



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Impacto del Oligopsonio en la Situación Agrícola en Ecuador:
Caso de Estudio Frejol Gandul**

AUTOR (ES):

**Oña Villares Evelyn Maritza
Reyes Ortiz Elsy Elizabeth**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERIA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTOR:

Ing. Villacrés Roca, Julio Ricardo Msg.

Guayaquil, Ecuador

12 de Marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Oña Villares, Evelyn Maritza y Reyes Ortiz, Elsy Elizabeth**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR

f. _____

Ing. Villacrés Roca Julio Ricardo Msg.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth, Mgs.

Guayaquil, a los 12 días del mes de Marzo del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Oña Villares Evelyn Maritza y Reyes Ortiz Elsy Elizabeth**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Impacto del Oligopsonio en la Situación Agrícola en Ecuador: Caso De Estudio Frejol Gandul** previo a la obtención del título de **Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 días del mes de Marzo del año 2018

LAS AUTORAS

f. _____

Oña Villares, Evelyn Maritza

f. _____

Reyes Ortiz, Elsy Elizabeth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Oña Villares, Evelyn Maritza y Reyes Ortiz, Elsy Elizabeth**

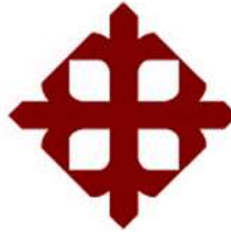
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Impacto del Oligopsonio en la Situación Agrícola en Ecuador: Caso de Estudio Frejol Gandul**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 días del mes de Febrero del año 2018

LAS AUTORAS

f. _____
Oña Villares, Evelyn Maritza

f. _____
Reyes Ortiz, Elsy Elizabeth



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

REPORTE DE URKUND

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Tesis Oligopolio Oña - Reyes.docx
	https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/docum...
	ANALISIS PRECIO DEL PETROLEO FINAL (REVISION URKUND...
	TESIS SALVAGUARDIAS.docx
	GABRIELA INFANTE _ CASO PRACTICO.docx

Link: <https://secure.orkund.com/view/35073808-428129-483509>

AGRADECIMIENTO

La vida se encuentra llena de retos y uno de ellos es la universidad. Al transcurrir los años dentro de ella, me he dado cuenta que más allá de ser un reto, es la base de mis conocimientos y la guía para mi desarrollo profesional.

Mi agradecimiento total a Dios, a mis padres Jorge y Maritza en especial a mi querida mamá por su amor invaluable y por sus consejos, a mis hermanos Cyndi y Nixon por su apoyo incondicional.

A mi abuelita Azucena que aunque ya no se encuentre conmigo, fue un pilar y apoyo en mi vida y en el inicio de mi camino universitario a mi abuelito Nelson por siempre estar pendiente de mí. A mis tíos y primos por su cariño.

A mis maestros por impartir sus conocimientos día a día y compañeros.

Gracias a todos por ser parte de este triunfo.

Evelyn Maritza Oña Villares

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, María Santísima y a sus ángeles por ser mi fuente de inspiración y roca.

A mis padres Carlos y Elizabeth por su infinito amor y apoyo incondicional.

A mis hermanos Carlos y Angie por sacarme una sonrisa en momentos difíciles.

A Roberto por asegurarse que siempre esté bien y estar al pendiente de mí.

A mis abuelitos Carlos Orlando, Mercedes Cristina, Elsy Esmeralda y Sixto por acompañarme en cada paso, por ser mis guardianes y cómplices de vida

A mis tías y primos por sus locuras y cariño excepcional.

A Azu y OJCA por su guía, apoyo infinito y paciencia.

Al grupo Misiones de Nuestro Padre Dios los Ángeles por estar junto a mí en esta etapa universitaria y consejos valiosos.

A todos mis amigos y familiares que fueron parte de este proceso y aportaron a que este día fuera posible.

Muchas gracias por estar a mi lado, los llevo en mi corazón y en este triunfo.

Elsy Elizabeth Reyes Ortiz

DEDICATORIA

Después de un gran esfuerzo es tan satisfactorio sentir la emoción de haber llegado a la meta.

Este proyecto se lo dedico con todo mi amor a mi madre ya que fue el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, ella sentó en mi las bases de responsabilidad y deseos de superación, es mi espejo en el cual me quiero reflejar en sus virtudes infinitas. Sin su esfuerzo impresionante y valentía no hubiese llegado a cumplir esta meta.

Es la mejor persona que tengo en mi vida y todo este logro es para ella.

Evelyn Maritza Oña Villares

DEDICATORIA

Dedico esta victoria a Dios, a Nuestra Madre María y a sus ángeles, teniendo la plena conciencia y fe que sin ellos nada en mi vida sería posible

A mis padres Carlos y Elizabeth que con su incesante esfuerzo, apoyo y sacrificio pudieron lograr que este triunfo fuera posible.

A mis hermanos Carlos y Angie que con su paciencia y amor me ayudaron a consolidar mis metas.

A mis abuelitos por sus sabios consejos, palabras de aliento, complicidad y compañía.

A Azu y OJCA por sus enseñanzas, guía y amor.

A quienes estuvieron a mi lado para que esto fuera posible.

Elsy Elizabeth Reyes Ortiz



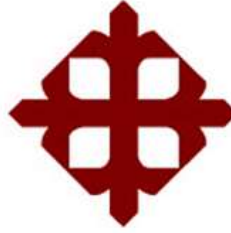
**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Hurtado Cevallos Gabriela Elizabeth, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

Ing. Govea Andrade Flor Karina
COORDINADORA DEL ÁREA

Ing. Baños Mora Patricia Denise
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Oña Villares Evelyn Maritza

Reyes Ortiz Elsy Elizabeth

Contenido

RESUMEN.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
RÉSUMÉ	XIX
ANTECEDENTES.....	2
OBJETIVOS.....	3
PROBLEMÁTICA.....	4
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
JUSTIFICACIÓN.....	9
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL.....	10
1.1 Competencia imperfecta	10
Oligopolio.....	10
Oligopsonio.....	12
1.2 Teorías que abordan el análisis de la competencia imperfecta	14
1.2.1 Teoría de juegos	14
1.3 Modelos clásicos.....	15
1.3.1 Modelo de Cournot.....	15
1.3.2 Modelo de Stackelberg.....	16
1.3.3 Modelo de Bertrand.....	17
1.3.4 Modelo de Kreps-Scheikman: Rivalidad en dos Etapas....	17
1.4 Marco Referencial.....	19
1.5 Marco Conceptual.....	24
1.5.1 Competencia Perfecta	24
1.5.2 Oligopolio.....	24
1.5.3 Concentración Económica	25
1.5.4 Concentración Empresarial.....	26

1.5.5 Grupo Económico	27
1.5.6 Pensamiento Estratégico	27
1.5.7 Costo Marginal.....	28
1.5.8 Precio.....	28
1.6 Marco legal	30
1.6.1 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado	30
1.6.2 Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones	31
CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
2.1 Diseño de la investigación	33
2.1.1 Investigación no Experimental	33
2.1.2 Investigación longitudinal o evolutiva.....	33
2.1.3 Estudio Descriptivo	34
2.1.4 Método Cuantitativo	35
2.1.5 Población de Estudio	35
2.1.6 Muestra.....	35
2.1.7 Muestreo no Probabilístico por Cuota.....	36
2.1.8 Procedimiento.....	37
2.1.9 Herramienta	37
CAPÍTULO 3 ANÁLISIS COMPARATIVO DE VARIABLES	39
3.1 Costo de Siembra.....	39
3.2 Variación de los precios de compra.....	39
3.3 Precio Promedio Internacional.....	42
3.4 Comparación De Precios Por Periodos Anuales	45
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE RESULTADOS	48
4.1 Análisis de resultados de las encuestas realizadas a los agricultores	48
4.2 Análisis de resultados por preguntas.....	48

CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES.....	60
Trabajos citados	61
ANEXOS.....	66
Anexo No.1	66
Anexo No. 2.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: COMPARACIÓN DE VARIACIÓN DE PRECIOS DE COMPRA AÑO 2017	39
FIGURA 2: COMPARACIÓN DE VARIACIÓN DE PRECIOS DE COMPRA AÑO 2016	40
FIGURA 3: COMPARACIÓN DE VARIACIÓN DE PRECIOS DE COMPRA AÑO 2015.....	40
FIGURA 4: COMPARACIÓN DE VARIACIÓN DE PRECIOS DE COMPRA AÑO 2014	41
FIGURA 5: COMPARACIÓN DE VARIACIÓN DE PRECIOS DE COMPRA AÑO 2013.....	42
FIGURA 6: COMPARACIÓN DE PRECIO PROMEDIO INTERNACIONAL AÑO 2017	43
FIGURA 7: COMPARACIÓN DE PRECIO PROMEDIO INTERNACIONAL AÑO 2016	43
FIGURA 8: COMPARACIÓN DE PRECIO PROMEDIO INTERNACIONAL AÑO 2015	44
FIGURA 9: COMPARACIÓN DE PRECIO PROMEDIO INTERNACIONAL AÑO 2014	45
FIGURA 10: COMPARACIÓN DE PRECIO PROMEDIO INTERNACIONAL AÑO 2013	45
FIGURA 11: RESULTADO NIVEL DE ACEPTACIÓN DE PRECIO DE COMPRA	49
FIGURA 12: RESULTADO NIVEL DE ACEPTACIÓN DE NIVEL DE PRECIO DE COMPRA	49
FIGURA 13: RESULTADO NIVEL DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTOR	50
FIGURA 14: RESULTADO NIVEL DE COMPRA DE LA FÁBRICA AL PRODUCTOR	51
FIGURA 15: RESULTADO NIVEL DE LIMITACIÓN DE CUPOS AL PRODUCTOR	52
FIGURA 16: RESULTADO CANTIDADES NECESARIA DE VENTA DEL PRODUCTOR	52
FIGURA 17: RESULTADO NIVEL DE EQUIDAD DE INFORMACIÓN	53
FIGURA 18: RESULTADO NIVEL DE PREFERENCIA.....	53
FIGURA 19: RESULTADO NIVEL DE CONOCIMIENTO DE PROCESOS	54
FIGURA 20: RESULTADO NIVEL DE ASISTENCIA POR PARTE DE LA FÁBRICA.....	55
FIGURA 21: RESULTADO NIVEL DE EQUIDAD DE BENEFICIOS	56
FIGURA 22: RESULTADO NIVEL DE CAPACITACIÓN RECIBIDA	56
FIGURA 23: RESULTADO NIVEL DE ASESORÍA TÉCNICA	57

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: COMPARACIÓN DE PRECIO POR PERIODOS AÑO 2013 - 2017.....	46
TABLA 2: COMPARACIÓN DE PRECIO POR PERIODOS AÑO 2013-2017	46
TABLA 3: COMPARACIÓN DE PRECIO POR PERIODOS AÑO 2013 - 2017.....	47

RESUMEN

Ecuador es considerado uno de los países con mayor riqueza natural en el mundo. Siendo la agricultura una de sus actividades principales, los productores de zonas como las de Ventanas, provincia de los Ríos, basan su sustento personal y familiar a esta actividad la cual destaca como una de las principales fuentes agrícolas del territorio ecuatoriano.

De una vasta lista de productos cosechados en Ventanas, el frejol gandul ocupa el segundo lugar de mayor producción. Este grano que puede llegar a medir hasta 4 metros de alto, es cultivado de manera semestral, tiempo en el que alcanza su madurez óptima para la posterior comercialización en el mercado internacional.

Las empresas dedicadas al procesamiento y comercialización del frejol gandul en Ventanas son limitadas, y por esta razón, tanto la concentración de poder, como la influencia en la toma de decisiones de esta industria es mayor. A través de este trabajo buscamos demostrar los efectos que tiene la participación ante la presencia de pocas empresas en el mercado y las repercusiones de los mismos a los agricultores con el fin de determinar posibles recomendaciones que aporten al mejoramiento de las condiciones y/o herramientas aplicadas por las fábricas en pro del beneficio de los productores.

Palabras claves: AGRICULTURA, OLIGOPSONIO, MERCADO IMPERFECTO, COSTO MARGINAL, GANANCIA, PRECIO DE MERCADO INTERNACIONAL

ABSTRACT

Ecuador is considered one of the countries with the largest natural diversity around the world. One of its main activities is agriculture and producers in areas like Ventanas, Los Rios, base their family income, financial stability and personal growth to this practice.

Out of an extensive list of cultivated products in this area, the green pigeon pea occupies the second place as the most crop one and its biannual harvest allows the grain to reach the peak of maturity in order to be processed and get ready for the commercialization abroad.

As a result of a small local market, there are only a few companies in charge of the decision making process that not only allows them to enlarge their benefits, but also gives them the power to control how the local market of the green pigeon peas interacts in front of the producers. Through this investigation we are looking to demonstrate the effects on a market with few participants in the local market of this product and the repercussion of this model for the farmers with the objective of establishing recommendations that contributes to both personal and financial improvement of the producer.

Key words: AGRICULTURE, OLIGOPSONY, IMPERFECT MARKET, MARGINAL COST, INCOME, INTERNATIONAL SELLING RATE

RÉSUMÉ

L'Équateur est considéré comme l'un des pays les plus riches naturelles du monde. Comme l'agriculture est l'une de ses principales activités, les producteurs de zones telles que Ventanas en Los Ríos, basent leur soutien personnel et familial à cette activité qui se distingue comme l'une des principales sources agricoles du territoire équatorien.

D'une vaste liste de produits récoltés sous Ventanas, les haricots Gandul occupent le deuxième plus grand site de production. Ce grain, qui peut être mesuré jusqu'à 4 mètres de haut, est cultivé de manière semi-annuelle, temps dans lequel il atteint sa maturité optimale pour la commercialisation ultérieure sur le marché international.

Les entreprises dédiées au traitement et à la commercialisation des haricots Gandul dans Ventanas sont limitées, et pour cette raison, tant la concentration de la puissance et l'influence dans la prise de décision de cette industrie est plus grande. Grâce à ce travail, nous cherchons à démontrer les effets de la participation à la présence de quelques entreprises sur le marché et leur impact sur les agriculteurs afin de déterminer les recommandations possibles qui contribuent à l'amélioration de Les conditions et/ou les outils appliqués par les usines au profit des producteurs.

Mots clés: AGRICULTURE, OLIGOPSONIO, MARCHÉ IMPARFAIT, COÛT MARGINAL, PROFIT, PRIX DU MARCHÉ INTERNATIONAL

ANTECEDENTES

Desde la época de la precolombina y con un origen en tierras aztecas el fréjol hizo su aparición. Inicialmente este grano empezó de forma unitaria es decir, que no poseía más especies que la existía en aquel entonces. A lo largo de su ciclo de vida se ha transformado a más especies productos de la evolución y la investigación agrícola. En la actualidad, existen 50 especies de frejoles que van desde; el frejol rojo, blanco, canario, negro entre mucho más. Para el caso del Ecuador, el fréjol canario representa mayor consumo para el sector de la costa y por su parte, el frejol rojo es consumido mayormente en la sierra. Estos granos son consumidos tanto de forma tierna como seca (La Torre, 2011).

El fréjol tierno se cultiva en las provincias de; Guayas y Pichincha mientras que el frejol seco se cultiva en Chimborazo, Carchi, Azuay e Imbabura. La época de siembra empieza desde octubre hasta abril y su periodo de cosecha se realiza durante los meses de Julio a Septiembre. En promedio, se pueden obtener hasta dos cosechas por año. La oferta de Fréjol libre de impurezas y limpio es ofertada por los productores de tal forma que se espera dar valor agregado al producto final (La Torre, 2011).

El fréjol gandul o también conocido como fréjol de palo, es un arbusto que mide en promedio de 1 a 3 metros de altura, el tiempo promedio desde su siembra hasta su cosecha varía entre los cinco meses o más. En la mayoría de los casos, depende de las condiciones climáticas del sector donde sea sembrado y el tratado que se le brinde durante su periodo de maduración. El gandul, contiene un alto contenido de proteínas, minerales y vitaminas tales como; A y B así mismo, aportan con calcio, fosforo y magnesio de tal forma que se beneficia a quien lo consume (Choez, 2014).

En la zona de Ventanas la producción del frejol de palo o frejol gandul es masiva y nuestra producción nacional se completa entre otros cantones de la provincia de Los Ríos, Guayas y Manabí ofertando así un producto con altos componentes de calidad. El 10% de este producto se consume en el ecuador y el 90% es exportado a mercados internacionales que culturalizan el consumo de este producto (Castro, 2013) .

