de influencia y dependencia para luego realizar la matriz que determine y forme el cruce de las variables elegidas y permita de manera cuantitativa determinar la zona alta media o baja en relación a la influencia y a la dependencia de variables que influyen indirectamente en el mercado

Una vez que se procede a determinar la zona en la que están inmersas las variables se determina una influencia alta y una dependencia alta a la cual llamaremos la zona de incidencia indirecta, de acuerdo a las variables elegidas como son: Plan Intersectorial de alimentación y nutrición, estilo de vida saludable, nivel de ingresos, forma comunitaria de consumo y el manejo de los recursos hídricos.

4.2.1.7. Variables prioritarias de influencia y dependencia

1. Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición (V1)
2. Estilo de vida saludable (V2)
3. Nivel de ingresos (V3)
4. Forma comunitaria de consumo (V4)
5. Manejo de los recursos hídricos (V5)
6. Buenas relaciones con las autoridades seccionales(V6)
7. Nivel de educación de los comerciantes (V7)
8. Buena ubicación geográfica del mercado (V8)
9. Cercanía con el sector urbano y rural (V9)
10. Variedad de productos. (V10)
11. Forma de presentación de los comerciantes (V11)
12. Manipulación de los alimentos (V12)
13. Normativas y reglamentos que regulan el mercado (V13)

14. Políticas públicas para el desarrollo sustentable (V14)

VARIABLE	V1	V2	V3	V4	V5	Total Dependencia
V1		3	2	3	3	11
V2	3		3	3	2	11
V3	3	3		3	2	11
V4	3	3	3		3	12
V5	3	3	3	3		12
Total Influencia	12	12	11	12	10	

4.2.1.8. Matriz de influencia / dependencia

Tabla 9. Matriz de influencia / dependencia

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

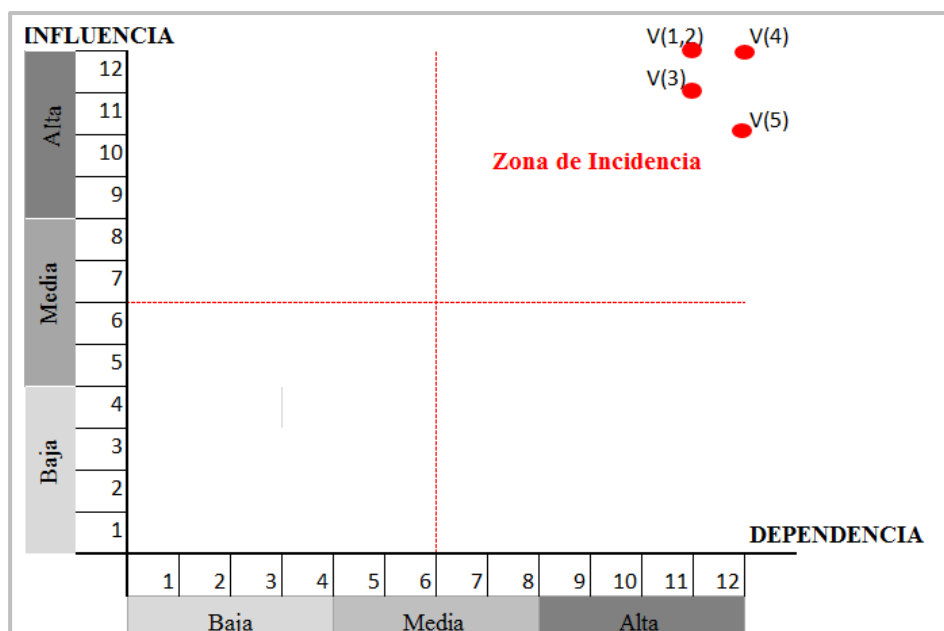


Figura 30. Matriz de influencia / dependencia
Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

4.2.1.9. Macro ambiente de la dinámica comercial

El mercado municipal de Julio Andrade se desarrolla en un ambiente en el que el Plan Intersectorial de Alimentación y Nutrición Ecuador 2018-2025 fomenta la comercialización de productos saludables en la forma comunitaria de consumo logrando que los pobladores de Julio Andrade le apuesten a la ingesta de hortalizas, dependiendo del nivel de ingresos que estos perciben. Se suma las constantes campañas que se impulsan a nivel mundial acerca del cuidado de los recursos hídricos y el adecuado consumo de alimentos saludables, crean conciencia del manejo de los mismos, haciendo que en ocasiones las personas produzcan y siembren hortalizas en sus huertos con la finalidad de tener una vida saludable.

