

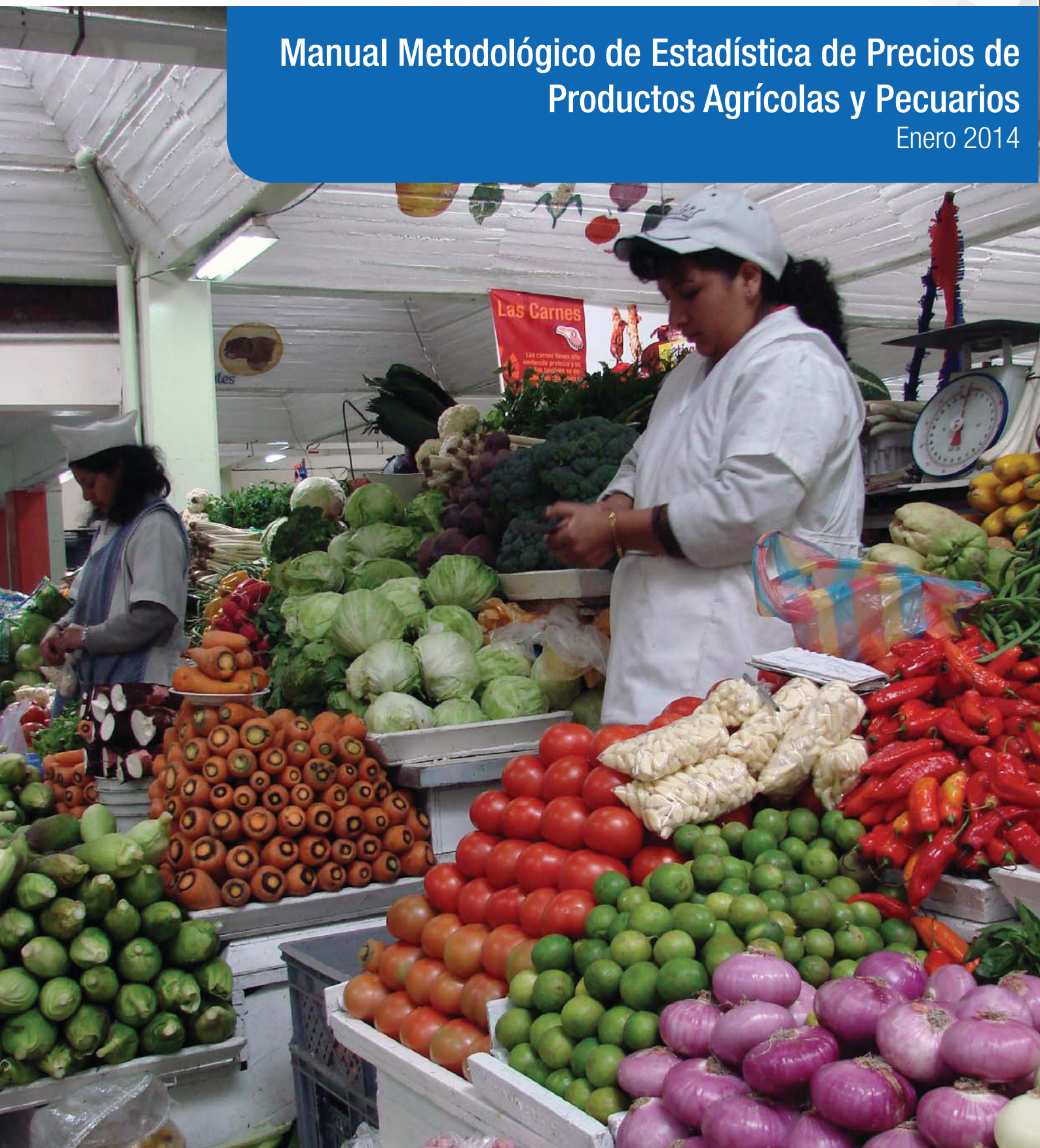


Ministerio
de **Agricultura, Ganadería,
Acuacultura y Pesca**

Coordinación General
del **Sistema de
Información Nacional**

Manual Metodológico de Estadística de Precios de Productos Agrícolas y Pecuarios

Enero 2014





República del Ecuador
Ministerio de Agricultura, Ganadería,
Acuacultura y Pesca

Rafael Correa Delgado
Presidente Constitucional de la República

Javier Ponce Cevallos
Ministro de Agricultura, Ganadería,
Acuacultura y Pesca

Víctor Bucheli León
Coordinador General del Sistema de Información Nacional

Santiago González Mantilla
Director de Investigación y Generación
de Datos Multisectoriales

Natalia Rumazo Chiriboga
Directora de Evaluación, Control
y Difusión de la Información

Elaboración: Unidades Zonales de Información

Colaboraron con la Información: Dirección de Investigación y Generación
de Datos Multisectoriales

Fotos: Unidades Zonales de Información y Dirección de Evaluación, Control
y Difusión de la Información

Edición y Diagramación: Dirección de Evaluación, Control y Difusión de la
Información

Impresión: Dirección de Evaluación, Control y Difusión de la Información

Primera Edición: Junio 2014

ÍNDICE

<i>Presentación</i>	7
Productos Agrícolas	9
<i>Introducción</i>	11
Sección 1.- Canales de Comercialización	12
1.1 <i>El Productor</i>	12
1.2 <i>El Acopiador rural</i>	12
1.3 <i>El Mayorista</i>	13
1.4 <i>El Minorista</i>	15
<i>Flujo de Comercialización de Productos Frescos</i>	16
<i>Flujos de Comercialización de Granos Secos y Productos Industrializados</i>	17
Sección 2.- Precio Recibido por el Productor	18
2.1 <i>Metodología para la selección de productos</i>	18
2.2 <i>Metodología para la identificación de zonas de investigación</i>	23
2.3 <i>Frecuencia de recolección</i>	26
2.3.1 <i>Productos permanentes</i>	26
2.3.2 <i>Productos transitorios</i>	26
2.4 <i>Número de informantes del Sistema</i>	26
2.5 <i>Identificación de los informantes</i>	27
Sección 3.- Precio a nivel Mayorista	28
3.1 <i>Tipología de mercados de productos perecibles</i>	29
3.2 <i>Identificación de mercados mayoristas</i>	29
3.3 <i>Frecuencia de recolección</i>	31
3.4 <i>Identificación de productos</i>	33
3.5 <i>Parametrización de unidades de medida</i>	35
Sección 4.- Precio a nivel de Agroindustria	37
4.1 <i>Identificación de Agroindustrias</i>	38
4.2 <i>Frecuencia de recolección</i>	38
4.3 <i>Identificación de productos</i>	38
4.4 <i>Identificación de informantes</i>	40

Sección 5.- Precio a nivel de Bodegas Comerciales	41
5.1 <i>Identificación de Bodegas Comerciales</i>	41
5.2 <i>Frecuencia de recolección</i>	42
5.3 <i>Identificación de productos</i>	43
5.4 <i>Identificación de informantes</i>	43
Sección 6.- Desarrollo Operativo	45
6.1 <i>Organización</i>	46
6.2 <i>Del Investigador de Mercados</i>	46
6.3 <i>Investigación de Campo</i>	48
<i>Precios recibidos por el productor agropecuario</i>	50
<i>Precios de Agroindustrias</i>	51
<i>Precios de Mercados Mayorista</i>	51
<i>Precios de Bodegas Comerciales</i>	52
Productos Pecuarios	53
<i>Introducción</i>	55
Sección 1.- Identificación de productos a investigarse	56
Sección 2.- Cárnicos	58
2.1 <i>Agentes de comercialización</i>	58
<i>Flujos de comercialización de ganado</i>	59
2.2 <i>Tipología de mercados</i>	60
2.3 <i>Ferias Ganaderas</i>	62
2.3.1 <i>Identificación de productos por categorías</i>	62
2.3.2 <i>Identificación de ferias de ganado</i>	64
2.3.3 <i>Frecuencia de recolección</i>	64
2.3.4 <i>Desarrollo Operativo para ferias ganaderas</i>	65
2.4 <i>Camales o Centros de Faenamiento</i>	66
Sección 3.- Lácteos y Derivados	68
3.1 <i>Canal de comercialización</i>	68
<i>Flujo de comercialización de leche</i>	69
3.2 <i>Identificación de fuentes de información</i>	72
3.3 <i>Identificación de productos y frecuencia de recolección</i>	72

Sección 4.- Avícola	73
4.1 <i>Canal de comercialización</i>	73
4.2 <i>Identificación de Mercados</i>	74
<i>Flujo de comercialización de carne pollo y huevos</i>	75
4.3 <i>Identificación de productos y frecuencia de recolección</i>	76
Sección 5.- Desarrollo Operativo	77
5.1 <i>Identificación de informantes</i>	77
5.2 <i>Recolección</i>	77
Sección 6.- Ingreso y procesamiento de la información	79
6.1 <i>Plataforma para el ingreso de la información</i>	79
6.2 <i>Medios de difusión de la información</i>	81
 <i>Formatos</i>	 83
 <i>Anexos</i>	 115
 <i>Conceptos y definiciones</i>	 141
 <i>Bibliografía</i>	 149

PRESENTACIÓN

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP- a través de la Coordinación del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca -CGSIN- tiene como misión generar y proveer información relevante, actualizada, confiable y oportuna para la toma de decisiones de los diferentes agentes económicos y del sector público.

La información de precios y noticias de mercado ayuda a equilibrar las condiciones y conocimientos de los diferentes agentes, lo que permite que los agricultores continúen produciendo y alcancen un mejoramiento de sus ingresos reales; que los consumidores, especialmente los de menores ingresos relativos, tengan acceso a productos, de valor nutritivo y calidad adecuada, que les permita cubrir sus requerimientos mínimos nutricionales.

Con el objeto de asegurar información de calidad, bajo estándares nacionales e internacionales, la CGSIN publica el presente manual metodológico de recolección de precios a distintos niveles de comercialización como un instrumento guía para los recolectores de precios a nivel nacional. Este manual no solo pone énfasis en la forma de como levantar información de precios y sus medios, sino que, explica la forma de cómo fueron seleccionados los productos e identifica las zonas donde deben los precios ser recolectados.

Como todo manual metodológico, éste recoge los aspectos técnicos generales. Para cada mercado y/o provincia se ha elaborado su anexo respectivo; donde se da cuenta de las características del producto en cuanto a presentación o embalaje, pesos, calidad, periodicidad y día de entrevistas a los mercados o lugares identificados como puntos de recolección de la información.

Finalmente quiero expresar mi gratitud a la Sra. Juana Tejada, su entrega, conocimiento y la vasta experiencia acumulada a lo largo de su trayectoria la ha convertido en el puntal del sistema de precios de esta Cartera de Estado, así también agradecer a todos quienes hicieron posible la elaboración de este manual metodológico.



Mat. Víctor H. Bucheli L.
Coordinador

Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca



INTRODUCCIÓN

Los pequeños productores “mercantiles” son un eslabón débil en la cadena de la producción de alimentos, y los más propensos a afectaciones por desequilibrios en los mercados.

El abastecimiento de alimentos tiene una relación directa con la estructura, evolución y desempeño del sistema de comercialización nacional; su incidencia determina la mayor o menor capacidad de asegurar un suministro estable de alimentos para alcanzar la seguridad nutricional, o en caso contrario sus niveles de vulnerabilidad a causa de factores internos y externos.

El mercadeo primario es el proceso mediante el cual los productores a nivel rural se vinculan al sistema de comercialización, a través de transacciones con sus primeros compradores. Por consiguiente, en el mercadeo primario se registra un enfrentamiento desigual entre un grupo numeroso de pequeños y medianos productores desorganizados, desfinanciados y desinformados y por otro lados están los de compradores locales que disponen de capitales de operación, facilidades para el acopio, manejo y transporte de los productos; conocen y manejan la información relacionada con la oferta, demanda y precios vigente en los diferentes tipos de mercados del país y mantienen relaciones comerciales con los agentes que operan en éstos; factores que les asigna un alto poder de negociación que les posibilita imponer a los productores en las transacciones sus condiciones en cuanto a calidad, cantidad y precios de los productos.

El III Censo Nacional Agropecuario del 2000, revela que apenas el 1% de la producción de los pequeños agricultores (menos de 10 Has) tiene como destino la agroindustria o un consumidor final, lo cual indica que la mayor parte de la rentabilidad queda en los canales intermedios de comercialización.

Con el propósito de alcanzar un mayor grado de comprensión de la estructura del mercado y el flujo de los productos desde sus lugares de origen hacia sus destinos finales, se presenta a continuación una descripción de los agentes que intervienen en el proceso de la comercialización y las principales funciones que realizan.

SECCIÓN 1.- CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

(Ver gráfico de flujo de comercialización al final de esta sección)

1.1. El Productor

Los agricultores, generan la producción en condiciones altamente diversas en lo relacionado con la disponibilidad de medios de producción, acceso al crédito, asistencia técnica e incorporación de tecnología; la mayor proporción de éstos son medianos y pequeños que obtienen también pequeños y heterogéneos volúmenes de producción; especialmente los que generan alimentos para el consumo interno directo.

En resumen el sector productor presenta un alto grado de heterogeneidad y consecuentemente distintas formas y posibilidades de vinculación con el mercado que en su mayor proporción lo hace a través de agentes comerciales que operan a nivel rural y generalmente poseen el mayor poder de negociación.

1.2. El Acopiador Rural

Para el desarrollo de esta función existen diferentes tipos de agentes, que representan el primer nexo entre los productores y el resto de participantes, mediante la recolección de la producción de pequeños lotes que ofertan los productores sea a nivel de finca (en mayor proporción en la región Costa) o en las ferias rurales (en la Sierra).

Acopiador – transportista.- *Cuentan para su operación con unidades de transporte e implementos básicos como balanzas y empaques, un capital de operación propio o facilitado por terceros, generalmente comerciantes mayoristas o financistas, cubren rutas de recorrido al interior de las áreas de producción en la que adquieren los productos que ofertan los agricultores.*

Para la venta del producto acopiado tienen como alternativa principal a los comerciantes mayoristas rurales o urbanos, su actividad no es especializada en el manejo de un solo producto, más bien está en función de la época de cosecha y de los distintos productos que se generan en las áreas de producción.

Acopiador de ferias.- *En la Sierra son éstos los agentes que tienen un alto grado de incidencia tanto en la captación de volúmenes de producción como en la formación de precios a nivel rural; su actuación se basa en el manejo y almacenamiento de los productos y, de la prestación de servicios adicionales, como la provisión de alimentos e insumos, de préstamos y de vinculaciones sociales con los productores.*

Operan en áreas circunscritas al lugar donde se realizan las ferias en las que disponen de facilidades físicas para el almacenamiento y acondicionamiento de los productos; este tipo de agente tiene mayor incidencia en el comercio de granos secos.

En la mayoría de los casos mantienen una vinculación intra-zonal mediante el traslado de los productos a poblaciones y ciudades de mayor movimiento comercial en las que funcionan mercados más amplios y operan mayoristas de mayor escala los que a su vez realizan transacciones al interior de estas zonas o, interprovinciales principalmente orientadas a los grandes centros de consumo.

Comprador de sementeras.- *En su mayor proporción son productores que se han relacionado con actividades comerciales, algunos participan en el fomento de la producción en base a préstamos en dinero e insumos que comprometen a los agricultores a la venta futura de las cosechas generalmente a precios inferiores a los que en ese momento rigen en el mercado.*

En un similar tipo de operaciones, se tiene la modalidad de “las siembras al partir” (básicamente, se tranza parte de la producción como pago) a cambio de provisión de semillas, recursos económicos o el recurso tierra.

En ciertos productos y a este nivel actúan como agentes naturales de acopio las extractoras y refinadoras de aceite (soya y palma africana), las piladoras (arroz), las industrias de alimentos balanceados (maíz amarillo duro) e industrias lácteas (leche).

1.3. El Mayorista

El nivel mayorista en áreas urbanas y centro de consumo se estructura con tres tipos de agentes: mayoristas regionales, mayoristas de mercados intermedios y mayoristas de mercados de distribución o terminales.

Mayorista Regional.- *Su número es reducido y manejan una línea amplia de productos, especialmente de granos secos, y operan en las principales ciudades y mercado de concentración y redistribución; son los agentes que lideran y controlan las operaciones del mercado y de los precios a nivel nacional. Cuentan con grandes capitales de operación, de instalaciones para el almacenamiento y de información sobre el estado de los cultivos en las zonas productoras.*

Consolidan su poder de negociación a través de una estrecha vinculación y concertación comercial entre ellos y con otros comerciantes mayoristas de menor escala, productores grandes de diferentes zonas y, para ello, operan por intermedio de sus agentes de compra a nivel rural. Su forma de operación tiene características

AGRÍCOLA

combinadas de oligopolio-oligopsonio, lo que les permite imponer sus condiciones de precios, pesos y calidades tanto en la compra como en la venta.

En algunos casos, estos tipos de agentes se relacionan con el comercio fronterizo no registrado (contrabando) sea en forma directa o a través de comerciantes que operan en las ciudades y poblaciones fronterizas de mayor movimiento comercial, Tulcán e Ipiiales para el comercio Ecuador con Colombia, Huaquillas y Aguas Verdes para el intercambio Ecuador con el Perú.

Mayorista de mercados intermedios.- *Opera en las principales ciudades del país (capitales de provincias) no tienen un mayor grado de especialización y manejan más bien diversas líneas de alimentos, sus principales proveedores son los mayoristas regionales, acopiadores-transportistas y en menor proporción los productores.*

Los volúmenes de operación son menores en relación a los que manejan los mayoristas regionales; utilizan diferentes sistemas de compra, la de mayor frecuencia es al contado, aunque tiene mucha importancia la forma combinada de pago, contado-crédito y en algunos casos el sistema de consignación.

Para la venta cuenta como principal cliente a los comerciantes minoristas que operan en las ciudades capitales, especialmente aquellos que distribuyen productos en puestos fijos de los mercados detallistas y en tiendas misceláneas.

Para el manejo de productos frescos, este tipo de agente opera en los mercados mayoristas de las ciudades de la Sierra, en los que tranzan varios productos agrícolas perecibles como hortalizas y leguminosas en grano tierno.

Adquieren generalmente a acopiadores-transportistas y productores, para su posterior distribución a comerciantes minoristas y mayoristas que transportan a mercado de consumo de la Costa y de la Sierra. A este nivel no existe un estándar en la comercialización, las cantidades y calidades no son homogéneas.

Mayorista de mercado de distribución o Terminal.- *Presentan algunas características similares a los anteriores en formas de operación para la compra y la venta, operan en los principales centros de consumo del país como Quito, Guayaquil, Cuenca, con volúmenes sensiblemente mayores que los mayoristas de mercados intermedios; y, por lo tanto con un mayor capital de operación y mayores facilidades para el manejo y distribución de los productos.*

Para la compra tienen como abastecedores a mayoristas regionales, acopiadores-transportistas y productores de mediana escala y como compradores a detallistas que operan en mercados satélites de estas ciudades.

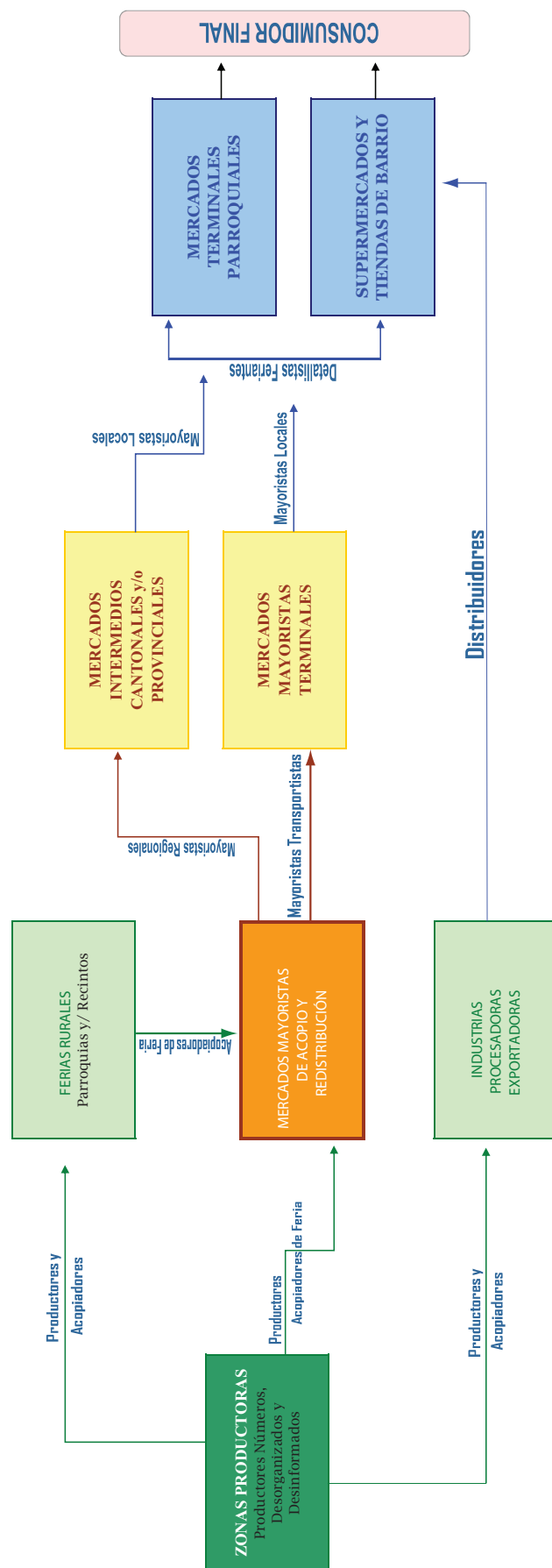
1.4. El Minorista (Al Detal)

A este nivel actúan diferentes tipos de agentes, desde vendedores ambulantes hasta detallistas de alta escala de operación como supermercados, pasando por los vendedores en puestos fijos de los mercados detallistas, feriantes y tenderos.

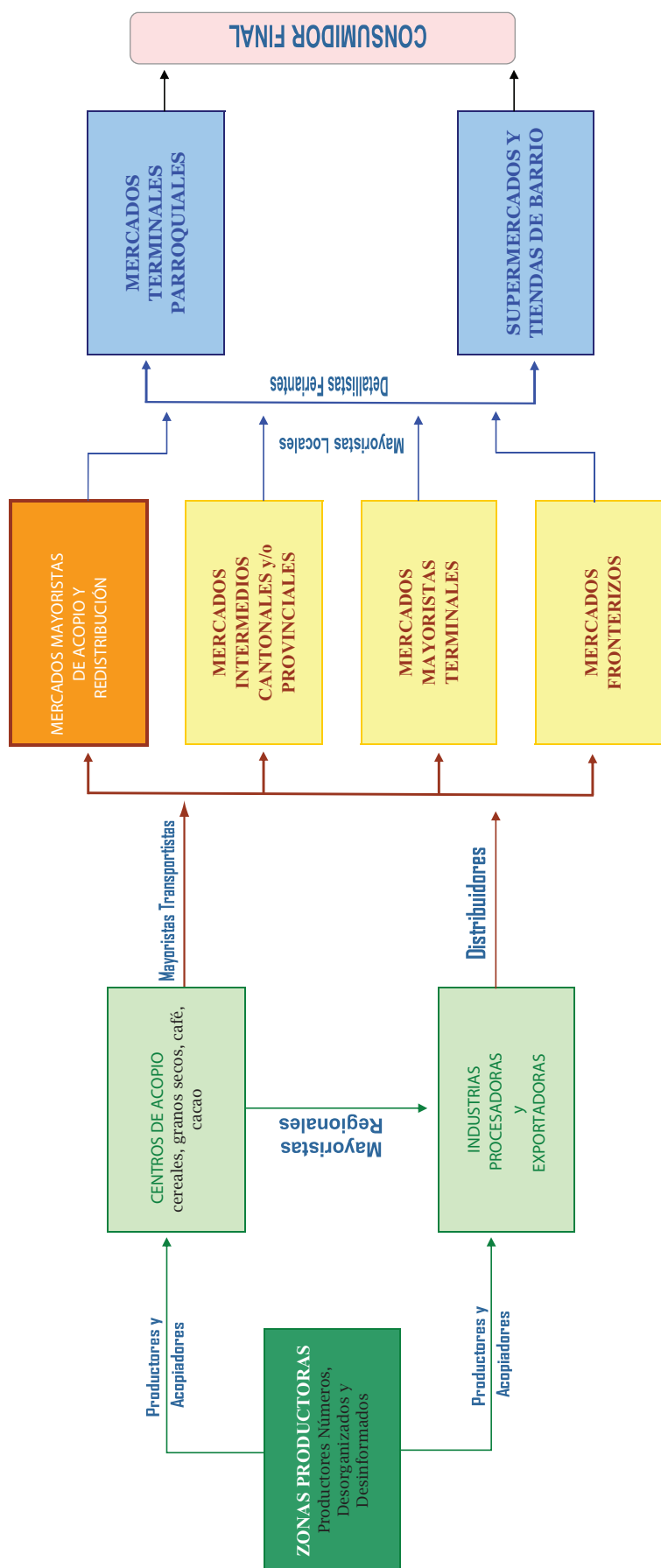
Los principales proveedores de los detallistas son mayoristas de diferente escala, en función del tipo de mercado y su ubicación espacial, con los que mantienen nexos comerciales estables y reciben crédito a corto plazo. En cambio, los supermercados se abastecen a través de mayoristas, con cierta especialización y, en menor grado de productores de tipo empresarial.

Una de las principales funciones que cumplen los detallistas de pequeña escala, es el fraccionamiento en unidades de comercialización requeridas por los consumidores, previo el acondicionamiento consistente básicamente en el lavado de ciertos productos (papas, remolacha, hortalizas, etc.), y en el desgrane de leguminosas de grano en estado tierno (fréjol, arveja, haba, etc.).

FLUJOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FRESCOS



FLUJOS DE COMERCIALIZACIÓN DE GRANOS SECOS Y PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS



SECCIÓN 2.- PRECIO RECIBIDO POR EL PRODUCTOR



(Foto de Luis Almeida)

La variable Precio-Productor, está referida al valor que recibe el productor, por una determinada cantidad vendida de un producto o por un animal en pie.

A continuación se describe los lineamientos metodológicos que se aplicarán para llegar a determinar en forma objetiva y con mayor precisión el precio recibido al productor.

2.1. Metodología para la selección de productos

Debido a una amplia gama de productos que se cultivan en el territorio nacional (136 productos, según el III Censo Nacional Agropecuario), se identificó la necesidad de priorizar la captura de información a un número reducido de ellos por limitaciones en la disponibilidad de recursos humanos en las direcciones técnicas agropecuarias.

Dado lo anterior, se procedió a examinar criterios que involucren aspectos económicos y sociales, tanto del productor como del consumidor, a fin de establecer una canasta de productos que representen una porción “alta” del universo investigado, bajo los criterios que se seleccionen para esta fase de discriminación.

El valor bruto de la producción (VBP) es uno de los indicadores más conocidos, fáciles de medir y útil para determinar la “importancia” de un cultivo dentro del sector agropecuario. El orden determinado bajo este concepto no es tan justo como el orden

que pudiera determinarse a través de otros conceptos más elaborados como el Producto Interno Bruto (PIB). Asumiremos que, por costo/beneficio, el VBP es un criterio macro-económico válido para distinguir que productos son los más importantes dentro del sector agropecuario del país (sin incluir productos de la pesca y acuacultura).

Una de las limitaciones para el cálculo de este indicador tiene que ver con la disponibilidad de datos sobre producción que son publicadas e investigadas por el INEC a través de la investigación objetiva de campo (ESPAC-Encuesta de Superficie y Producción). El diseño muestral de la ESPAC solo permite publicar cifras estadísticas significativas para 26 productos agrícolas y 5 rubros pecuarios.

