



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**TITULO: “FACTORES QUE INCIDEN EN EL CONSUMO DE
PRODUCTOS LACTEOS NACIONALES VS PRODUCTOS LACTEOS
INTERNACIONALES EN LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL ENTRE LOS AÑOS 2009-2014”**

**Trabajo de titulación que se presenta como requisito previo a optar el grado
de:**

**INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON
CONCENTRACIÓN EN DIRECCIÓN Y PLANEACIÓN COMERCIAL**

Nombre del Estudiante:

Andrea Mercedes Jarama Chang

Nombre del Tutor:

José Gabriel Macuy

SAMBORONDÓN, ABRIL 2015

“Andrea Mercedes Jarama Chang”

RESUMEN

El cambio de la matriz productiva que actualmente promueve el Gobierno Nacional conlleva al consumo de la industria ecuatoriana principalmente en productos cuya materia prima se la obtiene dentro del territorio nacional. La industria láctea es un sector del cual Ecuador es partícipe con el apoyo de empresas multinacionales y productores de granja que abastecen la demanda, sin embargo existen empresas que importan productos desde otros países para el consumo. Aquí se genera una incertidumbre en cuanto a la preferencia del consumidor entre los dos productos, por lo tanto el presente proyecto de investigación en primera instancia detalla los antecedentes de la problemática, luego recopila la información en base a las opiniones de los consumidores de la ciudad de Guayaquil y finalmente se evalúa por medio de datos recopilados de encuestas y análisis de regresión para establecer la veracidad de la hipótesis constituida por la preferencia del producto lácteo en el consumidor y los factores que influyen a su elección en el mismo.

Palabras clave: Matriz productiva, productos lácteos, producción nacional, producción extranjera, preferencia del consumidor.

ABSTRACT

The change of the productive matrix which currently leads the national government promotes the consumption of the Ecuadorian industry mainly in products whose raw material is obtained within the national territory. The dairy industry is a sector which Ecuador is a participant with the support of multinational companies and livestock producers who supply the demand, however there are companies that import products from other countries for consumption. Here is generated uncertainty about consumer preference between the two products, therefore this research project in the first instance details the history of the problem, then gathers information based on the opinions of the economically active population Guayaquil and finally evaluated by means of historical data the accuracy of the assumptions made by the preference of dairy product on the consumer and the factors influencing their choice in it.

Keywords: Matrix production, dairy products, domestic production, overseas production, consumer preference.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, la transformación de productos terminados a través de las materias primas, es un proceso que recién está en auge, anteriormente se producían materias primas y luego se importaba desde otros países productos transformados para el consumo de los ecuatorianos. Este proceso ha sido negativo para la economía ya que los productos terminados tienen un costo mayor que las materias primas, teniendo la necesidad de disponer de mayores recursos económicos para adquirir el producto terminado (INEC, 2010).

La mayoría de los rubros para el ingreso de bienes económicos para el Ecuador lo representa el petróleo, es decir que este producto es la principal razón para que en la economía se disponga de dinero adicional para la compra de importaciones. En una economía saludable es necesario que las exportaciones siempre superen a las importaciones de manera que se garantice que exista el suficiente circulante para que evite inflación conocido como el alza de precios que impacta el bolsillo del consumidor final.

En el mercado ecuatoriano existe una oferta tanto de productos lácteos de origen interno como externo, quedando a criterio del consumidor final elegir dicho artículo en base al beneficio que se pueda obtener del mismo, sin embargo es tarea del gobierno ecuatoriano motivar a la industria nacional a realizar productos terminados lácteos de mejor calidad de manera que los recursos económicos se queden en el país y no emigren hacia otras naciones.

Según el Centro de Industria Láctea (2014) “la industria láctea formal ecuatoriana procesa 2’662.560 litros diarios, de los cuales el 31% se destina a la elaboración de quesos; un 27% representa la leche en funda; 20% leche en cartón; 11% para leche en polvo; 10% para yogurt y el 1% para otros productos lácteos y que actualmente en el Ecuador en el año 2013 se ha experimentado un crecimiento entre el 25% y 30% anual en el consumo de leche y sus derivados.

En el presente paper se busca identificar un comparativo de la preferencia del consumidor entre productos de origen nacional como extranjeros a fin de determinar qué factores debe agregar la industria ecuatoriana con el objetivo que sea de preferencia para el consumidor y analizar qué tipo de medidas ha realizado el gobierno ecuatoriano para ayudar a las industrias a mantener su precio competitivo en el mercado.

MARCO TEÓRICO

Según PROECUADOR (2014) “El consumo mundial de productos lácteos se incrementará en promedio 24% en el periodo 2012-2022, debido a la mayor capacidad adquisitiva de la población en varios países, así como también al crecimiento del sector de alimentos y comidas rápidas como pizzas, hamburguesas de queso, entre otras.”

En referencia a COMEX (2014) afirma que el consumo mundial de mantequilla se estima se incrementará en 35%, la de queso en 15% y leche en polvo 23%.

El producto lácteo en el Ecuador goza de uno de los principales puestos en la mesa ecuatoriana, su consumo va desde los niños de temprana edad hasta en los adultos, inclusive vemos consumo de leche en las reuniones de negocio sin importar el tiempo o lugar donde se lo tome. “La tendencia del consumo de lácteos en Ecuador es creciente, se proyecta que el consumo de incremente a alrededor de 100 litros anuales per cápita como resultado de mayores ingresos de las familias ecuatorianas” (Centro de Industria Láctea, 2015).

En función al cambio de la matriz productiva dentro los objetivos del actual Gobierno es tratar de evitar que se compren productos que se elaboran en el país y con ello destinar divisas y aumentar el rubro de importaciones que perjudican a la economía ecuatoriana al disminuir circulante Secretaría Nacional de la Planificación y Desarrollo (2012). Uno de estos planes es buscar una sustitución tanto del yogurt, suero deshidratado, leche condensada y demás productos terminados con materia prima que se obtenga del país, y preferir aquellos productores nacionales como motivación a que las fábricas sigan funcionando en el país (Rivadeneira Frisch, 2003).