4.2.2. Las hortalizas como parte de la CBF

Para conocer la dinámica comercial de la CBF en función de las hortalizas comenzaremos por considerar algunas respuestas obtenidas a través de la encuesta que se les aplico a los consumidores.

Con las respuestas consideradas, analizaremos que productos de los subgrupos de la CBF consumen más, el gasto que hacen las familias en obtener ciertos productos y que hortalizas se consume con mayor frecuencia

Tabla 10. *Edad*

Edad	Frecuencia	%
18 a 25	28	0,08%
26 a 30	24	0,07%
31 a 35	90	0,25%
36 a 40	151	0,42%
41 a 55	38	0,11%
55 o mas	30	0,08%
Total	361	100%

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

En la investigación se puede decir que el género influye en el consumo de hortalizas, ya que la mayoría de compradores son mujeres en edades comprendidas de 36 a 40 años, ellas tienden a visitar todos los domingos el mercado municipal de Julio Andrade.

Dentro del grupo Alimentos y Bebidas, el subgrupo que obtuvo mayor consumo en Julio Andrade son verduras frescas con 41,55% el motivo de consumo es porque son productos perecibles es decir se deterioran muy rápido por ello muchos de los hogares compran cada fin de semana, mientras que para productos no perecibles como él (arroz, azúcar, harina, avena, fideos) permanecen libres de deterioro por más tiempo y en algunos hogares suele comprar por quintales, en un hogar compuesto por 4 miembros un quintal de arroz se lo consume alrededor de 6 meses.

Productos consume	ALIMENTOS Y BEBIDAS			Tabla que	11. Ud.
		Frecuencia	%		
	Cereales y derivados	62	17,17%		
	Carne y preparaciones	15	4,16%		
	Verduras frescas	150	41,55%		
	Frutas frescas	90	24,93%		
	Indumentaria	25	6,93%		
	Misceláneos	19	5,26%		
	Total	361	100%		

Elaborado por: Chamorro, G.; Chulde, S. 2018

Un hogar promedio gasta 36,90 dólares cada domingo de sus ingresos en productos cereales y derivados, mientras 13,50 dólares se van en gastos en verduras frescas. El costo de la canasta básica familiar en agosto del 2018 fue 710,76\$, entonces se deduce que las familias julianas gastan mensualmente 147,6\$ en cereales y derivados, quedando como saldo 563,16 para el resto de gastos del hogar.

La hortaliza estrella de la cesta es la arveja 46,54% los consumidores prefieren mayoritariamente la compra de productos con vaina frente a la acelga. De los datos se podría deducir un leve cambio en los hábitos alimenticios en los julianos, y una preferencia por los productos con vaina. En general, independientemente de los motivos, y a la vista de

cierta			caída de
la		PROMEDIO	compra
de	Cereales y derivados	\$ 281	acelga,
lo que	Carne y preparaciones	\$ 421	se debe
apreciar	Verduras frescas	\$ 239	es que
el	Frutas frescas	\$ 285	
	Ropa confeccionada mujer y hombre	\$ 4000	
	Cuidado y artículos personales	\$ 217	

consumo de hortalizas son de mucha importancia para la alimentación y buena nutrición de la familia.

4.2.3. Las hortalizas desde la perspectiva del vendedor

El mercado municipal es un lugar público donde se realizan ventas de una gran cantidad y variedad de bienes y productos y al aumentar la población los días domingos los comerciantes están en la obligación de brindar productos de buena calidad y de satisfacer las necesidades de pobladores tanto de parroquias urbanas y rurales como de localidades aledañas a Julio Andrade.