Para superar dicha limitación se completó la base de datos con la información del III Censo Nacional Agropecuario 2000 y se valoró dicha producción a precio promedio recibido por el productor en el año 2008. En resumen, se consideró un total de 62 productos agropecuarios para estimar el Valor Bruto de la Producción (VBP) al año 2008.

El VBP-2008 calculado bajo las consideraciones anteriores se estimó en 4.8 mil millones de dólares. El cultivo de banano ocupa el primer lugar de importancia con un aporte del 21.8% del total, seguido por la carne de ave (13.79%) y la leche (7.89%); sólo estos tres rubros representan algo más del 50% del total del valor bruto de la producción agropecuaria (sin considerar pesca y acuacultura). **Ver Anexo 1**

El valor de las exportaciones es otro indicador igual de válido para identificar productos importantes en la economía de un país (ingreso de divisas) y que no son “tan importantes” desde el punto de vista del Valor Bruto de la Producción. Este es el caso de productos como flores, cacao, café entre otros.

Nuevamente, el año de referencia para la determinación del orden de importancia es el 2008. Se tomaron datos del Banco Central del Ecuador sobre las exportaciones del sector agropecuario (excepto pesca y acuacultura) y se ordenó desde el más hasta el menos importante (sólo se consideraron productos con valor anual exportado superior al millón de dólares); el valor total exportado con las excepciones descritas alcanzó la cifra de 3.1 mil millones de dólares.

Así tenemos que, para el 2008, los productos como banano (50.4%), flores (17.5%) y cacao (9.6%) representaron el 77% del total exportado por el sector agropecuario (excepto pesca y acuacultura). **Ver Anexo 1**

Los criterios analizados hasta ahora (valor exportado y valor bruto) nos dan cuenta de la importancia de los cultivos desde una óptica de la oferta. Se hace por lo tanto necesario explorar indicadores que nos muestren la importancia de estos desde una perspectiva diferente, la demanda.

AGRÍCOLA

Los productos de la Canasta Básica de Alimentos que utiliza el INEC para el cálculo de la inflación es una fuente rica de información que refleja, con alto grado de certeza, el hábito de consumo de la población urbana Ecuatoriana (61% del total de la población).

El INEC considera para la estimación del índice de inflación una canasta de productos de 299 ítems, de ellos 71 productos corresponden al grupo de alimentos y bebidas (nuevamente, se excluyen productos de la pesca y acuicultura).

Un primer tratamiento dado a los datos de la canasta de 71 productos, del grupo de alimentos y bebidas, consistió en agrupar los ítems de consumo por rubros bajo el criterio del producto primario; esto es, se agregó bajo el rubro de lácteos los ítems leche pasteurizada, queso, mantequilla y otros derivados de la leche.

Los 71 productos considerados en este análisis tienen un peso de 0.218 dentro del total de 299 productos considerados para el cálculo de la inflación. Esto significa que a la fecha de construcción de la estructura de la canasta de alimentos, el 21.8% del gasto de los hogares, a nivel urbano, corresponden a los 71 productos que se están considerando en este análisis. **Ver Anexo 1**

Como resultado del análisis efectuado, cinco grupos de productos:

- a) Lácteos (14.6%),
- b) Carne de pollo y embutidos (12.8%),
- c) Los productos derivados del trigo (11%),
- d) Carne de res (10.8%), y
- e) Arroz (7.3%)

Constituyen el 53% del gasto que destinan las familias a la compra de ítems relacionados a alimentos y bebidas.

Este criterio permitió distinguir productos de alto consumo y de escasa producción local (como por ejemplo los derivados del trigo) y también aquellos que siendo importantes desde el punto de vista de la producción no son relevantes para el consumidor urbano (banano, flores).

Finalmente, el capital humano como factor de la producción debería estar representada en ésta etapa de búsqueda de criterios de discriminación de productos a ser investigados por la Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales.

La Mano de Obra vinculada directamente a las labores culturales de producción fue estimada a partir de los resultados del III Censo Nacional Agropecuario (2000)¹. Este

¹ [Bucheli, Víctor] "El Sector Agropecuario Ecuatoriano y el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América", Ecuador, 2005. Federación de Cámaras de Agricultura del Ecuador

estimador indirecto de carácter estructural, y para los fines propuestos, creemos que continúa siendo válido para el 2008, año base para éste y el resto de criterios hasta ahora analizados

*Por lo tanto, la distribución porcentual de la mano de obra rural por monocultivo se presenta en el **Anexo 1** de este documento y sólo nos limitaremos a presentarlo como tal sin entrar en los detalles técnicos de cómo fue construido.*

Nuestra posición respecto al peso de cada indicador en el cálculo del indicador combinado fue dar a cada uno de ellos igual valor, esto es 0.25. Al tener los factores un mismo peso, el promedio simple de ellos arroja un indicador combinado que se presenta en el siguiente cuadro.

La mano de obra vinculada directamente a la producción lechera (19,87%) y la cría de ganado de carne (9,36%) ocupan los dos primeros lugares en la ocupación rural, seguido de la crianza de porcinos y otras especies menores (8,82%). Siguen en orden de importancia el banano (6.73%), arroz (6,62%), maíz suave (6,32%), cacao (6,12%), maíz duro (5.73%).

De lo anterior se extrae que 4 de cada 10 personas directamente vinculadas a la producción, en el sector rural, trabajan en el sector pecuario.

La tarea finalmente descansa en obtener un indicador que recoja los criterios descritos anteriormente (Valor bruto, valor de exportado, consumo de alimentos y mano de obra). La parte subjetiva de la construcción de un indicador, a partir de otros, tiene que ver con la ponderación que debe asignarse a cada uno de ellos. Si el tema ocupacional prima sobre el criterio económico, entonces tendríamos un indicador sesgado al criterio ocupacional.

El indicador combinado se expresa a través de la siguiente fórmula:

$$Ic = \sum_{i=1}^{71} Ic_i = 1, \quad \text{y } Ic_i \text{ se expresa como} \quad Ic_i = \sum_{j=1}^4 P_j * I_{ij}$$

Donde:

Ic_i = Indicador combinado del producto i

I_{ij} = Indicador Parcial (Valor bruto, valor exportado, canasta básica y mano de obra) del producto i

P_j = Ponderador del Indicador j

Nuestra posición respecto al peso de cada indicador en el cálculo del indicador combinado fue dar a cada uno de ellos igual valor, esto es 0.25. Al tener los factores un mismo peso, el promedio simple de ellos arroja un indicador combinado que se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro #1. - Criterio combinado de selección

Nº	CULTIVOS	CRITERIO COMBINADO	ACUMULADO
1	BANANO	19,90%	19,90%
2	LECHE	10,81%	30,71%
3	POLLO	7,50%	38,21%
4	GANADO BOVINO	6,45%	44,66%
5	ARROZ	5,19%	49,85%
6	CACAO	4,74%	54,59%
7	GANADO PORCINO	4,06%	58,65%
8	PLÁTANO	3,29%	61,94%
9	TRIGO	3,02%	64,96%
10	MAÍZ DURO	2,40%	67,36%
11	CAÑA DE AZÚCAR PARA AZÚCAR	2,24%	69,60%
12	PALMA AFRICANA	2,22%	71,82%
13	MAÍZ SUAVE	1,97%	73,79%
14	PAPA	1,91%	75,70%
15	CAFÉ	1,84%	77,54%
16	HUEVO	1,82%	79,36%
17	FREJOL	1,14%	80,50%
18	PALMITO	0,92%	81,42%
19	TOMATE RIÑÓN	0,84%	82,26%
20	CEBOLLA BULBO	0,72%	82,98%
21	BRÓCOLI	0,64%	83,62%
22	TOMATE DE ÁRBOL	0,52%	84,14%
23	ARVEJA	0,51%	84,65%
24	PIÑA	0,51%	85,16%
25	CAÑA DE AZÚCAR PARA OTROS USOS	0,49%	85,65%
26	MARACUYÁ		
27	SOYA		
28	NARANJILLA		
29	YUCA		

La columna “Criterio Combinado”, dispuesto de mayor a menor, otorga el “valor” de importancia del cultivo dentro del Universo de productos considerados en este análisis. La columna extrema derecha acumula los valores, en términos porcentuales. Los cinco primeros productos capturan el 50% del indicador combinado, que al ser un híbrido carece de interpretación económica o social; pero útil para establecer un orden de prelación.

De esta manera queda establecido el grupo de productos que serán investigados a través de levantamiento primario en campo de precios productor, agroindustrial, ferias ganaderas y costos de producción.

Los 29 productos, con la inclusión de soya, maracuya, naranjilla y yuca responden entonces a la primera incógnita a resolver en el diseño de cualquier Sistema de Investigación ¿Qué productos se deben investigar?

La siguiente incógnita ¿Dónde debo investigar? merece así mismo su propio espacio de análisis. En la siguiente sección propondremos formas objetivas para identificar geográficamente las zonas donde debe levantarse la información.

2.2. Metodología para la identificación de las zonas de investigación.

Se busca determinar las zonas de producción de los cultivos identificados en el numeral anterior y, al mismo tiempo, asegurarnos de que éstas sean representativas o determinantes en la formación del precio a nivel del productor.

El Ministerio de Agricultura tiene presencia a nivel cantonal a través de las Direcciones Técnicas Agropecuarias. Esta estructura nos permite suponer que podemos descender hasta ese nivel administrativo para el levantamiento de información en campo. Procederemos en un proceso de dos etapas a determinar las zonas (cantones) que entrarían a formar parte de la red de información del Ministerio de Agricultura por su contribución a la producción nacional.

Primera Etapa.- *Identificaremos las provincias y, en una segunda etapa, los cantones que proveerán la información sobre alguno(s) de los 29 productos elegidos para el levantamiento de la información primaria. La fuente de información objetiva más reciente para este análisis, con información cantonal, es la del III Censo Nacional Agropecuario 2000.*

Tomaremos como factor discriminatorio el resultante de dividir 100 para el número de provincias del país (total de 21, Santo Domingo de los Colorados y Santa Elena están considerados como cantones). Este valor define en términos porcentuales el límite inferior de discriminación a nivel provincial.

Factor de discriminación = $100/21 = 4.76$

La bondad que encierra esta definición, frente a criterios de discriminación con tope de acumulación, es que el acumulado obtenido es variable y por ende no necesita forzar la inclusión de una provincia para cumplir con un mínimo de acumulación.

AGRÍCOLA

Por otro lado, el riesgo implícito del factor discriminatorio fijo es que mientras más homogéneamente distribuido esté el cultivo; se corre el riesgo de tener un acumulado “inesperado”. En el cuadro #2, se presenta la contribución provincial respecto al total nacional para cada uno de los 29 productos elegidos para el levantamiento de información primaria.

Cuadro #2.- Provincias Seleccionadas para la Investigación de Precios al Productor

Nº	PROVINCIA	BANANO	BOVINO	ARROZ	CACAO
1	AZUAY	0,06	6,36		0,66
2	BOLIVAR	1,61	3,57	0,33	1,53
3	CANAR	2,62	2,76	0,75	1,37
4	CARCHI	0,01	2,25		
5	COTOPAXI	3,35	5,73	0,24	1,03
6	CHIMBORAZO	0,06	5,35	0,00	0,10
7	EL ORO	24,25	3,12	0,41	5,90
8	ESMERALDAS	0,87	5,59	0,23	21,89
9	GUAYAS	26,71	7,16	56,92	16,90
10	IMBABURA	0,00	1,93	0,00	0,00
11	LOJA	0,50	7,3	0,62	0,05
12	LOS RIOS	38,24	2,49	38,17	17,77
13	MANABI	0,98	19,07	1,74	27,54
14	MORONA SANTIAGO	0,32	5,34	0,02	0,36
15	NAPO	0,01	1,19	0,01	0,69
16	PASTAZA	0,01	0,62	0,00	0,12
17	PICHINCHA	0,19	11,68	0,07	2,85
18	TUNGURAHUA		3,46		
19	ZAMORA CHINCHIPE	0,12	3,04	0,00	0,23
20	SUCUMBIOS	0,05	0,84	0,08	0,48
21	ORELLANA	0,05	1,16	0,40	0,52
	ACUMULADO	89,2	73,58	95,09	90,00

Por ejemplo, para el producto Banano; las provincias de El Oro (24.2%), Guayas (26.7%) y Los Ríos (38,2%) pasarán a la segunda etapa del análisis puesto que individualmente su contribución supera el factor discriminatorio establecido. Estas tres provincias producen cerca del 90% de la producción de banano del país.

Como se aprecia en el ejemplo, este criterio de discriminación permite concentrarnos en la investigación de precios-productor del cultivo banano en las tres provincias identificadas a través del factor de discriminación.

Por lo tanto se considera suficiente investigar el precio al productor en las provincias seleccionadas que resultan de aplicar un factor discriminatorio como el descrito en

este numeral. En el **Anexo 2**, se presenta la información por producto y provincias seleccionadas.

Segunda etapa.- Una vez identificadas las provincias donde se levantará la información de precios-productor, procederemos a analizar la contribución cantonal al total provincial. El mismo criterio que se aplicó en la primera etapa se aplicará en la segunda, por lo tanto no repetiremos las consideraciones y justificaciones sobre la bondad y/o limitaciones del método de discriminación.

El factor de discriminación cantonal –FDC- se define como 100 dividido para el número de cantones de la provincia.

Por ejemplo, la provincia de Los Ríos está dividida administrativamente en 13 cantones. Esto significa que el factor de discriminación cantonal es de: 7.6%.

En el cuadro se muestran los factores para cada una de las provincias en función del número de cantones. Estos serán aplicados para cada uno de los productos en las provincias seleccionadas en la primera etapa.

En el **Anexo 3** de este manual se muestra los cantones seleccionados y los productos que se investigarán en campo. Esta selección ha sido convalidada con los responsables de las direcciones técnicas agropecuarias.

PROVINCIA	Número de Cantones	Factor Discriminatorio
AZUAY	15	6,7%
BOLÍVAR	7	14,3%
CAÑAR	7	14,3%
CARCHI	6	16,7%
COTOPAXI	7	14,3%
CHIMBORAZO	10	10,0%
EL ORO	14	7,1%
ESMERALDAS	8	12,5%
GUAYAS	28	3,6%
IMBABURA	6	16,7%
LOJA	16	6,3%
LOS RÍOS	13	7,7%
MANABÍ	22	4,5%
MORONA S.	12	8,3%
NAPO	9	11,1%
PASTAZA	4	25,0%
PICHINCHA	9	11,1%
TUNGURAHUA	9	11,1%
ZAMORA CH.	9	11,1%
SUCUMBÍOS	7	14,3%
ORELLANA	4	25,0%

2.3. Frecuencia de recolección de precios al productor

2.3.1.- Productos permanentes.- *El periodo de referencia es mensual, los investigadores de mercados levantarán la encuesta de precios en los cantones seleccionados, descrita en el punto anterior, la misma que inicia el día 25 y termina el último día del mes. No obstante de ello, si el técnico estadístico identifica que las ventas más importantes del mes se realizan durante otro periodo diferente a lo recomendado, entonces prima el criterio del Investigador de Mercados.*

2.3.2.- Productos transitorios.- *Para transitorios, el tratamiento es diferente dado que el periodo de referencia debe estar vinculado a los meses de cosecha Anexo 4. Para tal efecto consideraremos los resultados del III Censo Nacional Agropecuario relativo a volúmenes de producción por mes de cosecha, identificando de esta manera los meses más representativos de mayores cosechas de los productos investigados. Los resultados obtenidos fueron convalidados por los técnicos de las respectivas Direcciones Técnicas de Área.*

En algunos productos la frecuencia de recolección de información es quincenal o semanal, esto en virtud de la alta estacionalidad de la producción y de la sensibilidad del producto como lo son: el arroz y maíz duro.

*En el **Anexo Provincial**, se muestra la matriz en la que se identifican los cantones, meses y semanas en los que se investigarán cada uno de los productos agrícolas sujetos a monitoreo. (Permanente y/o Transitorio). Para cada una de las provincias se elaborará su anexo respectivo donde se especifican sectores y frecuencias de investigación*

2.4. Número de informantes del sistema

La identificación del número de informantes servirá para determinar el número de tomas de precios por producto.

El número de informantes se determinará con la siguiente información:

- *Identificación de la zona de producción del o de los productos seleccionados.*
- *Levantamiento de un listado de productores en zonas de producción.*
- *Identificación de los periodos de comercialización o meses de cosechas.*
- *Característica del producto investigado*

2.5. Identificación de los informantes

Identificar a los productores de los productos seleccionados, permite construir una base de datos de los informantes, quienes serán los encargados de proporcionar información confiable. La construcción y actualización de la base de datos de los informantes será elaborada por el Investigador de mercados, quien previo a un diagnóstico del área de investigación y conjuntamente con los técnicos de Áreas de la Dirección Provincia, identificarán las unidades de producción grandes, medianas y pequeñas, determinadas en función a la superficie destinada al cultivo del producto seleccionado.

Estos productores tendrán que ser permanentes y formarán parte del “Directorio de Informantes”, a objeto de que puedan ser ubicados fácilmente, la base de Datos del directorio deberá contener en términos generales, la siguiente información:

- *Ubicación Administrativa*
- *Coordenadas geográficas*
- *Datos de la Finca*
- *Datos del Informante*
- *Uso de suelo*
- *Cultivos importantes*

*En el **Formato B-01**, se presenta la boleta de captura de información de productores representativos.*

SECCIÓN 3.- PRECIO A NIVEL MAYORISTA



Mercado Mayorista de Ambato (foto de Luis Almeida)

El sector agropecuario es un renglón importante en nuestra economía, el manejo del mercadeo de los productos, por su origen y naturaleza los hacen particulares, por tal motivo para su comercialización, cada producto debe ser tratado en forma individual o ser agrupado de acuerdo con características similares, además es importante reconocer que las exigencias del consumidor son distintas para cada bien, lo que lleva a una comercialización más compleja y estructurada.

Para el análisis del mercadeo de los productos agropecuarios se emplea el análisis de la comercialización a partir de las etapas o procesos que sufren los productos desde la cosecha y en su trayectoria hacia el consumo, con este concepto tenemos:

- *Mercados de productos muy perecibles (carnes, lácteos, etc.)*
- *Mercados de productos perecibles (frutas, legumbres, hortalizas, tubérculos, etc.)*
- *Mercados de productos poco o no perecibles (granos secos, en particular cereales, leguminosas, y Otros)*

3.1. Tipología de mercados de productos perecibles

Existe un alto grado de relación entre los agentes que intervienen en los procesos de comercialización y los tipos de mercados, que propicia el flujo físico de los productos desde las zonas de producción hacia los centros de consumo, es decir que los mercados se caracterizan o se clasifican por los tipos de agentes que operan en estos, los volúmenes y tipos de transacciones que se realizan y su ubicación espacial; con este criterio, especialmente para los productos de consumo directo (perecibles) se identifican a los mercados mayoristas de: acopio y redistribución, mercados intermedios, mercados terminales y mercados fronterizos.

Mercados de Acopio.- *Cumplen una doble función, la de acopio y la de redistribución a otros mercados, especialmente terminales y fronterizos por lo tanto podrían denominarse también mercados de tránsito. Tiene amplias áreas de influencia tanto para el acopio como para la distribución. Estos son mercados de acopio a los que concurren como principales oferentes los productores y acopiadores rurales y como demandantes actúan los acopiadores de ferias, mayoristas locales y consumidores. Estas ferias se realizan de forma periódica, en este grupo están los mercados de Ambato, Riobamba, Ibarra y Sto. Domingo de los Tsachilas.*

Mercados Intermedios.- *Cumple una doble función, la de paso y de redistribución hacia los mercados Terminales provinciales y/o fronterizos, en este grupo de mercados se encuentran los mercados de Latacunga y Portoviejo.*

Mercados Terminales.- *Conocidos también como de distribución y consumo, operan como receptores del flujo de productos provenientes principalmente de los mercados acopio, intermedios y de zonas productoras aledañas para su consecuente distribución a los mercados minoristas. Este tipo de mercado se presenta con mayor magnitud e importancia en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.*

Mercados Fronterizos.- *Son los que funcionan en los centros poblados de las zonas fronterizas; Ipiales para el caso de Colombia teniendo como nexos Tulcán y, Aguas Verdes en el caso de Perú, vinculado con Huaquillas en Ecuador. En este tipo de mercado los precios de las transacciones varían en similar dirección e intensidad que los cambios de precios al interior de los países vecinos, los que a su vez se reflejan en el comportamiento y niveles de precios en el mercado interno del Ecuador.*

3.2. Identificación de mercados mayoristas

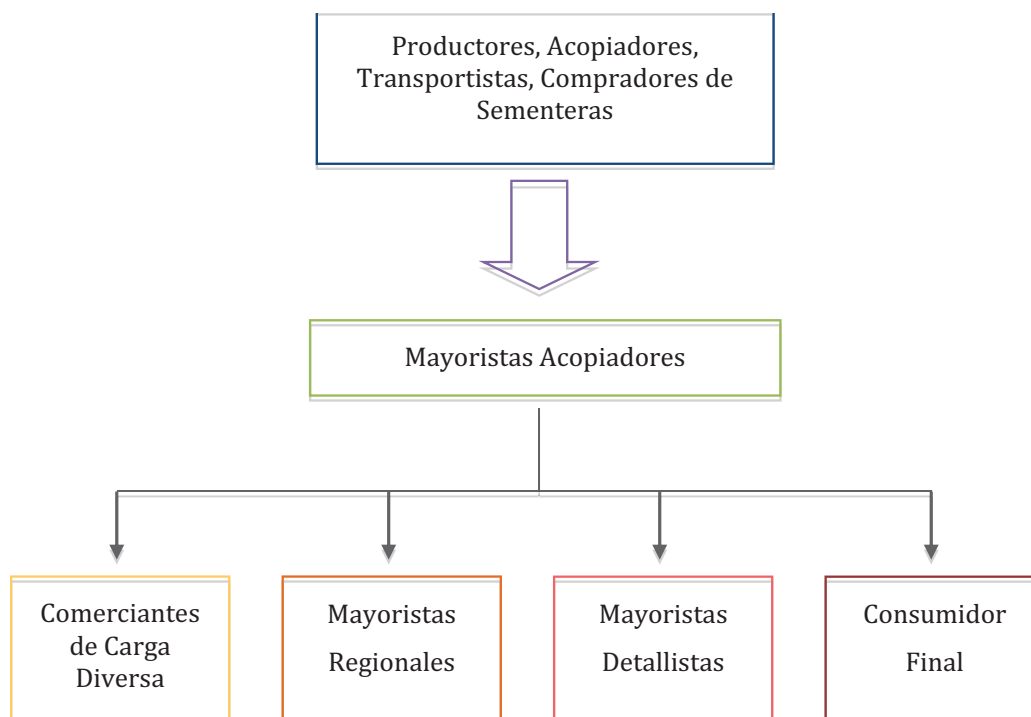
Para identificar los mercados mayorista, fue necesario analizar las características de cada uno de ellos sobre la base de las siguientes variables:

AGRÍCOLA

- *Canales de comercialización*
- *Agentes que intervienen en la cadena de comercialización*
- *Volúmenes significativos*
- *Funciones y Actividades*
- *Doble función acopio y redistribución (Locales y Provinciales, regionales)*
- *Diversidad de productos y empaques*
- *Días y horas de funcionamiento*

La actividad comercial se la realiza en 2 o más días a la semana La labor comercial mayorista empieza en las horas de noche, continúa en horas de la madrugada y concluye a más tardar a las 10 AM.

Es decir aquellos lugares en donde se realizan las transacciones de ciertos productos, en volúmenes y a precios mayoristas. Identificándose los siguientes:



Los mercados mayoristas, intermedios y fronterizos identificados por su importancia y que formarán parte de la red primaria de información son los que se describen a continuación:

Mercados Mayoristas:

1. *Mercado Mayorista de Ambato*
2. *Mercado Mayorista EMPA - Riobamba*

3. *Mercado Mayorista Terminal de Transferencia de Víveres Guayaquil*
4. *Mercado Mayorista del Sur de Quito*
5. *Mercado Mayorista COMERCIBARRA*
6. *Mercado Mayorista de Sto. Domingo de los Tsáchilas*
7. *Mercado Mayorista de Cuenca*

Mercados Intermedios:

8. *Mercado de Portoviejo*
9. *Mercado de Latacunga*
10. *Mercado de Julio Andrade*
11. *Mercado de Bolívar*

Mercados Fronterizos

12. *Mercado de Tulcán*
13. *Mercado del Huaquillas*
14. *Mercado de Ipiales (Colombia)*
15. *Mercado de Aguas Verdes (Perú)*

3.3. Frecuencia de recolección

Para la identificación de horarios se consideran los días y horas en los que se debe tomar los precios a nivel mayorista. Estos días y horas son identificados por mercado y por producto, ya que cada mercado tiene sus propias características de funcionamiento y no todos los productos se comercializan en los mismos días y horas.

Identificación de días de Feria

Cada mercado seleccionado, dentro de la cobertura del Sistema, tiene claramente fijado los días de feria, es decir aquellos en donde las transacciones comerciales son en mayor escala. Estos días han sido establecidos producto de su experiencia y de la realidad en que se desenvuelven los distintos agentes que participan en la comercialización.

Si nos referimos a los mercados con una infraestructura cerrada, generalmente éstos están en funcionamiento casi todos los días de la semana, pero dentro de esta, existen días en que se realiza una mayor cantidad de transacciones comerciales. En los mercados abiertos, habitualmente sus actividades se centran en un día a la semana, considerado como el día de feria, día en el cual acuden los pobladores, para participar del proceso comercial; sean como productores, comerciantes o consumidores.

Identificación de horas

En un período de tiempo se deberá identificar los momentos en donde la comercialización alcanza los niveles altos y bajos. El nivel alto será considerado cuando se produce la mayor cantidad de transacciones y el nivel bajo cuando éstas alcancen el menor número de transacciones al mayoreo.

La recopilación de los datos la ejecutarán los Investigadores de mercados dentro de sus respectivas jurisdicciones (en cada una de sus respectivas Plazas). En las ferias principales y secundarias la recolección de los datos se efectuará de acuerdo con el horario establecido para el efecto en los siguientes cuadros.

MERCADOS MAYORISTAS

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mercado Mayorista de Ambato	07H00 - 8H00		07H00 - 8H00		07H00 - 8H00		
Mercado Mayorista EMPA - Riobamba	06H00 - 7H00		06H00 - 7H00		06H00 - 7H00		
Mercado Mayorista Terminal de Transferencia de Víveres Guayaquil		05H30 - 6H30		05H30 - 6H30		05H30 - 6H30	
Mercado Mayorista del Sur de Quito		05H30 - 6H30				05H30 - 6H30	
Mercado Mayorista COMERCIBARRA	17H00 - 18H00			17H00 - 18H00			
Mercado Mayorista de Sto. Domingo de los Tsáchilas				06H00 - 7H30			
Mercado Mayorista de Cuenca			05H00 - 6H00				

MERCADOS INTERMEDIOS

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mercado de Portoviejo		08H00 - 9H00			08H00 - 9H00		
Mercado de Latacunga						06H00 - 7H00	
Mercado de Julio Andrade					14H00 - 15H00		
Mercado de Bolívar					16H30 - 17H00		

MERCADOS FRONTERIZOS

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mercado de Ipiales (Colombia)					05H00 - 07H30		
Mercado de Aguas Verdes (Perú)					07H00 - 08H30		

3.4. Identificación de productos

Los criterios utilizados para la selección de los productos a investigarse en cada uno de los mercados se pueden sintetizar en:

1. Importancia socio-económica del producto en la zona, desde el punto de vista del productor.
2. Importancia del producto en la canasta familiar, tanto de aquellos que se producen en la zona como fuera de ella y de mayor demanda por parte de los hogares de estratos medios y bajos
3. Productos de mayor oferta en el mercado, que se comercialicen de manera permanente y en mayor escala
4. Productos cuya información de precios sea una demanda por la red de usuarios del sistema
5. Productos de temporada es decir aquellos que se comercializan en ciertas épocas del año.