Uno de los planes que el gobierno busca hacer es tratar de cumplir con metas que generen en el consumidor una preferencia por lo nacional por encima de productos extranjeros, uno de los planes que están en marcha según SENPLADES (2012) es el Proyecto Nacional de Ganadería Sostenible que consiste en la creación de una planta procesadora de lácteos en la costa que transforme a través de la leche productos de igual calidad que los extranjeros y otra planta de quesos en la sierra central, aprovechando el clima agradable de la región y la experiencia de muchos comuneros de las zonas rurales.

El Ecuador como productor de leche, dispone de dos tipos de demanda en este sector, una con demanda interna que abastece al mercado local, y otra demanda externa a través de grupos económicos como la Comunidad Andina y a un país en particular que es Venezuela. Con ello se muestra que pese a que en los supermercados del Ecuador existe oferta extranjera de productos lácteos, muchos productos de producción nacional son vendidos hacia otros países.

Para el Banco Central del Ecuador (2015) en el año 2011 las importaciones totales de productos lácteos hacia el bloque económico de la Comunidad Andina se establecieron en US\$66 millones mientras que Venezuela fue de US\$ 509 millones situando a este último como el principal comprador de producción en este sector para el Ecuador.

A continuación se muestra las exportaciones que ha realizado el Ecuador según el Banco Central del Ecuador (2015) en materia de productos lácteos:

FACTORES QUE INCIDEN EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS LACTEOS NACIONALES VS PRODUCTOS LACTEOS INTERNACIONALES EN LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ENTRE LOS AÑOS 2009-2014.

Tabla #1 Evolución de las exportaciones de productos lácteos.

Fecha	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pais Importador						
Exportaciones						
Venezuela	2.265.158	20.511.305	41.973.320	39.086.613	4.726.689	13.350.761
Colombia	198.000	311.450	3.819.032	33.089.350	799.704	4.418.370
Desconocido	5.996.548		476		463	103.372
Estados Unidos	230.187	453.711	628.459	476.863	314.862	251.192
Singapur					617.650	
Antillas Neerlandesa...	510	42.710	1.099	170		
Sudáfrica			42.418			
Brasil	13.117	13.213				
Aruba					15.308	
Trinidad y Tobago					4.169	
Otros		714	364	1.275	261	
Total	8.703.520	21.333.102	46.465.169	72.654.270	6.479.106	18.123.695

Fuente: Publicaciones mensuales, años 2009-2014.

Tomado de: Banco Central del Ecuador 2014

Se observa en la tabla 1 que los picos más altos en importaciones fue entre los años 2011 a 2012 donde Venezuela encabeza la lista como principal exportador de lácteos, teniendo un ligero descenso en el 2013 y recuperación en el 2014. Sin embargo pese a que se tiene oferta ecuatoriana láctea, existe un rubro de importaciones que también se da en el país y que existe en los supermercados.

FACTORES QUE INCIDEN EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS LACTEOS NACIONALES VS PRODUCTOS LACTEOS INTERNACIONALES EN LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ENTRE LOS AÑOS 2009-2014.

Tabla #2 Evolución de las importaciones de productos lácteos.

Fecha	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pais Exportador	Importaciones					
Perú	11.138.171	15.168.750	13.605.435	17.855.584	19.509.169	18.012.498
Chile	1.659.217	2.985.323	3.505.016	2.923.339	3.553.046	2.719.283
Estados Unidos	2.720.026	2.224.321	2.454.201	2.813.392	2.205.940	1.217.556
Colombia	1.029.235	1.311.125	869.541	1.619.958	1.314.320	431.846
Brasil	339.237	394.086	335.384	585.538	639.730	886.320
Argentina	287.001	622.257	343.378	1.589.511	58.861	
India	93.240	290.736	409.104	364.824	428.760	54.268
Francia	261.518	431.587	319.126	124.773	315.965	
Dinamarca	135.529	173.011	215.772	384.856	199.683	137.684
Bolivia		207.302	185.760	763.200		
Otros	679.436	542.302	471.521	877.234	474.562	483.800
Total	18.342.609	24.350.800	22.714.236	29.902.209	28.700.035	23.943.255

Fuente: Publicaciones mensuales, años 2009-2014.

Tomado de: Banco Central del Ecuador 2014

En el último año, el valor FOB por importaciones superó en \$5.000 dólares aproximadamente a las exportaciones, generando un impacto negativo a la economía, deduciendo que se emplearon recursos que se destinaron al exterior para adquirir el producto, pese a que el Ecuador posee las condiciones necesarias para ser un producto de esta materia prima y procesarlo en el país.

El principal importador de la línea láctea en todos los años es el Perú con un 50% aproximadamente de los demás países que componen la lista, con ello se deduce que los ecuatorianos a diferencia de los lácteos que se producen en el país, tiene

preferencia en el consumo peruano y es un sustituto en caso que el precio no sea tan atractivo para la canasta básica.