La población de comerciantes está conformada por un porcentaje mayor en mujeres en las edades comprendidas entre los 41 a 55 años de edad. Como lo muestra la siguiente tabla el mercado municipal se enfoca en comercializar en mayor cantidad 6 de los 27 subgrupos que encontramos en la canasta básica.

Tabla 12. Productos comercializados en Julio Andrade

El subgrupo de verduras frescas abarca la mayoría de comerciantes es decir de 61 puestos encuestados 23 están dedicados a la venta de verduras como: arveja, zanahoria, choclo, lechuga, acelga, frejol y habas considerados como productos que aportan a la salud nutricional de la población.

Con respecto a la inversión que realizan los comerciantes se conoció que para los productos descritos anteriormente la inversión aproximada es:

Tabla 13. Productos comercializados en Julio Andrade

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018

De la			tabla
N° 13	# de vendedores	Porcentaje	se
resalta	Cereales y derivados	8	dos
	Carne y preparaciones	7	
	Verduras frescas	23	
	Frutas frescas	10	
	Ropa confeccionada mujer y hombre	7	
	Cuidado y artículos personales	6	
	TOTAL	61	100%

aspectos importantes como: la inversión en cereales y derivados, ropa confeccionada de hombre y mujer y el subgrupo de cuidado y artículos personales, se realiza en grandes cantidades 281 dolares, 4000 dolares y 217 dolares respectivamente y estos al ser bienes y productos perecibles a largo tiempo no generan dinámica en el mercado debido a que no son demandados frecuentemente como es el caso de la ropa o como es el caso de los

cereales en que la existencia de supermercados en Julio Andrade hace que no sea consumidos en grandes cantidades.

Lo que no ocurre con las verduras, las frutas y las carnes las cuales necesitan una inversión de un día antes al día de la feria ya que los productos hortícolas se venden principalmente frescos y son perecederos, lo que significa que hay siempre una pérdida de calidad si no se venden inmediatamente, y ello a su vez supone generalmente una disminución de su valor.

Las verduras pueden contribuir a prevenir el aumento de peso y reducir el riesgo de obesidad, es así que los gustos y necesidades de los diferentes consumidores, son bien conocidos por los vendedores evidenciando el mayor consumo de cuatro verduras como: arveja, frejol, choclo y zanahoria con porcentajes de 49%, 25%, 16% y 10% respectivamente.

4.2.4. Hortalizas más demandadas por los consumidores

El producto que presenta mayor demanda es la arveja 2112 kilos en los vendedores y el producto que presenta menor demanda es la acelga. Este comportamiento en el consumo de arveja constituye en el segundo producto que presenta mayores márgenes de ganancias para el productor y por obvias razones mantiene mayor cantidad de superficies agrícolas cultivadas a diferencia de lo que ocurre con la acelga que no es apetecible para el productor

Por otra parte, respecto de la acelga se entiende que el producto a partir de lo que explica Mankiw (2002) es un producto que no representa un bien necesario dentro de la canasta básica de los julianos.

4.2.5 Fluctuación de los precios ¿Por qué varía tanto?

En la presente investigación se evidencia que la fluctuación de los precios se da por especulación originada en las etapas productor y minoristas, de ahí los márgenes de ganancia y la estabilidad del comportamiento del precio, es así que se hace visible situaciones de quienes lucran más por la transformación del precio en cada una de las etapas.

Los minoristas o vendedores, asumen un costo adicional, la pérdida de peso de algunos productos (pierde la vaina); de ahí el incremento o disminución de la cantidad con

respecto al precio, los ingresos de los vendedores son significativamente mayores, considerando la cantidad proporcional del total de producción que se distribuye dentro de la parroquia. La especulación y la condición fronteriza afectan a la mayoría de los productos y generan los altos niveles de fluctuación en los precios.

4.2.6. La elasticidad en las hortalizas

Cuando se habla de elasticidad precio de la demanda se refiere hasta qué punto la demanda de un producto se reduce o se incrementa cuando su precio se incrementa o se reduce.