Una vez seleccionados, se especificará el producto por variedad si amerita el caso, tipo de empaque y lugar de expendio, para efectuar el seguimiento de los precios a través del tiempo.

ESPECIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS A INVESTIGARSE

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS
CEREALES	
<i>Maíz Duro</i>	<i>Choclo</i>
<i>Maíz Suave</i>	<i>Choclo</i>
LEGUMINOSAS DE GRANO	
<i>Arveja Tierna en Vaina</i>	
<i>Fréjol Tierno en Vaina</i>	
<i>Haba Tierna en Vaina</i>	
HORTALIZAS	
<i>Ajo Bulbo Seco</i>	<i>Producto Importado</i>
<i>Brócoli</i>	
<i>Cebolla Blanca en Rama</i>	
<i>Cebolla Colorada – Paiteña</i>	<i>Producto Importado y Nacional</i>
<i>Cebolla Perla</i>	<i>Producto Importado y Nacional</i>
<i>Col</i>	
<i>Lechuga</i>	
<i>Pepinillo o Pepino Costa</i>	
<i>Pimiento</i>	<i>Verde Trompo</i>
<i>Remolacha</i>	
<i>Tomate Riñón o de Mesa</i>	<i>Al aire libre – campo abierto de invernadero</i>
<i>Zanahoria Amarilla</i>	
TUBÉRCULOS, RAÍCES	
<i>Melloco</i>	<i>Caramelo, Blanco</i>
<i>Papa</i>	<i>Principales Variedades</i>
<i>Yuca</i>	

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS
FRUTAS FRESCAS	
Aguacate	Guatemalteco, Nacional
Babaco	
Banano (Guineo)	Caja
Frutilla	
Granadilla	
Limón	Sutil
Mandarina	Costa y Sierra
Mango	Miguelillo (Chupar)
Manzana	Importada #175
Maracuya	
Melón	
Mora	Castilla, Pesada
Naranja	
Naranjilla	Híbrida y de Jugo
Piña	Nacional
Plátano	Verde Barraganete y Verde Maduro Dominicó
Sandía	
Tomate de Árbol	
Uva	Negra, Rosada Importada

3.5. Parametrización de unidades de medida

En el Ecuador y en la mayoría de los países en desarrollo, predominan aún los sistemas tradicionales de comercialización, caracterizados por un alto grado de desorganización en los flujos físicos de los productos y, sobre todo la calidad, pesos y medidas, en este último aspecto, para un mismo producto se utilizan diferentes unidades de comercialización en cuanto al tipo y capacidad de los empaques, al peso contenido, etc.

Una de las actividades a ejecutar dentro de los mecanismos operativos es lo que denominamos parametrización, el levantamiento de información de pesos y unidades de medida de cada uno los productos que se consideran dentro de la investigación de precios en cada uno de los mercados, la misma que deberá ser actualizada por el Investigador de Mercados, cuando se observe cambios en las unidades de medida.

Para este proceso se contará con la participación del personal técnico de Planta Central el mismo que procederá a pesar, medir y obtener información a adicional del tipo y forma de embalaje de cada producto, y en todas sus formas de presentación, utilizado la metodología establecida. **(Ver Formato F-01)**

AGRÍCOLA

De este estudio se obtendrá una catálogo descriptivo de cada uno de los productos que se comercializan en los mercados Mayoristas, herramienta indispensable para la investigación y monitoreo de precios Mayoristas, documento que está colocado en la página WEB del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP).

Esta información es relevante debido, a que formará parte de la estructura de las bases de datos, ya que con esta información se podrá homogenizar la información con el fin de comparación.

SECCIÓN 4.- PRECIO A NIVEL DE AGROINDUSTRIA



La agroindustria es una actividad económica que combina de manera fundamental el proceso productivo agropecuario con el industrial, para fabricar alimentos y materias primas destinadas a un mercado, con operaciones que produzcan rédito (renta o beneficio).

El papel de la agroindustria en el desarrollo del país realiza una función muy importante, porque de ello depende el crecimiento económico del sector rural por ende del sector urbano que necesita incrementar y diversificar sus rubros productivos, brindando una mayor participación dentro del PIB.

Además de los tipos de mercados descritos anteriormente, para las materias primas de origen agropecuario operan los mercados elaboradores o de transformación, algunos se ubican exclusivamente en las áreas de producción, como en el caso de las extractoras de aceite rojo de palma, o en áreas aledañas a las zonas de producción y en espacios urbanos y centros poblados, operan en su mayor proporción en la principales áreas urbanas de la Sierra y la Costa

Estas agroindustrias adoptan diferentes tipos de operación para el abastecimiento de materias primas, en unos casos se relacionan directamente con los productores, en otros tienen agentes para la compra y/o proveedores, de acuerdo al tipo de producto, a las condiciones de oferta y a las disposiciones legales vigentes.

4.1. Identificación de Agroindustrias

Las Agroindustrias que se consideran para la investigación de precios están relacionadas con los productos seleccionados para el nivel de precios al productor (**Ver Anexo 1**), y esta son:

- Centros de Acopio de Maíz, Café, Cacao, Fréjol seco
- Piladoras
- Extractoras de aceite rojo de palma
- Molinos empresariales de trigo
- Fábricas de alimentos Balanceados
- Ingenios Azucareros

4.2. Identificación de frecuencia de recolección

La frecuencia esta determina por cada una de las industrias y dependerá del tipo de productos primarios. Para ello se ha establecido un calendario de captura de información:

INDUSTRIAS	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRO
Centros de Acopio de Maíz	x- Cosechas	x- Cosechas	x	
Centros de Acopio de Café			x	
Centros de Acopio de Cacao			x	
Centros de Acopio de Fréjol			x	
Piladoras	x- Cosechas	x- Cosechas	x	
Extractoras de Aceite Rojo de Palma			x	
Fabricas de Alimentos Balanceados			x	
Molinos Empresariales de Trigo			x	
Ingenios Azucareros			x	x- Zafra

4.3. Identificación de productos

Con el listado de productos seleccionados en la sección 1 Precios al productor e identificadas las industrias, los productos en este nivel estarán divididos en dos:

1. Materia prima (compras)
2. Productor elaborados (ventas)

Para efectuar el seguimiento de los precios a través del tiempo, el listado de productos estará establecido por cada una de industrias, considerando aquellos productos de mayor incidencia comercial y su unidad de medida.

En el cuadro se muestra los sectores industriales que se considerarán dentro del sistema de precios del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

LISTADO DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES

INDUSTRIAS	COMPRAS	VENTAS
Piladoras	Arroz en cáscara : Grano largo Grano corto	Arroz pilado Natural grano largo Natural grano corto Envejecido artificial Envejecido natural
Extractoras de Aceite Rojo de Palma	Fruta de Palma	Aceite Rojo Aceite de Palmiste Torta de Palmiste Nuez
Fábricas de Alimentos Balanceados	Maíz Duro Seco Torta de Soya Arrocillo	<u>Balanceado de Aves – Postura</u> Inicial Pollitas Levante Postura <u>Balanceado de Aves – Broiler</u> Inicial Crecimiento 1 Crecimiento 2 Final - engorde <u>Balanceado de Cerdos</u> Madres Lactantes Lactantes 1 Lactantes 2 Engorde <u>Balanceado Engorde - Acuacultura</u> Camarón Tilapia Trucha

INDUSTRIAS	COMPRAS	VENTAS
Molinos Empresariales	Trigo en Grano Nacional	Harina : Para Panadería Pastelería Granza
Ingenios Azucareros	Caña de Azúcar	Azúcar : Blanca Refinada Morena Melaza
Centros de Acopio de Café	Café Cereza – Robusta Café Cereza – Arábigo	Café : Pergamino Oro ó Green coffe
Centros de Acopio de Cacao	Cacao en Baba	Cacao : Fino de aroma CCN 51
Centros de Acopio de granos	Sucio y Húmedo : Maíz Fréjol Soya Otros	Seco y Limpio Maíz Fréjol Soya Otros

4.4. Identificación de informantes

Ya identificados los tipos de industrias se procederá a levantar un inventario de las industrias seleccionadas existentes en la provincia, la construcción y actualización de la base de datos de las industrias será elaborada por el Investigador de Mercados.

Esta base de datos para cada sector industrial debe contener como información general: Nombre de la Industria, Nombre del Representante legal, correo electrónico, Dirección, Provincia, Cantón, Parroquia, Teléfono, N° Celular y las coordenadas geográficas. Como información técnica de las industrias, se requiere conocer las capacidades técnicas específicas de cada sector industrial para la obtención de su producto final, como por ejemplo: capacidad utilizada, de recepción, procesamiento, almacenamiento, secado, etc., con sus respectivas unidades de medida. Por último el listado de los productos que elabora. (Ver Formatos D-01, D-03, D-05, E-01, E-03, E-05, E-07, E-09)

*Para determinar la(s) industria(s) por cada línea de productos, se apoyará en la base de datos del directorio antes descrito, para lo cual se tomará en consideración la variable capacidad de producción. Para cada sector industrial seleccionado, se analizará su participación en el mercado local y nacional, el número de industrias que se seleccionarán dependerá del análisis que se haga para cada una de las provincias y se identificarán en el **Anexo Provincial** respectivo.*

SECCIÓN 5.- PRECIO A NIVEL DE BODEGAS COMERCIALES



Bodega comercial un canal de comercialización, que se abastece de la Agroindustria y de comerciantes mayoristas a gran escala de operación.

Para la venta tienen como principales clientes a minoristas especialmente los que manejan las tiendas de barrio, a los que les conceden crédito con plazos de una a dos semanas y además realizan ventas al contado a los consumidores finales. Este tipo de actuación ubica a los agentes que manejan estas bodegas como Mayorista-Detallistas. Para su operación cuentan con bodegas en las que exhiben y distribuyen los productos, y además dispone de espacios adicionales para el almacenamiento temporal de los productos.

Estos establecimientos son de tipo familiar y en consecuencia son manejados por uno o más integrantes de la familia y contratan de dos a tres personas para labores de venta y manipuleo de lo productos.

5.1. Identificación de bodegas comerciales

Para identificar las Bodegas Comerciales es necesario considerar las siguientes variables:

AGRÍCOLA

- Diversidad de productos y empaques
- Actividades comerciales en volúmenes significativos y venta al detal.

Utilizando la cobertura geográfica para Mercados Mayoristas, estos establecimientos o bodegas comerciales serán monitoreados en las ciudades donde están ubicados los Mercados Mayoristas, Intermedios y Fronterizos:

REGIÓN SIERRA	REGIÓN COSTA	ZONAS FRONTERIZAS
Ambato	Guayaquil	Tulcán
Cuenca	Portoviejo	Huaquillas
Ibarra		Ipiales-Colombia
Latacunga		Aguas Verdes-Perú
Quito		
Riobamba		
Sto. Domingo		

5.2. Frecuencia de recolección

Las bodegas comerciales funcionan generalmente todos los días de la semana, pero dentro de esta existen días en que se realiza una mayor transacción comercial, donde acuden comerciantes regionales, locales y consumidores; para ello se ha establecido un calendario de captura de información por ciudades de mayor consumo.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Ambato	09h00-10h00						
Cuenca		09h00-10h00					
Ibarra		08h00-09h00			08h00-09h00		
Latacunga					09h00-10h00		
Quito		11h30-12h30				11h30-12h30	
Riobamba			09h00-11h00				
Sto. Domingo				08h00-09h30			
Guayaquil		07h30-08h30		07h30-08h30			
Portoviejo		09h00-10h00			09h00-10h00		
Tulcán				09h00-10h00			
Huaquillas			09h30-10h00				
Ipiales-Colombia					09h00-10h00		
Aguas Verdes-Perú			09h00-09h30				

5.3. Identificación de productos

Debido a una amplia gama de productos que son comercializados en estos establecimientos se ha identificado la necesidad de priorizar la captura de información a un número reducido de ellos, utilizando criterios de selección como:

1. Importancia socio-económica desde el punto de vista de la agroindustria.
2. Importancia del producto en la canasta familiar.
3. Productos cuya información de precios es una demanda de la red de usuarios del sistema.

Una vez seleccionado se especificará el producto por variedad si amerita el caso y tipo de empaque para asegurar el seguimiento de los precios a través del tiempo.

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS
CEREALES	
Arroz Pilado	Grano largo , Grano corto
Cebada	En grano
Maíz Duro	Grano Seco
Maíz Suave	Grano Seco blanco y amarillo
LEGUMINOSAS DE GRANO	
Arveja Seca	En grano
Fréjol Seco	Grano Seco-principales variedades
Haba Seca	En grano
Lenteja	En grano-importada
OLEAGINOSAS	
Maní	Grano Seco
ELABORADOS Y DERIVADOS	
Azúcar	Blanca-saco de 50 kilos

5.4. Identificación de informantes

Identificar a los comerciantes de los productos seleccionados, permitirá construir una base de datos de los informantes, quienes serán los encargados de proporcionar información confiable de los precios que se investiguen.

La construcción y actualización de la base de datos de los informantes será elaborada por el Investigador de Mercados, considerando su relación directa de trabajo con los agentes de comercialización y administradores, en cada uno de los mercados. Esta base de datos debe contener: Nombre del Comerciante, Productos que comercializa, volúmenes, años de trabajo en el Mercado, teléfono, Celular y Correo Electrónico.

AGRÍCOLA

Establecido el número de comerciantes por producto a los cuales se les investigará el precio, el Investigador de Mercados, en la medida de las opciones que se tenga, investigará los precios a distintos comerciantes con el fin de evitar que la investigación se centre en un número reducido y que al pasar el tiempo provoque cansancio y desinterés para entregar la información.

SECCIÓN 6.- DESARROLLO OPERATIVO

"El sistema de información de mercadeo es una estructura permanente integrada por personas, equipos y procedimientos cuya finalidad ES REUNIR, CLASIFICAR, ANALIZAR, EVALUAR Y DISTRIBUIR INFORMACIÓN OPORTUNA Y CONFIABLE que servirá a la toma de decisiones de marketing". (Kotler, 1991)

La estructura orgánica y operativa del SINA, coincide con el enunciado y alcance del concepto de Kotler, que menciona como la primera finalidad REUNIR, que equivale a la primera fase del Sistema: INVESTIGACIÓN

El significado etimológico de la palabra INVESTIGACIÓN indica que es la actividad que nos conduce al conocimiento de algo. La investigación se estructura de cuatro elementos:

Sujeto: *Es quien desarrolla la actividad, el Investigador de Mercados.*

Objeto: *Lo que se indaga, la materia o el tema (el mercado, los diferentes niveles de precios).*

Medio: *Lo que se requiere para llevar a cabo la actividad. Conjunto de métodos y técnicas (investigación en terreno, instrumentos aplicados)*

Fin: *Lo que se persigue, los propósitos de la búsqueda (reunir datos para: ordenarlos, sistematizarlos, analizarlos y convertirlos en información y transformar a esta en conocimiento para su divulgación).*

Al tipo de investigación aplicada en el Sistema se la puede ubicar como racional o crítica, la actividad de búsqueda que se caracteriza por ser reflexiva, sistemática y metódica, que tiene por finalidad obtener conocimientos y solucionar problemas empírico-técnicos y que se desarrolla mediante un proceso.

La Investigación de Mercados es la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el encargado del mercadeo, por medio de información que se usa para:

- *Identificar y definir oportunidades y problemas de mercado*
- *Para generar, afinar y evaluar actos de mercadeo*
- *Para vigilar la actuación de esta función*
- *Para perfeccionar la comprensión del proceso de mercadeo*

6.1. Organización

Los niveles jerárquicos que se consideran en la organización de esta investigación están dados en el siguiente orden:

- I. Coordinación General del Sistema de Información Nacional.-** *Es la instancia directamente responsable de dictar los lineamientos sobre las políticas y operaciones del Sistema de Información de Mercados Agro-Productivos*
- II. Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales.-** *Dirección, Sistema de Información del Agro, encargada de la coordinación en la planificación y ejecución del Sistema, del seguimiento y evaluación de las operaciones y de la validez de los resultados; además que las fases del sistema se cubran con eficiencia y oportunidad*
- III. Administración operativa.-** *A cargo del Administrador Nacional sus principales funciones son apoyar y supervisar la fase de investigación de precios, verificar y validar los resultados obtenidos, ejecutar y apoyar la divulgación de la información, capacitar a las/os integrantes del Sistema a nivel nacional*
- IV. Coordinación Regional.-** *Tendrá como funciones principales: Ayudar en la ejecución de la recolección de los datos, en el caso de así requerirlo, para lo cual cumplirá las siguientes funciones: Observar el trabajo que realiza el investigador de mercado, a fin de verificar el cabal cumplimiento de las instrucciones impartidas; revisar y analizar los precios recabados y verificar la calidad de los datos; capacitar a los Investigadores; y, otras labores relacionadas con el levantamiento de la información.*
- V. Unidades Zonales de información.-** *A cargo de los investigadores de mercados encargados de la planificación y ejecución de la investigación de precios que se registran a nivel de productor (finca, ferias rurales) en los diferentes tipos de mercados*

6.3. Del Investigador de Mercados

Entre las cualidades con que debe contar un investigador, además de cierto dominio de la materia en que se investiga, encontramos las siguientes:

- *Actitud cognoscitiva*
- *Actitud moral*
- *Actitud reflexiva*
- *Actitud objetiva*

- *Habilidad en el manejo de métodos y técnicas*
- *Ordenado*
- *Perseverante*

Competencias.- *Investigar los precios que se registran a diferentes niveles y establecimientos. Los investigadores de mercados, tienen a su cargo el levantamiento de:*

1. *Precios recibidos por el productor Agropecuario,*
2. *Precios de venta Mercados Mayoristas,*
3. *Precios de compra y venta de la Industrias,*
4. *Precios de venta de ganado en pie Ferias Ganaderas,*
5. *Precios de venta en Centros de Faenamiento y*
6. *Precios de venta en Bodegas Comerciales*

El trabajo del Investigador es, sin lugar a dudas, muy importante dentro del operativo para generar la información requerida por el Sistema y de su desempeño y sentido de responsabilidad depende, en buena parte, que los datos que se obtengan sean confiables para el país en general y para los diferentes agentes que intervienen en el mercado en particular.

Obligaciones del investigador de mercados.- *Son obligaciones del Investigador las siguientes:*

- a) *Asistir puntualmente y participar activamente en los cursos de capacitación y más eventos que programe la Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales.*
- b) *Estudiar detenida y cuidadosamente estas Instrucciones a fin de llegar a su total comprensión*
- c) *Cumplir con todas las instrucciones que se impartan en Manuales e instructivos elaborados por la Dirección de Investigación y Gestión de Datos Multisectoriales DIGDM/SINA.*
- d) *Acatar las instrucciones del Administrador para informarle oportunamente sobre las dificultades que enfrenta en la ejecución de las tareas encomendadas que no pueda resolver o de anomalías que se presenten en su trabajo.*
- e) *Realizar personalmente y con absoluta diligencia y responsabilidad las tareas encomendadas en las líneas asignadas para su trabajo.*
- f) *Laborar durante el periodo de recolección de los datos sin considerar un horario regular, similar al que se tiene en la administración política, pues a menudo es necesario trabajar muy temprano en la mañana con el objeto de recopilar los datos requeridos por el Sistema.*
- g) *Remitir la información a planta Central en los horarios y formatos establecidos (Ver Anexo Regional)*

- h) Es deber del Investigador asegurar la continuidad de la información durante su ausencia. Es de alta prioridad la llegada de la información en forma oportuna para lo cual el Investigador, solicitara a la Coordinación Regional su reemplazo durante ausencias causadas por vacaciones, enfermedades, etc.*
- i) En caso de dudas, siempre deber consultar este Manual, al Administrador o a Oficina Central - Quito. El Investigador de mercados deber llevar consigo este Manual, en los cursos de capacitación así como en los trabajos de recolección de los precios en el campo a fin de poder efectuar las consultas necesarias en los casos que así lo ameriten.*

Prohibiciones al investigador de mercados.- *Se establece terminantemente las siguientes prohibiciones que deben ser observadas por el investigador:*

- a) No desempeñar otra labor mientras este efectuando la recolección de los precios.*
- b) Revelar, divulgar o comentar los datos obtenidos. Los documentos de la investigación solo pueden ser revisados por el administrador u otro funcionario del MAGAP debidamente acreditado.*
- c) Se prohíbe registrar la información en otros documentos que no sean los cuestionarios y registros auxiliares entregados para el efecto.*

Documentos y materiales que recibirá el investigador.- *Los documentos y materiales requeridos por el investigador, a fin de realizar su trabajo, son los siguientes:*

- *Manual Metodológico de Precios de Productos agrícolas*
- *Manual Metodológico de Precios de Productos pecuarios*
- *Anexo Provincial*
- *Catalogo de Empaques y unidades de medida de productos*
- *Cuestionarios.*

6.3. Investigación de Campo

Encuesta inicial.- *La encuesta realizada en la primera visita a un productor, representante y Comerciante mayorista es con el fin de obtener un perfil de sus condiciones de producción, comercialización y verificar si reúne las características mínimas para ser encuestado, para ello es necesario:*

- *Presentar el sistema y su importancia para el mejoramiento de la toma de decisiones para el sector agropecuario.*
- *Identificar las actividades de producción, comercialización y apoyo institucional para el sector en cada Unidad de Observación, así como la ubicación de los principales productores.*
- *Conocer la dinámica económica de cada Unidad de Investigación.*

- *Realizar un diagnóstico sobre los posibles informantes que reúnan las condiciones exigidas y quieran participar en el sistema.*

Visita de reconocimiento

- *Debe ser gestionada con anterioridad y por teléfono pidiendo citas en las los diferentes establecimientos de comercialización como productores, gremios agropecuarios, comunidades, Industrias, Alcaldías, o las instituciones que la reemplacen en sus funciones de comercialización como Mercados Mayoristas y Centros de Faenamiento.*
- *Cuando sea posible el coordinador regional acompaña al investigador en esta visita*
- *El investigador debe tener a su disposición copias del último reporte de precios y de una carta de presentación firmada por el coordinador regional para entregar en las entidades y a los diferentes agentes de comercialización visitados.*
- *Al final el investigador de mercados debe realizar un informe de resultados.*

Elaboración del Directorio de Informantes.- *La Elaboración del Directorio de Informantes, es de importancia para los proceso de investigación, validación, procesamiento y difusión. Es de responsabilidad del Investigador de Mercados construir y actualizar este directorio, quien previo a un diagnóstico del área de investigación, identificarán a informantes de:*

- *Productores y*
- *Representantes de Industrias*

Esta base de Datos deberá contener información general y específica por nivel y tipo (Ver Formatos, B-01, D-01, D-03, D-05, E-01, E-03, E-05, E-07, E-09).

Esta información, permitirá construir una base de datos de los informantes, quienes serán los encargados de proporcionar información. En la medida de las opciones que se tenga, investigará los precios a distintos informantes con el fin de evitar que la investigación se centre en un número reducido y que al pasar el tiempo provoque cansancio y desinterés para entregar la información

Plan de investigación.- *Las etapas de la investigación de precios y noticias de mercado son las siguientes:*

- *Planeación de la investigación*
- *Recopilación de datos.*
- *Tabulación*
- *Análisis.*

AGRÍCOLA

Planeación de la investigación.- La primera etapa de planeación es la más importante pues en ella se define el objetivo de la investigación. En este caso se cuenta con los lineamientos metodológicos que responden a una serie de preguntas como:

- ¿Para qué necesito la investigación?
- ¿Qué datos necesito averiguar?
- ¿Cuándo lo hará?
- ¿Dónde lo hará?

La respuesta a las preguntas anteriores se describen en los capítulos anteriores y Anexos de:

- Listado de Productos seleccionados
- Especificación y/o características de los productos
- Identificación de Provincias, Cantones y Establecimientos comerciales
- Calendarios de investigación

Recopilación de datos.-

Precios recibidos por el productor agropecuario.- De acuerdo al diagnóstico provincial y la zonificación que se realice a nivel provincial y por producto, se determinará el número de datos o precios que se recabará en cada Unidad de Observación identificados como zonas potenciales.

En esta fase debemos identificar el formulario diseñado para cada producto seleccionado en cada unidad de observación (**Ver Anexo Provincial**), convirtiéndose este documento en una bitácora en el que registrara el comportamiento de los precios durante tiempo de cosecha (**Ver Formato B-03**).

En la perspectiva de que estos precios deben ser útiles al agricultor debe tomar en cuenta la variedad, madurez y la calidad de los productos investigados; sin embargo, en los casos que la venta de los productos no se realice distinguiendo variedad, ni calidad, los precios se investigarán a nivel genérico. Los precios que se obtengan deben resultar de las transacciones comerciales efectuadas; es decir, debe tomarse en cuenta ¿Cuándo y cuanto se vendió? y a ¿Qué precio?; ello, a efecto de calcular promedios ponderados.

Para que el proceso de recolección sea ágil se han establecido frecuencias de investigación, es decir un cronograma de visitas (**Ver Anexo Regional**), basados en los porcentajes de contribución mensual con relación al total cantonal, este cronograma permite al Investigador elaborar un Plan de recorrido a fin de que su desplazamiento en el terreno sea eficaz y se logre en el transcurso de su trabajo de campo los

resultados esperados. Es importante que este Plan de recorrido sea conocido por el coordinador regional para efectos de supervisión.

Algo muy importante, el investigador debe recalcar al productor, una y otra vez, que la presente investigación no tiene nada que ver con aspectos de fiscalización tributaria; es decir, el SRI.

Precios de Agroindustrias.- Identificadas las industrias y centros de acopio presentes en cada provincia y luego de realizar una visita preliminar de reconocimiento y promoción por parte de los Investigadores de mercados, se procederá a realizar las visitas establecidas según calendario (**Ver Anexo Provincial**). En una primera etapa es aconsejable la visita presencial, que en el transcurso de tiempo serán esporádicas debido a que para el proceso de retroalimentación se utilizará el servicio telefónico o Internet.

El investigador de Mercados debe estar atento a las necesidades de información por parte de la Industria, por lo que deberá distribuir información que considere de interés para su informante. La información será recabada en los 5 primeros días de cada mes si es el caso, para la industria donde la frecuencia es inferior a la mensual se programa la visita en el día que se acuerde con el representante o funcionario asignado a la entrega de la información.

El formulario diseñado para cada industria captará información de precios de los ,productos de materias primas y elaboradas actualmente tranzados. (**Ver Formatos D-02, D-04, D-06, E-02, E-04, E-06, E-08, E-10**)

Precios de Mercados Mayorista.- Los mercados mayoristas identificados como tales cuya comercialización es la de productos frescos, serán visitados por el Investigador de Mercados en los horarios y días establecidos (**Ver Anexo Provincial**), en la mayoría de mercados contamos con la cooperación técnica de las Administraciones y/o Gerencias de los mercados quienes participarán del proceso y recolección y difusión bajo la asesoría y supervisión del Investigador de Mercados del MAGAP.

El Investigador utilizará el formulario establecido (**Ver Formato F-02**) para cada mercado el mismo que contiene el o los productos en sus diferentes unidades de medidas o empaque, se capturará un solo precio por cada producto y por cada unidad de medida que esté sea comercializado, Es decir el Investigador de Mercados deberá reconocer el precio que represente el promedio de la jornada.