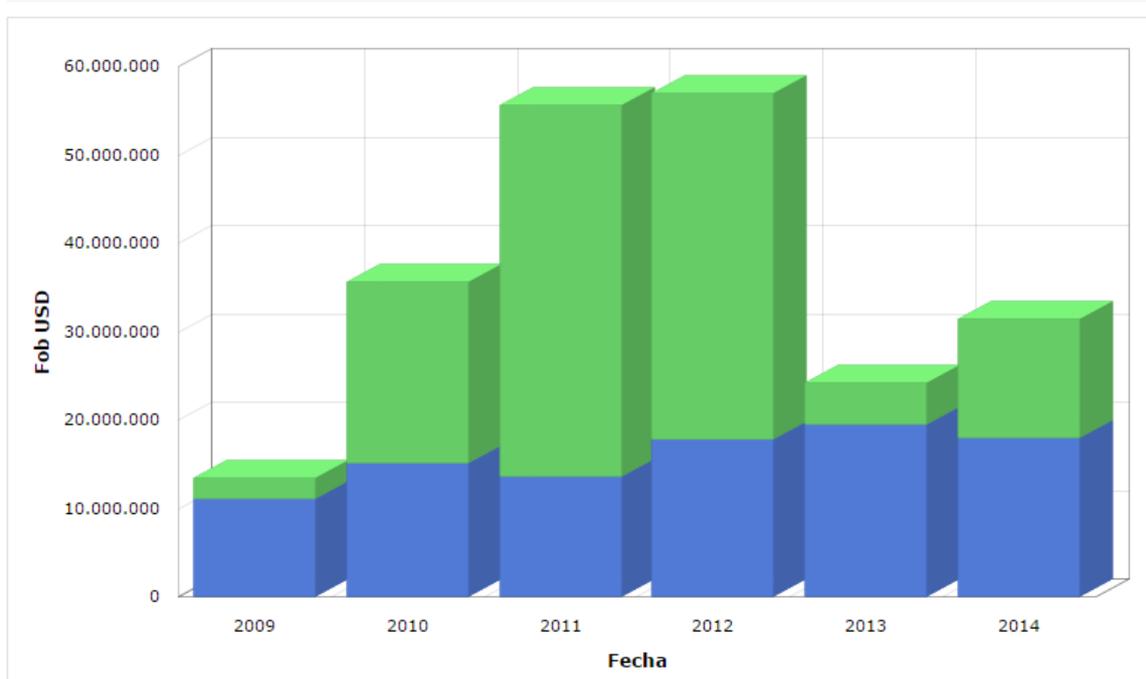


Figura 1 Evolución comparativa entre las importaciones vs exportaciones de productos

Fuente: Publicaciones mensuales, años 2009-2014.

Tomado de: Banco Central del Ecuador 2014

En el gráfico 1 se muestra las evoluciones de importaciones con color azul vs exportaciones de productos lácteos con color verde, donde los años 2010, 2011 y 2012 han generado un incremento con relación a las importaciones, sin embargo este escenario es diferente en los años 2013 y 2014 donde las importaciones superan el rubro de partidas generadas.

Con la repercusión de la baja del petróleo y devaluación de las respectivas monedas de los vecinos países de Perú y Colombia, el gobierno busca que el consumidor trate de comprar exclusivamente aquellos lácteos de producción nacional y sus derivados con lo cual propuso una medida de salvaguardia entre el 5% y 45% según la partida arancelaria que se genere en la aduana.

Según (COMEX, 2015) en su resolución No. 011-2015 en su medida de salvaguardia incluye productos que deberán pagar una tasa arancelaria ellos incluyen leche, mantequilla, queso, y otros lácteos a fin que la industria ecuatoriana se quede con las divisas del consumidor y no se registre como importación en la Balanza de pagos del país.

Esto es un punto favorable para el consumo nacional ya que el precio de los mismos se mantendrá, y las empresas que se dedican a comercializar productos extranjeros se obligaran a subir los precios a fin que no se registren pérdidas por traer dicho artículo al país.

Ahora estas variables están en función al precio y tasa arancelaria que afectan directamente al proceso de comercialización del producto, sin embargo es necesario conocer si los mismos no son afectados también por la calidad o cantidad del producto lácteo que se pone en percha (Grajales, 2012). Esto es importante debido a la participación de mercado que se pueda establecer y si en realidad será un diferencial para que la industria ecuatoriana gane más lugar en la mesa de los consumidores finales (Amaya, 2002).

En referencia a Sarmiento (2008), la economía mundial presenta algunas características coyunturales entre las que se destacan:

- El debilitamiento de la demanda mundial explicado por factores como la disminución del ritmo del crecimiento económico de China e India y la persistencia de la crisis económica en Europa.
- El desplome de los precios del petróleo debido a factores como la contracción de la demanda mundial, el aumento de la producción de Estados Unidos y la negativa de Arabia Saudita de reducir su producción. No por ello se deriva de la especulación en los mercados financieros y también juegan un rol importante como herramientas de presión en las grandes disputas geopolíticas.
- La apreciación del dólar con respecto a otras monedas.

La economía ecuatoriana presenta su propia situación donde sus factores determinantes para implementar este plan contingente son:

- Ecuador es un país sin moneda propia y esto le genera restricciones importantes a su política económica. A diferencia de los países, Ecuador no puede devaluar su moneda para contrarrestar los efectos de un contexto internacional adverso sobre el sector externo de la economía.
- Por otra parte la estructura productiva sigue siendo altamente dependiente a la exportación de materias primas y la importación de bienes de consumo y bienes de capital.

FACTORES QUE INCIDEN EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS LACTEOS NACIONALES VS PRODUCTOS LACTEOS INTERNACIONALES EN LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ENTRE LOS AÑOS 2009-2014.

Las partidas arancelarias que son objeto de las salvaguardias son:

Subpartidas	Descripción arancelaria	Sobretasa arancelaria
0402911000	Leche evaporada	45%
0402991000	Leche condensada	45%
0403100000	Yogur	45%
0403901000	Suero de mantequilla	45%
0405100000	Mantequilla (manteca)	45%
0405200000	Pastas lácteas para untar	45%
0406100000	Queso fresco (sin madurar), incluido el del lacto suero, requesón	45%
0406200000	Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo	45%
0406300000	Queso fundido, excepto el rallado o en polvo	45%
0406400000	Queso de pasta azul y demás quesos que representen vetas producidas de <i>Penicillium roqueforti</i>	45%

Tabla #3 Partidas arancelarias de productos lácteos afectadas por salvaguardias, de resolución No. 011-2015

Fuente: Comité de Comercio Exterior.

En la tabla # 3 se observan en detalle los productos afectados por la salvaguardia durante el periodo de 15 meses en respuesta a la devaluación de moneda de los países vecinos entre Perú y Colombia. Estos productos se verán afectados en el precio ya que su calidad seguirá siendo la misma y competirán de manera directa con los productos nacionales

Una referencia en productos lácteos en el Ecuador es la compañía Nestlé cuyos productos divididos entre culinarios y en polvo entre los que se destacan: la lechera en sus presentaciones de manjar, leche evaporada, leche condensada lite y leche condensada; la vaquita colada, la vaquita, nido, svelty, y coffe mate (Centro de Industria Láctea, 2015).