Dentro del estudio se evidencia la existencia de los tres tipos de elasticidad: elástica, inelástica y unitaria indistintamente en los diferentes canales, si compara las elasticidades, de la arveja, en las 3 etapas de comercialización se pueden evidenciar ciertas diferencias, en la primera etapa el coeficiente se aproxima a 30, es decir es inelástica. El otro extremo (minorista) mantiene un coeficiente aproximado a 5, en comparación la cantidad es sensible 5 veces el cambio del precio.

Al observar estos dos escenarios es conveniente explicar ciertas particularidades que pueden alterar el coeficiente de la elasticidad precio de la demanda. Mankiw (2002) plantea tener en cuenta las siguientes consideraciones “los bienes necesarios frente a bienes de lujo, existencia de bienes sustitutos cercanos, definición del mercado y el horizonte temporal”.

En primera instancia para los minoristas y productores la arveja es un producto de horizonte temporal (también con el resto de artículos de producción local); el criterio de meses de temporada supone un elevado nivel de oferentes, por obvias razones el precio se reduce y el consumo aumenta. Exactamente lo mismo ocurre con los minoristas, a estas es necesario agregar los productos de sustitución cercana y tratar cuidadosamente el consumo tradicional, en esas temporadas el producto puede pasar fácilmente a considerarse como bien necesario.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- La dinámica comercial se da los días domingos que es el día de feria de la parroquia de Julio Andrade, por ser una de las parroquias más grandes de la provincia lugar donde acuden los habitantes de varias comunidades, incrementándose la población flotante en gran cantidad.
- El desconocimiento de la variación de la demanda de los productos, hace que los comerciantes ajusten la unidad comercial por la cantidad de productos ya que el precio es constante.
- En los tres meses analizados, marzo época de semana santa presenta una mayor dinámica económica y comercial.
- Dentro de la categoría minorista el más demandado en el mercado es la arveja debido a que es un producto de consumo masivo y es requerido por todos los estratos de la sociedad
- El producto menos demandado es la acelga considerado por los pobladores de julio Andrade como un producto no necesario dentro de su canasta básica de hortalizas.
- La fluctuación de los precios se da debido a que nos encontramos en un mercado especulativo, es decir, los precios son inciertos que muchas veces los productores tienen dificultades para vender el producto
- Las elasticidades precio de la demanda de los productos arveja, frejol, choclo, zanahoria, lechuga, habas, acelga resultaron una elasticidad mayor de uno, es decir, son elásticos.
- Solo el intermediario de la arveja en la semana 6 resulto ser inelástica
- La venta de hortalizas se la realiza con una inversión mínima generando ganancias para los vendedores en altas cantidades.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda para el estudio se debe analizar todos los productos que componen la canasta básica.
- Es importante señalar que para mantener la dinámica comercial en el mercado de Julio Andrade es vital contar con productos de buena calidad puesto que es considerado como un complemento el cual ayuda al cliente a decidir su compra.
- Promover actividades que amplíen el mercado municipal y mejoren el posicionamiento de los productos comercializados por los diferentes vendedores que se dedican al comercio de bienes en Julio Andrade
- Los minoristas del mercado de Julio Andrade necesitan una mejor infraestructura en especial los que se encuentran a la interperie ya que sus espacios no son adecuados para la eficiente atención a los consumidores.
- Implementar espacios para el adecuado funcionamiento ya que las actividades comerciales generan basura y problemas de tráfico e higiene para los consumidores en el mercado, de esta manera la buena presentación de cada puesto de trabajo generara más demanda de sus productos.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bañuelos, E., Cervantes, M., & Aparicio, A. (1993). Estudio de la Elasticidad y sus Aplicaciones al Campo del Comercio Internacional. Ciudad Universitaria-México: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.
- Cevallos, R. (s.f.). Canasta básica familiar y vital. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/00233519203ea721a2547>
- DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS (INEC). (2015). METODOLOGÍA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC) BASE ANUAL: 2014=100. Quito: INEC.
- El Telegrafo. (enero de 2016). El ingreso familiar superó el costo de la canasta por primera vez en 2014. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2018/Enero-2018/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_ene_2018.pdf
- García, M. (2008). Analisis del comportamiento de precios de cinco productos horticolas en Costa Rica . Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3641433.pdf>
- INEC. (2013). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011 - 2012. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/ Estadisticas _ Sociales /Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/Metologia_ENIGHUR_2011-2012_rev.pdf
- INEC. (2014). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//indice-de-precios-al-consumidor/>
- INEC. (2015). METODOLOGÍA DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC) BASE ANUAL: 2014=100. Quito: INEC.