Parametrización, en el transcurso del tiempo y debido a la demanda interna y las políticas para la unificación de unidades de medidas, los empaques de ciertos productos sufrirán cambios significativos por lo que el Investigador de Mercados debe informar a

AGRÍCOLA

Planta Central la presencia de la nueva unidad de medida, por lo que se procederá a tomar información de la misma y a la inclusión de nuevo empaque al catálogo de productos de la Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales.

Precios de Bodegas Comerciales.- *Identificadas las Bodegas Comerciales, el investigador de Mercados procederá a visitar estos establecimientos en los días y horas establecidas (Ver Formato F-03 y Anexo Provincial). La obtención de estos precios reflejará la cotización de compra de los intermediarios de los productos industrializados.*

Protocolo.-

- *Saludar e identificarse.*
- *Entregar el último reporte publicado y comentar brevemente alguna información que considere de interés para el productor.*
- *Llenar la planilla correspondiente con la información suministrada por el informante (usar esfero negro o azul, además de letra mayúscula y números claros).*
- *Revisar los datos recibidos.*
- *Hacer las preguntas relacionadas con la información suministrada y los cambios ocurridos respecto a la muestra anterior para obtener los comentarios.*
- *Tomar nota de los comentarios correspondientes en la planilla.*
- *Dar las gracias y despedirse recordando que volverá a visitar en una próxima ocasión.*



INTRODUCCIÓN

La actividad ganadera, en las últimas décadas viene adquiriendo mayor relevancia en la actividad económica del país, debido a la creciente demanda de productos cárnicos que conforman la canasta alimenticia de la población. Esta situación ha motivado que estas crianzas logren avances tecnológicos significativos en el proceso productivo e industrial, contribuyendo a satisfacer la demanda interna.

Si se toma como base la muestra censal del año 2000, la producción pecuaria nacional, la mayor proporción corresponde a la ganadería bovina de doble propósito, es decir, para la producción de carne y leche. La ganadería bovina ha mejorado su calidad mediante la importación de razas puras para las zonas de la Sierra; en la Costa, por el contrario, se ha cruzado el ganado criollo con el cebú y con vacunos Brown Swiss. En conjunto, el ganado vacuno compone la especie más importante de la ganadería, seguido en orden de importancia por la especie porcina.

Otro de los productos del sector ganadero es el lácteo, la disponibilidad de leche cruda para el consumo humano e industrial representa cerca del 75% de la producción bruta. La leche cruda se destina en:

- 61.5% Vendida en líquido
- 25% Procesada en la UPA
- 13% Consumo en la UPA
- 0.4% Destinada a otros fines
- 0.2% Alimentación de terneros

La actividad avícola es una actividad agroindustrial que inicia en el cultivo y comercialización de materias primas como el maíz, el sorgo y la soya principalmente; seguida de la producción de alimento balanceado, la crianza de aves, el procesamiento, la distribución, el transporte y la comercialización.

En el Ecuador la producción de carne de pollo es el rubro de mayor importancia debido a que existe una gran demanda de la población por las carnes blancas, ya que este es un producto sano, fresco y accesible a la economía de los ecuatorianos. El consumo anual es de 24.30 kilos de pollo por habitante año (HB2008). La cadena agroalimentaria materia prima-balanceado-avicultura, en términos de valor bruto de la producción, se puede comparar con lo que genera el cultivo de banano siendo el más importante en términos económicos dentro del Agro.

PECUARIO

SECCIÓN 1.- IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS

En el manual metodológico para la investigación de precios de productos agrícolas se detalla en forma más extensa la metodología de identificación de productos que se investigarán dentro del sistema de información de precios. En esta sección mencionaremos algunas consideraciones específicas para el sector pecuario y los resultados obtenidos.

En este manual y en forma resumida indicaremos que para la selección de productos se consideró aspectos económicos y sociales de productores y consumidores. Indicadores como valor bruto de la producción (VBP), Valor de las exportaciones, Productos de la Canasta básica de alimentos y mano de obra involucrada directamente en la producción agrícola, fueron valorados y combinados para obtener un solo indicador a fin de determinar el orden de importancia de los productos en el Agro.

El indicador combinado se expresa a través de la siguiente fórmula:

$$I_c = \sum_{i=1}^{71} I_{c_i} = 1, \quad \text{y } I_{c_i} \text{ se expresa como } I_{c_i} = \sum_{j=1}^4 P_j * I_{ij}$$

Donde:

I_{c_i} = Indicador combinado del producto i

I_{ij} = Indicador Parcial (Valor bruto, valor exportado, canasta básica y mano de obra) del producto i

P_j = Ponderador del Indicador j

Los resultados se muestran en el siguiente cuadro (cuadro #1). Los productos se encuentran ordenados desde el que tiene mayor contribución hasta el menor; sólo se presentan los productos del sector que serán investigados a nivel de campo de un total de 71 ítems que constituyeron el universo de análisis.

Según el indicador combinado, el producto banano es el más importante con un valor de 19,90% seguido en orden de importancia por la leche, pollos, y bovinos pertenecientes al sector pecuario y que representan el 27.05% del total.

De los 29 productos seleccionados, 5 de ellos pertenecen al sector pecuario (leche, pollo, carne de bovino, carne de porcino y huevos), los mismos que serán investigados a nivel de campo y, objeto de este manual metodológico.

En las secciones siguientes describiremos para los cinco productos, identificados como importantes, los lugares de investigación, periodicidad y categoría de productos a investigarse.

Cuadro #1. - Criterio combinado de selección

Nº	CULTIVOS	CRITERIO COMBINADO	ACUMULADO
1	BANANO	19,90%	19,90%
2	LECHE	10,81%	30,71%
3	POLLO	7,50%	38,21%
4	GANADO BOVINO	6,45%	44,66%
5	ARROZ	5,19%	49,85%
6	CACAO	4,74%	54,59%
7	GANADO PORCINO	4,06%	58,65%
8	PLÁTANO	3,29%	61,94%
9	TRIGO	3,02%	64,96%
10	MAÍZ DURO	2,40%	67,36%
11	CAÑA DE AZÚCAR PARA AZÚCAR	2,24%	69,60%
12	PALMA AFRICANA	2,22%	71,82%
13	MAÍZ SUAVE	1,97%	73,79%
14	PAPA	1,91%	75,70%
15	CAFÉ	1,84%	77,54%
16	HUEVO	1,82%	79,36%
17	FREJOL	1,14%	80,50%
18	PALMITO	0,92%	81,42%
19	TOMATE RIÑÓN	0,84%	82,26%
20	CEBOLLA BULBO	0,72%	82,98%
21	BRÓCOLI	0,64%	83,62%
22	TOMATE DE ÁRBOL	0,52%	84,14%
23	ARVEJA	0,51%	84,65%
24	PIÑA	0,51%	85,16%
25	CAÑA DE AZÚCAR PARA OTROS USOS	0,49%	85,65%
26	MARACUYÁ		
27	SOYA		
28	NARANJILLA		
29	YUCA		

El sector pecuario es un sector importante dentro de la economía del país, las cifras así lo demuestran:

- Representa el 36.4% del valor bruto de toda la producción del sector agropecuario (exceptuando pesca y acuicultura),*
- El consumidor destina cerca del 44% de su gasto en alimentos y bebidas a rubros relacionado con productos pecuarios*
- Cuatro de cada diez personas vinculadas a la producción en el sector agropecuario trabajan en el sector pecuario.*

PECUARIO

SECCIÓN 2.- CÁRNICOS

2.1 Agentes de comercialización

Con el propósito de alcanzar un mayor grado de comprensión de la estructura del mercado y el flujo de los productos pecuarios desde sus lugares de origen hacia sus destinos finales, se presenta una descripción de los agentes que interviene en el proceso de la comercialización y las principales funciones que realizan.

El Ganadero.- *Genera la producción ganadera en condiciones altamente diversas en lo relacionado a la disponibilidad de medios de producción, acceso al crédito, asistencia técnica e incorporación de tecnología; la mayor proporción de estos son grandes y medianos que ofertan heterogéneos volúmenes de ganado y consecuentemente distintas formas y posibilidades de vinculación con las Ferias Ganaderas, que en su mayoría lo hace a través de agentes comerciales que operan a nivel rural y generalmente poseen el mayor poder de negociación.*

El Acopiador Rural

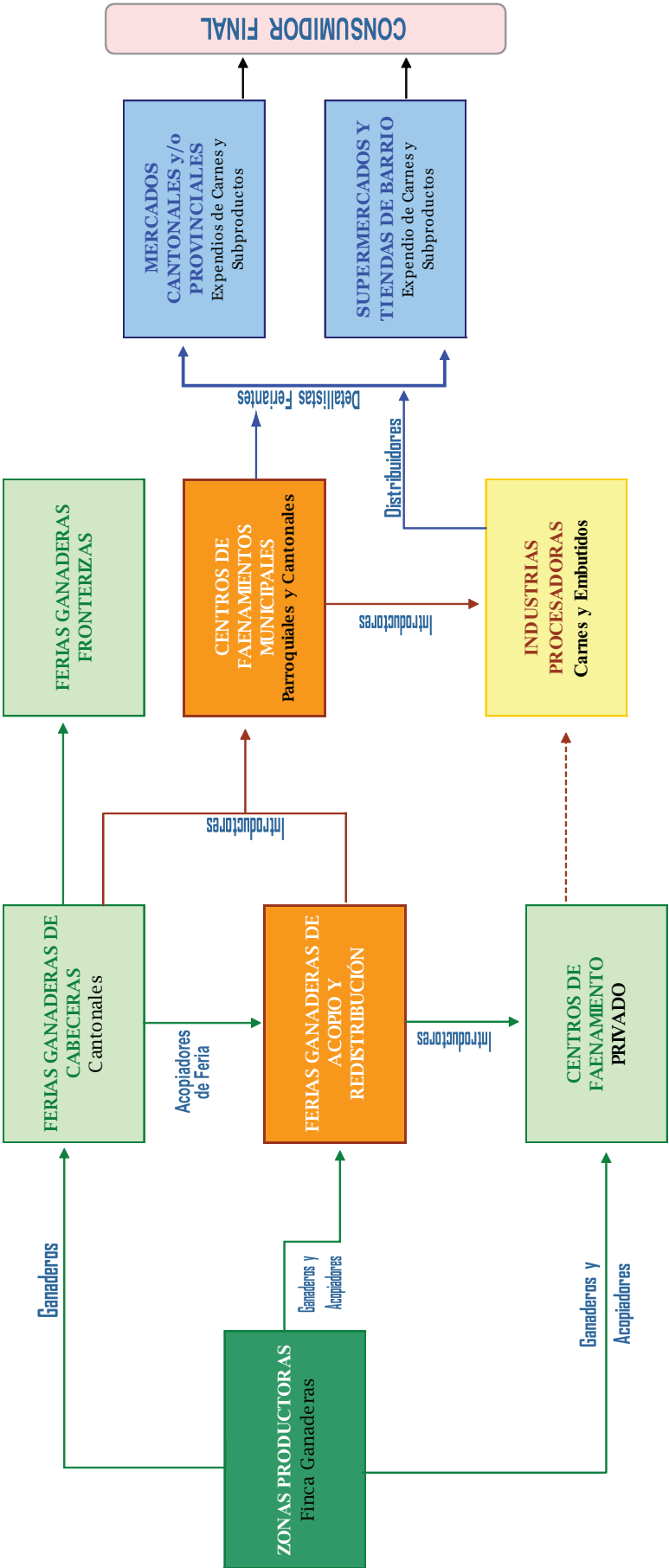
Para el desarrollo de esta función existe diferentes tipos de agentes, que representan el primer nexo entre los productores y el resto de participantes, mediante la recolección de la producción de pequeños lotes que ofertan los productores, sea a nivel de finca (en mayor proporción en la costa) o en las ferias rurales (en la sierra).

Acopiadores de ferias – Ganado.- *Son agentes que tienen un alto grado de incidencia tanto en la captación de cantidades, y especies, como en la formación del precio; su actuación se basa en el manejo y almacenamiento de ganado y, de la prestación de servicios adicionales, como la provisión de alimentos e insumos, de préstamos y de vinculaciones sociales con los productores.*

Mayoristas Introdutores – Ganado.- *Su número es reducido y manejan una línea específica sea solo ganado bovino, porcino u ovino. Operan en las principales ciudades y ferias de concentración y redistribución, como los de Sto. Domingo de los Tsáchilas, El Carmen, y Ambato principalmente, son los agentes que lideran y controlan las operaciones del mercado y de los precios a nivel nacional, en base al manejo de grandes capitales de operación, de instalaciones para el almacenamiento y de un amplio conocimiento de las condiciones de la oferta, demanda y precios.*

Consolidan su poder de negociación a través de una estrecha vinculación y concertación comercial entre ellos y con otros comerciantes mayoristas de menor escala, ganaderos grandes de diferentes zonas y, a través de la actividad de sus agentes de compra a nivel rural. Su forma de operación tiene características

FLUJOS DE COMERCIALIZACIÓN DE GANADO



PECUARIO

combinadas de oligopolio-oligopsonio, lo que les permite imponer sus condiciones de precios, pesos y calidades tanto en la compra como en la venta. Estos tipos de agentes se relacionan directamente con los establecimientos de Faenamiento

El Minorista (Al detal).- *A este nivel actúan diferentes tipos de agentes de acuerdo al producto que comercializan: Vendedores en Tercenas, Distribuidores, detallistas de alta escala de operación como supermercados, así, como vendedores en puestos fijos de los mercados detallistas, feriantes y tenderos.*

2.2 Tipología de Mercados

Existe un alto grado de relación entre los agentes que intervienen en el proceso de comercialización, que propicia el flujo físico de ganado desde las fincas ganaderas hacia los centros de consumo, es decir que los mercados se caracterizan o se clasifican por los tipos de agentes que operan en estos, los volúmenes y tipos de transacciones que se realizan y su ubicación espacial.

Ferias Ganaderas de Cabecera.- *Están ubicados en centros poblados, donde se desarrollan las ferias. Estos son mercados de acopio rurales a los que concurren como principales oferentes los productores y/o ganaderos, y, como demandantes actúan los acopiadores de feria e intermediario locales.*

Estas ferias se realizan en forma periódica, generalmente en un día determinado de la semana. Esta frecuencia de funcionamiento tiene un alto grado de articulación entre estas y, de vinculación y secuencia en el tiempo con las que se desarrollan las ferias Ganaderas de Acopio

Ferias Ganaderas de Acopio.- *Cumplen una doble función, la de acopio o concentración y la de redistribución a otras ferias, especialmente terminales y fronterizas por lo tanto podrían denominarse también mercados de tránsito. Tiene amplias áreas de influencia tanto para el acopio, precios referenciales como para la distribución. En este grupo se encuentran las ferias Ganaderas de Ambato, Santo Domingo de los Tsáchilas y El Carmen.*

Ferias Ganaderas Fronterizas.- *Son los que funcionan en los centros poblados de las zonas fronterizas; San Gabriel (Carchi) para el caso de Colombia teniendo como nexos Tulcán y, en el caso de Perú, vinculado con Loja en Ecuador. En este tipo de mercado los precios de las transacciones varían en similar dirección e intensidad que los cambios de precios al interior de los países vecinos, los que a su vez se reflejan en el comportamiento y niveles de precios en el mercado interno del Ecuador.*

Empresas de Faenamiento de Ganado (Camales).- *La empresa de rastro tiene como finalidad el sacrificio de animales para obtener y procesar carne fresca de calidad sanitaria, apta para el consumo humano. Debe contar con infraestructura y equipo expreso a sus funciones.*

El Ecuador cuenta con más de 200 mataderos localizados, 45% en la Sierra, 38% en la costa y 17% en la Región Amazónica y Galápagos. La mayoría son de propiedad y están administrados por los municipios; el 81% de los mataderos están ubicados en áreas urbanas, 7% en semi urbanas y 12% son rurales

Industria de Cárnicos.- *La industria cárnica es un sector importante dentro de la economía de nuestro país, con una estructura mayoritariamente de pequeñas y medianas empresas, están dedicadas al corte, empacado al vacío y elaboración de embutidos. Su expendio es directo a los centro de abastecimiento masivo.*

En el cuadro de flujos de Comercialización de Ganado se han identificado a los establecimientos que serán investigados para la captura de la información sobre precios.

PECUARIO

2.3.- Ferias Ganaderas



El presente documento contiene lineamientos metodológicos que se aplicarán para llegar a determinar en forma objetiva y con mayor precisión la variable precios recibidos al productor pecuario.

2.3.1.- Identificación de productos por categorías.- *Identificados ya los productos, Bovino y Porcino que serán monitoreados, se debe considerar ciertas características para la identificación de Categorías*

EDAD: *La edad juega un papel importante en la terneza de la carne, a menor edad mayor blandura de los músculos, la carne es más tierna.*

SEXO: *En cuanto al sexo de las reses, se prefieren los animales machos castrados (novillos) a edad muy temprana, porque de esa manera obtienen canales con óptima conformación y terminado con más del 60% del peso de la canal recargada en los cuartos posteriores o piernas.*

Para efectos de identificar las categorías representativas comercializadas en las diferentes regiones se realizó algunas actividades de campo y entrevistas con

comerciantes ganaderos. Para la región Costa, mayoritariamente dedicada a la cría de ganado de carne se estableció las siguientes categorías de ganado bovino que se investigarán en las ferias ganaderas y que se muestran a continuación.

GANADO BOVINO DE CARNE - Región Costa

CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN	PESO PROM.
Toros	Vacuno macho de más de 18 meses de edad, sin castrar	1000 a 1300 Lbr.
Torettes	Vacuno macho de 6 a 18 meses de edad	800 a 1200 Lbr.
Vacas	Vacuno hembra que ha parido por lo menos una vez de 2 a 3 años de edad	750 a 850 Lbr.
Vaonas	Vacuno hembra mayor de 18 meses de edad, que no ha tenido ningún parto, pudiendo estar preñada o no	650 a 750 Lbr.

En la serranía Ecuatoriana la crianza de ganado de leche es preponderante. Por tal razón los pesos y edad tienen una relación diferente a la que se observa en el ganado de engorde; esta diferencia genera una categorización diferente para este tipo de ganado destinado al consumo humano, las categorías se describen a continuación y son las que se investigarán.

GANADO BOVINO DE CARNE - Región Sierra

CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN	PESO PROM.
Torettes o Novillos para engorde	Vacuno macho que se encuentran entre los 8 a 18 meses.	250 a 450 Lbr.
Animales Cebados	Vacuno que luego de su engorde están destinados a ser faenados o enviados al camal y se encuentran entre los 2 1/2 a 3 años.	750 a 850 Lbr.

Las categorías identificadas para porcinos es la que se muestra a continuación. En este segmento pecuario la categorización se ha presentado menos problemática, que en el segmento bovino, debido a una mayor estandarización en la comercialización

PECUARIO

GANADO PORCINO

CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN	PESO PROM.
Lechón	Porcino desde el nacimiento hasta el destete de 40 a 45 días	20 a 30 Lbr.
Cerdo para engorde	Porcino desde el destete hasta 3 meses de edad.	30 a 90 Lbr.
Cerdo Cebado	Porcino desde los 3 meses hasta los 6 meses de edad	180 a 200 Lbr.
Cerdo adulto de Descarte	Porcino hembra o macho de mas de 1 1/2 año de edad	200 a 300 Lbr.

Fuente y Elaboración: Dirección Provincial de Pichincha / Dr. Miguel Landázuri

2.3.2.- Identificación de ferias de ganado

Para identificación de las ferias ganaderas fue necesario analizar variables como los canales de comercialización, volúmenes de transacción o relevancia del mismo, así como también la función que presta la feria (acopio y/o redistribución), cobertura, periodicidad, entre otras características.

Bajo las consideraciones anotadas anteriormente se seleccionaron las siguientes ferias ganaderas:

- 1) Feria de Ganado de Sto. Domingo de los Tsáchilas (ASOGANSD)
- 2) Feria de Ganado de Ambato
- 3) Feria de Ganado de El Carmen
- 4) Feria de Ganado de San Gabriel

2.3.3.- Frecuencia de recolección

Para la identificación de horarios se consideran los días y horas en los que se debe tomar los precios a nivel de feria. Estos días y horas son identificados por feria y por producto, ya que cada feria tiene sus propias características de funcionamiento.

Identificación de días de Feria.- *Cada mercado seleccionado tiene claramente fijado los días de feria, es decir aquellos en donde las transacciones comerciales son en mayor escala. Las Ferias Ganaderas con una infraestructura cerrada, generalmente funcionan dos días de la semana, días en que se realiza una mayor cantidad de transacciones comerciales. En los mercados abiertos, habitualmente sus actividades se centran en un día a la semana.*

Identificación de horas.- En un período de tiempo se deberá identificar los momentos en donde la comercialización alcanza los niveles altos y bajos. El nivel alto será considerado cuando se produce la mayor cantidad de transacciones y el nivel bajo cuando éstas alcancen el menor número de transacciones al mayoreo.

La recopilación de los datos la ejecutarán los Reporteros de Precios dentro de sus respectivas jurisdicciones (en cada una de sus respectivas Plazas). En las ferias Ganaderas, la recolección de los datos se efectuará de acuerdo con el horario establecido en el siguiente cuadro:

CALENDARIO DE INVESTIGACIÓN

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Sto. Domingo de lo Tsáchilas		ASOGANSO		ASOGANSO			
El Carmen	05H00 - 08H00				05H00 - 08H00		
Ambato	05H00 - 08H00						
San Gabriel						05H00 - 08H00	

La Asociación de Ganaderos de Santo Domingo de los Tsáchilas–ASOGANSO, cuenta con un departamento que lleva estadísticas transaccionales y publican información en forma semanal a través de su página WEB (www.asoganso.com). Se tomará la información de esta fuente como válida; en este mercado se comercializa alrededor del 40% del ganado de carne del país y es un referente de precios para las demás ferias de ganado del país.

Para el resto de ferias identificadas, se levantará 3 transacciones por categoría a través de entrevista directa al agente vendedor. **(Ver Formatos G-01, G-02)**

2.3.4.- Desarrollo Operativo para ferias ganaderas

El Reportero de precios, en la medida de las opciones que se tenga, investigará los precios a distintos ganaderos e introductores (siempre de acuerdo al tamaño de la muestra) con el fin de evitar que la investigación se centre en un número reducido y que al pasar el tiempo provoque cansancio y desinterés para entregar la información.

Recolección.- La recolección de precios implica un trabajo minucioso y de mucha responsabilidad, es la base del sistema. El procesamiento y el análisis dependen de esta primera etapa. El proceso de recolección estará a cargo del Reportero de Precios, quien trabajará en función de las instrucciones descritas y parámetros definidos en este Manual.

PECUARIO

Ya establecidos los productos, categorías, establecimientos, cobertura, frecuencia, tamaño de la muestra, se procederá a la investigación de precios y noticias de mercado. Este proceso se realiza utilizando el formulario diseñado para el efecto, el cual facilita el registro de los precios investigados.

También reportará información pertinente con respecto al comportamiento o sucesos relevantes, en el espacio asignado para tal efecto en el formulario.

El precio que registrará en la boleta; para ganado vivo es el precio cotizado en el día de la feria ganadera. La información deberá consignarse en el formulario con las respectivas observaciones si las hubiere. (Ver Formatos G-01, G-02)

2.4.- Camales o Centros de Faenamiento



Para la investigación de precios en centros de faenamiento o camales se ha considerado a las tres ciudades más grandes del país por su población, éstas son Guayaquil, Quito y Cuenca que en conjunto concentran el 35% de los consumidores del país.

Los productos que se levantarán corresponden a carne de bovino y porcino a la canal; cada camal tiene su sistema propio de registro por lo que no se necesitará realizar encuestas o entrevistas a los agentes.

Cada camal seleccionado, dentro de la cobertura del Sistema, tiene claramente establecidos los días de faenamiento y la información capturada contiene las siguientes variables:

- *Número de animales sacrificados por especies y sexo,*
- *Peso promedio y*
- *Precio*

El reportero de precios deberá acudir o comunicarse cada lunes al camal para obtener información de la semana que ha concluido, considerando que la semana comprende de sábado a viernes, y registrar el precio promedio y el total de número de cabezas sacrificadas en el sistema de ingreso de datos elaborado para el efecto. (Ver Formato G-03)

El calendario de Investigación para los Centros de Faenamiento se establece los días lunes de 9H00 a 10H00 Para cada provincia se elaborará un anexo que contendrá lineamientos operativos para el levantamiento de la información.

PECUARIO

SECCIÓN 3.- LÁCTEOS Y DERIVADOS



El grupo de los lácteos (también productos lácteos o derivados lácteos) incluye alimentos como la leche y sus derivados procesados (generalmente fermentados). Las plantas industriales que producen estos alimentos pertenecen a la industria láctea y se caracterizan por la manipulación de un producto altamente perecedero, como la leche, que debe vigilarse y analizarse correctamente durante todos los pasos de la cadena de frío hasta su llegada al consumidor.



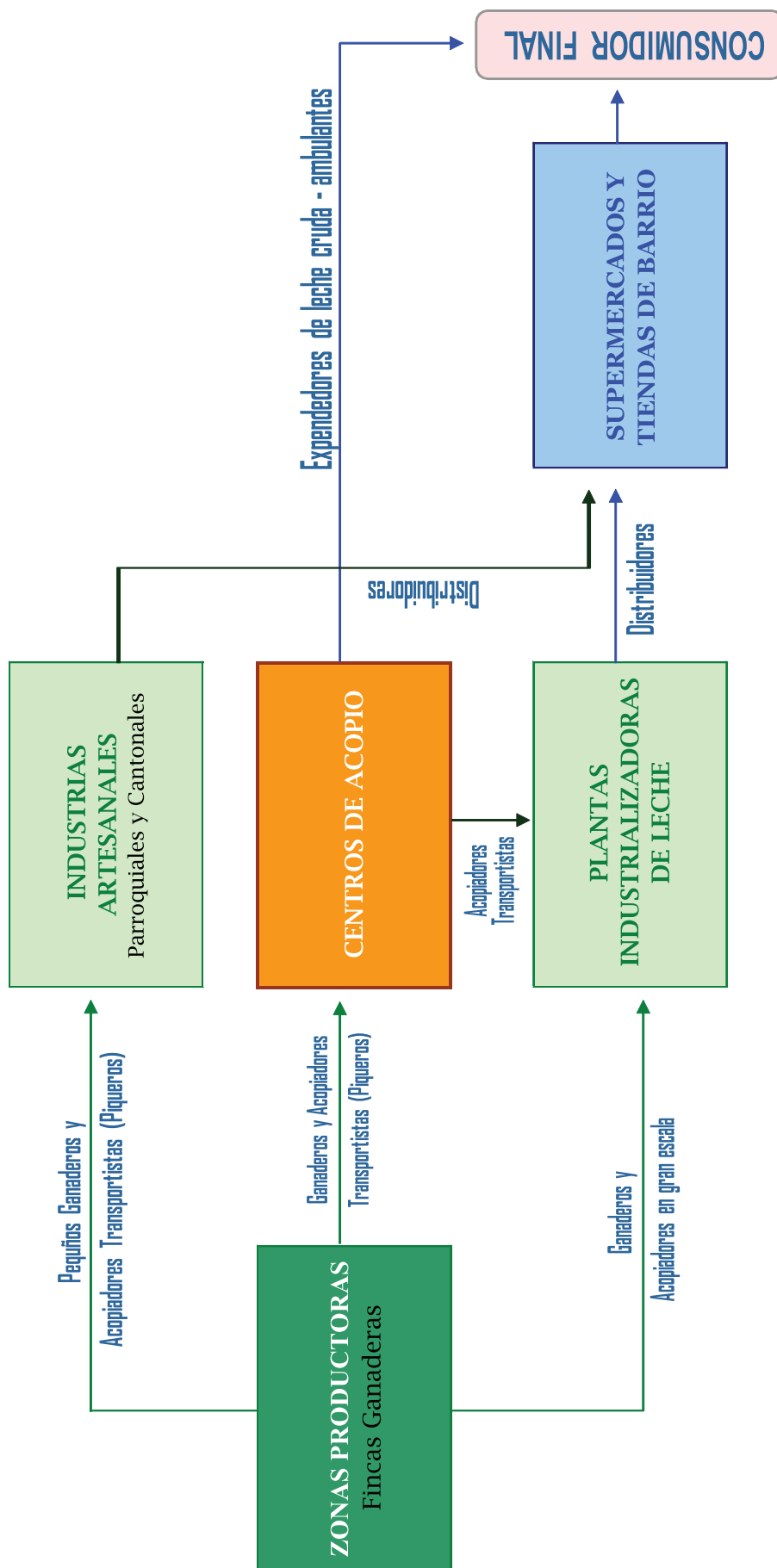
El consumo de productos lácteos ha experimentado, desde la década de 1950, un considerable crecimiento en la demanda mundial que ha llevado a la industria a superar retos tecnológicos importantes. Los sub-productos que genera esta industria incluyen una amplia gama que van desde los productos fermentados: yogur, quesos pasando por los no-fermentados: mantequilla, helado, etc.

3.1.- Canal de comercialización

El Ganadero

Existen grandes, medianos y pequeños productores de leche, estratificados según, volúmenes de producción, y tamaño de la unidad agropecuaria todos se encuentran repartidos de manera uniforme, siendo mayoría los pequeños y la mayor explotación

FLUJOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LECHE



PECUARIO

ubicada en la sierra. Según datos del III Censo Nacional Agropecuario del año 2000, la producción diaria de leche era de 3'525,027 litros, de los cuales el 13% son destinados para consumo propio o alimento para terneros, y el 86.56% se destina a la industrialización de la siguiente manera:

- 70.99% venden a las empresas acopiadoras. Se vende diariamente y el pago es recibido quincenalmente. Leche cruda destinada a las Plantas Industrializadoras de Leche.*
- 29% venden leche a los fabricantes de yogurt, queso y quesillo, Industria Artesanal*

La comercialización de la leche es particularmente difícil para los pequeños productores dispersos en las zonas rurales, el principal problema de los productores de leche en Ecuador es la constante variación del precio, lo cual obliga a trabajar sin seguridad y planificación de ningún, adicionalmente mantiene un alto grado de incertidumbre en los resultados, lo que puede afectar directamente en la inversión en el sector y la ampliación de cadenas productivas lácteas en este entorno. Los productores no poseen un contrato fijo firmado con los procesadores, obligándoles a trabajar con un alto riesgo, debido a que no pueden estar seguros si su leche va a ser vendida todos los días y si los precios van a ser regulares, esto no le favorece al momento de solicitar préstamos para producción por no poder proyectar con seguridad su negocio y se ven obligados a recurrir a otros métodos de obtención como hipoteca, o préstamos para consumo.

Acopiadores transportistas – Leche.- *Cuentan para su operación con unidades de transporte e implementos básicos como balanzas y tanques, un capital de operación propio o facilitado por terceros, generalmente comerciantes mayoristas (centros de acopio) e Industrias, cubren rutas de recorrido al interior de las áreas de producción en la que adquieren el producto. Para la venta del producto acopiado tienen como alternativa principal a los comerciantes mayoristas centros de acopio rural o urbano y la Industria Láctea.*

Mayoristas Acopiadores (leche cruda).- *Propician la tecnificación, modernización y capitalización de los pequeños productores de las principales cuencas lecheras del país, mediante la instalación de CENTROS DE ACOPIO de leche, que redunden en una mejor producción, conservación y calidad de la leche en estado natural, permitiendo mejorar las condiciones de negociación y el nivel de vida de los productores.*

Operan en las principales zonas ganaderas del país, captan la mayor cantidad de leche cruda de pequeños y medianos productores, son los principales abastecedores de las Industrias lácteas y actualmente están conformadas por organizaciones campesinas dedicadas a la INDUSTRIA ARTESANAL de queso y yogurt.

Centros de Acopio

El Centro de Acopio es el lugar donde se concentra la materia prima, es decir, la leche. Algunas de ellas pertenecen a cooperativas de productores, pero la mayor parte de las veces son propiedad de las empresas procesadoras grandes y medianas.

En este eslabón, la cadena cuenta con tres elementos:

- *Centro de Acopio de cooperativa.*
- *Centro de Acopio formal, es promovido por las empresas procesadoras.*
- *Acopio informal, constituido por la actividad del crudero, adquiere la leche directamente de los productores, para comercializarla o distribuirla directamente a los consumidores, sin higienizar.*

Plantas Industrializadoras de Leche.- *Se define la Planta para Procesamiento de Leche, como el establecimiento en el cual se modifica o transforma la leche para hacerla apta para consumo humano, que incluye las plantas para pasteurización, para pulverización u obtención de leche como materia prima para elaboración de derivados lácteos. Igualmente, a la Industria dedicada al enfriamiento, pasteurización y envasado de la leche con destino al consumo humano.*

Partiendo de esta premisa, el modelo de la cadena láctea tiene tres segmentos: Industria procesadora grande, pequeña y mediana e Industria artesanal (familiar), la industria acopia mas del 60% de la producción de leche cruda. De estas Industrias el 90% se encuentran ubicadas en el callejón interandino (sierra) con una fuerte concentración en las provincias del centro norte de la sierra (Pichincha, Cotopaxi, Imbabura, Carchi) y se dedican principalmente a la producción de leche pasteurizada, quesos, crema de leche y otros derivados en menor proporción.

El Minorista (Al detal)

Los canales utilizados preferentemente por grandes y medianas compañías procesadoras, les facilita una amplia cobertura de mercados y menores inversiones, pero se debilitan los controles de la comercialización y conservación de los productos. Esta actividad queda fuera del control de los fabricantes y mayoristas cuando no manejan su propio canal de distribución y/o medios de transporte

La industrial utiliza como canal de comercialización, el mayorista y minorista: estos dos tipos de canales para hacer la distribución de sus productos hasta los consumidores finales. Se define como comercializadores mayoristas aquellos que realizan sus transacciones en grandes volúmenes y normalmente revenden a otros comercializadores o consumidores institucionales. Comprenden: centrales de abastos cadenas de supermercados y distribuidores mayoristas. Por su parte, los

PECUARIO

comercializadores minoristas son aquellos que realizan operaciones al detal e incluyen: hipermercados, tiendas especializadas, tiendas de barrio, y plazas de mercado

3.2.- Identificación de fuentes de información

Las fuentes de información que se consideran para la investigación de precios de leche son:

- Productor
- Centro de Acopio
- Plantas industrializadoras de Leche

3.3.- Identificación de productos y frecuencia de recolección

Para efectuar el seguimiento de los precios a través del tiempo, el listado de productos fueron establecidos considerando aquellos productos de mayor incidencia comercial y su unidad de medida: **(Ver Formato B-03, E-12)**

- Materia prima (compras)
- Productos elaborados (ventas)

FUENTES DE INFORMACIÓN	COMPRAS	VENTAS
Productor		Leche cruda
Industrializadoras de Leche	Leche cruda	Leche entera Queso Fresco Yogurt
Centros de Acopio	Leche cruda	Leche cruda - refrigerada

La frecuencia de recolección para los centros de acopio y plantas industrializadoras de leches, serán mensuales; mientras que al nivel de productor, la frecuencia es establecida por las cargas de trabajo de los anexos provinciales.

SECCIÓN 4.- AVÍCOLA



La avicultura en el Ecuador constituye una de las actividades relevantes del sector agropecuario, en virtud de su gran aporte a lo largo de toda la cadena agroindustrial, desde la producción de materias primas como maíz amarillo duro, sorgo y soya

para la elaboración de alimentos balanceados y la generación de productos terminados como carne de pollo y huevos.

Es una de las actividades dinámicas del Sector Agropecuario, debido a la gran demanda de sus productos por todos los estratos de la población, incluso habiéndose ampliado los volúmenes de ventas en los mercados fronterizos.

4.1.- Canal de comercialización

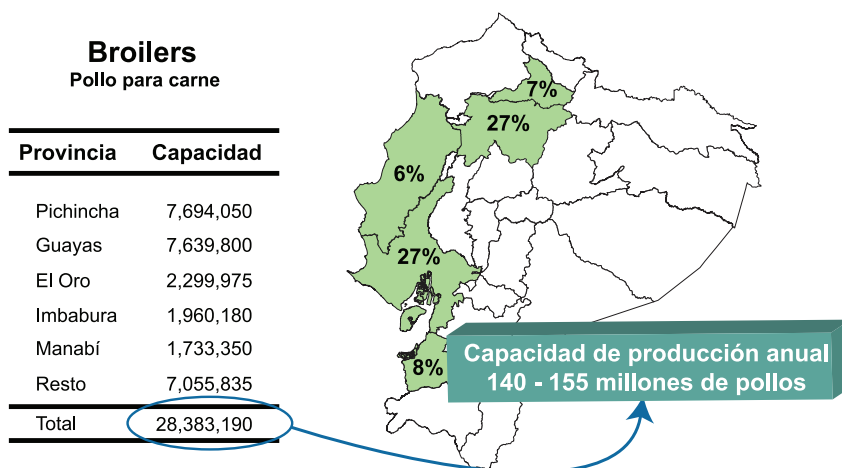
La industria avícola se conforma por una cadena de eslabones que inicia en el cultivo y comercialización de materias primas; seguido de la producción de alimento balanceado, la crianza de aves, el procesamiento, la distribución, el transporte, la comercialización, y el valor agregado; dentro de cada uno de estos segmentos existen varios círculos humanos, tales como mayoristas, compañías comercializadoras, intermediarios, importadores, exportadores, almaceneras y alrededor de esto existen varios servicios, tales como financieros, proveedores de insumos, asesoría técnica e investigativa, quienes, directa o indirectamente dependen de esta actividad.

PECUARIO

4.2.- Identificación de Mercados

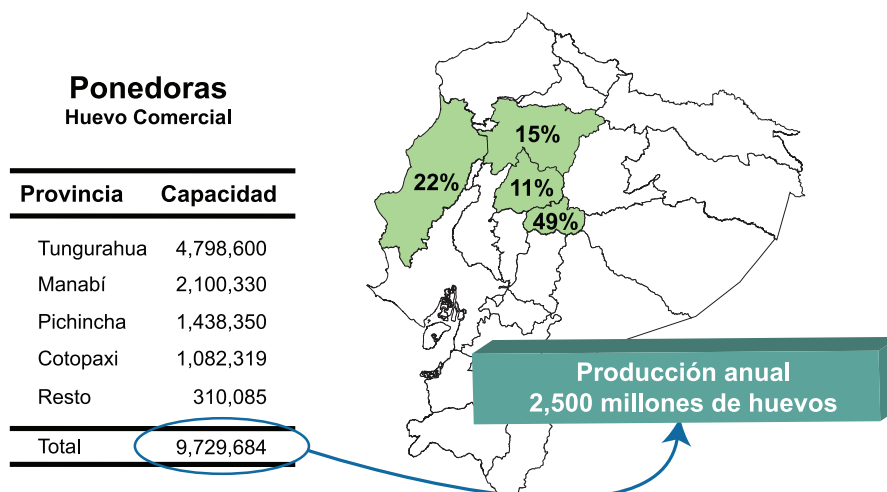
Realizando un análisis de los resultados obtenidos en el Censo Avícola 2005, se podría concluir en que la parvada nacional avícola de pollo contempla aproximadamente 20 millones de pollo de carne y 7,7 millones de gallinas ponedoras.

Figura 1. Resultados del Censo Avícola 2005, Pollo Broiler



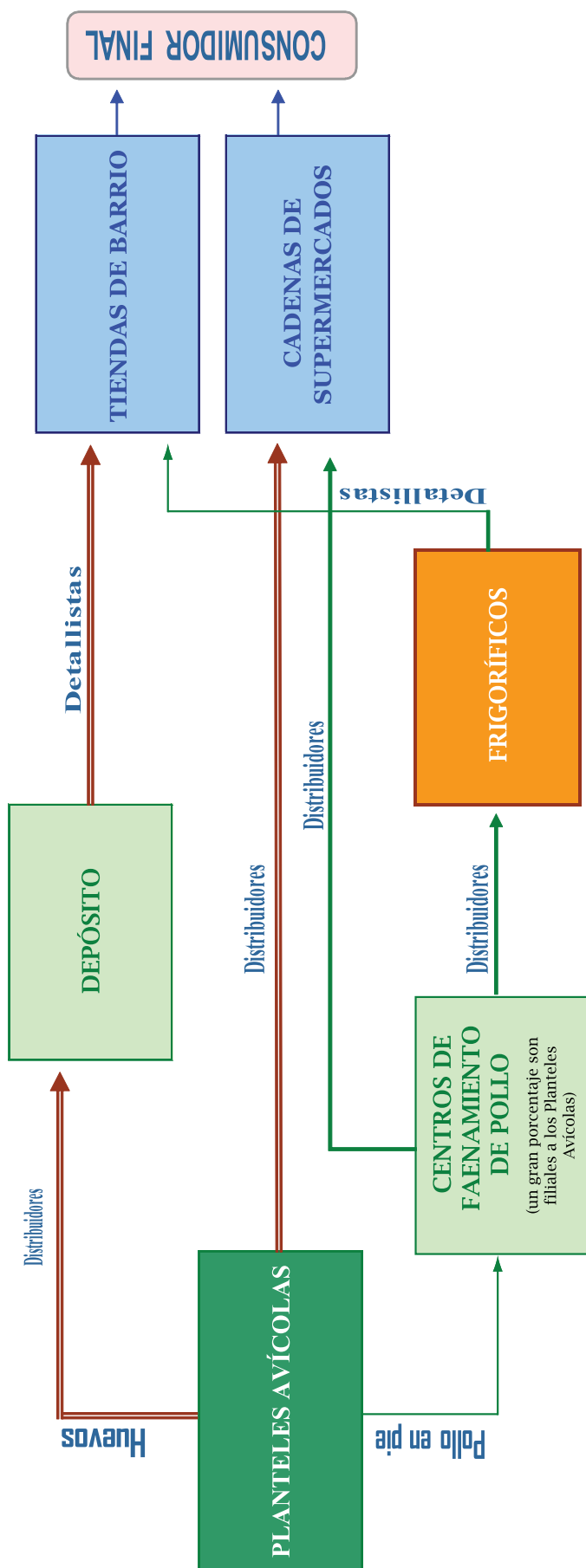
Fuente: CONAVE (2005)

Figura 2. Resultados del Censo Avícola 2005, Ponedoras Comerciales



Fuente: CONAVE (2005)

FLUJOS DE COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POLLO Y HUEVOS



PECUARIO

De lo expuesto anteriormente se consideran para la investigación de precios lo siguientes establecimientos:

- Planteles Avícolas - Broiler
- Planteles Avícolas – Postura (huevo comercial)
- Centros de Faenamiento de pollos - peladoras

4.3.- Identificación de productos y frecuencia de recolección

Para efectuar el seguimiento de los precios a través del tiempo, el listado de productos fueron establecidos considerando aquellos productos de mayor incidencia comercial y su unidad de medida:

- Materia prima (compras)
- Productos elaborados (ventas)

INDUSTRIAS	COMPRAS	VENTAS
Planteles Avícolas		Pollo En pie Huevos Grande Mediano Pequeño
Centros de Faenamiento de Pollo	Pollo en pie	Pollo faenado con carcaza Pollo faenado sin carcaza

La frecuencia de recolección para planteles avícolas Broiler y centros de faenamiento de pollo, serán mensuales; mientras que para los planteles avícolas de postura, serán semanales.

SECCIÓN 5.- DESARROLLO OPERATIVO

Aplica para las secciones 3 y 4 Pecuarias

5.1.- Identificación de informantes

Ya identificados los tipos de industrias se procederá a levantar un inventario de las industrias seleccionadas existentes en la provincia, la construcción y actualización de la base de datos de las industrias será elaborada por el Reportero de mercados

Esta base de datos para cada sector industrial debe contener como información general: Nombre de la Industria, Nombre del Representante legal, correo electrónico, Dirección, Provincia, Cantón, Parroquia, Teléfono, N° Celular y las coordenadas geográficas. Como información técnica de las industrias, se requiere conocer las capacidades técnicas específicas de cada sector industrial para la obtención de su producto final, como por ejemplo: capacidad de recepción, procesamiento, almacenamiento, etc., con sus respectivas unidades de medida. Por último el listado de los productos que elabora. (Ver Formatos E-11, E-13, E-15)

Para determinar la(s) industria(s), se apoyará en la base de datos del directorio antes descrito, para lo cual se tomará en consideración la variable capacidad de producción. y, se analizará su participación en el mercado local y nacional, el número de industrias que se seleccionarán dependerá del análisis que se haga para cada una de las provincias y se identificarán en el Anexo Provincial respectivo.

5.2.- Recolección

Para obtener un resultado óptimo al momento de realizar el proceso de investigación, y una vez acogida las recomendaciones que se entrega en este manual, el Reportero procederá a visitar las industrias seleccionadas e informar sobre el Sistema de Información de Mercados y la importancia de formar parte de nuestros informantes calificados.

Esta información será capturada mediante tres opciones, las mismas que serán utilizadas dependiendo de la disponibilidad y aceptación de la industria:

- 1. Entrevista in situ. Esta opción deberá ser utilizada en una primera etapa, ya que es necesario un contacto directo con la industria para intercambiar conocimientos y criterios, así como informar sobre los avances y servicios de este sistema. Paulatinamente se irán disminuyendo las entrevistas in situ y estas serán esporádicas dependiendo el criterio del Reportero y de la Industria.*

PECUARIO

2. *Boletas y/o archivos magnéticos que serán llenados por la misma empresa. Esta boleta es única para cada sector industrial.*
3. *Entrevista telefónica. la entrevista telefónica será el principal medio que utilizará el Reportero usando la boleta establecida para cada industria.*

El formulario diseñado para cada industria captará información de precios de los productos de materias primas y elaboradas actualmente tranzadas. (Ver Formatos E-12, E-14 y E-16)

*Para el producto **Leche cruda – Precio al Productor** se levantará en cada una de las boletas B-03 (bitácora de precios al productor – sección agrícolas), si es que existiera la producción de leche en la finca a investigar.*

SECCIÓN 6.- INGRESO Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

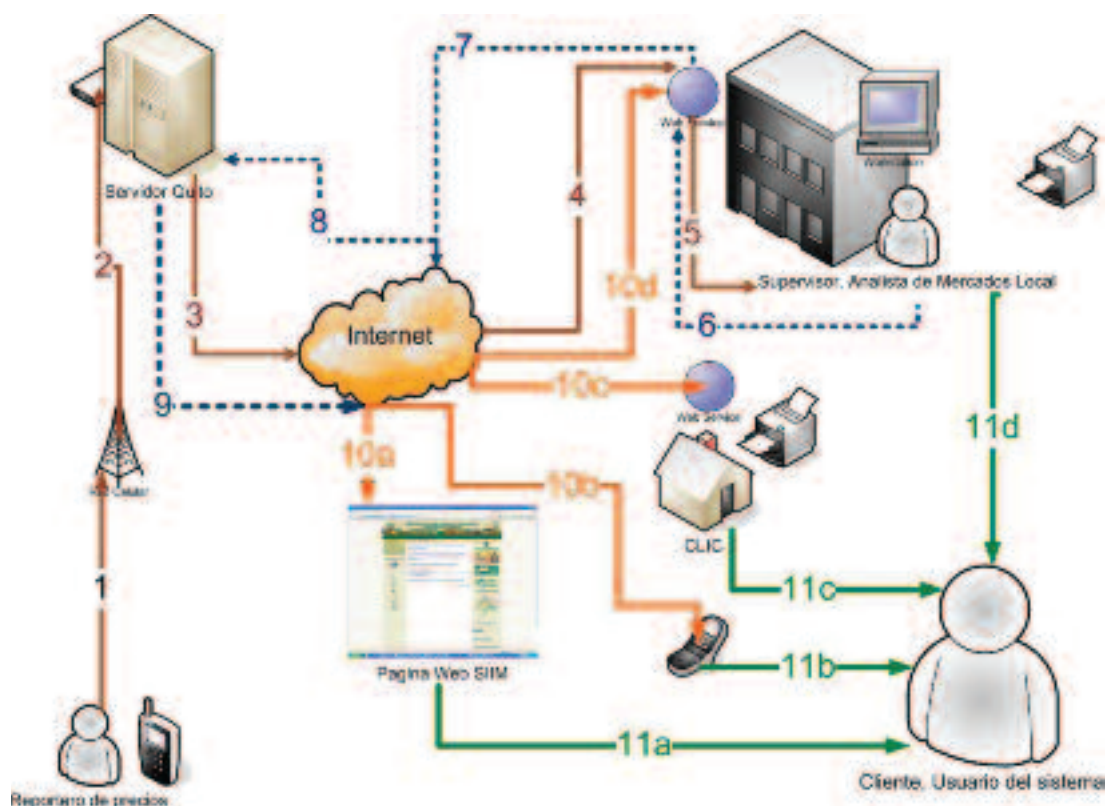
6.1.- Plataformas para el ingreso de la información

- *Con la información validada, el Reportero de precios, ingresa al sistema informático los datos consignados en el formulario de “Recolección de Precios”.*
- *El Sistema en su componente tecnológico, proporciona tres opciones para el procesamiento, de acuerdo a las características tecnológicas, disponibles:*
 - *Aplicación de Escritorio, instalada en un computador en la Oficina del MAGAP*
 - *Accediendo a la aplicación WEB desde cualquier computador con servicio de Internet.*
 - *Proceso sistema Móvil.- dispositivo móvil con conexión a una operadora de celular con servicio de transmisión de datos y cobertura en las zonas de investigación.*
- *Ingresada la información de precios, el sistema informático proporcionará los controles, alertas y reportes necesarios para detectar cualquier inconsistencia y que de producirse, ésta será revisada y corregida en su oportunidad. Las inconsistencias estarán dadas principalmente por errores de digitación en el ingreso de los precios.*

Información más detallada de los procesos en el sistema informático se podrá consultar en el Manual del Sistema.
- *Las inconsistencias serán corregidas por el Reportero y supervisadas por el Administrador del Sistema, antes de generar cualquier documento para la difusión.*

El sistema informático se fundamenta en el diseño de la metodología de investigación de mercados y el análisis de los precios, esto nos permitirá saber “¿Cómo vamos a recolectar los precios en cada mercado?” y “¿Qué vamos hacer con la información recolectada? Además es igualmente fundamental dedicarle suficiente tiempo al análisis del sistema para que la herramienta a desarrollarse calce a la medida de la solución planteada.

PECUARIO



Precio Candidato

Precio Oficial Publicado

Precio Oficial Validado

Distribución de la Información Candidato

1. El Reportero de Precios recoge la información por producto de acuerdo a los dos procesos establecidos:
 - a. Proceso sistema de escritorio.- Utilizado la boleta pre-establecida los datos serán ingresados en el sistema informático que estará instalado en un computador que se dispondrá en la administración de cada mercado.
 - b. Aplicación WEB desde cualquier computador con servicio de Internet. los datos serán ingresados en el sistema.
 - c. Proceso sistema Móvil.- Dependiendo del establecimiento la información será ingresada en línea en su dispositivo móvil con conexión a una operadora de celular con servicio de transmisión de datos y cobertura en las zonas de investigación. Los datos se transmiten vía celular desde el dispositivo móvil hasta una repetidora y desde ahí hasta el MODEM del Servidor ubicado en Quito
2. El servidor publica la información de los precios en estado “candidato” mediante un Servicio Web (Web service) accesible al cliente (software escritorio) de cada Dirección Provincial (UZI's).

3. *El Web Service es bajado en cada Agencia de Precios para sincronizar su base de datos local, y poder trabajar localmente, optimizando el uso de la red y el performance del sistema.*
4. *El Servicio Web permite que los datos (precio candidato) sean manejados en la base de datos local.*
5. *Luego de validar, estandarizar e inventariar los datos, se transforman estos en información (precio oficial)*
6. *El equipo local invoca al servicio Web y publica el precio oficial*
7. *El precio oficial se ingresa al sistema (servidor).*
8. *La información (precio oficial) es publicada en Internet para que pueda ser accedida por los diferentes medios (Web, UZI's, SMS, DP's).*

6.2.- Difusión de la información

1. **Pagina Web:** *Toda la información generada y la base de datos histórica será publicada en Internet y puesto a disponibilidad de los clientes y usuarios del sistema mediante este medio. Es un medio gratuito y de libre acceso.*
2. **Suscripción a SMS:** *Mediante la página Web cualquier usuario puede suscribirse a recibir un mensaje a su celular ya sea con el precio de un producto específico, o de un mercado, o arreglar el informe a recibir, este servicio tendrá un costo a ser asumido por el subscriptor.*
3. **Publicaciones USI's:** *Las personas (clientes/usuarios) que no tengan acceso directo a Internet ni puedan recibir la información vía SMS y además requieran un valor añadido en la información transformando la información en conocimiento podrán ir directa a las Unidades Zonales de Información (UI) y solicitar ese servicio.*
4. **Publicaciones DP's:** *Están dirigidas para que los demás socios y actores locales puedan tener acceso a la información para su re-distribución así pueden acceder radios locales, periódicos, sector privado, gremios, etc. Direcciones Provinciales - DP's*

Beneficiarios

1. *Directos: Productores, organizaciones campesinas, Mercados Mayoristas, Consejos Provinciales, Municipalidades y juntas Parroquiales asociadas.*
2. *Indirectos: Analistas, medios de difusión (usuarios de la pagina Web, subscriptores al servicio de mensajería, emisoras nacionales y locales, prensa, TV), y Sector Público.*

Las Oficinas Locales, también tendrán una activa participación en la difusión de los

PECUARIO

resultados. En igual forma elaborarán reportes diarios de los precios vigentes en el mercado que investigan y diariamente difundirán a nivel local.

Esta gestión permitirá alcanzar una mas amplia difusión de los resultados, siendo el medio mas apropiado para ello a través de las radiodifusoras de mayor sintonía local y que constituyen el medio de información comúnmente utilizado por los agricultores.

FORMATOS

FORMATOS

Coordinación General del Sistema de Información Nacional
Dirección de Investigación y Generación de Datos Multisectoriales
Unidad Zonal de Información

FORMATO B-01



FORMATO B-01

REGISTRO ADMINISTRATIVO PRODUCTORES

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

Nombre de Producto											
G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA											
Jurisdicción		Nombre									
1. Provincia	G1										
2. Cantón	G2										
3. Parroquia	G3										
4. Unidad de observación Comunidad - Recinto	G4										
5. Coordenadas UTM (GPS)		X	G5.1								
		Y	G5.2								
		Z	G5.3								

A DATOS DE LA FINCA Y SU PROPIETARIO												
1.- Nombre de la Finca	A1											
2.- Nombre del Productor o Representante legal	A2.1	A2.2	A2.3	A2.4								
	Primer Nombre		Segundo Nombre		Apellido Paterno			Apellido Materno				
3.- Número de la Cédula de Identidad (RUC)	A3											
4.- Información de Contactos	Teléfono Fijo		A4.1									
	Celular		A4.2									
	Correo electrónico		A4.3									
5.- El productor es:	Dueño del terreno		A5.1		Arrendatario		A5.2		Otro		A5.3	
	Marque con una X la selección											
6.- ¿Forma parte de una Organización?	A6.1		A6.2		A6.3							
	No		Sí		Nombre de la Organización							

B TAMAÑO Y USO DE SUELO													
1.- ¿Cuál es la superficie total de la finca ? <i>Superficie en hectáreas</i>	B1												
2.- ¿Qué superficie está dedicada a cultivos PERMANENTES ? <i>(Registre los tres más importantes por extensión)</i>	B2.1					B2.1.1							
	Nombre del Producto				ha.								
	B2.2					B2.2.1							
	Nombre del Producto				ha.								
	B2.3					B2.3.1							
	Nombre del Producto				ha.								
3.- ¿Qué superficie está dedicada a cultivos TRANSITORIOS ? <i>(Registre los tres más importantes por extensión)</i>	B3.1					B3.1.1					B3.1.2		
	Nombre del Producto				Invierno ha.				Verano ha.				
	B3.2					B3.2.1					B3.2.2		
	Nombre del Producto				Invierno ha.				Verano ha.				
	B3.3					B3.3.1					B3.3.2		
	Nombre del Producto				Invierno ha.				Verano ha.				
	4.- ¿Qué superficie está dedicada a OTROS?	Pastos	B4.1					Páramos y Bosques	B4.2				

Datos de la Entrevista

Fecha : | | | | | | | |

FORMATO B-03



REGISTRO ADMINISTRATIVO PRODUCTORES DE LECHE

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO B-03

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DE LA FINCA Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Finca	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Productor o Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de la Cedula de Identidad (RUC)	A3 <input type="text"/>
4.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A4.1 <input type="text"/>
	Celular A4.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A4.3 <input type="text"/>
5.- ¿Forma parte de un Gremio Ganadero?	A5.1 <input type="text"/> A5.2 <input type="text"/> A5.3 <input type="text"/> No Si Nombre de la Organización

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Raza o cruce de ganado predominante	B1 <input type="text"/>
2.- Existencia de Ganado Bovino	Nº de Vacas en ordeño B2.1 <input type="text"/>
	Nº de Vacas mayores de 24 meses B2.2 <input type="text"/>
	Nº Total de Ganado Bovino B2.3 <input type="text"/>
3.- Producción de Leche	Tipo de ordeño predominante { Manual B3.1.1 <input type="text"/> Marque con una X la selección Mecánico B3.1.2 <input type="text"/>
	Producción promedio diaria de leche en litros B3.2 <input type="text"/>
	Tipo de comprador predominante B3.3 <input type="text"/>

Datos de la Entrevista		Fecha : <input type="text"/>
Comentarios	<input type="text"/>	
	<input type="text"/>	
	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO D-01



REGISTRO ADMINISTRATIVO CENTROS DE ACOPIO DE CAFÉ

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO D-01

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DEL CENTRO DE ACOPIO Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA		
1.- Variedad	Robusta B1.1 <input type="text"/> Arábigo B1.2 <input type="text"/>	
2.- Capacidad de Procesamiento	Despulpado B2.1 <input type="text"/> qq/hora Fermentado B2.2 <input type="text"/> qq	
	Lavado B2.3 <input type="text"/> qq/hora Trillado B2.4 <input type="text"/> qq/hora	
	Secado {	Cantidad
		Secadora B2.5 <input type="text"/> qq
		Tendal B2.6 <input type="text"/> qq
3.- Capacidad de Almacenamiento	Bodega B3 <input type="text"/> qq	

C ESTADO DEL CAFÉ QUE COMERCIALIZA	
1.- Café	Pergamino C1.1 <input type="text"/> Café Oro o Green coffe C1.2 <input type="text"/>

Datos de la Entrevista		Fecha :
		<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO D-02



BITÁCORA DE PRECIOS A NIVEL DE Centros de Acopio de Café

FORMATO D-02

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efectos de estadística y censos son de carácter confidencial, no podrán darse a conocer informaciones individuales de ninguna especie, ni podrán utilizarse para otros fines como de tributación o inscripción, investigaciones judiciales y, en general, cualquier otro objeto de distinto del propiamente estadístico o censal. (R.O. Nº 92, 7 de mayo de 1976, Nº 32: Estadística)

Fecha de Investigación				Productor	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
					Nombre	Peso lb.			
					Materia Prima - Precio de Compra				
				Café Cereza - Robusta	Quintal	100 lb			
				Café Cereza - Arábigo	Quintal	100 lb			
				Café Bola seco - Robusta	Quintal	100 lb			
				Café Bola seco - Arábigo	Quintal	100 lb			
Productos Procesados - Precio de Venta									
				Café Pergamino	Quintal	100 lb			
				Café Oro ó Green coffe	Quintal	100 lb			
Materia Prima - Precio de Compra									
				Café Cereza - Robusta	Quintal	100 lb			
				Café Cereza - Arábigo	Quintal	100 lb			
				Café Bola seco - Robusta	Quintal	100 lb			
				Café Bola seco - Arábigo	Quintal	100 lb			
Productos Procesados - Precio de Venta									
				Café Pergamino	Quintal	100 lb			
				Café Oro o Green coffe	Quintal	100 lb			
Materia Prima - Precio de Compra									
				Café Cereza - Robusta	Quintal	100 lb			
				Café Cereza - Arábigo	Quintal	100 lb			
				Café Bola seco - Robusta	Quintal	100 lb			
				Café Bola seco - Arábigo	Quintal	100 lb			
Productos Procesados - Precio de Venta									
				Café Pergamino	Quintal	100 lb			
				Café Oro o Green coffe	Quintal	100 lb			

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - Julio - 2012

FORMATO D-03



FORMATO D-03

REGISTRO ADMINISTRATIVO

CENTROS DE ACOPIO DE CACAO

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DEL CENTRO DE ACOPIO Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA		
1.- Capacidad de Procesamiento	Fermentado B1.1 <input type="text"/> qq/día	
	Capacidad de Secado {	Secadora B1.2 <input type="text"/> tm
		Tendal B1.3 <input type="text"/> qq
2.- Capacidad de Almacenamiento	Bodega B2 <input type="text"/> qq	

C VARIEDADES DE CACAO QUE ACOPIA		Marque con una X la selección
1.- Cacao Seco	Fino de Aroma C1.1 <input type="text"/> CCN 51 C1.2 <input type="text"/> Mezclado C1.3 <input type="text"/>	

Datos de la Entrevista		Fecha :
		<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO D-04



BITÁCORA DE PRECIOS A NIVEL DE

Centros de Acopio de Cacao

FORMATO D-04

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos son de carácter reservado y no podrán ser divulgados ni utilizados para fines como de tributación o consecución de investigaciones estadísticas y, en general, cualquier objeto distinto del propósito estadístico o censal. (R.O. N°82, 7 de mayo de 1976, N° 323 - Estadística)

Fecha de Investigación				Producto	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
		Día	Mes		Nombre	Equiva. lb.			
					Materia Prima - Precio de Compra				
			Año		Cacao en Baba fino de aroma				
					Cacao en Baba CCN 51				
					Cacao en Baba Mezclado				
					Cacao seco fino de aroma				
					Cacao seco CCN 51				
					Cacao seco Mezclado				
					Productos Procesados - Precio de Venta				
					Cacao seco fino de aroma				
					Cacao seco CCN 51				
					Cacao seco Mezclado				
					Cacao seco fino de aroma				
					Cacao seco CCN 51				
					Cacao seco Mezclado				
					Productos Procesados - Precio de Venta				
					Cacao seco fino de aroma				
					Cacao seco CCN 51				
					Cacao seco Mezclado				

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO D-05



FORMATO D-05

REGISTRO ADMINISTRATIVO

CENTROS DE ACOPIO DE GRANOS

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DEL CENTRO DE ACOPIO Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Productos que Acopia <i>Marque con una X la selección</i>	Maíz DS B1.1 <input type="text"/> Fréjol B1.2 <input type="text"/> Soya B1.3 <input type="text"/>
	Maíz SS B1.4 <input type="text"/> Otros B1.5 <input type="text"/> Nombre
2.- Capacidad de Secado	Secadora B2.1 <input type="text"/> qq/hora Tenda B2.2 <input type="text"/> qq
3.- Capacidad de Almacenamiento	Silo B3.1 <input type="text"/> tm Bodega B3.2 <input type="text"/> qq

Datos de la Entrevista		Fecha :
Comentarios	<input type="text"/>	día mes año
	<input type="text"/>	
	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

BITÁCORA DE PRECIOS A NIVEL DE

Centros de Acopio de Granos

FORMATO D-06

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para el efecto de estadística y censos son de en consecuencia, no podrán darse a conocer, informaciones individuales de ninguna especie utilizados para otros fines como de tributación o inscripción, investigaciones judiciales cualquier otro objeto distinto del propiamente estadístico o censal. (R.O. N°82, 7 de mayo de 19 Estadística)

Fecha de Investigación				Producto	Variedad	Unidad de Medida		Precio USD	% Humedad	% Impurezas	Observaciones	Código del Investigador
Día	Mes	Año	Nombre			Peso lb.						
Materia Prima - Precio de Compra												
				Maíz Duro (húmedo y sucio)								
				Maíz Suave Seco - Amarillo								
				Maíz Suave Seco - Blanco								
				Fréjol Seco (no seleccionado)								
				Soya (húmedo y sucio)								
Productos Procesados - Precio de Venta												
				Maíz Duro (seco y limpio)								
				Maíz Suave Seco - Amarillo								
				Maíz Suave Seco - Blanco								
				Fréjol Seco								
				Fréjol Seco								
				Soya (seco y limpio)								
Materia Prima - Precio de Compra												
				Maíz Duro (húmedo y sucio)								
				Maíz Suave Seco - Amarillo								
				Maíz Suave Seco - Blanco								
				Fréjol Seco (no seleccionado)								
				Soya (húmedo y sucio)								
Productos Procesados - Precio de Venta												
				Maíz Duro (seco y limpio)								
				Maíz Suave Seco - Amarillo								
				Maíz Suave Seco - Blanco								
				Fréjol Seco								
				Fréjol Seco								
				Soya (seco y limpio)								

FORMATO E-01



REGISTRO ADMINISTRATIVO

MOLINOS EMPRESARIALES DE TRIGO

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO E-01

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DEL MOLINO Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Capacidad de Molienda	Instalada B1 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> tm/hora
2.- Capacidad de Almacenamiento	Silo B2.1 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> tm Bodega B2.2 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> Saco 50 kg.

C PRODUCTOS QUE ELABORA										
1.- Producto Harina	<table border="0"> <tr> <td></td> <td>Marque con una X la selección</td> <td>Porcentaje de Trigo destinado al producto</td> </tr> <tr> <td>Panadería</td> <td>C1.1 <input type="text"/></td> <td><input type="text"/> %</td> </tr> <tr> <td>Repostería</td> <td>C1.2 <input type="text"/></td> <td><input type="text"/> %</td> </tr> </table>		Marque con una X la selección	Porcentaje de Trigo destinado al producto	Panadería	C1.1 <input type="text"/>	<input type="text"/> %	Repostería	C1.2 <input type="text"/>	<input type="text"/> %
		Marque con una X la selección	Porcentaje de Trigo destinado al producto							
Panadería	C1.1 <input type="text"/>	<input type="text"/> %								
Repostería	C1.2 <input type="text"/>	<input type="text"/> %								

Datos de la Entrevista		Fecha :
		<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 29 - julio - 2012

FORMATO E-02

BITÁCORA DE PRECIOS A NIVEL DE AGROINDUSTRIAS

Molinos Empresariales de Trigo

FORMATO E-02

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para el efecto de estadística y censos son de carácter en consecuencia, no podrán darse a conocer. Informaciones individuales de ninguna especie, ni p
utilizados para otros fines como de tributación o inscripción, investigación y, n
cualquier otro distinto del propósito estadístico o censal. (R.O. N°82, 7 de mayo de 1976, n
Estadística)

Fecha de Investigación			Producto	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
				Nombre	Equivalencia			
			Materia Prima - Precio de Compra					
Día	Mes	Año	Trigo en grano (nacional)	Quintal	100 lb			
			Productos Procesados - Precio de Venta					
			Harina para Panadería	Saco	50 kg			
			Harina para Repostería	Saco	50 kg			
			Granza					
			Materia Prima - Precio de Compra					
Día	Mes	Año	Trigo en grano (nacional)	Quintal	100 lb			
			Productos Procesados - Precio de Venta					
			Harina para Panadería	Saco	50 kg			
			Harina para Repostería	Saco	50 kg			
			Granza					
			Materia Prima - Precio de Compra					
Día	Mes	Año	Trigo en grano (nacional)	Quintal	100 lb			
			Productos Procesados - Precio de Venta					
			Harina para Panadería	Saco	50 kg			
			Harina para Repostería	Saco	50 kg			
			Granza					

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - Julio - 2012

FORMATO E-03



REGISTRO ADMINISTRATIVO

PILADORAS

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO E-03

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DE LA PILADORA Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Piladora	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Pilado	Índice de pilado B1.1 <input type="text"/> Capacidad B1.2 <input type="text"/> qq/hora
2.- Capacidad de Secado	Secadora B2.1 <input type="text"/> Saca/hora B2.2 <input type="text"/> Saca
3.- Capacidad de Almacenamiento	Silo B3.1 <input type="text"/> tm Bodega B3.2 <input type="text"/> qq
4.- Capacidad de Precocción	Capacidad B4 <input type="text"/> qq/día

C PRODUCTOS QUE ELABORA		Marque con una X la selección
1. Arroz Natural	Grano largo C1.1 <input type="text"/> Grano corto C1.2 <input type="text"/>	
2. Arroz Envejecido	Artificial C2.1 <input type="text"/> Natural C2.2 <input type="text"/>	

Datos de la Entrevista		Fecha : <input type="text"/>
		día mes año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

BITÁCORA DE PRECIOS
A NIVEL DE AGROINDUSTRIAS
Piladoras

FORMATO E-04

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para el efecto de estadística y censos son de
consecuencia, no podrán darse a conocer, informaciones individuales de ninguna especie
utilizados para otros fines como de tributación o inscripción, investigaciones judiciales
cualquier otro de distinto del propiamente estadístico o censal. (R.O. Nº 82, 7 de mayo de 1
Estadística)

Fecha de Investigación		Producto	% de Humedad	% de Impurezas	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
Día	Mes				Nombre	Equivalencia			
Materia Prima - Precio de Compra									
Productos Procesados - Precio de Venta									
Arroz en cáscara grano largo									
Arroz en cáscara grano corto									
Arroz pilado natural grano largo									
Arroz pilado natural grano corto									
Arroz pilado envejecido artificial									
Arroz pilado envejecido natural									
Arroz pilado precocido									
Materia Prima - Precio de Compra									
Productos Procesados - Precio de Venta									
Arroz en cáscara grano largo									
Arroz en cáscara grano corto									
Arroz pilado natural grano largo									
Arroz pilado natural grano corto									
Arroz pilado envejecido artificial									
Arroz pilado envejecido natural									
Arroz pilado precocido									
Materia Prima - Precio de Compra									
Productos Procesados - Precio de Venta									
Arroz en cáscara grano largo									
Arroz en cáscara grano corto									
Arroz pilado natural grano largo									
Arroz pilado natural grano corto									
Arroz pilado envejecido artificial									
Arroz pilado envejecido natural									
Arroz pilado precocido									

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO E-05



REGISTRO ADMINISTRATIVO

INGENIOS AZUCAREROS

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO E-05

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DEL INGENIO Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Capacidad de Molienda (caña)	Instalada B1 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> tm/día
2.- Capacidad de Procesamiento de azúcar	B2 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> Sacos 50 kg/día
3.- Capacidad de Almacenamiento bodega	Ingenio B3.1 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> Sacos 50 kg Campo B3.2 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> Sacos 50 kg

C PRODUCTOS QUE ELABORA													
1.- Producto Azúcar	<table border="0"> <tr> <td></td> <td>Marque con una X la selección</td> <td>Volumen de producción en términos porcentuales</td> </tr> <tr> <td>Blanca</td> <td>C1.1 <input type="text"/></td> <td><input type="text"/> %</td> </tr> <tr> <td>Refinada</td> <td>C1.2 <input type="text"/></td> <td><input type="text"/> %</td> </tr> <tr> <td>Morena</td> <td>C1.3 <input type="text"/></td> <td><input type="text"/> %</td> </tr> </table>		Marque con una X la selección	Volumen de producción en términos porcentuales	Blanca	C1.1 <input type="text"/>	<input type="text"/> %	Refinada	C1.2 <input type="text"/>	<input type="text"/> %	Morena	C1.3 <input type="text"/>	<input type="text"/> %
		Marque con una X la selección	Volumen de producción en términos porcentuales										
	Blanca	C1.1 <input type="text"/>	<input type="text"/> %										
	Refinada	C1.2 <input type="text"/>	<input type="text"/> %										
Morena	C1.3 <input type="text"/>	<input type="text"/> %											
2.- Subproducto	Melaza C2 <input type="text"/>												

Datos de la Entrevista		Fecha :
		<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO E-07



FORMATO E-07

REGISTRO ADMINISTRATIVO

EXTRACTORAS DE ACEITE DE PALMA AFRICANA Y/O PALMISTE

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DE LA EXTRACTORA Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Capacidad de Procesamiento - Fruta	Instalada B1 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> tm/hora
2.- Capacidad de Almacenamiento de aceite Rojo	Tanques B2 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> tm
3.- Capacidad de Procesamiento - Palmiste	Instalada B3 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> tm/hora
4.- Capacidad de Almacenamiento de Aceite de Palmiste	Tanques B4 <input type="text"/> Cantidad <input type="text"/> tm

Datos de la Entrevista		Fecha :
		<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO E-08

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos son de carácter en consecuencia, no podrán darse a conocer ni informaciones individuales de ninguna especie, ni podrá utilizarse para otros fines como de tributación o construcción, investigación, judiciales y, en general, para el efecto de suministro del propietario o estadístico censal. (R.C. N°62, 7 de mayo de 1976, N° 32 del Registro Oficial)

Fecha de Investigación				Producto	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
					Nombre	Equivalencia			
				Materia Prima - Precio de Compra					
				Palma Africana - Fruta Fresca					
				Nuez					
				Productos Procesados - Precio de Venta					
				Aceite Rojo					
				Nuez					
				Aceite de palmiste					
				Torta de palmiste					
				Materia Prima - Precio de Compra					
				Palma Africana - Fruta Fresca					
				Nuez					
				Productos Procesados - Precio de Venta					
				Aceite Rojo					
				Nuez					
				Aceite de palmiste					
				Torta de palmiste					
				Materia Prima - Precio de Compra					
				Palma Africana - Fruta Fresca					
				Nuez					
				Productos Procesados - Precio de Venta					
				Aceite Rojo					
				Nuez					
				Aceite de palmiste					
				Torta de palmiste					
				Materia Prima - Precio de Compra					
				Palma Africana - Fruta Fresca					
				Nuez					
				Productos Procesados - Precio de Venta					
				Aceite Rojo					
				Nuez					
				Aceite de palmiste					
				Torta de palmiste					

FORMATO E-09



REGISTRO ADMINISTRATIVO FÁBRICA DE ALIMENTOS BALANCEADOS

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO E-09

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DE LA INDUSTRIA Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Capacidad de Molienda	Cantidad B1 <input type="text"/> tm/hora
2.- Capacidad del Mezclador	Cantidad B2 <input type="text"/> tm/hora
3.- Capacidad de Prensado (Peletizadora)	Cantidad B3 <input type="text"/> tm/hora
4.- Capacidad de Almacenamiento	Silo B4.1 <input type="text"/> tm Bodega B4.2 <input type="text"/> qq

C PRODUCTOS QUE ELABORA		Marque con una X la selección
1.- Balanceado de Aves	Postura C1.1 <input type="text"/> Broiler C1.2 <input type="text"/>	
2.- Balanceado de Cerdos	C2 <input type="text"/>	
3.- Balanceado de Bovinos	C3 <input type="text"/>	
4.- Balanceado de Engorde	Acuacultura C4.1 <input type="text"/> Piscicultura C4.2 <input type="text"/>	

Datos de la Entrevista		Fecha : <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
		día mes año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO E-10



BITÁCORA DE PRECIOS

A NIVEL DE AGROINDUSTRIAS

Fábrica de Alimentos Balanceados

FORMATO E-10

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos son de carácter reservado en consecuencia, no podrán darse a conocer informaciones individuales de ninguna especie, ni podrán ser utilizados para otros fines como de tribución o conscripción, investigaciones judiciales y, en general, para el propósito distinto del propiamente estadístico o censal. (R.D. N.º 82, 7 de mayo de 1976, N.º 325 - Estadística)

Fecha de Investigación				Producto	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
					Nombre	Equivalencia			
Día	Mes	Año			Materia Prima - Precio de Compra				
				Maíz Duro Amarillo (seco y limpio)	Quintal	100 lb			
				Torta de Soya	1 Tm	1000 kg			
				Arrocillo	Quintal	100 lb			
				Productos Elaborados - Precio de Venta					
				Postura	Saco	50 kg			
				Final - engorde	Saco	50 kg			
				Lechero	Saco	50 kg			
				Engorde	Saco	50 kg			
				Camarón	Saco	50 kg			
				Tilapia	Saco	50 kg			
				Trucha	Saco	50 kg			
				Materia Prima - Precio de Compra					
				Maíz Duro Amarillo (seco y limpio)	Quintal	100 lb			
				Torta de Soya	1 Tm	1000 kg			
				Arrocillo	Quintal	100 lb			
				Productos Elaborados - Precio de Venta					
				Postura	Saco	50 kg			
				Final - engorde	Saco	50 kg			
				Lechero	Saco	50 kg			
				Engorde	Saco	50 kg			
				Camarón	Saco	50 kg			
				Tilapia	Saco	50 kg			
				Trucha	Saco	50 kg			

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - Julio - 2012

FORMATO E-11



REGISTRO ADMINISTRATIVO INDUSTRIAS LÁCTEAS

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO E-11

INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

DATOS DE LA INDUSTRIA Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>

INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Capacidad de Recepción	Cantidad <input type="text"/> Litros <input type="text"/> Diario <input type="text"/> Semanal <input type="text"/> Quincenal <input type="text"/> Mensual <input type="text"/>
2.- Capacidad de Procesamiento	Cantidad <input type="text"/> Litros <input type="text"/> Diario <input type="text"/> Semanal <input type="text"/> Quincenal <input type="text"/> Mensual <input type="text"/>

PRODUCTOS QUE ELABORA		
1.- Leche Líquida (Porcentaje de leche destinado a estos rubros)	2.- Derivados (Porcentaje de leche destinado a estos rubros)	3.- Leche en Polvo (Porcentaje de leche destinado a Polvo)
Pasteurizada Entera C1.1 <input type="text"/> % UHT C1.2 <input type="text"/> % Leche entera C1.2.1 <input type="text"/> Descremada C1.2.2 <input type="text"/> Semidescremada C1.2.3 <input type="text"/> Deslactosada C1.2.4 <input type="text"/> Saborizada C1.2.5 <input type="text"/>	Queso C2.1 <input type="text"/> % Fresco C1.2.1 <input type="text"/> Mozzarella C1.2.2 <input type="text"/> Otros Quesos C1.2.3 <input type="text"/> Yogur C2.2 <input type="text"/> %	C3 <input type="text"/> % 4.- Coproductos Crema de Leche C4.1 <input type="text"/> Mantequilla C4.2 <input type="text"/> Sueros C4.3 <input type="text"/>

Datos de la Entrevista	
Comentarios	Fecha : <input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año
Nombre del Investigador	<input type="text"/>

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO E-13



FORMATO E-13

REGISTRO ADMINISTRATIVO

PLANTELES AVÍCOLAS

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DEL PLANTEL AVÍCOLA Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>
6.- ¿Es un Plantel Integrado?	No <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> Nombre de la Empresa A6.3 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Actividad	Broilers B1.1 <input type="text"/> Postura B1.2 <input type="text"/> Reproductoras Pesadas (Broiles) B1.3 <input type="text"/> Reproductoras Livianas (Postura) B1.4 <input type="text"/> Marque con una X la selección
2.- Capacidad de encasamiento - Broiler	Número total de casetas B2.1 <input type="text"/> Número de aves B2.2 <input type="text"/> Número de ciclos productivos al año B2.3 <input type="text"/>
3.- Capacidad de encasamiento - Postura y Reproductoras	Número total de casetas B3.1 <input type="text"/> Número de aves B3.2 <input type="text"/>

Datos de la Entrevista		Fecha :
		<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
		día mes año
Comentarios	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema d e Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO E-14

Art. 21.- Los datos e individuales que se obtengan para el efecto de estadística y censos son de carácter reservado, no podrán darse a conocer ni informaciones individuales de ninguna especie, ni utilizarse para otros fines como de tributación o conscriptivos ni, inversiones judiciales, y, en cualquier otro caso que no sea el objeto del presente estatístico censal. (R.O. N° 62, 7 de mayo de 1976, N° 10.000, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639

Fecha de Investigación				Producto	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
					Nombre	Peso lb.			
				Pollo en pie	Unidad				
Día	Mes	Año		Huevo Grande	Cubeta				
				Huevo Mediano	Cubeta				
				Huevo Pequeño	Cubeta				
				Pollo en pie	Unidad				
Día	Mes	Año		Huevo Grande	Cubeta				
				Huevo Mediano	Cubeta				
				Huevo Pequeño	Cubeta				
				Pollo en pie	Unidad				
Día	Mes	Año		Huevo Grande	Cubeta				
				Huevo Mediano	Cubeta				
				Huevo Pequeño	Cubeta				
				Pollo en pie	Unidad				
Día	Mes	Año		Huevo Grande	Cubeta				
				Huevo Mediano	Cubeta				
				Huevo Pequeño	Cubeta				
				Pollo en pie	Unidad				
Día	Mes	Año		Huevo Grande	Cubeta				
				Huevo Mediano	Cubeta				
				Huevo Pequeño	Cubeta				
				Pollo en pie	Unidad				
Día	Mes	Año		Huevo Grande	Cubeta				
				Huevo Mediano	Cubeta				
				Huevo Pequeño	Cubeta				

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
 Revisión: 20 - Julio - 2012

FORMATO E-15



FORMATO E-15

REGISTRO ADMINISTRATIVO

CENTRO DE FAENAMIENTO DE POLLOS (Industrializados)

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

G INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	
Jurisdicción	Nombre
1. Provincia	G1 <input type="text"/>
2. Cantón	G2 <input type="text"/>
3. Parroquia	G3 <input type="text"/>
4. Dirección	G4 <input type="text"/>
5. Coordenadas UTM (GPS)	X G5.1 <input type="text"/>
	Y G5.2 <input type="text"/>
	Z G5.3 <input type="text"/>

A DATOS DEL CENTRO DE FAENAMIENTO Y SU PROPIETARIO	
1.- Nombre de la Industria	A1 <input type="text"/>
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/> A2.2 <input type="text"/> A2.3 <input type="text"/> A2.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/>
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/> A4.2 <input type="text"/> A4.3 <input type="text"/> A4.4 <input type="text"/> Primer Nombre Segundo Nombre Apellido Paterno Apellido Materno
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo A5.1 <input type="text"/>
	Celular A5.2 <input type="text"/>
	Correo electrónico A5.3 <input type="text"/>
	Página Web A5.4 <input type="text"/>
6.- ¿El Centro de Faenamiento esta Integrado?	No A6.1 <input type="text"/> Si A6.2 <input type="text"/> Nombre de la Empresa A6.3 <input type="text"/>

B INFORMACIÓN TÉCNICA	
1.- Capacidad de faenamiento	Número de aves B1 <input type="text"/> hora
2.- Capacidad de almacenamiento - frigorífico	Cantidad B2.1 <input type="text"/> Unidad de medida B2.2 <input type="text"/>

Datos de la Entrevista		Fecha :
Comentarios	<input type="text"/>	día mes año
	<input type="text"/>	
	<input type="text"/>	
Nombre del Investigador	<input type="text"/>	

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

BITÁCORA DE PRECIOS
A NIVEL DE AGROINDUSTRIAS
Centros de Faenamiento de Pollos

FORMATO E-16

Nombre de la Industria

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos son de carácter en consecuencia, no podrán darse a conocer informaciones individuales de ninguna especie, ni utilizarse para otros fines como de tributación o inscripción, investigación judicial y estadística, excepto el caso de acuerdo con el artículo 17 de la Ley de Estadística, 7 de mayo de 1976, N.º 13.763.

Fecha de Investigación			Producto	Unidad de Medida		Precio USD	Observaciones	Código del Investigador
Día	Mes	Año		Nombre	Peso			
				Precio de Compra				
			Pollo en pie	Libra	1			
				Precio de Venta				
			Pollo faenado con vísceras	Libra	1			
			Pollo faenado sin vísceras	Libra	1			
				Precio de Compra				
			Pollo en pie	Libra	1			
				Precio de Venta				
			Pollo faenado con vísceras	Libra	1			
			Pollo faenado sin vísceras	Libra	1			
				Precio de Compra				
			Pollo en pie	Libra	1			
				Precio de Venta				
			Pollo faenado con vísceras	Libra	1			
			Pollo faenado sin vísceras	Libra	1			
				Precio de Compra				
			Pollo en pie	Libra	1			
				Precio de Venta				
			Pollo faenado con vísceras	Libra	1			
			Pollo faenado sin vísceras	Libra	1			



REGISTRO DE

PARAMETRIZACIÓN DE PESOS Y MEDIDAS

Los datos que le solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales, y en ninguna circunstancia pueden ser usados con un objeto diferente al procesamiento estadístico por parte del SINAGAP

FORMATO F-01

INFORMACIÓN GEOGRÁFICA									
Jurisdicción		Nombre							
1. Provincia	G1								
2. Cantón	G2								
3. Parroquia	G3								
4. Dirección	G4								
5. Coordenadas UTM (GPS)	X	G5.1							
	Y	G5.2							
	Z	G5.3							

A		DATOS DEL MERCADO															
1.- Nombre del Mercado	A1 <input type="text"/>																
2.- Nombre del Representante legal	A2.1 <input type="text"/>				A2.2 <input type="text"/>				A2.3 <input type="text"/>				A2.4 <input type="text"/>				
	Primer Nombre				Segundo Nombre				Apellido Paterno				Apellido Materno				
3.- Número de RUC	A3 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>																
4.- Nombre del Contacto	A4.1 <input type="text"/>				A4.2 <input type="text"/>				A4.3 <input type="text"/>				A4.4 <input type="text"/>				
	Primer Nombre				Segundo Nombre				Apellido Paterno				Apellido Materno				
5.- Información de Contactos	Teléfono Fijo	A5.1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>															
	Celular	A5.2 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>															
	Correo electrónico	A5.3 <input type="text"/>															
	Página Web	A5.4 <input type="text"/>															

[illegible]

Datos de la Entrevista		Fecha :			
		día	mes	año	
Comentarios					
Nombre del Investigador					

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO F-03



FORMATO F-03

REGISTRO DE PRECIOS A NIVEL DE BODEGAS COMERCIALES

Nombre del Mercado	<input type="text"/>
Fecha de Investigación	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
	día mes año

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos reservados; en consecuencia, no podrán darse a conocer informaciones individuales de ningún otro tipo, ni podrán ser utilizados para otros fines como tributación o conscripción, investigación general, para cualquier otro objeto distinto del propiamente estadístico o censal. (R.O. Nº 82, Nº 323 - Ley de Estadística)

Producto	Unidad de Medida		Precio USD	Precio USD	Precio USD	Observaciones
	Nombre	Equivalencia	1	2	3	
Aceite Vegetal (Cocinero)	Caja - litros	15,00				
Aceite Vegetal (Favorita)	Caja - litros	15,00				
Aceite Vegetal (Girasol)	Caja - litros	12,00				
Arroz Pilado natural grano largo	Quintal	100,00				
Arroz Pilado natural grano corto	Quintal	100,00				
Arroz Pilado envejecido artificial	Quintal	100,00				
Arroz Pilado envejecido natural	Quintal	100,00				
Arroz Pilado Precocido	Quintal	100,00				
Arveja Seca	Quintal	100,00				
Azúcar Blanca	Saco	110,00				
Cebada en Grano consumo humano	Quintal	100,00				
Fideo Lazo Chico	Paca - granel	44,00				
Fréjol Seco Bayo Bolón	Quintal	100,00				
Fréjol Seco Canario	Quintal	100,00				
Fréjol Seco Cargabello	Quintal	100,00				
Fréjol Seco Caupí	Quintal	100,00				
Fréjol Seco Gema	Quintal	100,00				
Fréjol Seco Panamito	Quintal	100,00				
Haba Seca	Quintal	100,00				
Harina de Trigo - panadería	Saco	110,00				
Huevo Grande	Cubeta	4,20				
Huevo Mediano	Cubeta	3,60				
Lenteja	Quintal	100,00				
Maíz Duro Amarillo (seco y limpio)	Quintal	100,00				
Maíz Suave Seco Blanco - mote	Quintal	100,00				
Maíz Suave Seco Amarillo - tostado	Quintal	100,00				
Maní en Grano	Quintal	100,00				
Manteca Vegetal - Ales	Caja	110,00				

Noticias del Mercado	<input type="text"/>
	<input type="text"/>
	<input type="text"/>
	<input type="text"/>
	<input type="text"/>
Nombre del Investigador	<input type="text"/>

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

FORMATO G-01



FORMATO G-01

REGISTRO DE PRECIOS A NIVEL DE

FERIAS DE GANADO

Región Costa

Nombre de la Feria

Fecha de Investigación
 día mes año

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para el efecto de estadística y censos son de carácter reservado; en consecuencia, no podrán darse a conocer. Informaciones individuales de ninguna especie, ni podrán ser utilizados para otros fines como de tributación o inscripción, investigación estadísticas judiciales general, para cualquier otro objeto o distinto del propiamente estadístico o censal. (R.Q. Nº 82, 7 de mayo de 1993 - Ley de Estadística)

Producto	Unidad de Medida		Precio USD 1	Precio USD 2	Precio USD 3	Observaciones
	Nombre	Equiva.				
Ganado Bovino						
Toros	Libra	1				
Toretos	Libra	1				
Vacas	Libra	1				
Vaonas	Libra	1				
Cebados	Libra	1				
Ganado Porcino						
Lechón	Libra	1				
Cerdo para engorde	Libra	1				
Cerdo cebado	Libra	1				
Cerdo adulto de descarte	Libra	1				

Noticias del Mercado

Nombre del Investigador

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (SINAGAP)
 Revisión: 20 - julio - 2012

REGISTRO DE PRECIOS A NIVEL DE

FERIAS DE GANADO

Región Sierra

Nombre de la Feria

Fecha de Investigación

día mes año

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos son de carácter reservado; en consecuencia, no podrán darse a conocer. Informaciones individuales de ninguna especie, ni podrán ser utilizados para otros fines como de tributación o inscripción. Investigaciones judiciales podrán ser hechas para cualquier efecto distinto del propiamente estadístico o censal. (R.O. N° 82, 7 de mayo de 1995) N° 323 - Ley de Estadística

Producto	Unidad de Medida		Precio USD 1	Precio USD 2	Precio USD 3	Observaciones
	Nombre	Equiva.				
Ganado Bovino						
Toros	Libra	1				
Toretos	Libra	1				
Vacas	Libra	1				
Vaonas	Libra	1				
Vientres	Libra	1				
Ganado Porcino						
Lechón	Libra	1				
Cerdo para engorde	Libra	1				
Cerdo cebado	Libra	1				
Cerdo adulto de descarte	Libra	1				

Noticias del Mercado

Nombre del Investigador



FORMATO G-03

Nombre de la Empresa

Fecha de Investigación

Art. 21.- Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos son de carácter confidencial, no podrán darse a conocer, informaciones individuales de ninguna especie, ni podrán ser fines como de tributación o inscripción, investigaciones judiciales y, en general, para cualquier propósito estadístico o censal. (R.O. Nº82, 7 de mayo de 1976, Nº 323 - Ley de Estadística)

REGISTRO DE PRECIOS A NIVEL DE

EMPRESA DE RASTRO
FAENAMIENTO DE GANADO

Productor	Unidad de Medida		Precio USD	Número de animales faenados	Observaciones
	Nombre	Equivalencia Libras			
Bovino	Libra	1			
Ovino	Libra	1			
Porcino	Libra	1			

Noticias del Mercado

Nombre del Investigador

Elaboración: Este es un producto de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CG-SIN) a través del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP)
Revisión: 20 - julio - 2012

CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE PRODUCTOS QUE SERÁN INVESTIGADOS DENTRO DE LOS SISTEMAS Y SUBSISTEMAS

CULTIVOS	VALOR DE LA PRODUCCIÓN ^{1/}		IPCU - Canasta Básica ^{2/}		VALOR EXPORTADO ^{3/}		MANO DE OBRA ^{4/}	
	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia
BANANO	21,81%	1	0,7%	26	50,4%	1	6,73%	4
LECHE CRUDA	7,89%	3	15,3%	1	0,2%	18	19,87%	1
POLLO EN PIE	13,79%	2	13,2%	2			3,03%	10
FLORES	6,56%	6	0,0%		17,5%	2	1,65%	14
BOVINO VIVO	5,37%	8	11,1%	4			9,36%	2
ARROZ	6,64%	4	7,5%	5	0,0%	24	6,62%	5
CACAO	3,27%	13	0,0%		9,6%	3	6,12%	7
PORCINO VIVO	5,85%	7	1,6%	14			8,82%	3
PLÁTANO	6,58%	5	1,8%	11	1,8%	8	2,92%	11
TRIGO	0,04%	50	11,3%	3	0,3%	17	0,42%	30
MAÍZ DURO	3,51%	11	0,2%	45	0,1%	19	5,73%	8
CAÑA DE AZÚCAR PARA AZÚCAR	3,65%	10	2,8%	9	2,2%	6	0,38%	31
PALMA AFRICANA	4,27%	9	3,1%	7	0,9%	13	0,63%	23
MAÍZ SUAVE	0,50%	17	1,1%	20			6,32%	6
PAPA	0,82%	14	3,5%	6			3,32%	9
CAFÉ	0,14%	28	1,1%	19	4,2%	4	1,90%	13
HUEVO	3,40%	12	2,9%	8			0,99%	17
FRÉJOL	0,37%	18	1,3%	16	0,5%	16	2,31%	12
PALMITO	0,33%	19	0,0%		3,2%	5	0,16%	41
TOMATE RIÑÓN	0,32%	20	2,3%	10			0,76%	20
TABACO	0,08%	42	1,7%	13	0,9%	12	0,15%	42

ANEXO 1

CULTIVOS	VALOR DE LA PRODUCCIÓN ^{1/}		IPCU - Canasta Básica ^{2/}		VALOR EXPORTADO ^{3/}		MANO DE OBRA ^{4/}	
	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia
CEBOLLA	0,23%	23	1,7%	12	0,1%	20	0,77%	19
BRÓCOLI	0,27%	22	0,4%	40	1,8%	7	0,08%	50
TOMATE DE ÁRBOL	0,08%	38	1,5%	15			0,49%	28
ARVEJA TIERNA	0,13%	31	0,8%	22	0,6%	15	0,52%	25
PIÑA	0,16%	27	0,4%	39	1,3%	11	0,16%	40
CAÑA DE AZÚCAR PARA OTROS USOS	0,67%	15	0,6%	30	0,7%	14		
MANGO	0,07%	44	0,0%		1,6%	9	0,24%	35
HABA TIERNA	0,12%	33	0,6%	29			1,06%	16
MANZANA	0,04%	51	1,2%	17			0,45%	29
NARANJA	0,14%	29	1,1%	18			0,32%	33
CEBOLLA BLANCA EN RAMA	0,06%	47	0,7%	25			0,64%	22
MORA	0,19%	26	0,4%	36			0,80%	18
ZANAHORIA AMARILLA	0,12%	32	0,7%	24			0,51%	27
CEBADA	0,09%	36	0,0%				1,22%	15
YUCA	0,21%	25	0,5%	34		21	0,52%	26
MARACUYÁ	0,30%	21	0,2%	46		10	0,66%	21
LIMÓN	0,04%	54	0,8%	21	0,0%	25	0,14%	44
NARANJILLA	0,10%	34	0,5%	33			0,34%	32
PIMIENTO	0,03%	56	0,8%	23			0,14%	45
SOYA	0,52%	16	0,0%				0,29%	34
PAPAYA	0,08%	39	0,5%	31	0,1%	23	0,10%	49
LENTEJA	0,01%	62	0,6%	28			0,17%	39
AGUACATE GUATEMALTECO	0,08%	41	0,5%	32			0,15%	43
AJO	0,01%	61	0,6%	27			0,05%	58
LECHUGA	0,03%	55	0,4%	35			0,18%	38

CULTIVOS	VALOR DE LA PRODUCCIÓN ^{1/}		IPCU - Canasta Básica ^{2/}		VALOR EXPORTADO ^{3/}		MANO DE OBRA ^{4/}	
	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia	En Porcentaje	Orden de Importancia
MANDARINA	0,09%	37	0,3%	42	0,0%	27	0,21%	37
MANÍ EN CÁSCARA	0,08%	40	0,0%				0,53%	24
MELÓN	0,04%	52	0,4%	37			0,06%	54
COL	0,01%	60	0,4%	38			0,08%	52
SANDÍA	0,05%	48	0,4%	41			0,08%	51
COLIFLOR	0,01%	59	0,3%	43			0,05%	55
ABACÁ	0,22%	24	0,0%				0,12%	47
REMOLACHA	0,02%	58	0,2%	44			0,10%	48
PERA	0,05%	49	0,0%				0,22%	36
PIMIENTA NEGRA	0,04%	53	0,0%		0,1%	22	0,08%	53
COCO	0,07%	43	0,0%				0,12%	46
TÉ	0,13%	30	0,0%		0,0%	26	0,02%	59
BABACO	0,07%	45	0,0%				0,05%	57
OVINO VIVO	0,09%	35	0,0%					
CAUCHO	0,06%	46	0,0%				0,02%	60
ALGODÓN	0,02%	57	0,0%				0,05%	56
TOTALES EN VALORES	4.781.225.259		0,214065		3.124.164.387		3.098.818	
PONDERACIÓN	25%		25%		25%		25%	

NOTAS

^{1/} Precios Productor 2008 – SIA, Cifras de producción tomadas del INEC, ESPAC 2008 y complementadas con los datos del III CNA.

^{2/} Productos de Canasta Básica tomados del INAC (299 productos, se seleccionaron solo los productos del sector agropecuario).

^{3/} Valor Exportado, estadísticas del año 2008 tomadas de la Corporación Aduanera Ecuatoriana y Banco Central, solo productos con valor de exportación por encima de 1 millón de dólares.

^{4/} Mano de Obra, información calculada sobre la base de los resultados del III Censo Nacional Agropecuario.

Elaboración: Mat. Víctor H. Bucheli L. – Coordinador General del Sistema de Información Nacional (CGSIN)

ANEXO 2



PROVINCIAS SELECCIONADAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE PRECIOS RECIBIDOS AL PRODUCTOR

Nº	PRODUCTO	Azuay	Bolívar	Cañar	Carchi	Cotopaxi	Chimborazo	El Oro	Esmeraldas	Guayas	Imbabura	Loja	Los Ríos	Manabí
1	Banano	0.06	1.60	2.56	0.01	3.27	0.06	23.70	0.87	25.99	0.00	0.50	37.28	1.70
2	Leche Cruda													
3	Pollo	1.64	0.20	1.50	2.14	0.58	4.98	8.10	0.25	25.15	6.91	1.97	1.85	6.11
4	Bovino				\$									\$
5	Arroz		0.33	0.75		0.24	0.00	0.41	0.23	56.82		0.62	38.10	1.74
6	Cacao	0.76	1.47	1.31		1.25	0.10	5.66	20.83	16.19		0.19	16.94	26.61
7	Porcino				\$									\$
8	Plátano	0.03	4.94	0.08	0.26	4.50	0.16	1.87	4.46	6.04	0.75	0.23	9.30	31.82
9	Trigo *	1.04	40.70	2.01	6.58	3.04	11.34	0.31			26.08	2.22		
10	Maíz duro seco	0.07	0.76	0.20	0.24	0.42	0.02	0.26	0.56	20.90	0.58	4.10	48.34	16.04
11	Caña de azúcar para azúcar			25.00	0.24		0.00			61.94	8.65	2.27	1.90	
12	Palma africana		0.01			0.20			34.03	1.57			21.14	0.68
13	Maíz suave choclo	1.11	40.93	0.51	7.93	6.37	6.02	0.09	0.04	0.77	10.00	4.35	0.02	0.47
	Maíz suave seco	12.41	10.70	4.61	1.34	6.12	7.09	0.47	0.08	0.98	7.22	36.26	0.14	0.19
14	Papa	3.87	3.06	2.81	34.81	11.76	10.31	0.04			1.81	0.39	0.00	
15	Café	0.07	1.16	0.15	0.01	0.50	0.19	6.09	1.51	1.93	0.03	9.56	2.02	23.04
16	Huevo					11.11	0.96	0.52		1.16	0.16		0.17	20.42
17	Fréjol seco	9.84	10.39	3.80	9.12	4.41	10.50	0.38	0.01	8.60	18.51	14.44	3.01	0.90
	Fréjol tierno	3.10	0.69	3.83	6.25	1.68	13.90	0.38	0.06	14.37	12.87	7.75	10.31	8.35
18	Palmito		0.14	0.04		0.05	1.13	0.54	13.26	3.95	0.33		12.89	0.55
19	Tomate riñón	2.14	0.14	0.80	4.56	5.23	12.66	2.25	0.14	18.65	7.84	8.49	0.93	14.85
20	Cebolla colorada	2.58	0.01	0.60	14.67	0.07	16.43	0.00		0.95	0.93	12.06		0.01
	Cebolla perla	0.24			38.44	0.05	0.67			8.93	0.22	0.24		43.80
21	Brócoli	0.59		0.00	3.45	67.75	1.76				9.72	0.00	0.01	
22	Tomate de árbol	12.87	3.64	15.03	3.85	0.55	1.90	0.05			15.08	1.34	0.04	
23	Arveja tierna	2.43	3.61	9.98	38.27	3.35	7.14				5.69	3.12		
24	Piña	0.00	0.13	0.00	0.16	0.04	0.02	0.87	0.97	65.91	0.02	2.04	7.38	0.34
25	Caña de azúcar otros usos	6.11	14.21	3.03	0.55	14.16	0.94	6.91	4.49	0.22	5.32	23.04	0.26	2.19
26	Maracuyá	0.02	2.89	0.00		0.19		0.92	2.17	3.57		0.01	75.93	10.37
27	Soya		0.47			0.42	0.00	0.04		2.45	0.00	0.00	96.56	0.05
28	Naranja	0.50	9.26	0.00	4.31	1.90	0.01	0.00	0.01	0.00	10.41	0.00		
29	Yuca	0.08	0.12	0.61	0.07	14.55	0.39	0.39	0.66	0.78	1.05	4.37	10.10	5.63
	CARGAS DE TRABAJO	4	6	3	10	8	9	5	3	12	13	7	12	13

FUENTE: ENEC Censo Agropecuario 2000
 CONAVE Censo Agrícola 2007

ELABORACIÓN: DIGDM-SINA

PROVINCIAS SELECCIONADAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE PRECIOS RECIBIDOS AL PRODUCTOR

N°	PRODUCTO	M. Santiago	Napo	Pastaza	Pichincha	Tungurahua	Z. Chinchipe	Sucumbios	Orellana	Sto. Domingo	Sta. Elena	ACUMULADO (4.76)
1	Banano	0.32	0.01	0.01	0.05		0.12	0.06	0.04	0.14	0.07	86.97
2	Leche Cruda											
3	Pollo	0.14	0.16	1.35	15.57	2.35	0.17	0.18	0.21	11.54	1.77	78.36
4	Bovino					\$				\$		
5	Arroz	0.02	0.01	0.00	0.05		0.00	0.08	0.40	0.03		94.93
6	Cacao	0.37	0.70	0.12	0.91		0.23	0.47	0.51	1.82		86.23
7	Porcino					\$				\$		
8	Plátano	11.41	0.90	1.36	1.31	0.00	2.83	1.60	2.16	11.83	0.12	75.33
9	Trigo *	0.00			6.16	0.52						90.86
10	Maíz duro seco	0.44	0.31	0.04	0.09		0.49	0.43	0.66	0.32	1.87	85.28
11	Caña de azúcar para azúcar											95.59
12	Palma africana		0.05		9.88			3.82	3.88	8.87		73.92
13	Maíz suave choclo	0.00	0.35	0.00	6.87	13.73	0.06	0.00		0.08	0.02	91.85
	Maíz suave seco	0.12	0.05	0.00	8.04	3.79	0.01	0.30	0.01	0.02	0.03	87.85
14	Papa	0.00	0.00	0.00	10.56	19.58		0.98				87.02
15	Café	1.29	1.47	0.15	1.00	0.00	6.64	24.58	16.34	1.17	0.18	86.26
16	Huevo				15.06	50.19	0.23		0.03			96.78
17	Fréjol seco	0.30	0.02	0.04	3.76	0.97	0.73	0.02	0.00	0.04	0.14	81.40
	Fréjol tierno	0.42	0.02	0.02	8.25	7.11	0.06	0.01	0.00	0.19	0.04	89.17
18	Palmito	0.01	0.10	0.17	18.84			0.16	6.78	36.07		87.85
19	Tomate riñón	0.01	0.56	0.12	5.51	11.32	0.13	0.00		0.21	3.39	84.55
20	Cebolla colorada	0.00			0.03	44.35					7.30	94.81
	Cebolla perla				0.02	0.04					7.36	98.52
21	Brócoli	0.00			15.98	0.67						93.45
22	Tomate de árbol	0.10	1.79	0.06	3.77	39.84	0.02	0.03				82.82
23	Arveja tierna	0.03	0.09		2.92	23.39						84.47
24	Piña	0.22	0.07	0.16	1.46		0.05	0.14	0.06	19.65	0.13	92.95
25	Caña de azúcar otros usos	4.56	0.25	3.91	5.18	0.01	3.35	0.31	0.07	0.83	0.01	74.92
26	Maracuyá	0.00		0.00	0.65			0.09	0.00	1.20	0.00	86.30
27	Soya	0.01	0.01		0.00						0.00	96.56
28	Naranja	35.48	8.27	17.41	2.79	2.82	3.60	2.89	0.11	0.20	0.00	80.83
29	Yuca	20.85	2.79	3.30	1.86	0.03	4.21	0.63	1.70	25.26	0.00	76.39
CARGAS DE TRABAJO		3	1	1	12	10	1	1	2	8	2	

FUENTE:  INEC Censo Agropecuario 2000
 CONAVE Censo Agrícola 2007

ELABORACIÓN: DIGDM-SINA

ZONAS DE INVESTIGACIÓN

Azuay	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
		Cuenca	Sigsig	Gualaceo	Paute
		Cuenca	Gualaceo	Sigsig	Paute
		Paute	Oña	Nabón	
		Santa Isabel	Cuenca	Pucará	Nabón
Maíz suave seco	12.41				
Fréjol seco	9,84				
Tomate de árbol	12.87				
Caña de azúcar otros usos	6.11				

Bolívar	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
		Guaranda	Las Naves	Echeandía	
		Chimbo	San Miguel	Guaranda	
		San Miguel			
		Chillanes	San Miguel	Guaranda	
Plátano	4.94				
Trigo	40.70				
Maíz suave choclo	40.93				
Maíz suave seco	10.70				
Fréjol seco	10.39				
Caña de azúcar otros usos	14.21				
Naranjilla	9.26				

Cañar	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
		La Troncal			
		Azogues			
		Cañar	Azogues		
Caña de azúcar para azúcar	25.00				
Tomate de árbol	15.03				
Arveja tierna	9.98				

Carchi	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
		Montúfar	Bolívar	Espejo	
		Mira			
		Tulcán	Montúfar	Espejo	San Pedro de Huaca
Trigo	6.58				
Maíz suave choclo	7.93				
Papa	34.81				
Fréjol seco	9.12	Bolívar	Mira		
Fréjol tierno	6.25	Bolívar	Mira		
Cebolla colorada	14.67	Bolívar			
Cebolla perla	38.44	Bolívar			
Alverja tierna	38.27	Bolívar	Montúfar	Mira	Espejo

ANEXO 3

Cotopaxi	CANTONES				
	Contribución al Total Nacional	Latacunga	Salcedo		
Maíz suave choco	6.37	Latacunga	Salcedo		
Maíz suave seco	6.12	Latacunga	Pujilí		
Papa	11.76	Latacunga	Salcedo		
Tomate riñón	5.23	Latacunga	Salcedo	Pujilí	
Brócoli	67.75	Latacunga			
Caña de azúcar otros usos	14.16	Pangua	Sigchos		
Yuca	14.55	Pangua	La Mana		
Huevo	11.11	Latacunga	Salcedo		

Esmeraldas	CANTONES				
	Contribución al Total Nacional	Eloy Alfaro	Quinindé	Muisne	La Concordia
Cacao	20.83	Eloy Alfaro	Quinindé	Muisne	La Concordia
Palma africana	34.03	Quinindé	San Lorenzo	La Concordia	
Palmito	13.26	Quinindé			

Chimborazo	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
Trigo	11.34	Alausí	Chunchi		
Maíz suave choclo	6.02	Guano	Colta	Chambo	Riobamba
Maíz suave seco	7.09	Riobamba	Guano	Penipe	
Papa	10.31	Guano	Colta	Riobamba	Guamote
Fréjol seco	10.50	Pallatanga	Alausí		
Fréjol tierno	13.90	Alausí	Pallatanga		
Tomate riñón	12.66	Riobamba	Chambo	Pallatanga	
Cebolla colorada	16.43	Colta			
Alverja tierna	7.14	Riobamba	Guano		

Santa Elena	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
Cebolla perla	7.36	Santa Elena			
Tomate riñón	3.39	Santa Elena	Salinas		
Cebolla colorada	7.30	Santa Elena			

ANEXO 3

El Oro	CANTONES									
	Contribución al Total Nacional	El Guabo	Machala	Pasaje	Santa Rosa	Machala				
Banano	23.70									
Cacao	5.66	Pasaje	Santa Rosa	El Guabo	Arenillas	Machala				
Café	6.09	Piñas	Balsas	Marcabelí	Las Lajas					
Caña de azúcar otros usos	6.91	Portovelo	Zaruma	Atahualpa	Santa Rosa	Piñas				
Pollo	8.10	Machala	Pasaje	Balsas	Piñas	Marcabelí	Portovelo	Zaruma		Santa Rosa

Napo	CANTONES				
	Contribución al Total Nacional	Tena	Archidona		
Yuca	2.79				
Naranjilla	8.27	Archidona			

Pastaza	CANTONES			
	Contribución al Total Nacional	Arajuno	Pastaza	
Yuca	3.30			
Naranjilla	17.41	Pastaza		

Guayas	CANTONES									
	Contribución al Total Nacional	Naranjal	Balao	El Triunfo	Yaguachi	Milagro	Simón Bolívar	Guayaquil / Tenguel		
Banano	25.99	Naranjal	Balao	Urbina Jado	Santa Lucía	Yaguachi	Naranjal	Colimes	Alfredo Baquerizo M.	
Arroz	56.82	Daule	Samborondón							
Cacao	16.19	Naranjal	Balao	Milagro	Empalme	Simón Bolívar	Yaguachi	Guayaquil / Tenguel		
Plátano	6.04	Empalme	Milagro	Naranjal	Balzar	Yaguachi				
Maíz duro seco	20.90	Balzar	Empalme	Pedro Carbo	Guayaquil	Milagro				
Caña de azúcar otros usos	61.94	Coronel Marcelino M.	Milagro	Naranjal	El Triunfo	Naranjito	Yaguachi			
Frejol tierno	14.37	Pedro Carbo	Simón Bolívar	Isidro Ayora	Coronel Marcelino M.					
Tomate riñ ó n	18.65	Guayaquil	Yaguachi	Naranjal	Pedro Carbo	Empalme	Milagro			
Piña	65.91	Empalme	Naranjito	Milagro	Gen. Antonio Elizalde					
Pollo	25.15	El Triunfo	Coronel Marcelino M.	Gen. Antonio Elizalde	Isidro Ayora	Naranjito	Guayaquil	Playas	Naranjal	

ANEXO 3

Cebolla perla	8.93	Guayaquil								
Frejol seco	8.60	Pedro Carbo	Isidro Ayora	Simón Bolívar	Coronel Marcelino M.					

Los Ríos	CANTONES									
	Contribución al Total Nacional									
Banano	37.28	Baba	Valencia	Pueblo Viejo	Babahoyo	Ventanas	Buena Fé			
Arroz	38.10	Babahoyo	Montalvo	Baba	Ventanas	Vinces				
Cacao	16.94	Mocache	Ventanas	Valencia	Buena Fé					
Plátano	9.30	Valencia	Quevedo	Buena Fé	Ventanas	Quinsaloma				
Maíz duro seco	48.34	Palenque	Ventanas	Mocache	Vinces	Pueblo Viejo				
Palma africana	21.14	Valencia	Buena Fé	Quevedo	Ventanas					
Fréjol tierno	10.31	Ventanas	Urdaneta	Babahoyo						
Palmito	12.89	Buena Fé	Valencia							
Soya	96.56	Babahoyo	Montalvo	Valencia	Ventanas	Buena Fé				
Maracuyá	75.93	Quevedo	Mocache	Buena Fé	Valencia	Montalvo				
Piña	7.38	Buena Fé	Valencia							
Yuca	10.10	Valencia								

Manabí	CANTONES									
Cacao	26.61	Chone	Flavio Alfaro	Pichincha	Bolívar	El Carmen				
Plátano	31.82	El Carmen								
Maíz duro seco	16.04	Tosagua	Portoviejo	Jipijapa	Chone	Sucre	Rocafuerte	Pajan	Santa Ana	Junín
Café	23.04	Paján	Jipijapa	24 de Mayo	Santa Ana	Chone	Bolívar	Portoviejo		
Fréjol tierno	8.35	Portoviejo	Rocafuerte	Jipijapa	Santa Ana	Sucre				
Tomate riñón	14.85	Portoviejo	Rocafuerte	Santa Ana	Chone	Sucre	Tosagua			
Cebolla perla	43.80	Portoviejo	Rocafuerte	Santa Ana						
Maracuyá	10.37	Sucre	Pedernales	El Carmen	Chone	Jama	Pichincha			
Yuca	5.63	Chone	Portoviejo	Pichincha	Bolívar	Santa Ana				
Pollo	6.11	Tosagua	Montecristi	Santa Ana	Portoviejo	Chone	Junín	Jipijapa	Jama	
Huevo	20.42	Tosagua	Junín	Bolívar	Portoviejo	Chone	Montecristi	Sucre	Rocafuerte	
Sucumbios	CANTONES									
Café	24.58	Lago Agrio	Shushufindi							

ANEXO 3

Imbabura	Contribución al Total Nacional	CANTONES						
		Cotacachi	Ibarra	San Miguel de Urcuquí	San Miguel de Urcuquí			
Trigo	26.08							
Caña de azúcar para azúcar	8.65	Ibarra						
Maíz suave choclo	10.00	Cotacachi	San Miguel de Urcuquí	Antonio Ante				
Maíz suave seco	7.22	Otavalo	Cotacachi	Ibarra				
Fréjol seco	18.51	Ibarra	Cotacachi	Pimampiro	San Miguel de Urcuquí			
Fréjol tierno	12.87	Antonio Ante	San Miguel de Urcuquí	Ibarra				
Tomate riñón	7.84	Pimampiro	Ibarra	San Miguel de Urcuquí	Antonio Ante	Otavalo		
Tomate de árbol	15.08	Pimampiro	Antonio Ante	San Miguel de Urcuquí				
Arveja tierna	5.69	San Miguel de Urcuquí	Pimampiro	Ibarra	Cotacachi			
Brócoli	9.72	Otavalo	Cotacachi					
Caña de azúcar otros usos	5.32	Cotacachi	San Miguel de Urcuquí					

Pollo	6.91	Ibarra	San Miguel de Urcuquí	Antonio Ante	Otavallo
Naranjilla	10.41	Ibarra	San Miguel de Urcuquí		

Orellana	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
Palmito	6.78	La Joya de los Sachas			
Café	16.34	La Joya de los Sachas	Orellana		

Santo Domingo de los Tsáchilas	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
Palmito	11.83	Santo Domingo			
Palma africana	8.87	Santo Domingo			
Piña	19.65	Santo Domingo			
Plátano	36.07	Santo Domingo			
Pollo	11.54	Santo Domingo			
Yuca	27.12	Santo Domingo			

ANEXO 3

Loja	CANTONES									
	Contribución al Total Nacional	Saraguro	Zapotillo	Catamayo	Calvas	Quilanga	Olmedo (Sta. Bárbara)	Calvas	Saraguro	Catamayo
Cebolla colorada	12.06									
Café	9.56	Puyango	Chahuarpamba	Paltas						
Fréjol seco	14.44	Gonzanamá	Paltas	Loja						
Fréjol tierno	7.75	Loja	Saraguro	Catamayo						
Tomate Riñón	8.49	Catamayo	Loja							
Caña de azúcar otros usos	23.04	Paltas	Loja	Gonzanamá	Chahuarpamba	Calvas	Espíndola			

Morona Santiago	CANTONES									
	Contribución al Total Nacional	Morona	Huamboya	Sucúa	Gualaquiza	Santiago	San Juan Bosco	Palora		
Plátano	11.41									
Naranja	35.48	Morona	Gualaquiza	Santiago	Huamboya	Limón Indanza				
Yuca	20.85	Morona	Huamboya	Sucúa						

Pichincha	Contribución al Total Nacional	CANTONES				
Trigo	6.16	Cayambe	Mejía			
Maíz suave choclo	6.87	Quito	Mejía			
Maíz suave seco	8.04	Quito	Pedro Moncayo			
Papa	10.56	Mejía	Quito			
Fréjol tierno	8.25	Quito				
Tomate riñón	5.51	Quito	Pedro Moncayo			
Palmito	18.84	Pedro Vicente Maldonado	Puero Quito			
Palma africana	9.88	Puerto Quito				
Brócoli	15.98	Mejía				
Caña de azúcar otros usos	6.02	Quito				
Pollo	15.57	Quito	Pedro Moncayo	Cayambe	Pedro Vicente Maldonado	
Huevo	15.06	Quito	Mejía			

ANEXO 3

Tungurahua	Contribución al Total Nacional	CANTONES						
Maíz suave choclo	13.73	Patate	Ambato	San Pedro de Pelileo	Santiago de Píllaro			
Papa	19.58	Quero	Ambato	Santiago de Píllaro	Mocha			
Frejol tierno	7.11	San Pedro de Pelileo	Patate	Baños				
Tomate riñ ón	11.32	Ambato	Patate	San Pedro de Pelileo	Baños			
Cebolla colorada	44.35	Ambato	Quero	Tisaleo				
Tomate de árbol	39.84	San Pedro de Pelileo	Patate	Baños				
Arveja tierna	23.39	Ambato	Quero	Tisaleo	San Pedro de Pelileo	Cevallos		
Huevo	50.19	San Pedro de Pelileo	Ambato	Baños	Patate	Cevallos		Santiago de Píllaro

Zamora Chinchipe	Contribución al Total Nacional	CANTONES			
Café	6.64	Palanda	Chinchipe	El Pangui	

FRECUCENCIA DE RECOLECCIÓN PRODUCTOS TRANSITORIOS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AZUAY	Maíz suave seco											
	Fréjol seco											
BOLÍVAR	Maíz suave choclo											
	Trigo											
	Maíz suave seco											
	Fréjol seco											
CAÑAR	Arveja tierna											
COTOPAXI	Brócoli											
	Papa											
	Maíz suave choclo											
	Maíz suave seco											
	Tomate riñón											
EL ORO	Yuca											
	Maíz duro choclo											

ANEXO 4

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
CARCHI	Cebolla perla											
	Arveja tierna											
	Papa											
	Cebolla colorada											
	Fréjol seco											
	Maíz suave choclo											
	Trigo											
	Fréjol tierno											
	Tomate riñón											
CHIMBORAZO	Cebolla colorada											
	Fréjol tierno											
	Tomate riñón											
	Trigo											
	Fréjol seco											
	Papa											
	Arveja tierna											
	Maíz suave seco											
	Maíz suave choclo											

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

GUAYAS	Fréjol tierno										
	Tomate riñón										
	Maíz duro seco										
	Maíz duro choclo										
	Arroz										
	Cebolla perla										
	Fréjol seco										

IMBABURA	Trigo										
	Fréjol seco										
	Fréjol tierno										
	Maíz suave choclo										
	Brócoli										
	Tomate riñón										
	Maíz suave seco										
STA. ELENA	Arveja tierna										
	Cebolla perla										
	Tomate riñón										
	Cebolla colorada										

ANEXO 4

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
LOJA	Maíz suave seco											
	Fréjol seco											
	Maíz duro choclo											
	Cebolla colorada											
	Tomate riñón											
	Fréjol tierno											
	Maíz suave choclo											
	Maní											
LOS RÍOS	Maíz duro seco											
	Arroz											
	Fréjol tierno											
	Soya											
	Yuca											
MANABÍ	Cebolla perla											
	Maíz duro choclo											
	Maíz duro seco											
	Tomate riñón											
	Fréjol tierno											

ANEXO 4

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
MORONA SANTIAGO												
	Yuca											
NAPO												
	Yuca											
PASTAZA												
	Yuca											
PICHINCHA	Tomate riñón											
	Brócoli											
	Papa											
	Fréjol tierno											
	Maíz suave seco											
	Maíz suave choclo											
	Trigo											
TUNGURAHUA	Cebolla colorada											
	Arveja tierna											
	Papa											
	Maíz suave choclo											
	Tomate riñón											
	Fréjol tierno											

CONCEPTOS Y DEFINICIONES

Precio al Productor: *Es el valor que recibe el productor agrícola por la venta de una determinada cantidad de producto. En el caso de los productos pecuarios, el precio corresponde a la venta de animales en pie.*

Precio Mayorista: *Es el precio que paga el comerciante minorista al proveedor mayorista por la compra de una unidad de venta al por mayor (sacos, caja, cientos, etc), de un producto determinado.*

Precio Minorista o al consumidor: *Es el precio que paga el consumidor final al comerciante minorista o detallista, por la compra de una unidad de medida de venta al por menor de un determinado producto.*

Producto Genérico: *en la presente investigación se denomina a las especies agrícolas (productos agrícolas) que son comercializados sin tener en cuenta la variedad.*

Variedad: *Es cada uno de los grupos en que se divide cada una las especies agrícolas. Ejemplo: Dentro de la especie papa, existen variedades como: Super Chola, Gabriel, Catalina, Pan, Maria, etc.*

Selección: *Consiste en separar los productos que tienen una madurez adecuada y no presentan daños de carácter microbiano, mecánico o por insectos. Mediante esta tarea se excluyen a los productos que no entran a la fase de comercialización.*

Clasificación: *Consiste en la selección de los productos para reunirlos en lotes homogéneos a fin de facilitar sus comercialización y obtener mejores precios. Los criterios para la clasificación generalmente tienen que ver con atributos como, dimensión, forma, textura, sabor, grado de madurez, o todo otro atributo medible.*

Primera calidad: *Comprende a los productos agrícolas que presentan la mayor uniformidad en cuanto a sus atributos de clasificación, como tamaño, calibre, forma, textura, etc.*

Segunda calidad: *Comprende a los productos agrícolas que presentan menor uniformidad en cuanto a sus atributos de clasificación, con respecto a la seleccionada como primera calidad.*

Al granel: *Cuando los productos se comercializan sin tener en cuenta su clasificación; pero aptos para el consumo humano.*

Unidad de Observación: Son los Sectores estadísticos o zonas de producción en los que se ha dividido la provincia con fines de recolección estadística (recinto/comunidad)

Unidad de Investigación: Son los Centros Poblados seleccionados al interior de los Sectores Estadísticos.

Productor agropecuario: Es la persona natural o jurídica que tiene a su cargo la conducción técnica y económica de una unidad agropecuaria, pudiendo ejercer esta función en forma directa o mediante un administrador

Acopiador-rural: Es la persona natural o jurídica que se dedica a la compra de productos agropecuarios en las propias fincas y constituyen el primer enlace entre el productor y el resto de los intermediarios. El acopiador rural generalmente reúne o acopia la producción rural dispersa y forma lotes uniformes para luego venderlos a otros intermediarios más grandes o transportistas comerciantes.

Mayorista: Es la persona natural o jurídica que tiene la función de concentrar la producción y hacer lotes grandes y uniformes que permitan la función formadora del precio y faciliten operaciones masivas y especializadas de almacenamiento, transporte y en general de preparación para la etapa siguiente de distribución, en este caso para el abastecimiento de los comerciante minoristas

Comerciante minorista o Detallista: Son intermediarios que tienen por función básica el fraccionamiento o división del producto y el suministro al consumidor.

Informante calificado: Es la persona idónea, mujer u hombre, ligado a la actividad agropecuaria, que tenga conocimiento del ámbito a informar y un amplio espíritu de colaboración. Los Informantes Calificados pueden ser: productores agropecuarios líderes, autoridades locales (Gobernadores, Tenientes gobernadores, Agentes Municipales), directivos de gremios de productores, etc.

Extractoras de Aceite Rojo de Palma

- La capacidad de procesamiento del fruto de palma, incluye los procesos de cocción, despulpe, digestión y extracción de aceite.
- La capacidad de procesamiento del palmiste incluye la desfibración, recuperación de nueces y la extracción de aceite de palmiste.
- La capacidad de Almacenamiento se refiere a la cantidad de aceite crudo y aceite de palmiste que se puede almacenar en tanques.

Molinos Empresariales de Trigo

- *La capacidad de molienda se refiere a la capacidad de transformar el grano de trigo a harina medido en TM/hora con un adecuado rendimiento. La molienda se realiza por medio de cilindros trituradores o molinos de rodillo, con el objetivo de reducir el tamaño de partícula.*
- *La capacidad de Almacenamiento se refiere a la cantidad de harina que se puede acumular en silos o en sacos de 50 kg.*

Fábrica de Alimentos Balanceados

- *La capacidad de molienda se refiere a la capacidad de transformar los diferentes granos a un tamaño de partícula adecuado para la mezcla del balanceado.*
- *La capacidad del mezclador consiste en combinar todos los componentes del balanceado hasta llegar a una mezcla homogénea de acuerdo a un tiempo de mezclado.*
- *La capacidad de prensado o peletizado se da con un fenómeno de compresión de la mezcla, por medio de la aplicación de vapor, mediante el cual se generan los pellets, es decir el balanceado.*
- *La capacidad de Almacenamiento se refiere a la cantidad de balanceado que se puede depositar en silos o en bodegas.*

Piladoras

Capacidades

- *El índice de pilada corresponde al porcentaje (rendimiento) de granos enteros de arroz sin cáscara respecto al arroz en cáscara limpio y seco.*
- *La capacidad de pilado es la cantidad de arroz que se obtiene por hora después del proceso de pilado.*
- *La capacidad de secado es la cantidad de arroz paddy que se seca por unidad de tiempo, mediante las técnicas que se utilizan, como son en secadora, en tendal, etc.*
- *La capacidad de Almacenamiento se refiere a la cantidad de arroz secado y pilado que se puede guardar en silos o en bodegas.*
- *La capacidad de precocción se refiere a la cantidad de arroz que ha sido sometido a un tratamiento con calor, como vapor, ebullición o por calentamiento en seco, antes de pulirse, seguido de pulido y secado, con el objeto de reducir el posterior tiempo de cocinado.*

Producto

- *El arroz de grano corto es todo grano completo de arroz elaborado que tenga menos de 5,0 mm de longitud; es de la variedad japónica.*
- *El arroz de grano largo es todo grano completo de arroz elaborado que tenga entre 6,0 y 6,9 mm de longitud; es de la variedad índica.*
- **Arroz natural o fresco:** *es el arroz de cualquier variedad que es pilado pocos días después de haber sido cosechado del campo. Se caracteriza por su color blanco y es consumido en la costa.*
- **Arroz Envejecido natural:** *es aquel arroz que es almacenado o guardado durante más de siete meses antes de procesarlo para comercializarlo. Este arroz adquiere ciertas características, como la humedad del grano es menor que la que se presenta en arroces frescos. Este tipo de arroz tiene un precio mayor al arroz fresco, debido a que debe ser almacenado durante varios meses antes de comercializarlo, lo cual aumenta su costo de producción. El arroz envejecido es ofrecido principalmente en la sierra, ya que debido a las condiciones climáticas y atmosféricas sumado a sus costumbres culinarias, esta zona del país necesita granos más secos para que al cocinar el arroz, este quede más graneado que es lo que le gusta al consumidor de la sierra ecuatoriana y que no logra conseguirlo con los arroces frescos.*
- **Arroz Envejecido artificial:** *tiene similares características que el arroz envejecido natural o guardado; consiste en someter al arroz a calor mediante hornos, se logra deshidratar el grano del arroz. El proceso artificial se lo realiza en arroz pilado fresco, logrando disminuir su porcentaje de humedad a menos de un diez por ciento, utilizando hornos de calor, y luego enfriándolo mediante el reposo de la gramínea. Presenta un color crema o amarillo que toma, pero estas características se presentan en los dos tipos de arroces envejecidos.*
- **Arroz Parboiled:** *también conocido como arroz precocido. Este tipo de arroz tiene un distinto proceso de producción, el cual se lo realiza antes de pilar el grano de arroz. Este proceso consiste en precocer el grano que aún está en cáscara a través de agua y vapor, logrando tener un grano de mayor tamaño y con menor porcentaje de granos partidos. Este tipo de arroz se lo puede reconocer por su color amarillento y un pequeño aroma propio de este tipo de arroz que tiene al cocinarlo.*

Ingenios Azucareros

Capacidades

- *La capacidad de molienda consiste en la capacidad que tienen los molinos con los tandems de molienda para extraer el jugo de la caña de azúcar, se expresa en toneladas por día.*
- *La capacidad de procesamiento tiene que ver con la cantidad de sacos de azúcar que se obtiene a través del proceso de fabricación del azúcar.*

- *La capacidad de almacenamiento en bodega se refiere a la cantidad de sacos de 50 kg de azúcar que se pueden guardar en la bodega de producto terminado.*

Producto

- *Azúcar blanca, con 99,5% de sacarosa. También denominado azúcar sulfitado.*
- *Azúcar refinado o extrablanco es altamente puro, es decir, entre 99,8 y 99,9 % de sacarosa. El azúcar rubio se disuelve, se le aplican reactivos como fosfatos, carbonatos, cal para extraer la mayor cantidad de impurezas, hasta lograr su máxima pureza. En el proceso de refinamiento se desechan algunos de sus nutrientes complementarios, como minerales y vitaminas*
- *Azúcar morena, el auténtico azúcar moreno (también llamado “negro” o “crudo”) se obtiene del jugo de caña de azúcar y no se somete a refinación, sólo cristalizado y centrifugado. Este producto integral, debe su color a una película de melaza que envuelve cada cristal. Normalmente tiene entre 96 y 98 grados de sacarosa. Su contenido de mineral es ligeramente superior al azúcar blanco, pero muy inferior al de la melaza.*
- *Azúcar rubia, es menos oscuro que el azúcar moreno o crudo y con un mayor porcentaje de sacarosa.*
- *La melaza o miel de caña es un producto líquido espeso derivado de la caña de azúcar, obtenido del residuo restante en las cubas de extracción de los azúcares. Su aspecto es similar al de la miel aunque de color parduzco muy oscuro, prácticamente negro. Nutricionalmente presenta un altísimo contenido en hidratos de carbono además de vitaminas del grupo B y abundantes minerales, entre los que destacan el hierro, cobre y magnesio. Su contenido de agua es bajo. Se elabora mediante la cocción del jugo de la caña de azúcar hasta la evaporación parcial del agua que éste contiene, formándose un producto meloso semicristalizado.*

Centro de Acopio de Café

Capacidades

- **Despulpado:** *Consiste en la eliminación de la cubierta externa o pulpa del fruto (epicarpio y parte del mesocarpio), dejando al descubierto el grano recubierto con el pergamino (endocarpio).*
- **Desmucilaginado:** *Es la eliminación de una parte del mesocarpio llamada mucílago o baba que queda adherido del anterior proceso.*
- **Lavado:** *El objetivo final del proceso de lavado es bajar el nivel de acidez y aumentar la suavidad del café. El proceso de lavado elimina todas las impurezas del grano de café de forma que produce un sabor más fuerte y característicos. El lavado se realiza en el café arábigo.*
- **Secado:** *Las cerezas se secan al sol o por medio de secadoras mecánicas. El secado del café recién cosechado se inicia esparciendo el producto en una capa*

delgada, de 3 ó 4 centímetros de espesor, y revolviéndolo frecuentemente porque su contenido de humedad es de aproximadamente 60 a 70 por ciento. El período total de secado varía de 12 a 20 días, dependiendo de las condiciones climáticas del lugar.

Con el secado del café con secador rotativo en promedio se requieren 13 días de secado para que la humedad del café pase del 60 por ciento (cosecha) al 13 por ciento (almacenaje).

- **Trillado:** Es la última operación de preparación, que permite obtener el café verde, consiste en descascarillar mecánicamente los granos. Luego, el café se descascara para quitar la fina capa plateada (el tegumento) y la de vitela, produciendo el café en grano «limpio» o «verde» que se comercializa internacionalmente. Las cáscaras se recuperan y se utilizan como combustible.

Producto

El procesamiento o beneficiado de café es la etapa que viene luego de la cosecha, y se podría definir como el proceso mediante el cual se transforma el fruto (café en fruta) en producto comercial (café pergamino u oro).

- **Café Robusta:** Originaria de Zaire. Se utiliza para un café de menor calidad y con mayor cafeína. Es más fácil de mantener porque es más resistente a las plagas, tiene mayor producción y es más barato. Café que se obtiene por el método seco, es el que no se fermenta y no se lava.
- **Café Arábigo:** Originaria de Etiopía. Da el café de mayor calidad. Contiene la mitad de cafeína que el café robusta acompañada de mayor sabor y aroma. Café que se obtiene por el método húmedo, es el que se fermenta y se lava. Una parte también se obtiene por el método seco.
- **Café Pergamino:** café que ha sido solamente secado, tiene una pequeña cascarilla.
- **Café Oro o Green coffe:** café que ha sido secado y trillado.

Centro de Acopio de Cacao

Capacidades

- **Fermentación:** En esta fase se puede lograr el aroma y sabor del cacao. Consiste básicamente en almacenar granos frescos en cajones, bandejas, pasarelas o barriles de madera con el fin de propiciar la muerte del embrión, ayudados por la pulpa (azúcares), la acción de microorganismos, el aire y alta temperatura; permitiendo la transformación bioquímica interna y externa de las almendras para obtener granos con condiciones adecuadas de aroma y sabor. El tiempo de fermentación está íntimamente relacionado con el tipo genético del cacao.
- **Secado:** Proceso para eliminar la humedad que viene de la fermentación de los granos de cacao con un 55% de humedad hasta alcanzar un valor de 7% como máximo. Se utilizan los métodos de secado al sol o secadoras artificiales, los cuales tienen un principio fundamental para evitar el deterioro en los granos.

- **Capacidad de almacenamiento:** Las almendras se colocan en los sacos exclusivos para cacao, y son almacenadas en lugares frescos.

Producto

- **Cacao fino de aroma:** se trata del cacao tradicional ecuatoriano, que pertenece al grupo del cacao Nacional y se caracteriza por un cotiledón castaño claro y un fuerte y agradable perfume floral conocido como aroma "arriba".
- **Cacao CCN-51:** Es un clon producido por el hombre, un material que actualmente cubre una parte de las plantaciones de la Amazonía. Sus mazorcas son rojizas-moradas cuando son tiernas y de color rojizo anaranjadas cuando son maduras. Presentan sabor a cacao de medio a bajo. Su potencial se encuentra en la producción de manteca de cacao.

Centro de Acopio de Granos

Fréjol

- **Capacidad de secado:** El método más frecuente de secado consiste en colocar los granos de fréjol en manteados al sol hasta que éstos alcancen una humedad del 15%. Cuando el volumen de producción es mayor se utilizan secadoras que funcionan con leña, gas o diesel, de diferente capacidad desde 20 hasta 250 quintales. Se mide en toneladas métricas por hora.
- **Capacidad de almacenamiento:** Se recomienda almacenar solamente el grano seco, fresco y limpio. Es recomendable hacerlo en silos metálicos para protegerlo del ataque de insectos, roedores y contaminantes. También se guarda los granos de fréjol en quintales para colocarlos en bodegas.

Maíz

- **Capacidad de secado:** Existen varios métodos para secar maíz. El secado tradicional al sol se realiza en tendales. Otro método como secadores de maíz son estructuras de madera parecidas a una jaula bajo sombra. A nivel más tecnificado se utilizan máquinas secadoras con gas doméstico y gas licuado de petróleo, su capacidad se mide en toneladas métricas por hora. Se debe llegar a una humedad del 15-16%.
- **Capacidad de almacenamiento:** Se recomienda almacenar solamente el grano seco, fresco y limpio. Es recomendable hacerlo en silos metálicos para protegerlo del ataque de insectos, roedores y contaminantes. Se debe controlar muy bien los factores ambientales de temperatura y humedad. También se guarda los granos de fréjol en quintales para colocarlos en bodegas. Con una humedad del 15% el período de almacenamiento es para menos de seis meses y 13% si se desea mantenerlo almacenado por un período mayor de tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

Rovayo, Jorge.- *"Análisis Funcional de la Comercialización"*.

Santos, Maza y Silupu.- *Lineamientos operativos para recopilar información de precios en chacra*

Stephan, Goetz y Michael T. Weber.- *Universidad Estatal de Michigan. "Fundamentos del Análisis de Precios en los Sistemas Alimentarios de los Países en Vías de Desarrollo"*

Sáenz, Alejandro.- *"El Boletín y tipos de Entrevista"*.

CIDEIBER.- *Documentación sobre Agroindustria.*

Benavides, Paúl.- *Descripción Resumida del Proyecto.*

Proyecto SIMA.- *Manual SIMA Información de Precios Mayoristas Versión 2007.*

Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos CENADA.- *Sistema de Información de Mercados Mayoristas – Costa Rica*



El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca a través de la Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CGSIN), tiene como objeto proveer información confiable, oportuna y estructurada al sector público como privado para la toma de decisiones que aporten a la consecución de un mayor bienestar para todos los actores del sector agroproductivo.

La Coordinación levanta, analiza y difunde información de variables estructurales (información geográfica) y sobre variables conyunturales (precios, superficie sembrada, costos de insumos agropecuarios, comercio exterior, etc).



Ministerio
de **Agricultura, Ganadería,
Acuacultura y Pesca**

Coordinación General
del **Sistema de
Información Nacional**



Av. Eloy Alfaro N30-350 y Av. Amazonas
Telf.: + (593 2) 3960-100 • Ext. 1121
www.agricultura.gob.ec
170516 - Quito
Ecuador

SINAGAP



GEOPORTAL