Entre las empresas multinacionales que comercializan leches y productos lácteos se encuentran: Quala Ecuador S.A., Kraft Foods Ecuador C. Ltda., Italgim S.A., Carlisnacks Cía., Ltda., Artegelato Ecuador, S.A., Agrícola Ganadera Reysahiwal, Festa S.A., Grupo Cegacorp, Oriental Group Ecuador, Nutrivital, Nestlé Ecuador S.A., Industrial Lácteos Toni, S.A., Industrial Nutrida, Industria Lechera Floralp, Lácteos San Antonio S.A.

Estas empresas se caracterizan por elaborar sus productos lácteos a través de la materia prima de leche en el Ecuador, ello fomenta a que sus productos no se vean afectados por las salvaguardias y sea un factor competitivo con relación a los productos de elaboración internacional.

Con estas iniciativas el gobierno trata de potenciar las fábricas de producción láctea y crear un ambiente comercial donde sea más barato producir con la misma calidad que traer el producto fabricado y listo para la venta con relación al producto extranjero.

Para el presente proyecto de investigación se recogen las impresiones de los consumidores de la ciudad de Guayaquil para determinar la preferencia de productos lácteos de la producción nacional sobre artículos importados de diferentes países, y conocer si el efecto de las salvaguardias afecta o no el comportamiento del consumidor y si ello significa una desventaja competitiva para los países que componen el portafolio de importaciones en el Ecuador.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño de la investigación

En la metodología se establece el tipo de investigación a realizar para poder seleccionar la herramienta adecuada que permita recoger las impresiones de los consumidores de productos lácteos y se establezca la diferencia entre la producción nacional y extranjera.

La hipótesis a comprobar es la siguiente:

“Existe preferencia de los productos lácteos de producción extranjera con aquellos elaborados en el país.”

Dentro de este criterio se muestran aspectos de calidad, cantidad y precio del artículo el mismo que se determinará luego de la recolección de datos a analizar (Bigne & Cuenca, 2010). Según Benassini (2010) determina que para observar el comportamiento de un mercado se tiene un patrón o estructura que sirve para controlar la recopilación de datos de la forma más exacta y económica posible. En cuanto al diseño de la investigación comprende dos pasos importantes:

Diseño de la investigación	Método científico.
Investigación exploratoria	= a) Observación del fenómeno. b) Formulación de la hipótesis.
Investigación concluyente	= c) Prueba de la hipótesis. d) Predicción del futuro.

Según Benassini (2010) con esto puede observarse que la investigación exploratoria y la concluyente se relacionan directamente con los pasos del método científico. En otras palabras, para poder observar el fenómeno y plantear una o varias hipótesis al respecto es necesario llevar a cabo una investigación exploratoria. Y para comprobar la hipótesis y poder predecir el futuro se requiere una investigación concluyente (Arias, 2010).

A continuación se detallan los conceptos de lo que incluye la investigación exploratoria y concluyente a fin de conocer si los criterios guardan estrecha relación con la comprobación de la hipótesis en el presente paper.

Investigación exploratoria.

Para Gómez (2006) indica que este tipo de investigación sirve para proporcionar al investigador un panorama amplio y general acerca del fenómeno en análisis. Es una etapa previa de la investigación y tiene como finalidad sentar las bases y dar los lineamientos generales que permitan que el estudio sea lo más completo posible. En este tipo de investigación no existe una hipótesis previa, son que las hipótesis se deducen de las ideas desarrolladas durante esta fase (Hurtado, 2000).

Entre los principales criterios que se desea obtener en este tipo de información se encuentran:

- ¿Cómo determinar la preferencia del consumidor sobre productos de producción nacional o extranjeros?
- Determinar los productos lácteos que compartan las mismas variables entre sí, tanto en sabor, cantidad y precio, como por ejemplo la leche en polvo, los cuales manejen los mismos ingredientes de producción.

- Analizar la relación que existen entre las importaciones y exportaciones de estos productos, principalmente si el comportamiento de consumo ha sido en iguales proporciones.

Variables

En presente paper se muestra la relación igualitaria del consumo de productos nacionales y extranjeros en el mercado ecuatoriano, este estudio se divide en dos tipos de variables para dicho análisis:

Variable independiente, conocida también como la causa (Villegas, 2012), en el trabajo en análisis se presenta de la siguiente manera:

Consumo de productos lácteos de la población ecuatoriana específicamente en leche, queso, mantequilla y sus derivados.

Variable dependiente, conocida también como el efecto (Namakforoosh, 2005), en el paper en análisis la compone por:

La elección del consumidor entre productos de origen nacional y extranjero que se encuentran presentados en la percha de supermercados o tiendas de barrio.

Población.

FACTORES QUE INCIDEN EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS LACTEOS NACIONALES VS PRODUCTOS LACTEOS INTERNACIONALES EN LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ENTRE LOS AÑOS 2009-2014.

Según (Juez & Díez, 2006) indica que la población se designa a “*cualquier conjunto de elementos que tienen unas características comunes. Cada uno de los elementos que integran el conjunto recibe el nombre de individuo.*”

Para el presente trabajo de investigación la población está dada por los consumidores de productos lácteos en la ciudad de Guayaquil, y que tengan en su mesa productos derivados como leche, queso, mantequilla y sus derivados. A ellos se trata de verificar sus hábitos de consumo y su preferencia entre proveedores del producto entre nacional y extranjero.

Sin embargo analizar las opiniones de todos los habitantes de Guayaquil genera una recolección de datos tediosa y con opiniones de individuos que no tienen la capacidad de compra del producto, por lo tanto es necesario obtener una muestra de aquellas que consumen el artículo y poseen la suficiente capacidad de pago para transaccionar.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) divide a la población en aquellos económicamente activos y aquellos que no tienen un trabajo u oficio remunerado.

MERCADO LABORAL (NACIONAL URBANO)											
	sep-11	dic-11	mar-12	jun-12	sep-12	dic-12	mar-13	jun-13	sep-13	dic-13	mar-14
Población en Edad de Trabajar (PET)	8.001.490	8.044.403	8.115.066	8.124.667	8.186.364	8.272.136	8.287.332	8.312.456	8.551.555	8.832.770	8.854.622
Población Económicamente Activa (PEA)	4.418.150	4.453.985	4.637.828	4.601.299	4.514.323	4.526.773	4.548.198	4.625.857	4.721.925	4.725.513	4.780.938
Ocupados	4.174.111	4.228.314	4.411.281	4.362.669	4.306.606	4.298.624	4.337.287	4.399.456	4.506.892	4.495.966	4.513.851
Ocupados Plenos	2.114.217	2.222.619	2.314.594	2.294.388	2.307.714	2.356.986	2.201.636	2.161.999	2.378.325	2.433.934	2.374.637
Ocupados no clasificados	40.484	36.125	60.460	91.678	90.036	138.587	88.575	89.498	103.941	13.558	17.279
Subempleados	2.019.410	1.969.571	2.036.228	1.976.602	1.908.857	1.803.052	2.047.075	2.147.959	2.024.625	2.048.474	2.121.935
Desocupados	244.039	225.670	226.546	238.631	207.716	228.149	210.911	226.401	215.033	229.547	267.087
Población Económicamente Inactiva (PEI)	3.583.340	3.590.418	3.477.238	3.523.368	3.672.041	3.745.363	3.739.134	3.686.599	3.829.628	4.107.257	4.073.684

Tabla #4 Evolución trimestral del Mercado Laboral Urbano, de Ecuador En Cifras 2014, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

En la tabla #4 se observa como el mercado laboral se divide en aquellas poblaciones económicamente activas e inactivas donde el primero se subdivide en grupos como son los grupos plenamente ocupados y los no calificados, los subempleados y los desocupados.

Al referirse de la población económicamente activa entran en el grupo aquellos individuos que tienen la capacidad para contratar, pero que no específicamente tienen un ingreso del cual cubrir la adquisición del producto (Rivadeneira Frisch, 2003).

Sin embargo esta muestra sigue siendo igual de amplia, por lo cual se procede al cálculo de la muestra según Moguel (2005):

1. Determinar el nivel de confianza con que se desea trabajar (95% o 99% de confianza). En este caso se usa el 95% de confianza.
2. Determinar la probabilidad de que se realice el evento (p) o de la que se realice (q); cuando no se posea suficiente información de la probabilidad del evento, se le asignan los máximos valores, en este caso $p=0.5$ $q=0.5$
3. Determinar el porcentaje de error de los resultados obtenidos, si el nivel de confianza fue del 95% su diferencia para llegar al 100% constituye el margen de error de la fórmula.

Al tratarse de una población finita se utiliza una fórmula del cálculo de la muestra que brinde la opción de adicionar el total de la población y así establecer un número de prospectos más limitados pero que juntos sumen un criterio aceptable (Hair, 2002).

Para las poblaciones finitas la fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

En donde:

n= tamaño de la muestra.

e= Error de estimación.

Z= valor de tablas de distribución normal estándar.

N= Tamaño de la población.

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

Para la herramienta de recolección de datos es necesaria la incursión del cuestionario con preguntas cerradas y de selección múltiple, a fin de disponer de una información medible y determinar qué aspectos se consideran al momento de realizar la elección del producto.

Para Berenson (1996) el diseño del cuestionario es un arte que mejora con la experiencia, el propósito de un cuestionario es permitir recabar información

significativa que ayude en el proceso de toma de decisiones. El procedimiento general para diseñar un cuestionario involucra:

- a) La elección de temas amplios que deben reflejar el propósito de la encuesta.
- b) La decisión sobre una forma de respuesta.
- c) La formulación de preguntas.
- d) La prueba piloto y las revisiones finales.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) la provincia del Guayas constituye el 30% del total de la población económicamente activa, y a su vez la ciudad de Guayaquil constituye el 40% de toda la provincia, lo que genera el siguiente cálculo: 2'374,637 individuos ocupados económicamente activos por el 30% del total de la población y a su vez por el 40% que constituye la ciudad de Guayaquil, lo que da como resultado 284,956 posibles consumidores en supermercados con dinero para adquirir productos.

Al total de la población hallada, se procede a aplicar la fórmula del cálculo de la muestra de la siguiente manera.

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)(284,956)}{(284,956)(0.05)^2 + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

El resultado de aplicar la fórmula es de 400 prospectos, al tratarse de una encuesta sobre preferencia de productos lácteos antes de comenzar con las preguntas se procede a consultar si el mismo consume algún producto lácteo, de ser su respuesta negativa no se procede a recoger su opinión.

RESULTADOS

Al realizar la encuesta, se le consultó a las personas sobre su preferencia en consumir productos lácteos, sólo el 65.25% respondió de forma afirmativa, dando como resultado la recopilación de 261 personas quien aportaron en base a su experiencia de consumidor la preferencia de comprar productos elaborados en el país como de origen extranjero. Los resultados se muestran a continuación:

Pregunta 1. Factores en el producto que determinan el comportamiento de compra en el segmento.

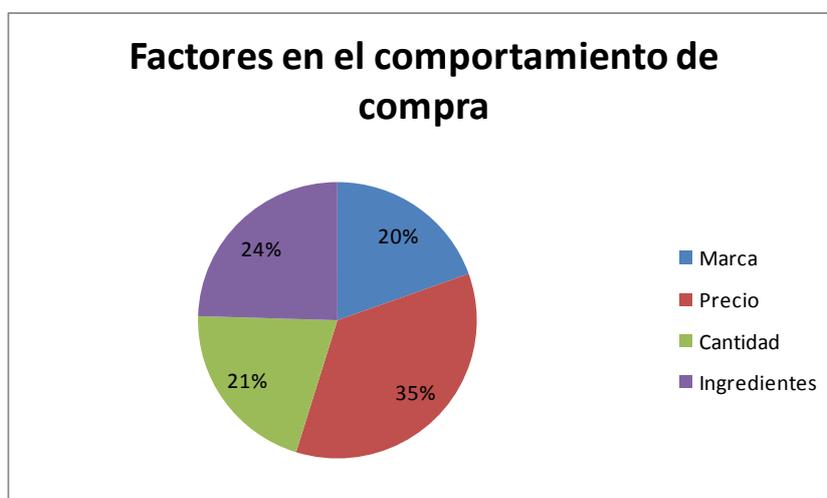


Figura 2 Pregunta 1 Factores en el comportamiento de compra.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En el figura 2 se muestra que el consumidor de la ciudad de Guayaquil, mira antes el precio al comprar el producto además de otros factores como son marca, cantidad y los ingredientes que cuenta el mismo. Con un 35% se colocó la variable del precio en cuanto a elección, con el 24% los ingredientes, con el 20% la marca que comercializa el producto y finalmente la cantidad que viene en cada presentación se colocó en un 21%.

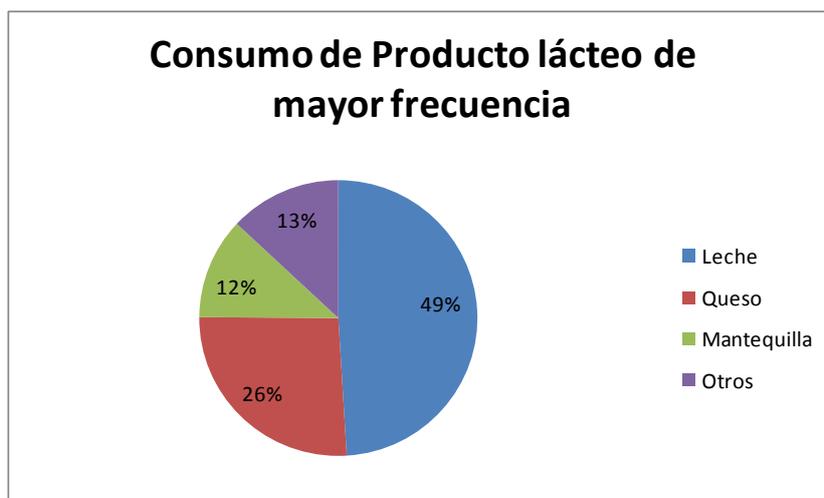


Figura 3 Pregunta 2 Consumo de producto lácteo de mayor frecuencia.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En el figura 3 muestra las respuestas de acuerdo al producto lácteo que consume la población, con el 49% se encuentra el producto de la leche, con el 26% le sigue el

queso, con el 12% la mantequilla, mientras que con el 13% se sitúa la preferencia entre otros. Con esto se puede concluir que en un supermercado al tener la premisa de comprar un producto lácteo 49 de 100 personas comprarán leche.



Figura 4 Pregunta 3 Variación del sabor de acuerdo a cada producto.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En la figura 4 se le consultó a la muestra sobre la variación de sabor de acuerdo a cada producto pero con distintas marcas, donde el 53% del mismo afirmó encontrar un sabor diferente, mientras que el 47% no lo percibe, con esto se ratifica que el precio es el factor que sigue influyendo en la decisión de compra del consumidor.



Figura 6 Pregunta 5 Diferencia entre el producto de elaboración nacional.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En el figura 6 se le consultó al encuestado sobre el tema de fijarse en el origen de la producción antes de elaborarlo, a lo que se llegó a la conclusión que no existe distinción para el consumidor en cuanto a la selección un producto hecho en Ecuador en comparación con aquellos de otros países.

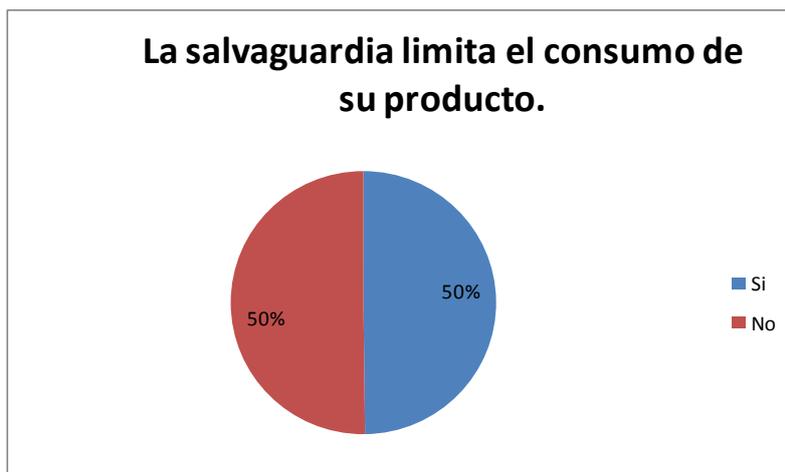


Figura 5 Pregunta 6 La salvaguardia limita el consumo de su producto.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En la figura 5 se abordó un tema de tipo actual como es el de la salvaguardia, este impuesto sube el precio del bien y ajusta el presupuesto de las familias ecuatorianas, disponiendo de menos dinero para transaccionar a menos que todos sus productos sean de producción nacional. Este es un factor de desventaja para la industria extranjera ya que incrementa el precio contra su competidor nacional y pone a pensar dos veces al consumidor. Sin embargo el resultado muestra que por el momento los consumidores lácteos no han tenido el efecto de este rubro y es un factor que no incide al momento de consumir dichos artículos.

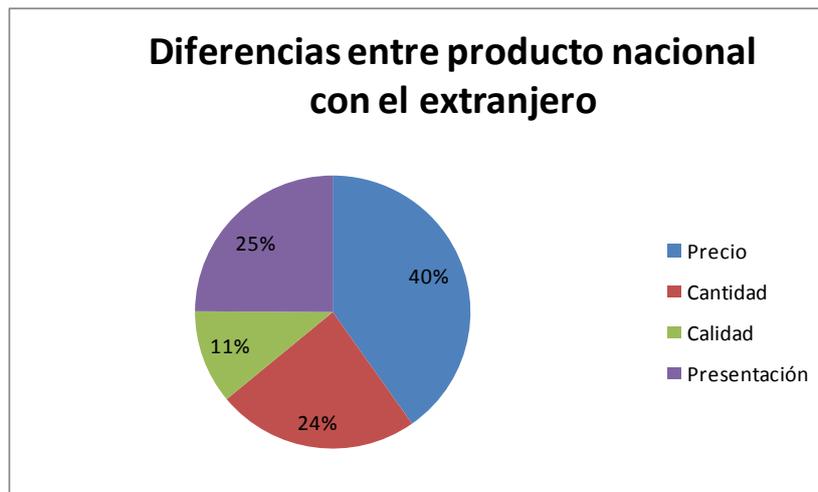


Figura 6 Pregunta 7 Diferencias entre producto nacional con el extranjero.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En la figura 6 se muestra que si el consumidor tiene la posibilidad de diferenciar un producto nacional y extranjero prestando atención en su etiqueta, el precio seguirá

siendo un factor importante para el consumidor, en un 40% de probabilidad según la encuesta, a él se sigue la presentación con un 25%, luego la cantidad con un 24% y finalmente con un 11% la calidad.



Figura 7 Pregunta 6 Publicidad como ventaja competitiva.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En la figura 7, se le consultó a los encuestados sobre la ventaja de las campañas publicitarias en los diferentes medios de comunicación a lo cual respondieron que no determina del todo la decisión de compra, si bien es cierto ayuda a familiarizar con una marca o eslogan pero los supermercados disponen en percha productos que ofrecen lo mismo, que permiten hacen una comparación en precios y siempre se elige el que brinda mayores beneficios, por lo tanto el 53% respondió que no se siente atraído por una determinada publicidad.

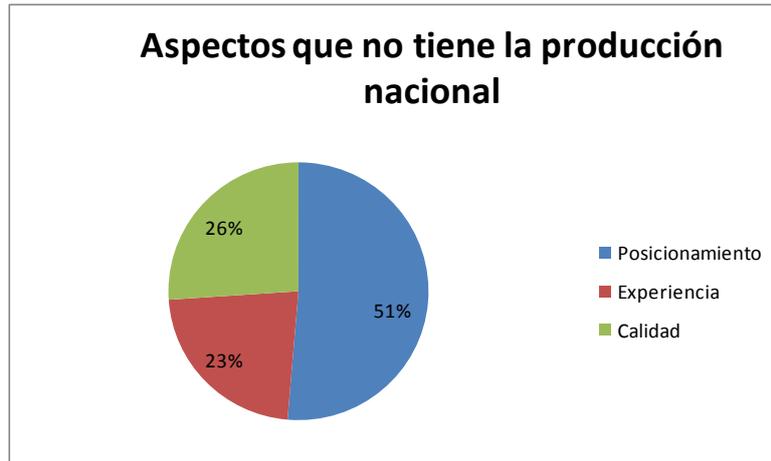


Figura 8 Pregunta 7 Valor agregado a la producción.

Tomado de: Encuestas.

Elaborado por: La autora.

En la figura 8 se le consultó si en el caso de elegir producción extranjera que tipos de factores desearía que cuente el producto a lo que se respondió con un 51% posicionamiento, si el producto es tan bueno los supermercados y tiendas deben ofertar siempre dichos artículos, el segundo punto con un 26% la calidad, donde el gobierno debe hacer énfasis que los productos nacionales son iguales y hasta mejores que los productos extranjeros y finalmente la experiencia con un 23% ya que dicho factor es igual a confianza.

La confianza del consumidor en adquirir un producto se gana en base a responder las expectativas del producto, por lo tanto es recomendable que las empresas lácteas ecuatorianas no copien las filosofías extranjeras para liderar el mercado sino que realicen investigaciones de mercado para determinar las afinidades de su target y ofertar características compatibles las cuales demanden.

Análisis de datos.

Para saber si el crecimiento de la población económicamente activa está relacionado directamente con el uso exclusivo de productos lácteos importados, es necesario establecer un análisis de regresión lineal por medio de indicadores como el coeficiente de correlación múltiple, coeficiente de determinación, de manera que se muestre la estrecha relación entre los dos datos.

Si la demanda muestra mucha afinidad con el consumo de productos lácteos extranjeros, entonces el análisis mostrará una relación positiva y por ende se determina que la población tiene preferencia por consumir productos lácteos extranjeros que ecuatorianos, si la respuesta es negativa se da todo lo contrario.

Los datos usados para realizar el análisis de regresión están determinados por la población económicamente activa y las importaciones de productos por estos artículos, cuyos datos se muestran a continuación:

Años	Población Económicamente activa	Importaciones
2009	2,048,382.74	\$ 18,342,609.00
2010	2,109,834.22	\$ 24,350,800.00
2011	2,173,129.24	\$ 22,714,236.00
2012	2,238,323.12	\$ 29,902,209.00
2013	2,305,472.82	\$ 28,700,035.00
2014	2,374,637.00	\$ 23,943,255.00

Tabla #5 Datos para análisis de regresión, de análisis de resultados, por autora.

En la tabla número 5 se muestra la población económicamente activa de los años 2009 a 2014 junto con las importaciones realizadas en dólares por el Ecuador desde distintos países. La variable independiente está representada por la población económicamente activa mientras que la variable dependiente la representan las importaciones.

En primera instancia se procede a calcular el coeficiente de relación múltiple con excel lo que da como resultados los siguientes datos:

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0.600969307
Coeficiente de determinación R²	0.361164108
R² ajustado	0.201455135
Error típico	3751205.131
Observaciones	6

Tabla #6 Estadísticas de regresión, de análisis de resultados, por autora.

El coeficiente de correlación múltiple tiene resultado positivo de 0.60 quiere decir que tanto la variable dependiente como la independiente aumentan de manera simultánea conformen pasan los años.

Para el coeficiente de determinación al dar un resultado de 0.36 cercano a 0 y alejado de 1 se concluye que el modelo no es confiable para realizar pronósticos es decir, que no existe una relación entre el aumento de la población económicamente activa y el crecimiento de las importaciones de productos, por lo tanto con este indicador se puede afirmar que los ecuatorianos no disponen en materia de productos

lácteas una preferencia del consumo, y que al tratarse de un producto de primera necesidad el precio es el principal referente al momento de elegir el producto.

En cuanto a la comprobación de la hipótesis planteada, al mostrar la relación con la importación de productos lácteos se utiliza la prueba de estadístico f para referenciar el criterio, al realizar los cálculos en excel se obtuvo como resultado que el estadístico generó 2.26 mientras que su valor crítico con un nivel de confianza del 95% estuvo en 0.20.