- INEC. (Abril de 2018). Índice de Precios al Consumidor (IPC). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Abril-2018/01%20ipc%20Presentacion_IPC_abr2018.pdf
- INEC. (08 de 2018). Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas Básica y Vital. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2018/Agosto-2018/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_ago_2018.pdf
- Location World S.A. (2014). Principales gastos de los hogares ecuatorianos. Obtenido de EKOS
- Mankiw, G. (2002). Principios de Economía. Obtenido de <http://listinet.com/bibliografia-comuna/Cdu330-934A.pdf>
- Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. México: Cengage Learning
- Nordhaus, S. &. (2010). Microeconomía 19ed con aplicaciones a Latinoamérica. México: McGraw-Hill.
- Portafolio.co. (14 de 05 de 2008). La dinámica comercial de Colombia y Latinoamérica. Obtenido de Portafolio: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/dinamica-comercial-colombia-latinoamerica-255440>
- Sampieri, H. (2010). Metodología de la Investigación Quinta Edición. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

VII. ANEXOS

Anexo1: Encuesta aplicada a los consumidores



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI.
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
“DINÁMICA COMERCIAL DE LA CANASTA BÁSICA FAMILIAR EN EL MERCADO
MUNICIPAL DE JULIO ANDRADE”.



Instrucciones: A continuación encontrará una serie de productos que conforman la canasta básica familiar dividido en grupos y subgrupos de alimentos.

Recomendaciones: Al contestar, tenga en cuenta que debe elegir solo los productos que Ud. consume los días domingos en el mercado de Julio Andrade.

DATOS GENERALES CONSUMIDORES

1. **Género** Femenino () Masculino ()
2. **Edad** ()
3. **Lugar de residencia** ()
4. **Cuántas veces al mes visita este mercado** 1 () 2 () 3 () Todos los domingos ()
5. **¿Qué productos de los que se muestran a continuación Ud. consume? Marque con una x**

ALIMENTOS Y BEBIDAS	SI	NO
Arroz		
Maíz		
Trigo		
Cebada		
Pan		
Avena		
Harina		
Fideos		
CARNES Y PREPARACIONES		
Carne de res		
Carne de cerdo		
Té		
Grasas		
Aceite de mezcla vegetal		
Margarina		
Mayonesa		
leche, productos lácteos		
Verduras Frescas		
Yuca		
Remolacha		
Ajo		
Cebolla larga		
Cebolla paiteña		
Repollo		
Fréjol		
Plátano		
Arveja		
Tomate		
Choclo		
Habas		
Zanahoria		
Tubérculos y derivados		
Papa		

Leguminosas y derivados	SI	NO
Lenteja		
Frutas frescas		
Banano		
Limón		
Naranja		
Papaya		
Piña		
Guayaba		
Naranjilla		
Aguacate		
Manzana		
Uva		
Azúcar, sal y condimentos		
Café y bebidas gaseosas		
Otros productos alimenticios		
Alim y beb. Consum		
Vivienda		
Alquiler		
Alumbrado y combustible		
Lavado y mantenimiento		
Otros artefactos del hogar		
Indumentaria		
Telas, hechuras y accesorios		
Ropa confeccionada hombre		
Ropa confeccionada mujer		
Servicio de limpieza		
Misceláneos		
Cuidado de la salud		
Cuidado y artículos personales		
Recreo, material de lectura		
Tabaco		
Educación		
Transporte		

¿Cuáles son sus gastos? Escriba en dólares el gasto que egresa

6. ¿Cuánto gasta los días domingos en consumir los productos anteriores? \$()
7. ¿Cuánto gasta mensualmente en consumir los productos anteriores? \$()
8. ¿Cuánto gasta los días domingos en consumir las hortalizas? \$()
9. ¿Cuánto gasta mensualmente en consumir las hortalizas? \$()
10. ¿Cuál de las siguientes hortalizas consumes más?

arveja	
zanahoria	
lechuga	
Acelga	
habas	
choclo	
frejol	

11. ¿Cuál de las siguientes hortalizas consumes menos?

arveja	
zanahoria	
lechuga	
acelga	
habas	
choclo	
frejol	

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2: Encuesta aplicada a vendedores



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
“DINÁMICA COMERCIAL DE LA CANASTA BÁSICA FAMILIAR EN EL MERCADO MUNICIPAL DE JULIO ANDRADE”.