OBJETIVOS

Objetivo general:

Estudiar el impacto de la presencia de las empresas oligopólicas comercializadoras del frejol gandul en la situación del agricultor ecuatoriano.

Objetivos Específicos:

1. Realizar una revisión de la literatura con respecto a los efectos del oligopolio en el mercado con el fin de establecer un marco teórico y referencial para el desarrollo del presente trabajo.
2. Desarrollar un análisis descriptivo del sector de frejol gandul en una muestra de agricultores de la provincia de los Ríos con el fin de conocer la situación actual del sector
3. Elaborar un análisis comparativo que permita medir el efecto de la presencia de los oligopolios en el sector de estudio.

PROBLEMÁTICA

A través de los años la agricultura ha sido reconocida como uno de los pilares y motor productivo que mueve el mundo. Sin embargo las limitantes de los diferentes sectores dedicados a esta actividad resaltan ante la presencia de empresas que determinan los métodos y estrategias de producción y negociación de ciertos bienes en el mercado, de tal manera hacen que este sector de gran relevancia y fragilidad sea expuesto a una manipulación sin tregua de las compañías que tienen capacidad y control de los precios de adquisición.

El gandul, no posee mayor demanda a nivel local, quizás el desconocimiento o la poca información sobre este grano ha limitado su desarrollo en comparación a los demás granos ya conocidos y que forman parte de las preferencias culinarias del ecuatoriano promedio. A pesar de lo que se mencionó con anterioridad, el gandul, se ha abierto paso en mercados internacionales, que han reconocido a este grano como uno de los manjares más apetecible que ha podido dar la madre tierra. Con un participación del 57% dentro del mercado de las leguminosas a nivel mundial, Brasil y México lideran la lista de países que producen este tipo de grano a nivel de la región de países productores (La Torre, 2011).

En el Cantón Ventanas de la provincia de Los Ríos existen 14 mil hectáreas destinadas al sembrío de gandul de las cuales se obtiene un aproximado de 40 quintales por hectáreas sembradas. La constante especulación sobre el precio del quintal ha sido un problema latente y sin nunca acabar. Durante el año 2010, se estableció un precio de compra por el quintal de gandul de tal forma que, productores e intermediarios se vieran beneficiados. El panorama de aquel entonces parecía alentador y prometía mejores años para los implicados en esta actividad pero, el precio que se estableció durante ese año quedó suspendido para el siguiente periodo. Como resultado, los precios de compra se redujeron de forma drástica en relación al quintal de gandul (La Torre, 2011).

La existencia de los comercializadores ha sido el mal de nunca acabar para los productores de gandul quienes, han reconocido que se ha

monopolizado el precio y no permiten que otros intermediarios ingresen para ser parte de las negociaciones y pagar el precio que corresponde por el trabajo invertido. Al final del día, los agricultores trabajan a pérdida pues, es en la época de venta donde recuperan su inversión y un adicional por los meses de espera lo que ellos consideran como meses de “stand by” para la economía de sus hogares (Castro, 2013).

Como ya se ha expuesto, el consumo de fréjol gandul no representa mayor demanda en el país de hecho, tan solo el 10% de la producción total se destina para consumo interno mientras que, el 90% tiene como finalidad mercados internacionales. Costa Rica y República Dominicana figuran entre los sitios de destino del gandul ecuatoriano. A diferencia de los demás frejoles el gandul tiene mayor aceptación de exportación y esto se debe a, la calidad presente en el producto, con un tamaño uniforme, textura suave y sin residuos tóxicos lo hacen aceptable en mercados internacionales, quienes, buscan productos que puedan soportar los diferentes procesos de industrialización y aun así conservar su calidad inicial (Castro, 2013).

La actividad agrícola en la provincia representa el principal medio de sustento económico de la población. Sin embargo, existen barreras que limitan el desarrollo de este sector, entre los cuales los precios de compra que generalmente se encuentran manipulados por los comercializadores, quienes fijan los precios de mercado. Esta manipulación de precios tiene afectaciones en el beneficio percibido por el productor.

Varios factores son atribuidos a la falta de crecimiento del mercado del fréjol gandul para el consumo local, sin embargo el más destacable es el poder compartido entre las únicas empresas que tienen presencia en este mercado tan cerrado. Entre los efectos tenemos la reducción del precio en época de cosecha abundante, debido a la falta de infraestructura y capacidad para el procesamiento que tienen las empresas procesadoras, la cantidad de entrega de quintales diarios a los centros de acopio interpuesto por las fábricas se limita y por default los agricultores tienen una pérdida considerable en caso de sobreproducción. Como resultante tenemos un conjunto de campesinos que buscan, a través de estrategias, beneficiarse y

burlar un sistema regulado únicamente por los dueños del mercado, quienes son los que dominan este sector; creando así, desorganización de los agricultores para la entrega de su cosecha, disminuyendo a casi nulo la capacidad del productor para negociar precios y reduciendo las alternativas de compradores.

En temporada de sobreproducción incrementa el nivel de inestabilidad económica y afectación emocional al agricultor, pues debido a su delicadeza, el producto se va secando en el campo sin posibilidades de ser cosechado lo cual refleja una pérdida monetaria, generando desaliento en el agricultor al no obtener los beneficios esperados de su arduo esfuerzo.

Estos efectos que se pueden reflejar en el sector son atribuidos a la presencia de los oligopolios. Un oligopolio es un mercado en el que solo hay unos pocos vendedores, cada uno de ellos ofrece un producto similar o idéntico al de los demás y así podemos definir que es un mercado perfectamente competitivo. Un mercado oligopolístico solo tiene un grupo pequeño de vendedores, una característica clave del oligopolio es la tensión entre la cooperación y el interés personal (Mankiw, 2002).

“El oligopolio representa una significativa concentración de poder...se define como la instancia donde los vendedores dominan la industria” (Sean & Jason, 2011).

Aun en mercados grandes, la focalización del control absoluto o parcial de una industria o sector ha sido objeto de análisis, ¿qué determina el éxito o fracaso de este modelo? ¿Cuáles son los factores de incidencia para determinar las condiciones y métodos a utilizar en el sector agrícola? ¿Es posible expandir el mercado ante una definida y arraigada presencia de oligopolio en una determinada industria? ¿Quiénes son los principales afectados en proceso de producción? ¿Es posible encontrar una vía donde las partes involucradas encuentren un consenso que concluya en un estado de ganar-ganar?

Las interrogantes son extensas al igual que las diferentes perspectivas y posibles soluciones, sin embargo nuestro objetivo principal es

analizar los efectos que la presencia del oligopolio tiene en la situación de los agricultores de frejol gandul. Para alcanzar el propósito se analizará una muestra de agricultores de este producto con la finalidad de determinar si los efectos negativos presentados por la teoría se reflejan en la realidad de los agricultores.

En este contexto, la presente investigación busca asociar la problemática de los agricultores del frejol gandul en el cantón Ventanas, provincia de Los Ríos con el oligopolio que existe para este producto develando los efectos y ventajas socioeconómicas, junto con las repercusiones que esto conlleva a través de un análisis descriptivo y empírico en busca de respuestas que ayuden a disipar las interrogantes planteadas para finalmente establecer propuestas que sean aplicables y sostenibles para los involucrados en el proceso.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación está enfocado específicamente sobre el cantón Ventanas de la provincia de Los Ríos, tomando una muestra de 300 agricultores del sector ya mencionado productor del frejol gandul. Como se detalló en la problemática, existe especulación en relación al precio de compra/venta del producto, por ende el enfoque principal parte desde la situación actual de la producción de frejol gandul hasta determinar cuáles son los efectos que causa la presencia de empresas oligopólicas sobre los productores.

JUSTIFICACIÓN

La agricultura ejerce un papel importante en la economía de un país, es la mayor potencia de nuestro sistema económico, puesto que no solo nos proporciona materia prima y alimentos, sino que también genera una cantidad representativa de fuentes de empleo en la población.

La presente investigación se enfocara en analizar los efectos ocasionados por la presencia de oligopolios en el sector agrícola del ecuador, centrándonos en el mercado del frejol gandul, ya que por el reducido número de empresas existentes, este sector presenta ciertas falencias que son puntos de análisis para determinar el estado en el que se encuentran las partes involucradas.

Puesto que como lo habíamos mencionado, el sector agrícola es uno de los pilares fundamentales en la economía de nuestro país, por lo tanto este trabajo nos permitirá conocer las incidencias del sector a causa de esta estructura de mercado y profundizar los conocimientos teóricos sobre las estrategias, modelos y formas que adoptan las empresas para formar esa concentración económica y empresarial que reduce la posibilidad a otras empresas a ser parte de esta actividad. De tal manera llegaremos a conocer las ventajas y desventajas que provoca en el agricultor ecuatoriano la presencia de estas empresas oligopólicas.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

1.1 Competencia imperfecta

“Se dice que la competencia es imperfecta cuando existe diferenciación de cualquier tipo en un bien o producto. La diferencia entre ellos puede ser real, es decir que es tangible o imaginaria, donde se el proceso de determinación de la calidad o ventajas se dan a conocer de manera intangible a través de publicidad” (Harrison, 1993).

En su libro *La economía de competencia imperfecta*, (Robinson, 1933) establece que lo que determina la diferencia de un mercado imperfecto frente al perfecto radica en 3 factores principales: el mercado, los ofertantes y el precio. Indica que al existir un número reducido de empresas en el mercado, los vendedores buscan diferenciar su producto y tener el control sobre el precio creando una barrera de ingreso para potenciales competidores.

Oligopolio

Friedman (1982) define la teoría del oligopolio como “el equilibrio parcial del estudio de mercado donde la demanda es competitiva mientras que la oferta no es ni monopolizada ni competitiva”. Debido a que su característica estructural donde existen pocos oferentes y consecuentemente rivales en el mercado, esta teoría mantiene una conexión directa con la competencia perfecta y el monopolio; pues las decisiones son tomadas entre las empresas que concentran el poder de mercado, buscando maximizar su beneficio y minimizando en gran parte el comportamiento estratégico de sus competidores.

La interacción fluctuante de mercados y las variables que los componen, han sido factores claves para el desarrollo de la economía como una ciencia desde su nacimiento en el siglo XVIII y junto con ella, las imperfecciones que le preceden. Para demostrar la influencia de la

imperfección del mercado oligopólico en el sector agrícola, trataremos diferentes teorías desarrolladas para este efecto.

“Del griego *few sellers*, el oligopolio representa la concentración de poder de mercado de unas pocas firmas. Se define como la instancia donde pocos vendedores dominan la industria” (Maley & Welker, 2011, pág. 224). En un mundo industrializado donde la competencia entre empresas es más rigurosa, la lucha por el poder de un sector es más evidente y devela las instituciones que poseen el control parcial o total del mismo.

La necesidad de cubrir la demanda extranjera o local de un producto ha aumentado, y con esto la potestad de decisión de las empresas que están en posibilidades de establecerse como las compañías dominantes, bajo las cuales se concentran las responsabilidades, los deberes, las ventajas y desventajas no solo a nivel de sus colaboradores, sino asumiendo un rol activo para el crecimiento de ellos y de la comunidad de la cual son parte. Sin embargo, el oligopolio como tal no puede funcionar sin las interacciones estratégicas que lo acompañan.

“Los niveles de concentración de los ratios o indicadores estándar del grado del oligopolio son usados en el estudio de las condiciones de mercado...en teoría el ratio indica el poder de mercado mantenido por un grupo interdependiente” (Shepherd, 1987), los cuales pueden manipular la percepción de una empresa a hacerla creer que sus facultades ante el mercado son mutuamente equitativas en relación a sus competidores, sin embargo existe la posibilidad que una firma sea significativamente más grande que las otras (Maley & Welker, 2011).

“Aunque ser parte del grupo dominante resulta atractivo para las empresas las barreras para ingresar son altas...y el empleo de este conlleva a prácticas y tácticas anticompetitivas y agresivas” (Maley & Welker, 2011). Empero la limitación de ingreso no es el único atributo que destaca en este mercado imperfecto, la diferenciación, la interdependencia y el pensamiento estratégico también convergen para que este modelo sea exitoso.

La correlación de concentración de los ratios con el comportamiento del precio desdibuja el volumen más significativo de participación (Shepherd, 1987); en espera de ganar terreno frente a sus competidores, las industrias buscan con tenacidad diferenciar su producto (Maley & Welker, 2011). Para Friedman (1982) el oligopolio se refiere al estudio de equilibrio parcial del mercado donde el lado de la demanda es competitivo, mientras que la oferta no es monopolizada ni competitiva.

Entre 1960-1975 los indicadores permitieron realizar análisis de regresión, los cuales intentaban relacionar la concentración con los posibles efectos del poder de mercado (Shepherd, 1987). Los primeros 25 años posterior a la segunda Guerra Mundial, nace el concepto de interdependencia la cual es utilizada para describir el inicio de las relaciones económicas de países occidentales bajo el liderazgo de Estados Unidos (Dell, 1987), para posteriormente expandir el concepto de manera global.

La interdependencia es una característica distintiva del oligopolio, pues dado que existen relativamente pocas firmas en la industria crea una tendencia hacia las relaciones entre ellas. Es decir que las acciones de una empresa en el mercado son constantemente observadas por sus competidores, lo que conlleva a tomar acciones propias para ganar espacio entre los consumidores (Maley & Welker, 2011). Como resultado de la interdependencia se desarrolla el pensamiento estratégico y posterior Teoría de Juegos.

Oligopsonio

A raíz de su nacimiento de mercado imperfecto, la teoría acuñada por la economista británica Joan Robinson en 1933, el oligopsonio se ha caracterizado por una personalidad dual. Por un lado, busca reducir la demanda a los productores quienes se enfrentan al mercado competitivo a través del decrecimiento de precio de los compradores; mientras que por el otro lado reduce la oferta aumentando los costos a los compradores. En resumen, el beneficio aumenta ya que el ofertante compra barato y vende caro (Encinas-Ferrer, 2013).

Con la aportación de autores como Edward Hastings y Piero Sraffa a la teoría de Robinson, teorías como la Ley de Say que indica que “la demanda es directamente proporcional con la oferta y que la oferta crea su propia demanda “ (Sowell, 1972) y la de Keynes en la que indicaba que la “demanda dependía de los ingresos del consumidor” (Keynes, 1978) se determina que las perspectivas ofrecidas en estas teorías son limitadas, lo que conlleva al desarrollo de la Teoría General.

En su artículo Oligopsonio-Oligopolio La Perfecta Competencia Imperfecta, Carlos Encinas-Ferrer (2013) un mercado de competencia imperfecta los compradores y los vendedores poseen un control considerable del mercado, por lo tanto, la curva de demanda individual empieza a tener una inclinación negativa, lo que implica que al reducir la cantidad demandada al mercado los precios incrementarán. Esto es como resultado que la concentración de poder en el mercado afecta tanto a los productores como a los consumidores.

El planteamiento del aspecto negativo de la competencia imperfecta se ve marcado por el estudio de Adam Smith (1776) donde observa que del lado de la oferta, los suplidores ofrecen cantidades menores a las que puede llegar la fuerza productiva y que debido a este los vendedores aumentan el precio. Por su parte la demanda se ve afectada debido a que la cantidad dispuesta en el mercado es menor de demanda real de la sociedad y por esta razón el precio de equilibrio es menor que la que el vendedor pudiera obtener en un mercado de competencia perfecta.

Visto desde el punto de vista de la demanda, el oligopsonio determina su concepto a la presencia de pocos compradores de un producto. La intervención de los intermediarios en la cadena de suministros tiende a distorsionar el flujo de mercado. En el caso de un mercado oligopsonista, el precio al que proveen los vendedores sus bienes, afecta al costo del consumidor final lo que impacta de manera negativa al mercado ya que la demanda decrece.

El estudio del oligopsonio aplicado a la agricultura tiene implicaciones que alteran la demanda y que difieren del mercado de competencia perfecta

y monopsonio. Según el autor Zhigang Chen y Rebecca Lent (2014) esta industria debe ser manejada utilizando modelos que sugieren una estructura de mercado perfecto bajo la presunción del *ceteris paribus* donde se asume que a mayor demanda, menor es el precio de compra.

Bajo el estudio oligopsonico las implicaciones cualitativas de una interrupción en la demanda difieren a las estadísticas comparativas de un mercado perfecto a pesar que la intensidad de sus efectos puede variar. Esta es la resultante de las condiciones de concentración de compra donde tanto la demanda como el costo están vinculados con los factores productivos del mercado. No obstante, dada la naturaleza de la producción tecnológica, variación de precio y mercado, en un mercado imperfecto los impactos no afectan a las variables.

Es así que se concluye que ante la relación oligopolio-oligopsonio la demanda para los productores se ve reducida ante los bajos precios de los compradores lo que contribuye al alza del precio de los vendedores. De esta manera los beneficios de adquirir los bienes a un menor valor aumentan al igual que el precio de venta y afecta a la demanda del consumidor y la oferta del productor.

1.2 Teorías que abordan el análisis de la competencia imperfecta

A continuación, se describen las teorías mayormente recurridas para el estudio de los efectos de los mercados imperfectos.

1.2.1 Teoría de juegos

La teoría de los juegos desarrollada por el ganador del Nobel de economía, John Nash se divide en dos ramas importantes y fundamentales de estudio, que se resumen en teoría de juegos no cooperativos (la empresa) y teoría de juegos cooperativos (conjunto de empresas). Esta teoría está basada netamente en estrategias y como las mismas afectarán a la toma de decisiones de los empresarios para lograr el cometido planteado.

La primera analiza principalmente a la empresa como jugador individual; la segunda supone una coalición de jugadores o empresas.

Existen dos supuestos básicos que nacen de esta teoría, el primero es que el principal objetivo de las empresas es maximizar sus ganancias y beneficios por lo que son consideradas racionales, el segundo supuesto aplica al desarrollo de la estrategia aplicada junto con el análisis del mercado y comportamiento de sus competidores con el fin de recolectar evidencia que les permita tomar decisiones en base al conocimiento en conjunto.

Con respecto al estudio de los mercados imperfectos, la teoría de los juegos ha sido aplicada en el análisis de las decisiones que toman los actores del mercado en cuanto a la integración, fijación de precios, montos de producción o de compra, provisión de información y beneficios para los demás actores del mercado en función a los incentivos que reciben.

1.3 Modelos clásicos

1.3.1 Modelo de Cournot

En 1838 A. A. Cournot, un matemático francés desarrolla la teoría del oligopolio, siendo hasta el día de hoy considerado el pionero de esta teoría. El modelo de Cournot es un modelo estático de oligopolio en donde la elección o variable estratégica de las empresas manejan para su competencia es el volumen de la producción. (Negishi, 2001)

Supuestos del modelo:

- Las empresas venden productos homogéneos.
- La variable estratégica es la cantidad de producción.
- Cada empresa decide independiente y simultáneamente la cantidad que producirá del bien.
- Tienen igual función de costos
- No tienen costos fijos.

No enfrentan restricciones de capacidad, pueden servir toda la demanda que reciban. “Este modelo quizás el más simple presenta un duopolio (2 empresas), asumiendo que los costos eran iguales y que las dos firmas tienen productos homogéneos.” (Antúnez, 2010)

Hipótesis de Cournot: El precio que se obtiene en el mercado es el producto de la suma de las ofertas individuales de cada firma, esto sería la oferta agregada de las empresas.

Cournot afirmó que cuando las empresas fijan la cantidad de producción que maximizan sus beneficios, cada empresa supone que la otra va a mantener constante su nivel de producción elegido; es decir la variable estratégica manipulada por cada empresa es la cantidad producida, dichas cantidades son escogidas simultáneamente.

El beneficio de cada empresa es función de la cantidad producida por esa empresa y del precio de mercado, que a su vez es función de la cantidad producida por ambas empresas.

Pero el ingreso marginal a diferencia de un monopolio. Una vez que las empresas fijan la cantidad de producción está también queda fijada y una vez fijada la cantidad también queda fijado el precio. Bajo la perspectiva del oligopolio a medida que el costo alto la ganancia aumenta, mientras que si la demanda crece la ganancia se verá afectada (Chen & Lent, 1992)

En una investigación (Reyes, 2006) la demanda del mercado es abastecida por una sola empresa, el monopolista maximiza sus utilidades. Si consideramos que entra un competidor, el efecto que esto generará es una reducción de la demanda del mercado en el valor de lo producido por el entrante, de forma que la nueva demanda que enfrenta la firma establecida. Con la misma deducción que cada decisión de aumentar la producción del entrante reduce el nivel de producción que maximiza las utilidades de la empresa establecida. Por lo tanto, para cada nivel de producción de los competidores, habrá un nivel de producción óptima para la empresa 2: función de reacción de la empresa 1.

1.3.2 Modelo de Stackelberg

El modelo de oligopolio de Stackelberg (1934) es un caso de juego en dos etapas en el que los conjuntos de acciones desarrolladas por las empresas son continuas (Pepall, Richards, & Norman, 2006) nos indica, “a diferencia de los juegos simultáneos, como los modelos tradicionales de

Bertrand o Cournot, que describen una interacción primera y única en el mercado de las empresas rivales”

Los jugadores son dos empresas que conforman un duopolio; estas empresas tienen productos homogéneos, una de estas dos será la empresa líder quien decide su producción en primer lugar, y la otra empresa será la seguidora quien está a la espera de la decisión de la empresa líder para elegir su producción; tiene cierta similitud con el modelo de Cournot; el cual lo toma como base. “La elección secuencial de producción es lo que hace que el juego sea dinámico. Sin embargo, las empresas se reúnen sólo una vez y su interacción lleva a un resultado de una vez por todas de liquidación del mercado”. (Pepall, Richards, & Norman, 2006)

“Si las variables estratégicas son los precios, significaría que las empresas seguidoras fijan sus precios en respuesta a la iniciativa de la empresa líder, y esta elige sus precios sabiendo que las seguidoras ajustarán posteriormente sus precios de una manera predecible”. (Fernández-Baca, 2000).

1.3.3 Modelo de Bertrand

El modelo de Bertrand se fundamenta en la competencia de precios de un mercado de competencia imperfecta. La competencia de producción concluye que el equilibrio de precio es menor al del monopolio y se encuentra por encima del costo marginal, mientras que el precio de competencia determina la solución competitiva (Tremblay & Tremblay, 2011).

En *A folk theorem for one-shot Bertrand games* Baye y Morgan (1999) señala que en el supuesto las empresas ofertan bienes homogéneos, que son de carácter no cooperativa sino competitiva para establecer precios simultáneos y que el poder de decisión en cuanto al valor de venta es determinada por las empresas ofertantes sin embargo la determinación de la compra resta en el consumidor.

1.3.4 Modelo de Kreps-Scheikman: Rivalidad en dos Etapas

En 1983 los economistas Kreps y Scheikman plantearon un enfoque con el cual se puede analizar de una manera más realista la conducta de las empresas oligopólicas. Supuestos (Fernández-Baca, 2000)

- El capital es una variable de ajuste lento, en muchos casos no existe un ajuste rápido según la función de demanda.
- Los precios se pueden ajustar rápidamente.
- Las capacidades de la firma son limitadas (restricciones de capacidad)

Lo anterior nos lleva a un juego de 2 etapas, donde primero las empresas seleccionan de forma simultánea sus capacidades, esto es “una elección de escala que determinan las funciones de coste de la empresa y determina así las condiciones para la competencia en precios” (Tirole, 1988)

La segunda etapa consiste precisamente en fijar los precios simultáneamente, dadas las capacidades de los competidores. Las acciones del primer periodo son denominadas estratégicas en la medida en que condicionen las acciones del siguiente periodo (inversiones hundidas o irreversibles), las acciones del segundo periodo o etapa se denominan tácticas (Fernández-Baca, 2000).

Si suponemos que los productos son homogéneos, la empresa que cobre un menor precio va a satisfacer toda la demanda hasta su capacidad instalada y el resto que se denomina demanda residual lo satisface la empresa que cobra mayor precio (Tarzijan & Paredes, 2006).

Lo anterior manifiesta una regla de racionamiento eficaz de los demandantes, aquellos consumidores con menor disposición a pagar son servidos por la empresa que cobre el menor precio, luego la otra empresa enfrenta una demanda residual y sirve a los consumidores con mayor disposición a pagar, este racionamiento es eficaz porque maximiza el excedente de los consumidores.

Al margen de si la competencia se desata vía cantidad (Cournot) o vía precios (Bertrand), es importante analizar si las pendientes de la función de

reacción son positiva o negativa según la variable en que se compita, en el caso del equilibrio de Nash- Cournot las pendientes de las funciones de reacción son negativas por el hecho de que, si la empresa 1 decide aumentar su producción, la empresa 2 se enfrentara a un precio más bajo y por ello sus beneficios brutos disminuirán. Por otra parte la solución de equilibrio de Bertrand con bienes diferenciados da como resultado funciones de reacción con pendientes positivas, esto denota que, si la empresa 1 baja su precio, la empresa 2 se ve incentivada a hacer lo mismo para no perder mercado o disminuir sus beneficios brutos.

A través de este trabajo se busca corroborar los efectos del oligopsonio en el sector agrícola en una muestra de agricultores de frejol gandul en Ventanas, provincia de Los Ríos. Se demostrará el efecto sobre el precio, volúmenes de compra, acceso a información y asistencia y capacitación.

1.4 Marco Referencial

Con el propósito de sustentar el estudio del efecto del oligopsonio en las diversas industrias, se realizó la revisión de la literatura utilizando las palabras claves relacionadas con el oligopolio y el desarrollo.

Encinas (2013) realizó una revisión conceptual de los efectos del oligopolio y oligopsonio en el mercado. De acuerdo al autor, la figura del intermediario en estos mercados imperfectos no ha sido extensivamente estudiado. Según el análisis del autor tiene un doble impacto negativo en el mercado, por un lado, reduce la demanda de los productores que enfrentan un mercado competitivo al disminuir los precios como compradores y por otro lado, elevando el precio como vendedores. De esta forma, sus beneficios se incrementan al comprar barato y vender caro, lo cual afecta la demanda efectiva del consumidor y la oferta efectiva del proveedor.

Crespi, Gao, & Hanawa (2005) realizaron una estimación econométrica con respecto al comportamiento del oligopsonio en la industria del arroz en Estados Unidos, para lo cual derivaron una serie de ecuaciones para estimar el poder de mercado. Los resultados de la investigación

determinaron un comportamiento en la industria que fue consistente con otros estudios realizados en el sector agrícola. A decir de los autores, la literatura acerca de los trabajos realizados en la industria agrícola se concentra mayormente en el análisis del poder del vendedor en el mercado. Sin embargo, los autores indican, por otro lado, que en la industria agrícola la mayor concentración de poder se encuentra normalmente en el lado del comprador.

Richards, Patterson, & Acharya (2001) realizaron una prueba para evaluar la colusión tácita entre los procesadores de patatas en el Estado Washington, utilizando un modelo de intercambio dinámico. Los resultados de la investigación sustentaron la existencia de una suerte de castigo y regímenes colusorios entre los productores. Los hallazgos demostraron, además, las pérdidas en el bienestar debido a la existencia del comportamiento anticompetitivo de los compradores oligopsónicos. Los autores manifestaron, también, que el poder del oligopsonio se incrementa debido a la alta producción local, las importaciones de productos y los inventarios existentes, pero que al mismo tiempo mejora con alta capacidad de utilización y las exportaciones.

Fajnzylber (2015) expone que las empresas transnacionales en los países de origen están preferentemente localizadas en sectores con estructuras oligopólicas, característica que se mantiene cuando estas empresas se expanden internacionalmente. Diversas formulaciones teóricas prevén, y abundantes estudios empíricos comprueban, que los sectores que presentan esta estructura de mercado, desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento, dinamismo y orientación de las economías capitalistas avanzadas.

Chung & Tostão (2009) propusieron un procedimiento no paramétrico para estimar el poder del mercado en la primera oferta de precios en la industria ganadera. A decir de los autores, la mayoría de estudios previos han utilizado métodos paramétricos de análisis, lo cuales requieren de especificaciones funcionales de las variables de la demanda, oferta y las ecuaciones de costos. En este contexto, los autores señalan que mientras

los estimados paramétricos son sensitivos a dichas especificidades los métodos no paramétricos permiten obtener mejores resultados.

Según las investigaciones de Fernández (2016) expone que en EE.UU había 37 bancos en los años noventa del pasado siglo; hoy, producto de las fusiones entre empresas, solo hay cinco entidades grandes (Citigroup, JPMorgan Chase, Bank of America Merrill Lynch, Wells Fargo y Goldman Sachs) que acaparan el 45% de los activos bancarios totales del país.

La reestructuración del sistema bancario en España ha sido igual de radical. De las 52 entidades que operaban en 2009 se ha pasado a 13 grupos en la actualidad. Además, la concentración financiera es de las mayores de Europa ya que la cuota de mercado de las cinco grandes entidades se ha incrementado del 40% al 58%, según datos de Analistas Financieros Internacionales. La concentración de poder sin embargo no ha terminado, puesto que el sector sigue limitando y enfocando a la reducción de entidades que participan en el mercado (Fernández, 2016).

En Perú, se puede observar cómo evoluciona el reciente proceso de adquisición del grupo Quicorp (dueño de Mifarma, BTL y Fasa) de la cadena de Boticas Arcangel nos ha hecho recordar los efectos perversos que puede tener la elevada concentración de la riqueza e ingresos en términos económicos, sociales y políticos. Este grupo, también propietario de Química Suiza, tendría luego de la adquisición -según el decano de la prensa nacional- el 36% del mercado, por detrás del líder Inkafarma, propiedad del grupo Interbank, que tiene el 52.8% de este. Ahora contarían con 908 establecimientos en todo el país (Alarco, 2016).

Así mismo en Ecuador, el cemento es la principal materia prima existente para una de las mayores industrias que es la construcción, una actividad que en los últimos cinco años se ha caracterizado por su crecimiento constante (5,9% en promedio). Esta actividad está conformada por cuatro compañías, las dos más grandes son multinacionales privadas reconocidas mundialmente por su liderazgo en el mercado y en la fabricación de este producto (Holcim y Lafarge), mientras que las públicas

(Chimborazo y Guapán) sobreviven con los recursos que autogeneran (Ekos, 2012).

Al enfocarnos en nuestro sector de análisis Stedile (2008) expone que la mayoría de las ramas en producción agrícola están controladas por grupos de empresas oligopolizadas que llegan a una coordinación entre sí. Esto encierra a la producción y comercialización de granos como la soja, maíz, trigo, arroz, frejol en el que existen un pequeño grupo de empresas que son las que dominan y controlan en un 80% el mercado. Así mismo para los lácteos, fertilizantes y maquinarias agrícolas, en Brasil las empresas del grupo oligopólico agrícola han creado una alianza de agro-negocio, el cual nos permite ver con rapidez resultados que dicho país: el precio de los alimentos se han elevado como respuesta a la especulación de capital y al control oligopólico que existe por parte de estas empresas en el mercado brasilero, así también como la presencia de un pasivo ambiental.

Colombia antes podía auto abastecerse de su propio trigo hasta que el estadounidense fue invadiendo sus mercados. En 1966 el país sudamericano producía 160.000 toneladas e importaba 120.000 toneladas. En 1990 cultivaba 20.000 e importaba 1.200.000. En el 2004, la importación superó 1.800.000 toneladas. Varios años después de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte sólo quedan 5 mil 200 productores de arroz en todo el país, cuando hace una década eran casi 30 mil, y antes se sembraban unas 250 mil hectáreas, la superficie actual apenas llega a 70 mil y el campo mexicano presenta daños más graves que los producidos por huracanes, ya que en el caso del arroz se han importado 7 mil millones de toneladas y un 80% del grano que se consume en el mercado nacional (Forrero, 2015).

El cultivo del cereal estuvo a punto de desaparecer y ahora, en similar riesgo están los productores de maíz, frijol y caña de azúcar, ante la apertura total en 2008. Este fenómeno de las importaciones excedentarias subsidiadas favorecidas por la rebaja en los aranceles, es catastrófico porque extermina a millones de agricultores que no pueden competir. Más

que nada porque muchos terratenientes, distribuidores e inversionistas han acaparado tierras en los países del sur (Forrero, 2015).

Los pequeños agricultores de los países en vías de desarrollo o de escasos recursos antes generaban sus alimentos pero fueron abatidos por las importaciones subsidiadas, mercados monopolizados entre otros motivos. Ahora las tierras de estos países se han dedicado al cultivo productos exóticos para exportar. Estos países, una vez eliminando sus agricultores, dependen únicamente de las importaciones de alimentos, que llevan a elevar el costo los productos si los *brókers* deciden entrar a jugar un poco. Quienes no puedan aceptar las condiciones que impone del intermediario ni competir con las antes mencionadas importaciones subsidiadas, deberán abandonar la tierra y buscar otro medio para subsistir.

En España el sector agrario es básico para la economía, pero ha decaído, las causas que han ocasionado la pérdida en el desarrollo agrícola es la mecanización de los cultivo, los bajos salarios pagos a los trabajadores, los bajos precios de los productos, el bajo rendimiento adquirido, los gastos que generan los cultivos, esto como factor al interior de sector agrícola y aún más déficit al unirse a los canales de distribución, que pagan bajos precios a los agricultores por sus productos y las ganancias, bastante desproporcionadas, que adquieren las grandes empresas dominantes del mercado (Forrero, 2015).

En el sector bananero del Ecuador los productores le venden sus productos a tres grupos: empresas transnacionales, empresas exportadoras grandes, empresas exportadoras pequeñas. Las CTN están representadas mundialmente por Chiquita Co, Dole, Fyffes y Del Monte. Los exportadores domésticos grandes que mantienen una posición favorable en el mercado mundial son Bananera Noboa, Favorita (Grupo Wong) y Costa Trading. Actualmente existen 103 compañías exportadoras, de las cuales 9 de estas compañías son apoderadas del 74% del mercado exportador dando como resultado que las otras 94 se repartan el 26% del mercado restante (Montalvo, 2008).

Dentro de los últimos años ha existido y ha continuado creciendo un proceso intenso y constante de centralización y concentración de aquellas grandes empresas que tienden a controlar aquello que llamamos el proceso productivo agrícola en nuestro país y en el mundo, reduciendo la competencia, produciendo menos, elevando precios y creando sus riquezas.

En México, al igual que en El Salvador, Ecuador, España, Argentina, Estados Unidos y Brasil existen Leyes específicas que regulan las actividades monopólicas y oligopólicas, así como todas las operaciones que tengan por objeto acumular en pocas manos artículos de consumo necesario para incrementar su precio o predominar en el mercado. Esta es una problemática existente en casi todos los países del mundo, lo cual representa una lucha constante entre los entes de control y las empresas (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2016).

1.5 Marco Conceptual

1.5.1 Competencia Perfecta

La competencia perfecta en un mercado significa que ninguno de los agentes puede influir en el precio del bien o servicio, es decir, tanto los vendedores como compradores son precio-aceptantes. Se trata de un mercado en el que existen una gran cantidad de productores de un producto o servicio muy homogéneo, en donde la curva de demanda es perfectamente elástica y el precio de mercado (o de equilibrio) surge de la interacción entre oferentes y demandantes (Sanchez, 2015).

Cuando nos referimos a competencia perfecta, hablamos de un modelo de economía casi ideal y poco probable en la realidad, en el mundo en el que vivimos no existe una economía tan ideal y sencilla. Sin embargo, este modelo es muy útil cuando al estudio de un mercado nos referimos. En realidad existen un número reducido casi a nulo de mercados que puedan considerarse total o perfectamente competitivos.

1.5.2 Oligopolio

Un oligopolio es una estructura de mercado en donde existen pocos competidores relevantes. Cada uno de ellos tiene cierta capacidad de influir en las variables del mercado (como precio y cantidad de equilibrio). Estas empresas competidoras tienen poder de mercado, pero a un nivel inferior que en caso del monopolio. Ya que en vez de haber solo un oferente, existe un pequeño grupo de empresas. Esto significa que si bien cada una de las empresas tiene influencia sobre el precio y cantidad de mercado (no lo toman como dado), la libertad para elegir el nivel de dichas variables se ve limitado por la existencia de otras empresas competidoras (Roldan, 2015).

Para Guerrien (1998) un duopolio o un oligopolio cuando dos o más empresas ofrecen el mismo producto, frente a una demanda competitiva. Dicho de otra manera, como en el caso del monopolio en el duopolio u oligopolio son las empresas las que “orientan el juego”, frente a una demanda pasiva, que se supone ellos conocen, por un procedimiento no precisado, pero que supone una centralización previa. El problema es entonces, para cada empresa, determinar la oferta que maximiza su beneficio, pero teniendo también en cuenta la demanda de otras empresas; para ello debe efectuar conjeturas, es decir anticipaciones, sobre sus comportamientos.

1.5.3 Concentración Económica

Tulcanaza (2010) nos expone que la concentración económica es la relación que se establece entre el número cada vez más reducido de firmas o empresas, que controla un porcentaje progresivamente más alto de la producción y del mercado, tanto a nivel general como en cada sub rama de la economía.

Según (La Ley 45 de 2007) se entiende por concentración económica, la fusión, la adquisición del control o cualquier acto por virtud del cual se agrupan sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos, establecimientos o activos en general, que se realice entre proveedores o potenciales proveedores, entre clientes o potenciales clientes, y otros agentes económicos competidores o potenciales competidores entre sí.

1.5.4 Concentración Empresarial

Con la concentración empresarial, las compañías buscan poder repartir el poder de decisión y financiero entre pocas manos. Además, otro gran beneficio de esta estrategia es la reducción o eliminación de la figura del intermediario que conecta a unas empresas con otras. Las corporaciones pueden practicar la concentración empresarial mediante: Fusiones, adquisiciones, acuerdos, participaciones económicas, etc (Franquete, 2015).

Entre los distintos tipos de concentración empresarial que existen, distinguimos entre ellos la concentración horizontal y la concentración vertical.

Concentración Horizontal: Se da con empresas que trabajan en un mismo sector y tienen la finalidad de eliminar la competencia, formando un monopolio.

Se trata de un proceso de concentración en un determinado sector empresarial, en el que varias empresas de dicho sector actúan bajo una misma dirección. También se puede adoptar una forma jurídica de holding, existiendo una única empresa matriz que asume el control de las diferentes empresas que funcionan de forma independiente aunque coordinada. También es posible que existan acuerdos de funcionamiento en régimen cooperativo, por ejemplo en la producción agrícola (Córdoba).

Concentración Vertical: Resulta de las empresas que complementan su actividad productiva para mejorar su rentabilidad.

El proceso productivo de un determinado sector empresarial suele estar parcelado en diferentes fases, cada una de las cuales es ocupada por diferentes empresas, siendo unas proveedoras y clientes de las otras. Por ejemplo, una empresa de exploración de petróleo vende petróleo en crudo a una refinería, esta a su vez procede a refinarlo y lo vende a una distribuidora, la cual a su vez lo reparte entre determinadas gasolineras para que lo vendan al público. Todo este largo proceso lo hace una sola empresa que genera la concentración empresarial de ese sector (Córdoba).

1.5.5 Grupo Económico

De acuerdo con el artículo 5 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, para fines tributarios, se define como grupo económico, al conjunto de partes, conformado por personas naturales y sociedades, tanto nacionales como extranjeras, donde una o varias de ellas posean directa o indirectamente 40% o más de la participación accionaria en otras sociedades (SRI).

Según la Superintendencia de Mercado de Valores (2005) un grupo económico “es el conjunto de personas jurídicas, cualquiera sea su actividad u objeto social, que están sujetas al control de una misma persona natural o de un mismo conjunto de personas naturales”.

Por excepción, se considera que el control lo ejerce una persona jurídica cuando, por la dispersión accionaria y de los derechos de voto de dicha persona jurídica, ninguna persona natural o conjunto de personas naturales ostente más del 30% de los derechos de voto ni la capacidad para designar a más del 50% de los miembros del directorio (Superintendencia de Mercado de Valores, 2005).

1.5.6 Pensamiento Estratégico

A pesar que se le da un uso cotidiano a la palabra, lo estratégico no es necesariamente lo ingenioso. El Pensamiento Estratégico determina una perspectiva futura de la empresa, a la vez que construye las bases sobre las que se harán todas las decisiones de planeación. Se enfoca en los procesos que dan lugar al desarrollo de la misión de la empresa, su visión, sus principios y valores y sus estrategias. Es un conjunto de las herramientas más útiles que todo emprendedor o profesional podría cultivar, es una inversión de valor incalculable, principalmente porque el pensamiento estratégico tiene que ver con la consecución de unos objetivos y la resolución de sus problemas inherentes, dentro de un marco contextual concreto. Es decir, es un conjunto de herramientas para conseguir lo que queremos, de la mejor forma y venciendo las dificultades (Olay).

En concreto el pensamiento estratégico es:

- Saber a dónde queremos llegar
- Saber exactamente donde estamos
- Saber exactamente cómo llegamos hasta allí
- Monitorear y corregir el rumbo

1.5.7 Costo Marginal

El costo marginal es un concepto fundamental en la teoría microeconómica, puesto que se utiliza para determinar la cantidad de producción de las empresas y los precios de los productos.

El costo marginal depende de la tecnología utilizada en la producción y de los precios de los insumos y los factores de producción. Siguiendo la teoría neoclásica, el gráfico del costo marginal en el corto plazo tiene forma de U debido a que para pocas unidades producidas se tiene mucho capital (insumos fijos) y pocos trabajadores (insumos variables), por lo que los primeros trabajadores aumentan mucho la producción debido a que tienen mucho capital disponible. A medida que se van agregando trabajadores, la producción sigue aumentando pero cada vez menos, porque el capital se mantiene fijo. Llegará un punto en que el aumento de la cantidad producida por los trabajadores adicionales sea tan bajo que el costo total aumentará proporcionalmente más que la cantidad producida, por lo que el costo marginal comenzará a elevarse. A partir de este punto, el costo medio de producción aumentará a medida que se agreguen trabajadores a la empresa, por ejemplo debido a que los insumos fijos por trabajador serán menores, por ejemplo maquinaria, herramientas, espacio físico, computadoras, etc.. Este es el principio de los rendimientos físicos marginales decrecientes (Anzil, 2015 - primera publicación: 2008).

1.5.8 Precio

En Economía el precio se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio. El precio corresponde al valor monetario (en Moneda)

asignado a un bien o servicio que representa elementos como trabajo, Materia prima, esfuerzo, atención, tiempo, utilidad, etc (Gerencie.com, 2017).

1.6 Marco legal

1.6.1 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

Que el artículo 304 numeral 6 de la Carta Fundamental establece que la política comercial tendrá como objetivo evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados;

Que, el artículo 334, numeral 1, de la Constitución de la República dictamina que corresponde al Estado promover el acceso equitativo a los factores de producción, evitando la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, la redistribución y supresión de privilegios o desigualdades en el acceso a ellos;

Que, el artículo 335 de la Constitución de la República, impone al Estado las obligaciones de regular, controlar e intervenir, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas, definir una política de precios orientada a proteger la producción nacional y establecer los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio u oligopolio privado o de abuso de posición de dominio en el mercado, así como otras prácticas de competencia desleal;

Que, el artículo 336 de la Carta Fundamental impone al Estado el deber de impulsar y velar por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, promoviendo la reducción de las distorsiones de la intermediación y promoción de su sustentabilidad, asegurando de esta manera la transparencia y eficiencia en los mercados, mediante el fomento de la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante Ley

Art. 1.- Objeto.- El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio

justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible

Art. 4.- Lineamientos para la regulación y principios para la aplicación.- En concordancia con la Constitución de la República y el ordenamiento jurídico vigente, los siguientes lineamientos se aplicarán para la regulación y formulación de política pública en la materia de esta Ley:

1. El reconocimiento del ser humano como sujeto y fin del sistema económico.

2. La defensa del interés general de la sociedad, que prevalece sobre el interés particular.

3. El reconocimiento de la heterogeneidad estructural de la economía ecuatoriana y de las diferentes formas de organización económica, incluyendo las organizaciones populares y solidarias.

4. El fomento de la desconcentración económica, a efecto de evitar prácticas monopólicas y oligopólicas privadas contrarias al interés general, buscando la eficiencia en los mercados.

5. El derecho a desarrollar actividades económicas y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado.

6. El establecimiento de un marco normativo que permita el ejercicio del derecho a desarrollar actividades económicas, en un sistema de libre concurrencia.

9. La distribución equitativa de los beneficios de desarrollo, incentivar la producción, la productividad, la competitividad, desarrollar el conocimiento científico y tecnológico

10. La necesidad de contar con mercados transparentes y eficientes.

1.6.2

Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones

Capítulo I DEL ROL DEL ESTADO EN EL DESARROLLO PRODUCTIVO

Art. 5.- Rol del Estado.-

El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

b. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Diseño de la investigación

2.1.1 Investigación no Experimental

Podríamos definirla como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional variables independientes para ver cuál es su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En un experimento, el investigador construye deliberadamente una situación a la que son expuestos varios individuos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

En este estudio nos enfocamos en lo no experimental debido a que es un análisis propio de observación. Nos dedicamos a investigar cual es el efecto que incurre entre las políticas y manejo de las empresas oligopsónicas y los agricultores del frejol gandul, sin manipularlas ni interferir entre ellas. Realizamos una encuesta de corte transversal a los agricultores para de esta manera darnos cuenta cual es el nivel de acuerdo entre ellos y las empresas.

2.1.2 Investigación longitudinal o evolutiva

En ocasiones el interés del investigador es analizar cambios a través del tiempo de determinadas categorías, conceptos, sucesos, variables, contextos o comunidades; o bien, de las relaciones que se encuentran entre estas. Respecto a eso disponemos de los diseños longitudinales, los cuales recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer

inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. Tales puntos o periodos por lo común se especifican de antemano. Los diseños longitudinales se fundamentan en hipótesis de diferencia de grupos, correlacionales y causales. Estos diseños recolectan datos sobre categorías, sucesos, comunidades, contextos, variables, o sus relaciones, en dos o más momentos, para evaluar el cambio en estas. Ya sea al tomar a una población, a una subpoblación o a los mismos sujetos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

Para el estudio longitudinal del efecto de la presencia del oligopsonio en el sector agrícola del frejol gandul, vamos a tomar información secundaria de lo ocurrido en este mercado durante los últimos 5 años de un centro agrícola del Cantón Ventanas en la Provincia de los Ríos con la finalidad de realizar un análisis descriptivo de los periodos estudiados.

2.1.3 Estudio Descriptivo

Con frecuencia, el objetivo de los investigadores consiste en describir ciertos fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar como son y cómo se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989). Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno que se dispone a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga. Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos las variables a las que se refieren.

Así como los estudios exploratorios sirven fundamentalmente para descubrir y prefigurar, los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, que se medirá (que conceptos,

variables, componentes, etc.) y sobre que o quienes se recolectaran los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, etc.) (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

2.1.4 Método Cuantitativo

El método cuantitativo está basado en una investigación empírico-analista. Basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas-efectos concretas. La investigación cuantitativa tiene como objetivo obtener respuestas de la población a preguntas específicas.

A diferencia de la investigación cualitativa, que se centra en palabras, el método cuantitativo se basa en números y estadística, siendo los estudios probabilísticos su manera de analizar cada situación. El método cuantitativo se suele aplicar en la fase final del proyecto. Ya que en este momento tenemos más datos para analizar y los resultados nos saldrán más exactos.

2.1.5 Población de Estudio

Nuestro estudio está enfocado en la Provincia de Los Ríos, Cantón Ventanas. Esta ciudad reconocida por su alta producción agrícola tiene una población total de 41.824 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2017) de la cual seleccionamos una pequeña parte que se refiere a nuestra población requerida de estudio que son los agricultores/productores de frejol gandul.

2.1.6 Muestra

Debido a que no conocemos el tamaño de la población, es decir desconocemos la cantidad de agricultores productores del frejol gandul que habitan en el Cantón ventanas, seleccionamos la formula cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde:

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Resultados de la Ecuación

Confianza: 91.7%

Error: 5%

Total 300

2.1.7 Muestreo no Probabilístico por Cuota

En este tipo de muestras, también llamadas muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc); son seleccionadas con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población. Esto implica que no es posible calcular con precisión el error estándar de estimación, es decir no podemos determinar el nivel de confianza con que hacemos la estimación (Scharager, 2011).

Las muestras no probabilísticas, pese a ser consideradas poco rigurosas y carentes de base teórica, son bastante frecuentes, incluso hay situaciones en que es más conveniente usar un muestreo no probabilístico, por ejemplo cuando vamos a hacer estudios de casos, de poblaciones heterogéneas, o en estudios que son dirigidos a poblaciones y grupos muy específicos donde la interesa una cuidadosa y controlada selección de sujetos con determinadas características. Las muestras probabilísticas por

cuotas son típicamente utilizado en estudios de mercado y de opinión pública. Consiste en la administración de un cuestionario en la calle y lo hacen llenando cuotas de acuerdo a la proporción de ciertas variables demográficas en la población (Scharager, 2011).

En este caso se eligió a la población de estudio de manera dirigida hacia los agricultores del frejol gandul en Ventanas, provincia de Los Ríos con una muestra de 300 personas a través de una investigación no experimental con método cuantitativo en el cual demostramos a través de encuestas y porcentajes la perspectiva de los productores frente a la concentración de poder en el mercado de este producto. Mediante un estudio longitudinal comparamos los comportamientos del precio de compra versus el precio de venta con el fin de determinar la diferencia entre ambos factores por un periodo de 5 años.

2.1.8 Procedimiento

Se utilizó el método de encuestas para realizar esta investigación, la cual constaba de 16 preguntas cerradas en la escala de Likert, para así determinar el grado en el que los agricultores encuestados estaban en desacuerdo o en acuerdo con los manejos que lleva la empresa en el proceso de compra de sus productos. Dicha encuesta se realizó en una reunión a la que acudieron 300 agricultores productores del frejol gandul en la ciudad de Ventanas.

2.1.9 Herramienta

El SPSS-PC es un paquete estadístico de Análisis de datos. Se utiliza como apoyo en la investigación en ciencias sociales, económicas y de salud. Contiene programas capaces de realizar desde un simple análisis descriptivo, hasta diferentes tipos de análisis multivariante como: análisis discriminante, análisis de regresión, análisis de varianza, series temporales etc. El objetivo de este libro es profundizar en el paquete estadístico SPSS, manejar y transformar los datos (Gil Pascual, 2006).

Para la tabulación de las encuestas y muestra de resultados, se manejó el software SPSS del cual se presenta los diagramas de pasteles de las preguntas encuestadas analizando las variables de estudio planteadas.

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS COMPARATIVO DE VARIABLES

3.1 Costo de Siembra

De acuerdo con la información expuesta por un agricultor productor de frejol gandul de la Ciudad de Ventanas, obtuvimos que el costo aproximado de producción del gandul, es decir desde que se lo siembra hasta terminar la cosecha es de \$9.16 por quintal, aquí nos referimos a lo que es semilla, insumos tradicionales y jornales. Sin tomar en cuenta las posibles plagas que puedan afectar el sembrío, las cuales necesitarían un tratamiento especial ni tampoco a la pérdida por condiciones climáticas o por falta de cupo en la entrega.

3.2 Variación de los precios de compra

Esta información secundaria fue obtenida de un centro de acopio de la ciudad de Ventanas. Hemos recolectado los datos de lo ocurrido durante los últimos 5 años, en los cuales vamos a demostrar la variación de precios promedio mensuales por quintal durante la temporada de cosecha que ha existido para la compra de Frejol Gandul a los agricultores de esta zona.



Figura 1: Comparación de variación de precios de compra año 2017

Durante este año los precios han tenido poca variación durante los meses que dura la cosecha de frejol gandul. Comenzando la cosecha en el

mes de Agosto tenemos un precio promedio de \$12.27, que continua con un decrecimiento significativo para el productor de \$11.27 en el mes de Septiembre, en Octubre tuvo una pequeña reducción a \$11.25 y ya en el mes de Noviembre llegó al alcanzar los \$12.00 que está por debajo del precio con el que inició.

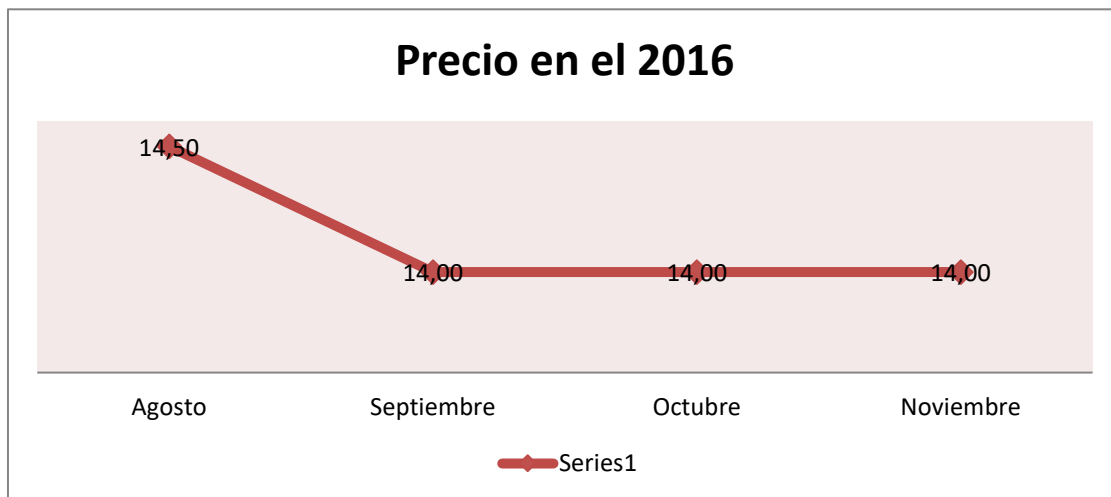


Figura 2: Comparación de variación de precios de compra año 2016

En el año 2016 el precio promedio del frejol gandul se mantuvo lineal, ha acepción del primer mes de cosecha que es Agosto, el cual ingresó en el mercado con un precio de \$14.50, mientras que para los meses de Septiembre, Octubre y Noviembre el precio estuvo en \$14.00 para todos los meses mencionados sin ningún cambio en todo el periodo.

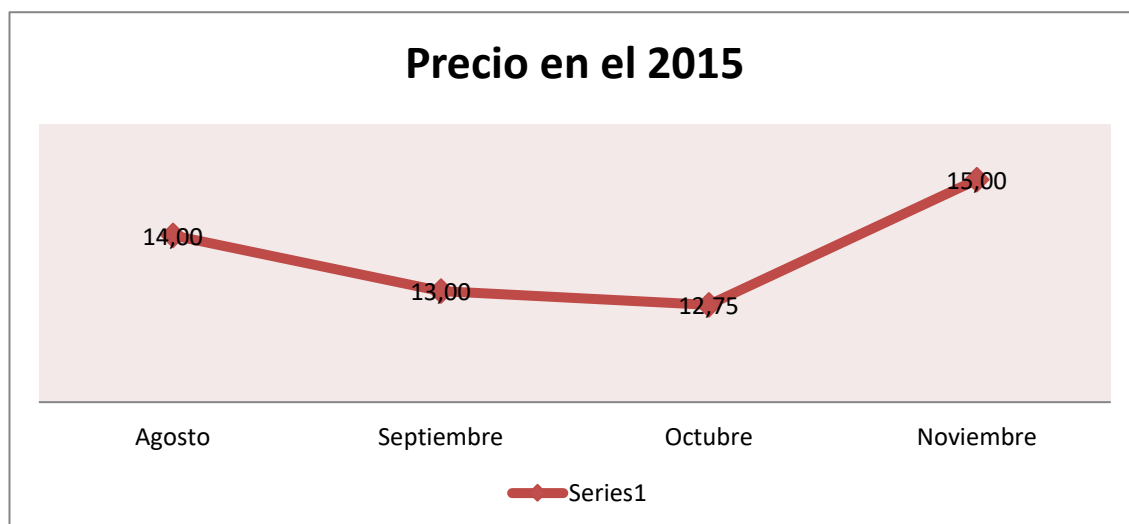


Figura 3: Comparación de variación de precios de compra año 2015

Los precios promedio de la temporada de cosecha en este año estuvieron en decline, comenzando en Agosto con un precio de \$14.00, fue decreciendo en Septiembre a \$13.00 y llegó a un valor de \$12.75 en Octubre, mientras que para el mes siguiente que fue Noviembre tuvo un crecimiento y llegó a \$15.00, siendo el precio más alto de la zafra de gandul durante este año.

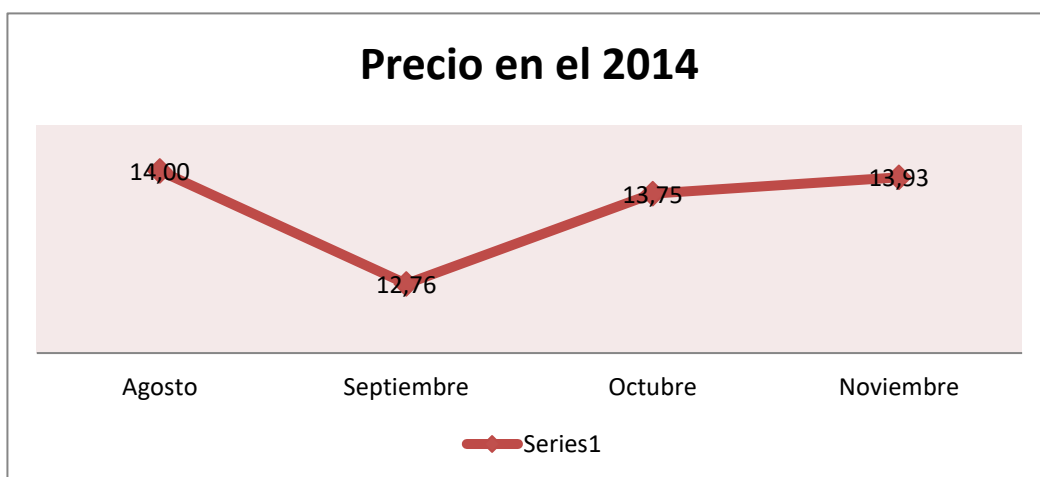


Figura 4: Comparación de variación de precios de compra año 2014

Durante el 2014 la variación de precios para la compra de frejol gandul a los productores dio su inicio en el mes de Agosto con un precio de \$14.00 que decreció significativamente a \$12.76 en el mes de Septiembre, este tuvo un crecimiento para el mes que continua de \$13.75 en Octubre y para el mes de Noviembre tuvo un pequeño incremento llegando a ser \$13.93 el precio con el cual se cerró el año de compra de este producto.

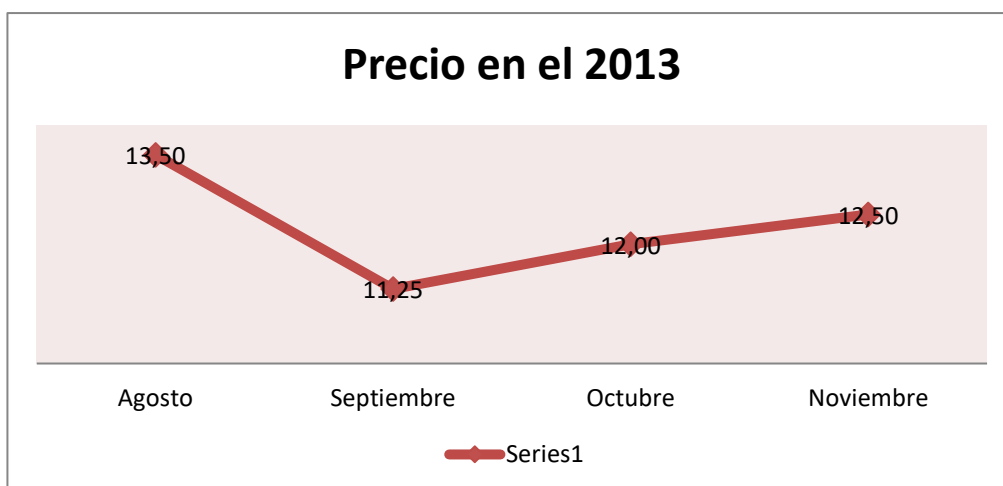


Figura 5: Comparación de variación de precios de compra año 2013

En el 2013 comenzó la compra con un valor de \$13.50 en el mes de Agosto, seguido por una reducción en el precio llegando este a ser \$11.25 en Septiembre el precio más bajo de la zafra, para Octubre llegó a \$12.00 y tuvo un crecimiento en Noviembre siendo \$12.50 el precio con el terminó la temporada de frejol gandul de este año.

3.3 Precio Promedio Internacional

Para un análisis comparativo entre los precios del frejol gandul, tomamos una muestra de 5 años del precio promedio internacional de la libra de este producto, el cual nos va a mostrar la variación de precio que tiene el frejol gandul en el mercado extranjero durante todos los meses del año.

Con el objetivo de tener una idea del costo promedio se tomó distintas marcas que se venden en los supermercados internacionales, a partir de lo cual se determinó que el precio promedio del gandul sin valor agregado (coco y otro sabor) para los envases de 425 gramos (incluido líquido preservante y producto) es de USD 1,34. Para aquellas temporadas festivas donde su costo es mucho mayor, según estimaciones, a Octubre y Diciembre la libra de guandú podría alcanzar los USD 10,002 la libra en producto fresco, valor que se posiblemente iría aumentando a medida que se aproxime la Navidad y el fin de año ante la escasez de producción nacional (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, 2018).



Figura 6: Comparación de precio promedio internacional año 2017

Durante el año 2017 el precio internacional del frejol gandul ha tenido variaciones constantes, comenzando el mes de Enero con un precio de \$1.87 la libra, seguido por reducciones e incrementos durante los meses siguientes, siendo el mes de Octubre cuando el frejol gandul alcanzó el precio cima del año con \$4.50 y terminando en Diciembre con \$4.00.

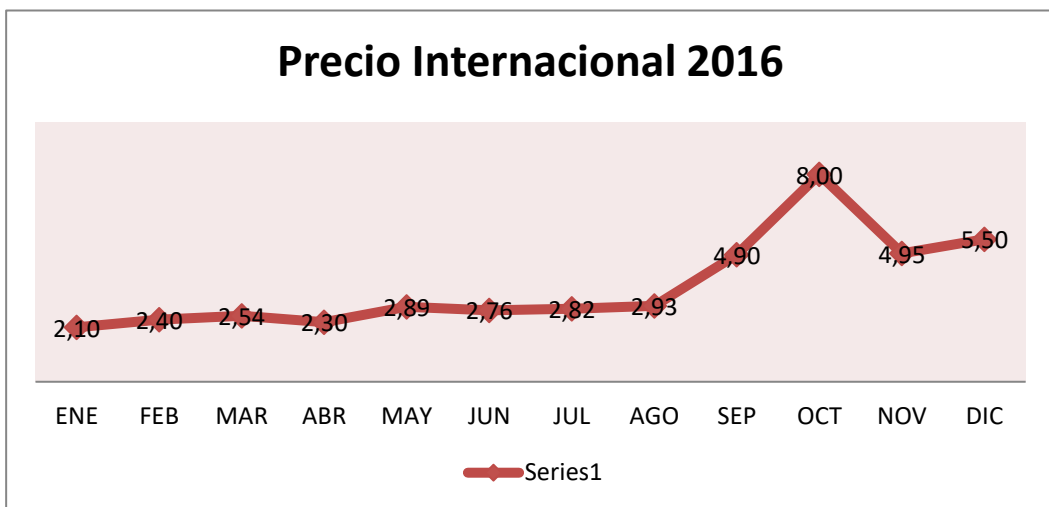


Figura 7: Comparación de precio promedio internacional año 2016

El frejol gandul en el 2016 tuvo un excelente precio inicial, teniendo así durante la mayoría de los meses incremento en el precio de este producto hasta que llegamos a Octubre con mejor precio del año en \$8.00, a que por las múltiples festividades que acontecen alrededor del mundo y las tradiciones de varios países este producto ha sido muy consumido en este mes, cerrando en Diciembre con el segundo mejor precio del año en \$5.50.

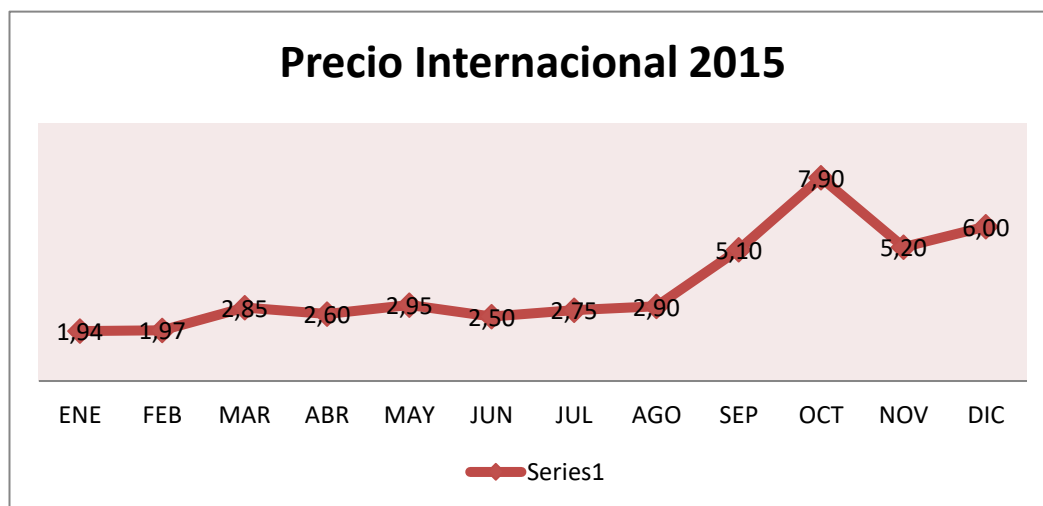


Figura 8: Comparación de precio promedio internacional año 2015

En el mes de Enero del 2015 el precio inicial del frejol gandul es de \$1.94 que es el más bajo de todo el año, continua Febrero con un pequeño crecimiento y los meses siguiente continuando con incrementos y decrecimiento en el precio, llegando un máximo de \$7.90 en Octubre y finalizando en \$6.00 en Diciembre.

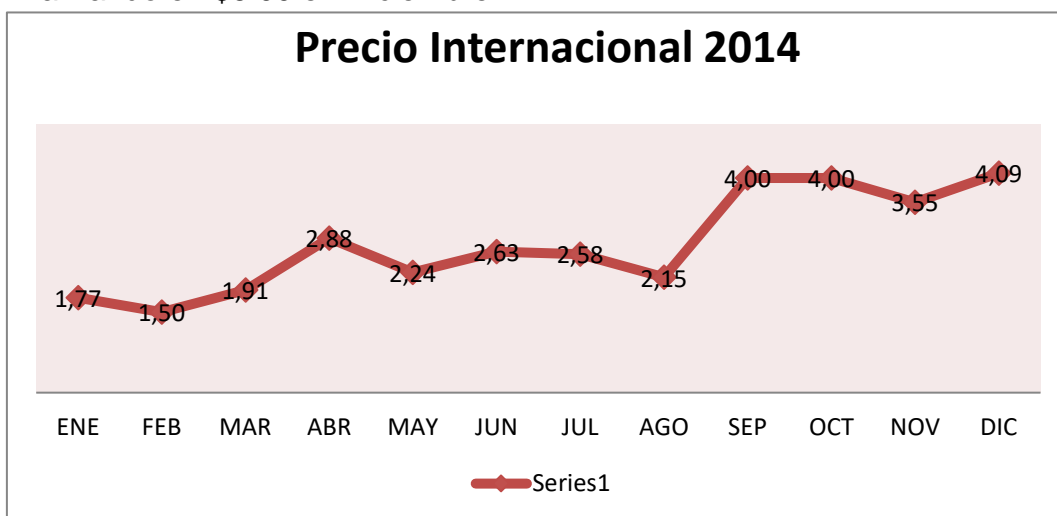


Figura 9: Comparación de precio promedio internacional año 2014

Durante el año 2014 la variación de precio ha sido representativa y constante, teniendo dos meses precios que se mantenían iguales en \$4.00 Septiembre y Octubre, obteniendo un pequeño decline en Noviembre con \$3.55, pero recuperando su posición en Diciembre con el precio más alto del año siendo este \$4.09.



Figura 10: Comparación de precio promedio internacional año 2013

El frejol gandul comienza el año con un precio de \$1.80 que es el mes en el que este producto tenía el menor valor, incrementando en una pequeña cantidad en febrero y a partir de ahí, se mantenía casi constante por la misma línea hasta Agosto, a partir de Septiembre este comienza a crecer llegando a la cima en Octubre con \$8.20 y comenzando un decline que termina en Diciembre con un precio de \$3.54 la libra.

3.4 Comparación De Precios Por Periodos Anuales

Analizamos el comportamiento de la variación de precio entre los años de se están analizando, en Agosto entre el 2013 y 2014 la variación en el precio de compra incrementó en un 3.70%, mientras que el precio internacional en el mismo periodo disminuyó en un 14.68%, la relación entre el 2014 y 2015 referente al precio de compra se mantuvo igual, sin embargo en el mercado internacional el precio incrementó en un 34.88%, para el 2016 el precio de compra al agricultor disminuyó en un 10.71% siendo el

porcentaje más representativo en el análisis entre años del mes, en el 2017 tuvo un pequeño decrecimiento el precio de los dos mercados.

SEPTIEMBRE				
	PRECIO DE COMPRA AL AGRICULTOR	VENTA INTERNACIONAL		
AÑO	PRECIO POR QUINTAL	PRECIO POR QUINTAL	VARIACION DE COMPRA	VARIACION DE PRECIO INTERNACIONAL
2013	11.25	500		
2014	12.76	400	13.42%	-20.00%
2015	13.00	510	1.88%	27.50%
2016	14.00	490	7.69%	-3.92%
2017	11.27	390	-19.50%	-20.41%

TABLA 1: Comparación de precio por periodos año 2013 - 2017

El precio de compra en el mes de septiembre tuvo un incremento entre los años a excepción entre el 2016 y 2017 en él se mostró una caída en el precio del 19.50%. Al contrario el precio internacional estuvo en decline entre los dos primeros años de análisis luego de eso tuvo un incremento del 27.5% y volvió al decline hasta que llegó entre el 2016 y 2017 a una reducción del 20.41%.

OCTUBRE				
	PRECIO DE COMPRA AL AGRICULTOR	VENTA INTERNACIONAL		
AÑO	PRECIO POR QUINTAL	PRECIO POR QUINTAL	VARIACION DE COMPRA	VARIACION DE PRECIO INTERNACIONAL
2013	12.00	820		
2014	13.75	400	14.58%	-51.22%
2015	12.75	790	-7.27%	97.50%
2016	14.00	800	9.80%	1.27%
2017	11.25	450	-19.64%	-43.75%

TABLA 2: Comparación de precio por periodos año 2013-2017

Para Octubre entre el 2013 y 2014 el precio nacional de compra de frejol gandul al agricultor incrementó en un 14.58%, mientras que entre los mismos años el precio internacional decreció en un significativo 51.22%, pero recuperando en el 2015 que se elevó el precio en un 97.50%, para el

siguiente año los precios tuvieron una variación mínima y en el 2017 los dos precios se fueron a la baja, siendo el precio internacional el que presenta el porcentaje más alto en caída con un 43.75%

NOVIEMBRE				
	PRECIO DE COMPRA AL AGRICULTOR	VENTA INTERNACIONAL		
AÑO	PRECIO POR QUINTAL	PRECIO POR QUINTAL	VARIACION DE COMPRA	VARIACION DE PRECIO INTERNACIONAL
2013	12.50	425		
2014	13.93	355	11.44%	-16.47%
2015	15.00	520	7.68%	46.48%
2016	14.00	495	-6.67%	-4.81%
2017	12.00	360	-14.29%	-27.27%

TABLA 3: Comparación de precio por periodos año 2013 - 2017

En Noviembre el precio nacional de compra estuvo en incremento hasta el 2015, luego de eso comenzó a caer primero en un 6.67% en el 2016 y para el 2017 en un 14.27%. Al contrario el precio internacional comenzó en reducción pero para el 2015 tuvo un crecimiento del 46.48% y para el 2016 comenzó a caer al igual que el precio nacional de compra al agricultor, terminando el 2017 con una reducción del 27.27%.

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados de las encuestas realizadas a los agricultores

Con la finalidad de comparar los resultados del análisis de fuentes secundarias, se realizó una encuesta a los agricultores que permitió obtener la percepción de los beneficios recibidos por la empresa compradora. A través de esta, pretendemos recalcar la opinión de los productores respecto las variables de precio de compra, capacidad de adquisición para mantener a sus familias y capacitación como beneficio brindado a ellos para el desarrollo de sus actividades.

Con el fin de demostrar los objetivos planteados en la presente investigación y con el uso de la herramienta SPSS presentaremos los resultados en orden de las preguntas realizadas y respuestas obtenidas por los 300 participantes en la muestra encuestada.

4.2 Análisis de resultados por preguntas

A pesar de las fluctuaciones constantes de precio en los últimos 5 años en el mercado internacional, el valor de adquisición de las fábricas a los productores locales se encuentra por debajo del rango que los agricultores consideran aceptables. Muestra de esto, detallamos los resultados a las consultas realizadas, donde los niveles de conformidad respecto esta variable son bajos.

¿Considero que el precio que paga la fábrica es justo?

Del 100% de personas encuestadas, 189 que equivalen al 63% de la muestra se encuentran en desacuerdo con el precio que paga la fábrica por su producto, seguido de un 28.67% (86 de ellas) se encuentran totalmente en desacuerdo. Es decir, el 91.67% de productores se encuentran inconformes con el precio que paga la planta por su producto.

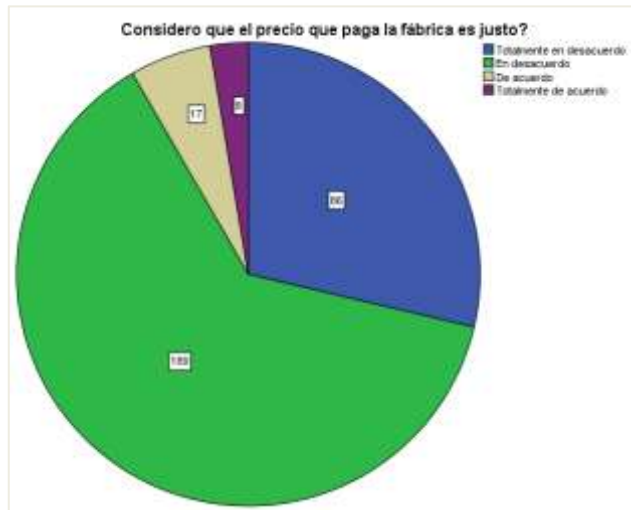


Figura 11: Resultado nivel de aceptación de precio de compra

¿Pienso que la fábrica podría pagar un mejor precio por el producto que cosecho?

De la totalidad de encuestados el 68% considera que la fábrica podría pagar un mejor precio por el producto que cosechan a pesar que hay un porcentaje mínimo 3.33% que se encuentra conforme con el valor que reciben en compensación.

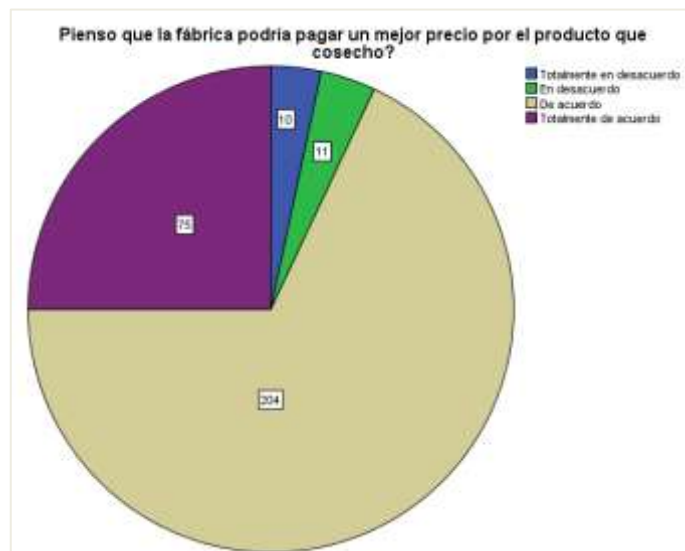


Figura 12: Resultado nivel de aceptación de nivel de precio de compra

¿Considero que el precio que recibo por la venta de mi producto me alcanza para cubrir mis gastos y los de mi familia?

Según el INEC durante los 5 últimos años el índice de Precio al Consumidor (IPC) ha tenido tendencia a la alta del 22%. Ante este referente, 174 personas (58%) consideran de manera rotunda que los ingresos obtenidos de su producción no cubren los gastos personales ni los de su familia, seguido de un 31% que reconfirma que el precio recibido no es suficiente. Solo un 11% asevera que sus ingresos son cubiertos.

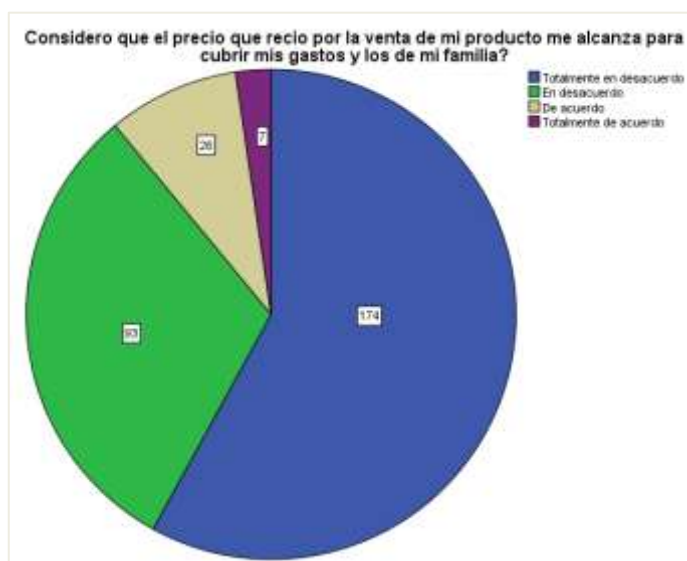


Figura 13: Resultado nivel de adquisición del productor

¿Siento que la fábrica compra la cantidad suficiente de mi producción?

En respuesta a esta consulta, obtuvimos un resultado de 280 personas (93.33%) que se encuentra en total o parcial desacuerdo con la cantidad de compra de producción. Esto se debe a los cupos establecidos por fábrica a los productores, los cuales limitan la cantidad de adquisición a cada uno de ellos sin tomar en consideración la cantidad de hectáreas que este (el productor) haya sembrado y cosechado respectivamente.

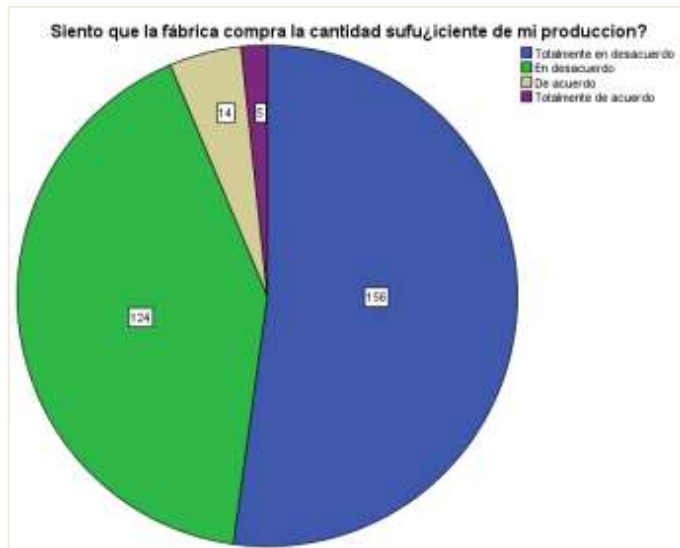


Figura 14: Resultado nivel de compra de la fábrica al productor

¿Siento que la pérdida de mi cosecha se debe a la limitación de cupo de mi entrega?

El 80% de los productores coincide en que la pérdida de su cosecha se debe a la restricción de la cantidad de cupos asignados a los centros de acopio, lo cual repercute en el excedente de producción mismo que económicamente hablando, representa para ellos un perjuicio que es asumido únicamente por ellos. El 20% restantes considera que la influencia de la limitante de cupos no es la principal o la única razón para una potencial pérdida y que existen factores adicionales como la sobreproducción.

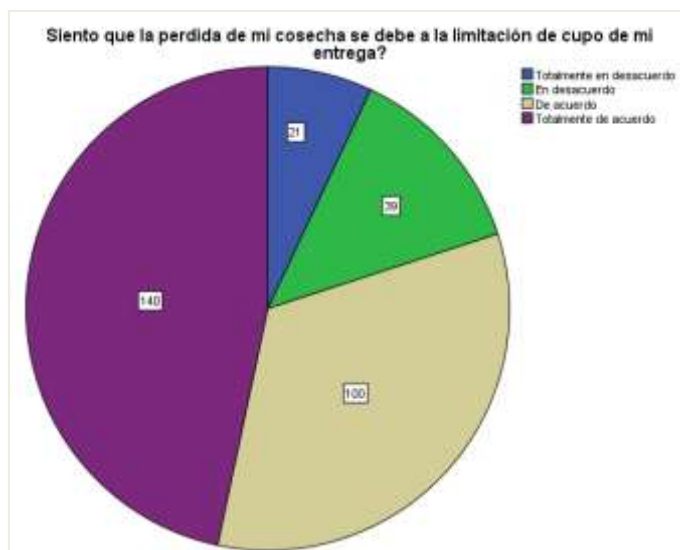


Figura 15: Resultado nivel de limitación de cupos al productor

¿Siento que las cantidades que vendo a la fábrica me permite cubrir los gastos de mantenimiento de mi hogar?

De las 300 personas encuestadas, 280 consideran que con el poder adquisitivo que tiene la fábrica, la cantidad que asignan a los centros de acopio para la recepción del producto terminado podría ser mayor. Buscando de esta manera la disminución del excedente, la pérdida para ellos se reduciría significativamente y las ganancias serían más representativas.

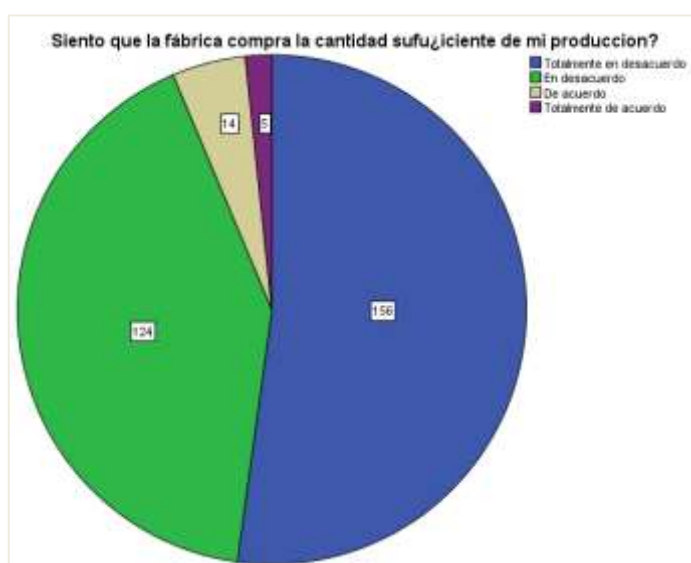


Figura 16: Resultado cantidades necesaria de venta del productor

¿Pienso que todos los agricultores recibimos la misma calidad de información por parte de la fábrica?

El 87.67% de los agricultores sienten que la socialización de la información por parte de la fábrica hacia ellos es variante entre la agrupaciones que conforman los productores de gandul en época de cosecha e indican que hay cierta tendencia de favoritismo para ciertos grupos en el proceso de información.

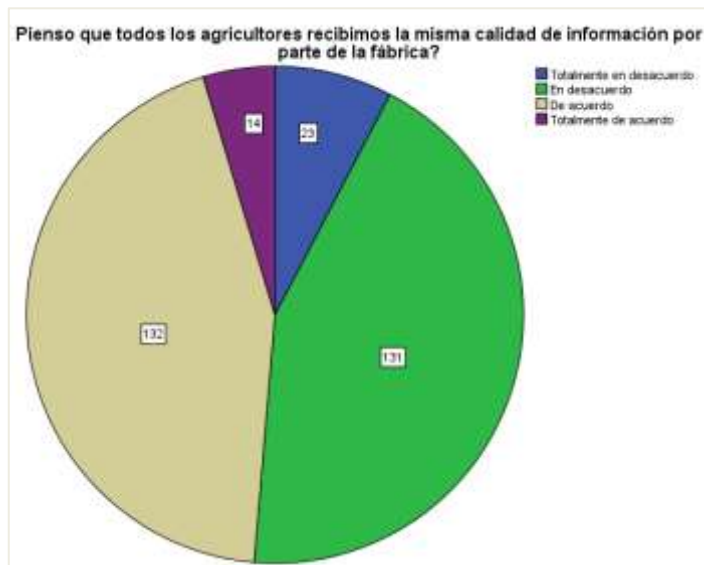


Figura 17: Resultado nivel de equidad de información

¿Pienso que entre los agricultores todos tenemos el mismo nivel de preferencia para la fábrica?

No obstante el descontento al momento de la entrega de información a los diferentes grupos de agricultores, el 83.33% (250 personas) consideran que el trato al momento de los cupos asignados por la fábrica a los centros de acopio, son igualitarios y equitativos, mientras que el 16.67% restante que representa una mínima parte de la muestra recolectada considera que la ventaja entre grupos no se limita únicamente a la información brindada, sino también al momento de establecer los parámetros de compra.

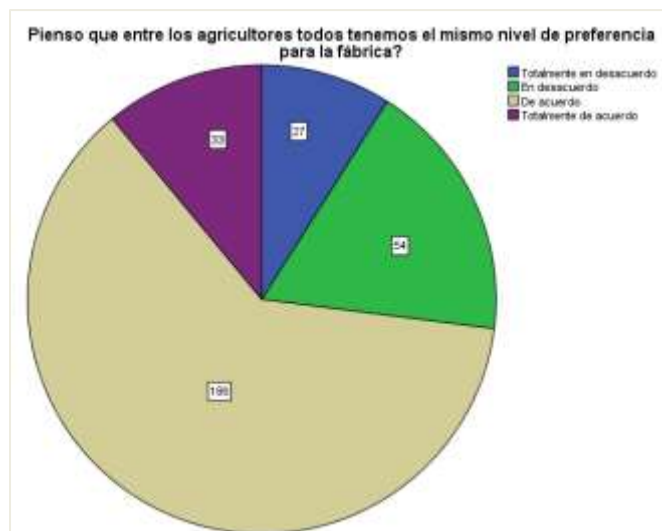


Figura 18: Resultado nivel de preferencia

¿Siento que en este grupo todos sabemos lo mismo de los demás?

Siendo la agricultura el principal ingreso económico de Ventanas, los conocimientos de esta industria y técnicas de cultivo son heredadas entre generaciones, debido a esto, el 76% de los encuestados consideran que los niveles de conocimiento adquiridos son en general los mismos, sino similares. Incluso ante este antecedente, el 24% restante se encuentra en desacuerdo en cuanto a la preparación refiere.

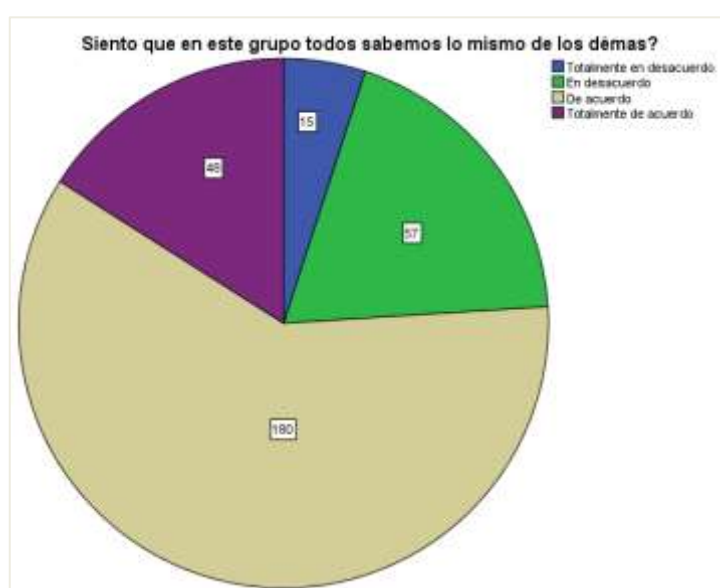


Figura 19: Resultado nivel de conocimiento de procesos

¿Pienso que la asistencia que brinda la fábrica es igual para todos?

El 80.33% de los agricultores consultados coinciden en que el trato en cuanto a la asistencia brindada por parte de la fábrica es equitativo, a pesar de este alto nivel de aceptación, el 19,67% mantiene su posición de la existencia de favoritismos ante ciertos grupos dentro de los que participan del cultivo del frejol gandul.

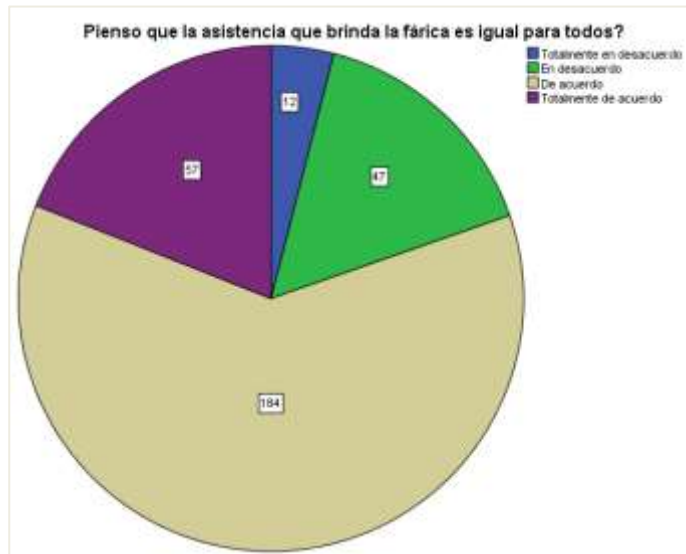


Figura 20: Resultado nivel de asistencia por parte de la fábrica

¿Siento que los beneficios percibidos son iguales que los demás miembros de la agrupación?

Dentro de los beneficios considerados en la actual encuesta fueron tomados en cuenta el precio de compra, el nivel de capacitación y otros factores estimados de importancia para el agricultor como los incentivos adicionales que la planta pudiera ofrecer. En este caso el 80% de la muestra acuerda que hay igualdad por parte de la fábrica y un 20% que indica que existe una discordancia al momento de beneficiar a ciertos grupos.

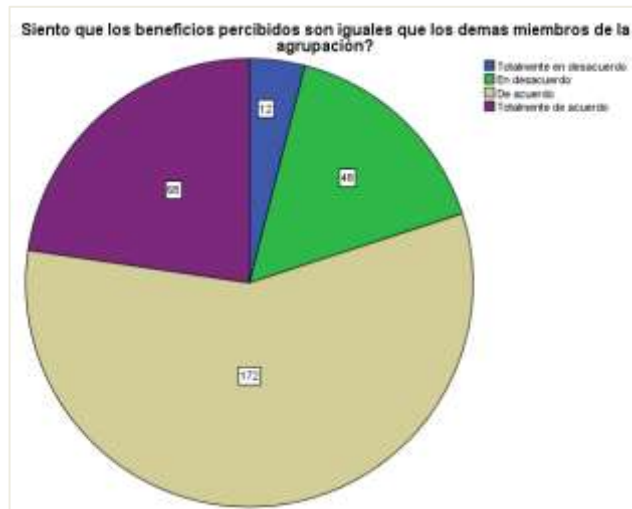


Figura 21: Resultado nivel de equidad de beneficios

¿Siento que cuento con capacitaciones que aporten a mi mejoramiento en el proceso de comercialización, negociación y manejo del producto?

Aun incluso contando con la aceptación de más de la mitad de los participantes (59%), hay un porcentaje considerable que se encuentra en desacuerdo y/o en total desacuerdo ante esta consultado. Acorde los comentarios de los 123 productores que presentaron su disconforme (41% de la muestra), la planta no cuenta con capacitaciones adicionales que aporten a la mejora de la comercialización ni crecimiento de sus capacidades de negociación

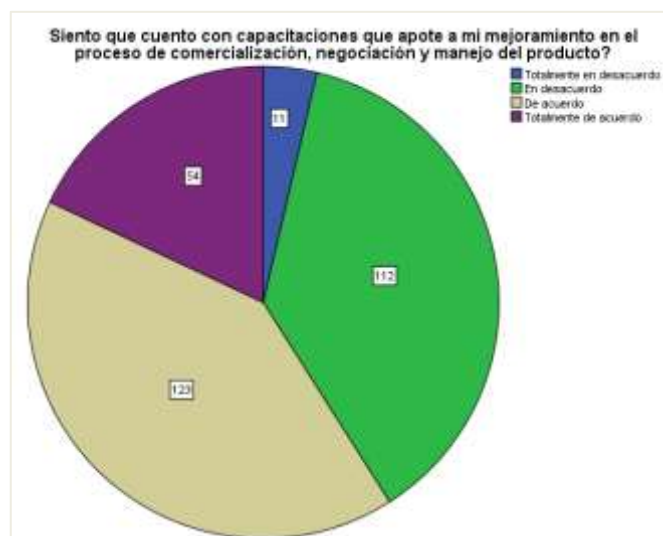


Figura 22: Resultado nivel de capacitación recibida

¿La asesoría técnica, kits y semillas entregados por la fábrica han sido de beneficio para usted de la misma forma que los demás miembros?

Para 207 de las personas encuestadas, mismas que equivalen al 69% los kits en conjunto con la asesoría y las semillas han sido de gran beneficio para los productores que se dedican a la producción del frejol gandul. Sin embargo un 31% considera que aun siendo estos necesarios, la asesoría brindada no es del todo suficiente, puesto que se limita al uso único del kit y no trasciende a consejos que pudieren ser igual de ventajosos para la cosecha de su producto, obteniendo de esta manera el mejor resultado posible.

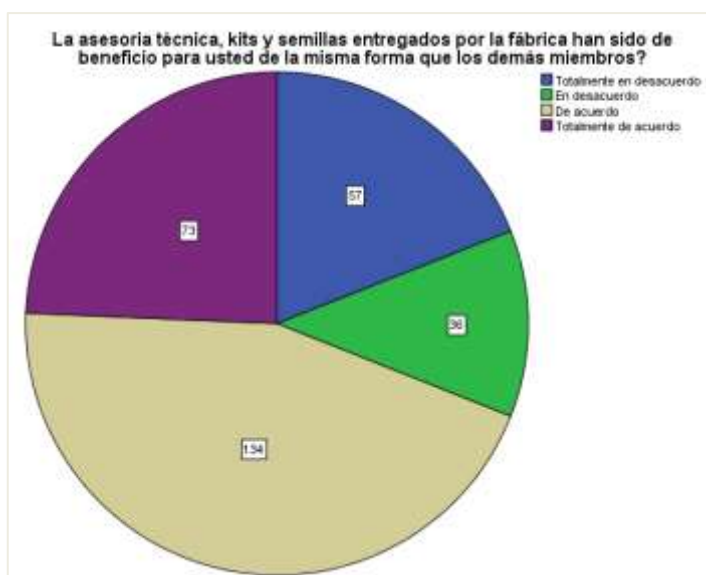


Figura 23: Resultado nivel de asesoría técnica

CONCLUSIONES

El propósito de este trabajo fue estudiar el impacto de la presencia de las empresas oligopólicas comercializadoras del frejol gandul en la situación del agricultor ecuatoriano.

En consideración a la consulta realizada a la muestra a los productores del sector de frejol gandul en Ventanas provincia de los Ríos que entre los principales problemas identificados, se encuentra la falta de capacitación al agricultor lo cual limita sus oportunidades de crecimiento en la industria lo cual demuestra ser desventajosa al momento de la comercialización del producto final debido a la falta de capacidad en infraestructura de recolección y procesamiento por parte de la planta.

La falta de infraestructura y tecnología en las plantas muestra ser una de las principales desventajas y razones por las cuales el poder de compra por su parte se ve restringido. Los cupos asignados a los agricultores no son suficientes para que ellos logren cubrir sus gastos propios o familiares, debido a esto los excedentes de la cosecha representan una pérdida económica representativa para los agricultores, sin embargo no es posible para ellos aminorar las hectáreas cultivadas debido a que resultaría poco rentable.

En comparación con el precio de venta internacional, se demuestra que el precio de compra por parte de la fábrica es considerablemente más bajo. Los valores por adquisición al agricultor podrían aumentar mientras las plantas conservan un margen considerable de ganancia. Aun con las reformas de comercialización existentes donde señala la prohibición de actividades monopólicas y/u oligopólicas, no existen entes que apliquen dichos artículos en Ventanas.

El empleo del modelo sería más eficiente y ventajoso para el agricultor si la planta contara con infraestructura y maquinaria aptas para la recolección total de la cosecha. Es decir, que los cupos podrían ser mayores

mejorando la capacidad de compra y disminuyendo el desperdicio de la sobre cosecha.

Ante la presencia de las empresas líder en el mercado de Ventanas, el ingreso de un nuevo competidor para la compra del frejol resulta difícil. La fragilidad del producto, el ingreso al mercado internacional y el tiempo que tomaría el posicionamiento de una nueva participación son factores relevantes que influirían en el éxito o fracaso de una nueva compañía en esta industria.

Los principales afectados en el proceso de producción son los mismos agricultores. El valor de venta local a fábrica es mucho menor al precio de venta internacional y las pérdidas que conlleven en el proceso son asumidas por el productor.

Incluso la disconformidad reflejada en las encuestas respecto las capacitaciones y/o favoritismo antes ciertos grupos, no encontramos en esta investigación un indicio de mejores condiciones o beneficios para los productores por parte de la planta de los ofertados hasta el día de hoy.

RECOMENDACIONES

Para la presente investigación se establecen las siguientes recomendaciones:

Es recomendable tomar en consideración mayores propuestas de mejoras por parte de los agricultores, quienes son los directamente afectados en el proceso de siembra, cultivo y recolección del producto final. Así como opciones de capacitación que aportarán al potencial crecimiento de negociación y comercialización del frejol en Ventanas.

De igual manera, para futuras investigaciones del presente tema se recomienda indagar a mayor profundidad las acciones estatales junto con sus restricciones a sectores específicos como lo es la industria agrícola, con el fin de determinar alternativas que permitan al agricultor obtener y desarrollar herramientas para que accedan a una mayor satisfacción al momento de la acción de compra-venta entre el productor y la fábrica.

Siendo Ventanas uno de los sectores agrícolas más importantes y representativos del país, fue escogido para el desarrollo del presente trabajo, sin embargo consideramos que el estudio de concentración de poderes de mercado sean estos oligopolios u oligopsonios en la industria agrícola deberían ser investigados más a fondo con el objetivo de determinar soluciones que beneficien a los entes involucrados.

Finalmente, es importante identificar posibles soluciones a la problemática presentada cuyo mayor perjudicado es el productor y situación en la cual el mayor beneficiado es el productor siendo que el riesgo de pérdida es prácticamente nula.

Trabajos citados

- LEY ORGANICA DE REGULACION Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO , Oficio No. T.364-SNJ-11-1287 (10 de OCTUBRE de 2011).
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, Segundo Suplemento del Registro Oficial 056 (12 de VIII de 2013).
- Alarco, G. (11 de 04 de 2016). Concentracion Economica: Mayor desigualdad, desorden social y plutocracia. *Gestion*.
- Antúnez, C. (2010). *Modelos de Oligopolio en la Economía*. Obtenido de <http://findebookee.com/m/modelos-oligopolio-economia>
- Anzil, F. (11 de Nov de 2015 - primera publicación: 2008). *Zonaeconomica.com*. Obtenido de *Zonaeconomica.com*: <https://www.zonaeconomica.com/costo-marginal>
- Castro, M. (21 de Agosto de 2013). *Diario La Hora*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de *Diario La Hora*: <https://lahora.com.ec/noticia/1000185749/cultivadores-del-frijol-de-palo-preocupados-por-la-situacion>
- Córdova, M. (s.f.). *Wolters Kluwer*. Obtenido de Wolters Kluwer: http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4slAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMjC0NTtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA7BAZlqIS35ySGVBqm1aYk5xKgDFn7ywNQAAAA==WKE
- Crespi, J. M., Gao, Z., & Hanawa, H. (2005). A Simple Test of Oligopsony Behavior with an Application to Rice Milling. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 3(2), 1 - 17.
- Chen, Z., & Lent, R. (1992). Supply Analysis in an Oligopsony Model. *American Journal of Agricultural Economics*, 74(14), 973–979.
- Choez, S. (14 de Mayo de 2014). *Leguminosea*. Recuperado el 19 de Octubre de 2017, de *Leguminosea*: http://www.mag.go.cr/biblioteca_virtual_ciencia/tec-gandul.pdf
- Chung, C., & Tostão, E. (2009). Nonparametric Estimation of Oligopsony Power in First-Price Auction. *Journal of Agricultural Economics*, 60(2), 318–333.
- Dell, E. (1987). *The Limits of Economic Interdependence*. In: *The Politics of Economic Interdependence*. London: Palgrave Macmillan.

- Ekos, R. (2012). Cemento ¿Oligopolio? *Ekos*.
- Encinas, C. (2013). Oligopsony-Oligopoly The perfect imperfect competition. *Procedia Economics and Finance*, 5, 269 – 278.
- Encinas-Ferrer, C. (2013). Oligopsonio-Oligopolio La Perfecta Competencia Imperfecta. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 6(11), 349.
- Fajnzylber, F. (2015). OLIGOPOLIO, EMPRESAS TRANSNACIONALES Y ESTILOS DE DESARROLLO. *FONDO LO LA CULTURA ECONOMICA*.
- Fernández, D. (30 de Oct de 2016). La amenaza de los oligopolios mundiales. *El País*.
- Fernández-Baca, J. (2000). *Microeconomía: Teorías y aplicaciones* (Vol. 2).
- Forrero, F. G. (26 de MAYO de 2015). FACTORES QUE AFECTAN LA ECONOMIA DEL PEQUEÑO AGRICULTOR RURAL. *FACTORES QUE AFECTAN LA ECONOMIA DEL PEQUEÑO AGRICULTOR RURAL*. BOGOTA, D.C, COLOMBIA.
- Frank, R. H. (2001). *Microeconomía y Conducta*. Madrid: McGraw Hill.
- Franquete, A. R. (2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/concentracion-empresarial.html>
- Friedman, J. (1982). Handbook of Mathematical Economics. En J. Friedman, *Handbook of Mathematical Economics* (pág. Capitulo 11). Elsevier.
- Fumas, V. S. (1985). EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS DESDE LA TEORIA . *SOCIEDAD CATALAN DE ECONOMIA*.
- Gerencie.com. (12 de 10 de 2017). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/precio.html>
- Gil Pascual, J. A. (2006). *Estadística e informática (spss) en la investigación descriptiva e inferencial*. UNED.
- Guerrien, B. (1998). *La Microeconomía*. Sorbona.
- Harrison, B. (1993). *Imperfect Competition*. London: Palgrave.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). (2017). *Canton Ventanas*. Ecuador en Cifras.

- Keynes, J. M. (1978). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Cambridge University Press.
- La Ley 45 de 2007. (29 de 03 de 2010). Concentraciones Economicas. *La Estrella de Panama*.
- La Torre, C. (23 de Abril de 2011). *El Comercio*. Recuperado el 20 de Octubre de 2017, de El Comercio:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/variedades-de-frejol-se-consumen.html>
- Lima, V. (s.f.). *University Of Chicago*. Obtenido de
<http://home.uchicago.edu/~vlima/courses/econ201/pricetext/Oligopoly.pdf>
- Maley, S., & Welker, J. (2011). *Economics*. Wales: Pearson.
- Mankiw, N. G. (2002). Principios de Economía. En G. Mankiw, *Principios de Economía* (págs. 216-217). Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2018). *MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERU*. Obtenido de MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERU: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Panama/perfil_frijoldepalo.html
- Montalvo, C. (2008). La estructura vertical del mercado bananero para el Ecuador y el carácter limitado de las reformas de comercio internacional. *Resvista Tecnológica ESPOL*.
- Murciano, M. (s.f.). Poder Economico e Influencia Social. *Doxa Communication*, 51.
- Negishi, T. (2001). *Oligopoly*. In: *Developments of International Trade Theory. Research Monographs in Japan-U.S. Business & Economics*. Boston: Springer.
- Olay, R. (s.f.). *Universidad Ycambu* . Obtenido de Uniersidad Yacambu:
<http://www.oocities.org/es/johanmontanez/e1/Foro3.html>
- Parkin, M., & Loria, E. (2010). Microeconomía. En M. P. Loria, *Microeconomía* (pág. 342). Mexico: PEARSON EDUCATION.
- Pepall, L., Richards, D., & Norman, G. (2006). *Organización industrial teoría y práctica contemporánea*.

- Prieto, A. B. (2010). *Concentracion de poder economico en el sector comercio del Ecuador*.
- Reyes, E. (2006). *Practicas Competitivas*. Obtenido de http://www.ariae.org/pdf/IV_CursoRegulacionEnergeticaAriae/PDF_N14_N15_
- Richards, T., Patterson, P., & Acharya, R. (2001). Price Behavior in a Dynamic Oligopsony: Washington Processing Potatoes. *American Journal of Agricultural Economics*, 83(2), 259–271.
- Robinson, J. (1933). *The Economics of Imperfect Competition*. Londres: MACMILLAN.
- Roldan, P. N. (2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/oligopolio.html>
- Sanchez, J. (2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/competencia-perfecta.html>
- Scharager, J. (2011). *Academia.edu*. Obtenido de Academia.edu: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31715755/muestreo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1515667063&Signature=HCcsyZ%2Bw%2Fo4LostXHfn%2FN2f0b3A%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMetodologia_de_la_Investigacion
- Sean, M., & Jason, W. (2011). *Economics*. Pearson.
- Shepherd, W. G. (1987). *Concentration Ratios*. Palgrave Macmillan UK.
- Sowell, T. (1972). *SAY'S LAW AN HISTORICAL ANALYSIS*. New Jersey: Princeton University Press.
- SRI. (s.f.). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/grupos-economicos>
- Stedile, J. P. (2008). El capital internacional esta dominando la agricultura brasileña. *ALAI AMLATINA*, 5.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2016). *ANALISIS DE CONCENTRACIONES ECONOMICAS Y CONCENTRACION ESTRUCTURAL EN EL ECUADOR*. Loja: Comision editorial de la Superintendencia de control del poder de mercado.
- Superintendencia de Mercado de Valores. (2005). *Reglamento de Propiedad Indirecta, Vinculacion y Grupos Economicos Resolución CONASEV N° 0090-2005*. Lima: Superintendencia de Mercado de Valores.

- Tarzijan, J., & Paredes, R. (2006). *Organización industrial para la estrategia empresarial*. Mexico: Pearson Educación.
- Tirole, J. (1988). *Teoría de la organización industrial*. Barcelona: Ariel.
- Tremblay, C. H., & Tremblay, V. J. (2011). The Cournot–Bertrand model and the degree of product differentiation. *Economics Letters*, 233-235.

ANEXOS

Anexo No.1

Modelo de Encuesta

Marque con **X** según su nivel de acuerdo

PRECIO

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Considero que el precio que la fábrica paga es justo.				
Pienso que la fábrica podría pagar un mejor precio por el producto que cosecho.				
Considero que el precio que paga la fábrica me alcanza para cubrir mis costos.				
Considero que el precio que recibo por mi producto es atractivo.				
Considero que el precio que recibo por la venta de mi producto me alcanza para cubrir mis gastos y los de mi familia.				

CAPACIDAD DE COMPRA

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Siento que la fábrica compra la cantidad suficiente de mi producción.				
Siento que la pérdida en mi cosecha se debe a la limitación de cupo de entrega				
Siento que las cantidades que le vendo a la fábrica me permite cubrir los gastos de mantenimiento de mi hogar				

ACCESO A LA INFORMACION DEL MERCADO

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Pienso que todos los agricultores recibimos la misma calidad de información por parte de la fábrica.				
Pienso que entre los agricultores todos tenemos el mismo nivel de preferencia para la fábrica, es decir no hay favoritos.				

Pienso que la información que recibo de la fábrica es siempre oportuna y accesible].				
Siento que en este grupo todos sabemos lo mismo que los demás.				

ASISTENCIA Y ASESORIA

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Pienso que la asistencia que brinda la fábrica es igual para todos.				
Siento que los beneficios percibidos son iguales que los demás miembros de la agrupación				
Siento que cuento con capacitaciones que aporte a mi mejoramiento en el proceso de comercialización, negociación y manejo del producto				
La asesoría técnica, kits y semillas entregados por la fábrica han sido de beneficio para usted de la misma forma que los demás miembros.				

Anexo No. 2

	Considero que el precio que paga la fábrica es justo?	Pienso que la fábrica podría pagar un mejor precio por el producto que cosecho?	Considero que el precio que paga la fábrica me alcanza para cubrir mis costos?	Considero que el precio que recibo por la venta de mi producto me alcanza para cubrir mis gastos y los de mi familia?	Considero que el precio que recibo por la venta de mi producto me alcanza para cubrir mis gastos y los de mi familia?	Siento que la pérdida de mi cosecha se debe a la limitación de cupo de mi entrega?	Siento que la pérdida de mi cosecha se debe a la limitación de cupo de mi entrega?	Siento que las cantidades que vendo a la fábrica me permite cubrir los gastos de mantenimiento de mi hogar?	Pienso que todos los agricultores recibimos la misma calidad de información por parte de la fábrica?	Pienso que entre los agricultores todos tenemos el mismo nivel de preferencia para la fábrica?	Pienso que la información que recibo de la fábrica es siempre oportuna y accesible?	Siento que en este grupo de la fábrica sabemos lo mismo de los demás?	Pienso que la asistencia que brinda la fábrica es igual para todos?	Siento que los beneficios percibidos son iguales que los demás miembros de la agrupación?	Siento que cuento con capacitaciones que aporte a mi mejoramiento en el proceso de comercialización, negociación y manejo del producto?	La asesoría técnica, kits y semillas entregados por la fábrica han sido de beneficio para usted de la misma forma que los demás miembros?
Válido	300	300	300	300	300	299	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Perdidos	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	1.82	3.15	1.91	1.55	1.51	1.56	3.20	1.97	2.46	2.75	2.66	2.87	2.95	2.99	2.73	2.74
Mediana	2.00	3.00	2.00	1.00	1.00	1.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Moda	2	3	2	1	1	1	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3
Desviación estándar	648	632	619	.750	.706	665	917	.671	.705	.768	.869	.731	.711	740	.794	1.030
Rango	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Oña Villares, Evelyn Maritza**, con C.C: # **1205728676** y **Reyes Ortiz, Elsy Elizabeth**, con C.C: # **0927179887** autoras del trabajo de titulación: **Impacto Del Oligopsonio En La Situación Agrícola en Ecuador: Caso De Estudio Frejol Gandul** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **12 de Marzo del 2018**

f. _____

Oña Villares, Evelyn Maritza

C.C: 1205728676

f. _____

Reyes Ortiz, Elsy Elizabeth

C.C: 0927179887

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	IMPACTO DEL OLIGOPSONIO EN LA SITUACIÓN AGRÍCOLA EN ECUADOR: CASO DE ESTUDIO FREJOL GANDUL		
AUTOR(ES)	OÑA VILLARES EVELYN MARITZA REYES ORTIZ ELSY ELIZABETH		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	VILLACRES ROCA JULIO RICARDO, Mgs		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL		
FACULTAD:	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS		
CARRERA:	GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL		
TÍTULO OBTENIDO:	INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 DE MARZO DE 2018	NO. DE PÁGINAS:	81 PÁGINAS
ÁREAS TEMÁTICAS:	SECTOR AGRÍCOLA, OLIGOPSONIO, EFECTOS DE CONCENTRACIÓN DE PODER		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL, FREJOL GANDUL, OLIGOPOLIO, OLIGOPSONIO, AGRICULTOR		
<p>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Ecuador es considerado uno de los países con mayor riqueza natural en el mundo. Siendo la agricultura una de sus actividades principales, los productores de zonas como las de Ventanas, provincia de los Ríos, basan su sustento personal y familiar a esta actividad la cual destaca como una de las principales fuentes agrícolas del territorio ecuatoriano. De una vasta lista de productos cosechados en Ventanas, el frejol gandul ocupa el segundo lugar de mayor producción. Este grano que puede llegar a medir hasta 4 metros de alto, es cultivado de manera semestral, tiempo en el que alcanza su madurez óptima para la posterior comercialización en el mercado internacional.</p> <p>Las empresas dedicadas al procesamiento y comercialización del frejol gandul en Ventanas son limitadas, y por esta razón, tanto la concentración de poder, como la influencia en la toma de decisiones de esta industria es mayor. A través de este trabajo buscamos demostrar los efectos que tiene la participación ante la presencia de pocas empresas en el mercado y las repercusiones de los mismos a los agricultores con el fin de determinar posibles recomendaciones que aporten al mejoramiento de las condiciones y/o herramientas aplicadas por las fábricas en pro del beneficio de los productores.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-986024056; +593-999612135		E-mail: evelynmov_13@hotmail.com elsy6491@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-4380-4600 Ext. 1637		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsq.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			