Según Caballero (2010) indica que si el estadístico F es mayor que el valor crítico F , entonces se rechaza la hipótesis nula, como resultado se obtiene que los ecuatorianos no distinguen si el producto es de origen nacional y extranjero al momento de realizar sus actividades de consumo en supermercado y tiendas de barrio.

Conclusiones

Al finalizar la presente investigación se puede llegar a las siguientes conclusiones:

El mercado ecuatoriano para satisfacer su cuota de consumo lácteo está conformado por productos nacionales y extranjeros, que se encuentran disponibles en supermercados y tiendas de barrio a precios módicos en diferentes presentaciones y cantidades, por lo tanto existe una amplia variedad de artículos que puede elegir el consumidor.

El Ecuador es un país productor de leche y fabricante de quesos, mantequilla entre otros, sin embargo pese a importar gran cantidad de artículos lácteos también exporta los mismos a países como Venezuela, Colombia y Estados Unidos, pero que no supera la cuota de importación que realiza cada año, esto es desventajoso para el país ya que necesita más divisas para comprar que el dinero generado por la exportación de los mismos productos.

El factor precio es el principal inconveniente para el consumidor ecuatoriano al momento de elegir un producto lácteo, le sigue la cantidad, la presentación y finalmente la calidad del producto. Si bien es cierto hoy en día existen campañas de publicidad para alentar el consumo de ciertos productos lácteos, para afianzar la marca, los supermercados ofrecen el acceso al consumidor para que pueda debatir su elección en precios.

Los ecuatorianos indican que existe una distinción de sabores entre los productos lácteos nacionales que de los extranjeros, sin embargo su contestación a este factor es mínimo por lo que no constituye ninguna ventaja competitiva entre ambas partes.

El tema de salvaguardias aún no afecta la decisión de compra en este sector del mercado, por lo cual el consumidor no estaba acostumbrado a conocer si una determinada marca era de producción nacional. Sin embargo según los encuestados no han cambiado hábitos de selección entre productos ni su bolsillo se ve afectado.

Se concluyó que el crecimiento de las importaciones no está estrechamente relacionado con el incremento de la población económicamente activa, por lo tanto no

existe preferencia del consumidor en comprar determinados productos de originarios de otro país sobre la producción nacional.

Referencias bibliográficas

- Amaya, J. (2002). *Gerencia Planeación y Estrategia*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.
- Arias, F. (2010). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Caracas: Suplidora Van, C.A.
- Banco Central del Ecuador. (05 de Mayo de 2015). *Comercio Exterior*. Obtenido de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp
- Benassini, M. (2010). *Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina*. Atlanta: Prentice Hall.
- Berenson, M. L. (1996). *Basic Business Statistics*. New York: Prentice Hall Inc.
- Bigne, S., & Cuenca, A. (2010). *Investigación de mercados*. Barcelona: MCGRAW-HILL.
- Caballero, W. (2010). *Introducción a la Estadística*. San José: IICA.
- Centro de Industria Láctea. (01 de Enero de 2015). *Centro de Industria Láctea del Ecuador*. Recuperado el 16 de Marzo de 2015, de http://www.cilecuador.org/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=26&Itemid=22
- COMEX. (16 de Diciembre de 2014). *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado el 16 de Marzo de 2015, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ENE-ABR-2013-2014-pagina-web.pdf>

- COMEX. (01 de Marzo de 2015). *Comité de Comercio Exterior* . Recuperado el 16 de Marzo de 2015, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-2015.pdf>
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Grajales, G. (2012). *Estudio de mercado y comercialización*. Bogotá.
- Hair, J. F. (2002). *Investigación de mercados*. Barcelona: McGraw-Hill.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la investigación holística*. Caracas: Fundacion Sypal 1era. Edición.
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Quito: Fascículo de la Provincia del Guayas.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (01 de Marzo de 2014). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 08 de Abril de 2015, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/10_anios/201403_EnemduPresentacion_10anios.pdf
- Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Colección Héctor Merino Rodriguez.
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa.
- PROECUADOR. (11 de Diciembre de 2014). *PROECUADOR*. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/sector1-3/>
- Rivadeneira Frisch, J. (2003). *Economía Social de Mercado*. Atlanta: Konrad Adenauer.
- Sarmiento, H. (2008). *Se desacelera la actividad económica mundial en medio de la incertidumbre financiera*. Quito: CEI.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito.: SENPLADES.
- Villegas, E. (2012). *Metodología de la investigación*. Madrid: Pearson Education.

Anexos.

Formato de la encuesta.

Objetivo: Conocer las preferencias del consumidor de los productos lácteos de elaboración nacional frente al extranjero:

Sexo:	Edad:	Ingresos:	<input type="checkbox"/>
Femenino <input type="checkbox"/>	De 21 años a 30 años <input type="checkbox"/>	Hasta \$354,00	<input type="checkbox"/>
Masculino <input type="checkbox"/>	De 31 años a 41 años <input type="checkbox"/>	Hasta \$600,00	<input type="checkbox"/>
		Más de \$601,00	<input type="checkbox"/>

Preguntas:

1.- ¿Al seleccionar el producto que factores inciden en su comportamiento de compra?

Marca.

Precio.

Cantidad.

Ingredientes.

2.- ¿Qué tipo de productos lácteos consumen con mayor frecuencia?

Leche

FACTORES QUE INCIDEN EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS LACTEOS NACIONALES VS PRODUCTOS LACTEOS INTERNACIONALES EN LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ENTRE LOS AÑOS 2009-2014.

Queso.

Mantequilla

Otros.

3.- ¿Considera que el sabor varía de acuerdo a la marca del producto?

Si

No

4.- Al momento de comprar usted se fija que el producto sea de elaboración nacional.

Si

No

5.- Considera que el tema de salvaguardias afectará su poder de decisión de compra en los productos lácteos que realice.

Si

No

6.- ¿Cuál es la diferencia entre el producto lácteo nacional o extranjero?

Precio

Cantidad

Calidad.

Presentación.

7.- Considera que la publicidad brinda una ventaja competitiva de los productos extranjeros sobre los nacionales.

Si

No

8.- ¿Qué aspecto le falta a la producción nacional láctea para competir con los productos extranjeros?

Posicionamiento.

Experiencia.

Calidad.