Instrucciones: Señor(a) comerciante a continuación encontrará una serie de productos que conforman la canasta básica familiar dividido en grupos y subgrupos de alimentos.

Recomendaciones: Al contestar, tenga en cuenta que debe elegir solo los productos que Ud. comercializa los días domingos en el mercado de Julio Andrade.

DATOS GENERALES Comerciantes

1. **Género** Femenino () Masculino ()
2. **Edad** ()
3. **Lugar de residencia** ()
4. **Cuántas veces al mes Ud. comercializa sus productos** 1 () 2 () 3 () Todos los domingos ()
5. **¿Qué productos de los que se muestran a continuación Ud. comercializa Marque con una x**

ALIMENTOS Y BEBIDAS	SI	NO
Arroz		
Maíz		
Trigo		
Cebada		
Pan		
Avena		
Harina		
Fideos		
CARNES Y PREPARACIONES		
Carne de res		
Carne de cerdo		
Té		
Grasas		
Aceite de mezcla vegetal		
Margarina		
Mayonesa		
leche, productos lácteos y huevos		
Verduras Frescas		
Yuca		
Remolacha		
Ajo		
Cebolla larga		
Cebolla paiteña		
Repollo		
Fréjol		
Plátano		
Arveja		
Tomate		
Choclo		
Habas		
Zanahoria		
Tubérculos y derivados		
Papa		

Leguminosas y derivados	SI	NO
Lenteja		
Frutas frescas		
Banano		
Limón		
Naranja		
Papaya		
Piña		
Guayaba		
Naranja		
Aguacate		
Manzana		
Uva		
Azúcar, sal y condimentos		
Café y bebidas gaseosas		
Otros productos alimenticios		
Alim y beb. Consum fuera del hogar		
Vivienda		
Alquiler		
Alumbrado y combustible		
Lavado y mantenimiento		
Otros artefactos del hogar		
Indumentaria		
Telas, hechuras y accesorios		
Ropa confeccionada hombre		
Ropa confeccionada mujer		
Servicio de limpieza		
Misceláneos		
Cuidado de la salud		
Cuidado y artículos personales		
Recreo, material de lectura		
Tabaco		
Educación		
Transporte		

¿Cuáles es su inversión en la adquisición de los productos que comercializa? Escriba en dólares el gasto que egresa

6. ¿Cuánto invierte los días domingos en los productos anteriores? \$()

7. ¿Cuál de las siguientes hortalizas vende más?

arveja	
zanahoria	
lechuga	
Acelga	
habas	
choclo	
frejol	

8. ¿Cuál de las siguientes hortalizas vende menos?

arveja	
zanahoria	
lechuga	
Acelga	
habas	
choclo	
frejol	

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 3. Ficha de observación realizada al productor



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL.
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



Tema: “Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade”.

Objetivo: Recopilar información relacionado con la Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade en los meses de enero, febrero, marzo del 2018; con fines académicos.

FICHA DE OBSERVACIÓN EN EL MERCADO MUNICIPAL DE JULIO ANDRADE

PRODUCTOR

1. Datos informativos

Nombre del vendedor:.....

Fecha:..... Hora de inicio:..... Hora de finalización:.....

Observación N°:

Instrucciones: Escriba lo que corresponda en cada uno de los aspectos observados.

Producto	Cantidad		Precio
	Unidad de medida	Peso neto	
Arveja			
Zanahoria			
Choclo			
Lechuga			
Habas			
Acelga			
Frejol			

Realizó: Firma: _____ Nombre:	Revisó: Firma: _____ Nombre: Msc. Freddy Quinde
--	--

Anexo 4. Ficha de observación realizada al productor



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL.
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



Tema: “Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade”.

Objetivo: Recopilar información relacionado con la Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el Mercado Municipal de Julio Andrade en los meses de enero, febrero, marzo del 2018; con fines académicos.

FICHA DE OBSERVACIÓN EN EL MERCADO MUNICIPAL DE JULIO ANDRADE

MINORISTA

2. Datos informativos

Nombre del vendedor:.....

Fecha:..... Hora de inicio:..... Hora de finalización:.....

Observación N°:

Instrucciones: Escriba lo que corresponda en cada uno de los aspectos observados.

Producto	Cantidad		Precio
	Unidad de medida	Peso neto	
Arveja			
Zanahoria			
Choclo			
Lechuga			
Habas			
Acelga			
Frejol			

Realizó: Firma: _____ Nombre:	Revisó: Firma: _____ Nombre: Msc. Freddy Quinde
--	--

Anexo 5. Registro de los comerciantes

Tabla 14. *Registro de comerciantes*

Nombres y apellidos	Numero de cedula
Aguilar Revelo Andrea del Pilar	0401142450
Arcos Chicango Maria Rosaura	0400892675
Benavides Luz Angélica	0400137501
Bastidas Mora Rubén Darío	0400879854
Cevallos Masmuta Luz María	0400279089
Cuasquer Griselda	0401468483
Chalacan Matilde Ofelia	1001893583
Chapuel Ermes Polivio	0400927711
Chuga Maria	04004487830
Calderón Hernández Narcisa Isabel	0401224845
Castillo Ayala Edy marcela	0401155635
Erazo Bolaños Esther Maria	0400307567
Erazo Tobar Miguel Antonio	0400535464
Hernández Potosí Mercedes Sonia	0400777835
López Yánez Blanca Ernestina	0400495695
Méndez Carmen	1001395043
Patiño Carlos Efren	0401220298
Rodríguez Pantoja Luis Alberto	0400455374

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Chamorro G.; Chulde S. 2018.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: JENNIFER GABRIELA CHAMORRO IBARRA **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401473376
NIVEL/PARALELO: DECIMO **PERIODO ACADÉMICO:** ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el mercado municipal de Julio Andrade

Tribunal desigando por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. RAMIRO FERNANDO URRESTA YÉPEZ
LECTOR: MSC. GUILLERMO MONTENEGRO
ASESOR: MSC. FREDDY QUINDE

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 104

FECHA: 18-IX-2018

HORA: 09H00

Obteniendo las siguientes notas:


1) Sustentación de la predefensa: 5,05
2) Trabajo escrito 2,50
Nota final de PRE DEFENSA 7,55

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 18-IX-2018


MSC. RAMIRO FERNANDO URRESTA YÉPEZ
PRESIDENTE


MSC. FREDDY QUINDE
TUTOR


MSC. GUILLERMO MONTENEGRO
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CHULDE MINDA SANDRA MARISOL
NIVEL/PARALELO: DECIMO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401843404
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Dinámica comercial de la canasta básica familiar en el mercado municipal de Julio Andrade

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. RAMIRO FERNANDO URRESTA YÉPEZ
LECTOR: MSC. GUILLERMO MONTENEGRO
ASESOR: MSC. FREDDY QUINDE

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 104
FECHA: 18-IX-2018
HORA: 09H00

Obteniendo las siguientes notas:

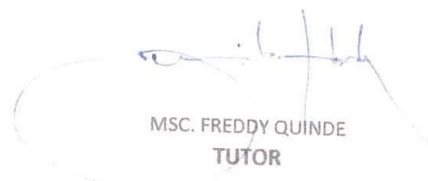
1) Sustentación de la predefensa: 5,05
2) Trabajo escrito 2,50
Nota final de PRE DEFENSA 7,55

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 18-IX-2018


MSC. RAMIRO FERNANDO URRESTA YÉPEZ
PRESIDENTE


MSC. FREDDY QUINDE
TUTOR


MSC. GUILLERMO MONTENEGRO
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones