

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de INGENIERA  
COMERCIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORIA**

**TEMA:  
LOS COSTOS QUE INCURREN LOS PEQUEÑOS DISTRIBUIDORES DE  
PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE QUITO, DE LOS CUALES SE  
VEN BENEFICIADAS LAS GRANDES EMPRESAS DE LA INDUSTRIA  
LÁCTEA.**

**AUTORA:  
PAULINA FERNANDA CABEZAS CAJAS**

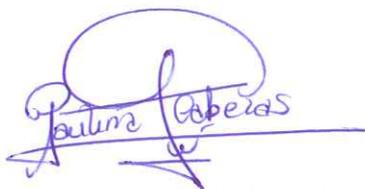
**TUTOR:  
FREDDY GONZALO ARAQUE MONTENEGRO**

**Quito, Agosto 2016**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Paulina Fernanda Cabezas Cajas, con documento de identificación N°171749431-2, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de titulación intitulado: Los costos que incurren los pequeños distribuidores de productos lácteos en la ciudad de Quito, de los cuales se ven beneficiadas las grandes industrias lácteas, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniero Comercial con especialidad en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana



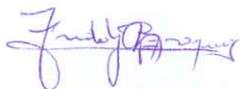
Paulina Fernanda Cabezas Cajas

CI: 171749431-2

**DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL  
DOCENTE TUTOR**

Yo, Freddy Gonzalo Araque Montenegro declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el tema de titulación, " *Los costos que incurren los pequeños distribuidores de productos lácteos en la ciudad de Quito, de los cuales se ven beneficiadas las grandes empresas de la industria láctea*", realizado por Paulina Fernanda Cabezas Cajas, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, Agosto del 2016



Lic. Freddy Gonzalo Araque Montenegro

# ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS .....	4
ÍNDICE DE FIGURAS .....	4
1. Introducción .....	7
2. El problema.....	8
3. Objetivos.....	8
4. Marco teórico.....	8
4.1. La industria láctea .....	8
4.2. Cadena de distribución de la industria láctea .....	11
4.3. Costos de distribución .....	12
5. Metodología.....	13
5.1. Tipos de metodología .....	13
5.2. Población y tamaño de muestra.....	15
5.3. Cálculo del tamaño de la muestra.....	15
6. Resultados de la investigación.....	15
6.1. Encuestas .....	15
6.2. Entrevistas .....	19
7. Análisis económico de los beneficios que recibe la industria láctea .....	20
8. Análisis de costos y beneficios que reciben los pequeños distribuidores.....	21
8.1. Inversión .....	21
8.2. Costos de ventas .....	21
8.3. Gastos de ventas .....	22
8.4. Ingresos .....	22
9. Beneficios de las grandes empresas de la industria láctea en base a los costos que tienen los pequeños distribuidores .....	22

10. Conclusiones .....	24
Referencias.....	26
ANEXOS .....	27

## **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Resultados económicos industrias lácteas.....	20
Tabla 2. Inversiones .....	21
Tabla 3. Costos de productos (diario) .....	21
Tabla 4. Gastos de ventas.....	22
Tabla 5. Ingresos .....	22

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Cadena de distribución. Fuente: (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial -ONUUDI, 2011) .....	11
---	----

Los costos que incurren los pequeños distribuidores de productos lácteos en la ciudad de Quito, de los cuales se ven beneficiadas las grandes empresas de la industria láctea.

### **Resumen**

Las industrias lácteas dentro del proceso productivo utilizan para la comercialización de sus productos a los “distribuidores” que son pequeños microempresarios independientes que con su propia inversión tienen su transporte (camión) y capital para iniciar su labor de distribuir a tiendas, distribuidoras o negocios, principalmente la leche entera, de lo cual obtienen un ingreso, en la actualidad analizaremos los costos e inversiones que realizan los pequeños distribuidores de productos lácteos que son beneficios para las industrias .

La presente investigación parte de una recopilación bibliográfica, pasando a una investigación de campo para conocer la percepción y principales datos de la realidad de los distribuidores, para finalmente concluir

con un análisis económico y evaluar la problemática presentada.

### **Palabras clave**

Industria láctea, pequeños distribuidores, costos de la industria láctea, costos de distribución.

## **Abstract**

Dairies within the production process used for the marketing of their products " distributors " which are small independent entrepreneurs with their own investment have transportation (truck) and capital to start its work to distribute to shops, distributors or business, mainly whole milk, which earn an income , now analyze the costs and investments made by small distributors of dairy products that are benefits for industries.

This research is a bibliographical compilation, moving to a field research to understand the perception and reality main data distributors, to finally conclude with an economic analysis to assess the problems presented.

## **Keywords**

Dairy industry; small distributors; costs the dairy industry; distribution costs

# 1. Introducción

La producción de lácteos en el Ecuador se centra en la región interandina, la mayor producción proviene de la sierra y las empresas de lácteos se diversifica de acuerdo a las necesidades, es así que en la actualidad existe un sin número de productos que están desarrollados con altos estándares de calidad. Esto se debe a los controles internos y externos que se desarrollan para mejorar la producción, siendo la distribución parte esencial, ya que coloca a sus productos en el mercado a disposición del consumidor, dando una importante repercusión económica y social.

En el Ecuador la industria láctea tiene un desarrollo importante, aunque se estima que menos del 50% de la población consume productos lácteos, con un consumo anual de alrededor 100 litros anuales per cápita (Carrillo, 2009).

En el Distrito Metropolitano de Quito podemos observar que las empresas

más representativas de la industria láctea son: Pasteurizadora Quito, Andina, Rey leche, Ecuallac, Ranchito, en la actualidad existen varias industrias lácteas que ofrecen sus productos, pero los consumidores tienen sus preferencias.

Las empresas antes mencionadas son líderes en este mercado gracias a sus canales de comercialización, que son las tiendas de barrio como principal punto de venta, llegando de esta manera a todos los sectores de la ciudad.

El desarrollo de esta industria es muy importante, ya que su producción está basada en una demanda estable de la población y además la misma ha desarrollado varios productos que han favorecido su crecimiento.

El presente estudio se centrará en la relación de las empresas lácteas y los distribuidores que operan para facilitar la entrega de los productos lácteos a tiendas, comercios, supermercados y

sobre los costos que deben incurrir los distribuidores y los beneficios que tiene la industria láctea al tercerizar el servicio.

## **2. El problema**

Los problemas que se desarrollan en este estudio de investigación están orientados a evidenciar en los costos que incurren los pequeños distribuidores de productos lácteos de los cuales se benefician las grandes industrias ya que en el proceso de distribución del producto final no realizan una inversión inicial, ni contratan personal, minimizando sus costos de distribución.

Las grandes empresas requieren de los distribuidores pequeños, es por esta razón que varios emprendedores ven una oportunidad para ofrecer este servicio a pesar de la inversión, costos y gastos que tienen para trabajar en este sector.

Las empresas de industrias lácteas al analizar los costos consideran que la tercerización es una opción para abaratar costos.

## **3. Objetivos**

- Identificar la inversión que deben realizar los pequeños distribuidores de lácteos.
- Establecer los beneficios que obtienen las empresas grandes de los pequeños distribuidores de productos lácteos.
- Determinar los costos de los pequeños distribuidores y el margen de utilidad.
- Analizar la situación de los pequeños distribuidores en relación a la industria láctea.

## **4. Marco teórico**

### **4.1. La industria láctea**

Desde 1900 la industria láctea, nació en el Ecuador, pero el proceso de pasteurización de leche se dio en 1938 en Quito. La industria láctea se

convirtió en uno de los sectores más importantes, esto se debe a que gran parte de empresas nacionales se han posicionado en el mercado y ofrecen una amplia gama de productos que satisfacen las necesidades y requerimientos de los clientes.

Según la Asociación de Ganaderos de la Sierra y el Oriente - AGSO (2010) desarrolló un estudio a nivel nacional en donde se expresa:

Se dedican aproximadamente 3,5 millones de hectáreas a la producción de leche; la mayor parte del total en la sierra (75%), luego en la Amazonía (11%) y la diferencia (14%) en la Costa y Galápagos (hay ganadería desde el siglo XIX en San Cristóbal). Datos de la Ags O muestran que en la sierra la venta de leche se convierte en el único medio de sustento de campesinos de zonas altas,

donde no existe mucha opción de siembra.

La producción de leche se convierte en una alternativa para sustentar la actividad económica de las familias quienes se dedican a esta actividad, hay que destacar que varias empresas realizan asociaciones para evitar que existan intermediarios que abusan de los pequeños productores en relación al precio, que tiende a fluctuar a pesar de las condiciones del mercado y de la producción, a pesar de que existe un precio estándar ya establecido por el estado.

Pasteurizadora Quito S.A fue creada por la necesidad de tener leche pasteurizada, en donde se establecieron alianzas estratégicas entre ganaderos y el Municipio de Quito con la finalidad de promover un comercio y ayudar a los ganaderos del sector. Esta idea fue impulsada por la Organización de las Naciones Unidas

para la agricultura (FAO). Con el propósito de evitar que se venda la leche cruda y de forma inadecuada.

(Real, 2013)

Actualmente Pasteurizadora Quito S.A tiene como accionista al Municipio de Quito, esto ha permitido que la empresa se posicione en el mercado local en base a los productos que desarrolla como son vita leche, mantequillas, diversos tipos de leches y yogurt mismos que permitieron que exista una mayor expansión de otros productos que se venden en Quito, Guayaquil y otras provincias del Ecuador, siendo la calidad el eje central de la empresa.

#### 4.2. Cadena de distribución de la industria láctea



La cadena de distribución de la industria láctea se inicia por una producción primaria a través de un centro de acopio que se encarga de la recolección de la leche bajo estándares de calidad que deben cumplir con cada parámetro sanitario. Paulatinamente la leche debe ser procesada y pasteurizada para eliminar bacterias y garantizar su consumo, dependiendo de la producción se dan lineamientos específicos, finalmente esta la distribución que no es más que la entrega de los productos terminados, es decir leche pasteurizada en bolsa, yogurt natural o saborizado, quesos varios, helados y mantequilla que debe transportarse de forma adecuada para mantener su textura, color y sabor.

Como podemos observar en el gráfico 1 existe la distribución y es en este proceso donde se integran los pequeños distribuidores de productos lácteos. Según Rivera y Garcillan (2012) “La distribución es el instrumento de

marketing que relaciona la producción con el consumo. Su misión es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo” (pág. 5).

#### **4.3. Costos de distribución**

Los costos de distribución no son más que el desembolso que realizan los productores para que sus productos puedan ser trasladados desde el sitio que son fabricados hacia el lugar de adquisición, siendo un componente esencial del costo total del producto y del precio que son cancelados por el cliente final, además estos costos están relacionados a la eficiencia empresarial y como estos proporcionan acciones hacia una logística integral.

Reyes (2005) define a los costos de distribución como “todas las erogaciones que se hacen para poner el producto en el mercado y obtener la recuperación por medio de la venta” (pág. 23).

En este sentido Mercado (1997) concuerda que la distribución de sus productos se da cuando:

Se fabrica para distribuir, es decir, para que los productos lleguen a manos de quienes lo necesitan, función en la que intervienen múltiples factores cuya valoración recibe el nombre de costos de distribución y cuya importancia desde el punto de vista económico radica en su influencia para modificar la demanda de productos, tanto en su magnitud como en su elasticidad.

Sin embargo la distribución comprende un sin número de actividades las mismas que son financiadas de acuerdo a los gastos de venta, administrativos y de financiamiento. (pág. 310)

## **5. Metodología**

### **5.1. Tipos de metodología**

El nivel de estudio a usar en esta investigación será descriptiva con lo cual se puede identificar las principales características de un amplio conjunto de datos que reflejarán los costos en los que incurren los pequeños distribuidores de productos lácteos y se ven beneficiadas las grandes empresas. Se describirán los costos, beneficios e inversiones y los procesos de distribución. Para esto se seleccionará argumentos relacionados al tema, fuentes primarias y secundarias para la recolección de datos y sus posteriores resultados y análisis.

Se utilizó el método inductivo, pues se estudia los fenómenos desde las partes hacia el todo. Se ha considerado datos de una muestra particular y con ellos se induce y obtiene resultados de la población de estudio.

Finalmente para la presentación del artículo se ha utilizado el método

analítico-sintético, en el que se puede seguir una estructuración de observación, experimentación, comparación, abstracción y generalización de todos los datos obtenidos, pues para poder presentar el informe se ha analizado los resultados y se ha sintetizado de forma estructurada la información.

Dentro de las fuentes primarias se ha considerado fundamentalmente información bibliográfica de libros especializados e informes estatales con relacionados con el tema.

Se ha analizado de forma cuantitativa y cualitativa. Cuantitativa puesto que se ha detallado los resultados principalmente de las encuestas luego de la tabulación, así como la información financiera obtenida y cualitativa para poder analizar la información conseguida.

Con la finalidad de integrar toda la metodología se ha seleccionado

instrumentos que contribuirán a obtener mayor información del tema para esto se ha utilizado:

**5.1.1. Encuesta:** Direccionada a los pequeños distribuidores de productos lácteos para conocer la situación actual y como se encuentran estructurados los costos, gastos y beneficios de este sector, a la par se realizará un análisis documental del cual se obtendrá información relevante del tema.

**5.1.2. Entrevista:** La entrevista se aplicó a 3 ejecutivos de las industrias lácteas de un total de 5 empresas existentes en la ciudad de Quito. Las industrias más representativas son: Pasteurizadora Quito, Lechera Andina (LEANSA), Lácteos Ecuatorianos (Ecuolacta), Ranchito Cía. Ltda. y Reyleche. Se realizó las entrevistas a las tres primeras empresas mencionadas. El proceso de este estudio consiste en la recolección de los datos primarios de entrada, los mismos que son evaluados y ordenados, para

obtener información útil sobre el tema, el cual será analizado por el investigador, se tomarán en cuenta acciones para que permitan el logro de los objetivos.

### 5.2. Población y tamaño de muestra

Dado que no existen datos exactos se estima que cada empresa láctea tiene alrededor de 60 a 70 distribuidores por empresa, por tanto se estima aproximadamente una población de 280 distribuidores. Para determinar la población se ha tomado las 5 empresas más representativas de la ciudad de Quito.

### 5.3. Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

El cálculo del tamaño de la muestra se basa principalmente en el desarrollo de la fórmula que se presenta a continuación:

En donde se le debe dar valores a cada una de las letras:

N: Corresponde al tamaño de la población: 280 distribuidoras

$Z_{\alpha/2}$ : Es el número de desviaciones estándar con respecto a la media para un nivel de confianza determinado, el mismo que es del 95%. Que corresponde a 1.96

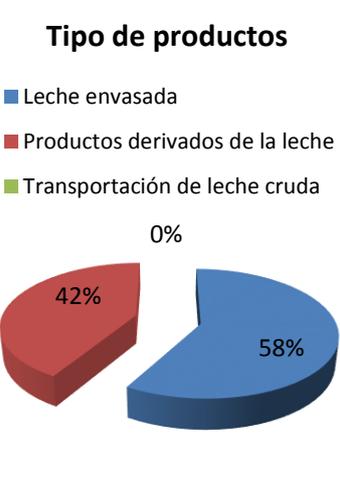
$$n = \frac{280(1,96)^2 0,5(1-0,5)}{(280)0,05^2 + 1,96^2 (0.05)(1-0.05)}$$

$$n = 162,20 \approx 162$$

## 6. Resultados de la investigación

### 6.1. Encuestas

Una vez realizada las encuestas a los distintos distribuidores de la ciudad de Quito, para determinar los costos en los que incurren estos microempresarios independiente de productos lácteos, al brindar los servicios a las grandes industrias; con los siguientes resultados se determina se debe realizas 162 encuestas.

PREGUNTA	FIGURA	ANÁLISIS								
<p>¿Cuánto tiempo ha realizado la distribución de productos lácteos?</p>	<p style="text-align: center;"><b>Tiempo de distribución</b></p>  <p>■ Menos de 1 año ■ De 2 a 3 años ■ Más de 3 años</p> <table border="1"> <caption>Tiempo de distribución</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menos de 1 año</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>De 2 a 3 años</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Más de 3 años</td> <td>49%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Menos de 1 año	18%	De 2 a 3 años	33%	Más de 3 años	49%	<p>De los 162 distribuidores, 49% ha realizado la distribución de los productos lácteos más de 3 años, el 33% ha efectuados este tipo de distribución de 2 a 3 años y el 18% menos de un año.</p> <p>La mayor parte de los distribuidores tienen ya un tiempo en este campo y es su fuente de ingresos permanente.</p>
Categoría	Porcentaje									
Menos de 1 año	18%									
De 2 a 3 años	33%									
Más de 3 años	49%									
<p>¿Qué tipo de productos para distribución entrega?</p>	<p style="text-align: center;"><b>Tipo de productos</b></p>  <p>■ Leche envasada ■ Productos derivados de la leche ■ Transportación de leche cruda</p> <table border="1"> <caption>Tipo de productos</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Leche envasada</td> <td>58%</td> </tr> <tr> <td>Productos derivados de la leche</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>Transportación de leche cruda</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Leche envasada	58%	Productos derivados de la leche	42%	Transportación de leche cruda	0%	<p>El 58% distribuyen leche envasada, el 42% comercializa productos derivados de la leche.</p> <p>Los distribuidores tienen como productos principales de comercialización la leche envasada y paralelamente los productos derivados de la leche, que adquieren del mismo proveedor.</p>
Categoría	Porcentaje									
Leche envasada	58%									
Productos derivados de la leche	42%									
Transportación de leche cruda	0%									

**¿Qué clase de beneficios otorgan las industrias lácteas a los pequeños distribuidores?**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Asociación	0	0%
Capacitación y entrenamiento	4	2%
Facilidad de créditos	10	6%
Ninguno	147	91%
Otros	2	1%
	162	100%

Un 91% indica que no le otorgan ningún beneficio, el 6% manifestó que le dan facilidad de créditos y 1% otros. Se puede señalar que al trabajar con las grandes industrias, los distribuidores tienen muy pocos beneficios, del trabajo y operación que realizan.

**¿Qué tipo de restricciones tiene al trabajar en la industria láctea?**



El 43% de los encuestados indicaron que las restricciones con las que se ha encontrado son: la exclusividad para trabajar para una industria única, 39% manifiesta que sujetarse a controles permanentes y 18% que es el que no se otorgan las herramientas adecuadas.

Al preguntar cuántos trabajadores tiene a su cargo las respuestas fueron desde un mínimo de 1 trabajador hasta un máximo de 3 trabajadores, la mayor parte de distribuidores tienen uno o dos trabajadores.

Además se pudo conocer que el 95% de los distribuidores mantienen afiliados a sus empleados al IESS, debido a que es una obligación laboral, y por la relación misma con la empresa láctea, lo que implica un grupo de empleadores formales desde este ámbito.

Con la séptima pregunta se pudo conocer que en el sueldo que cancelan por los empleados con un 56% entre 0-500 dólares, un 39% se gasta entre 500 - 1.000 dólares y alrededor de un 5%, tiene gastos en personal de más de 1.000 dólares.

Con lo que respecta a la pregunta ocho, el 48% por mantenimiento gasta más de 300 dólares, 25% gasta entre 200-300 dólares, 15% gasta entre 100-200

dólares y 12% de los distribuidores encuestados aproximadamente gastan en mantenimiento del vehículo 0-100 dólares.

La pregunta nueve se puede analizar que el 64% de los encuestados gastan al mes más de 300 dólares, el 20% gasta entre 200-300 dólares, el 12% tiene costos de entre 100-200 dólares y el 4% gasta entre 0-100 dólares en las mermas.

En la encuesta también se pudo identificar en la pregunta diez que el 100% de los distribuidores de lácteos cuentan con los permisos respectivos para la distribución, lo que puede garantizar la calidad del producto.

La pregunta once permitió conocer que el costo aproximado que pagan en el año por los permisos e impuestos con un 40% cancelas entre 500-1000 dólares el 38% entre 1000-2000 dólares, el 14% más de 2000 dólares y el 8% gasta entre 0-500 dólares.

En la pregunta doce se pudo analizar que para emprender el negocio de distribución de productos lácteos se necesita de una inversión que va desde los 40.000 dólares hasta unos 50.000 dependiendo de varios factores como el tipo de vehículo, equipos entre otros.

Al analizar la pregunta trece, se pudo percibir que los distribuidores encuestados si tienen un límite en su producción la cual es de 2000 unidades en leche entera, diarios.

Los ingresos que se estima que obtienen los distribuidores mensualmente son de \$39.027,50 y anualmente \$468.330.

## **6.2. Entrevistas**

Las entrevistas fueron realizadas a directivos de las industrias de lácteos, consideradas las más grandes de la ciudad como la Pasteurizadora Quito, Lechera Andina S.A. y Ecuallac, lo cual tuvo como objetivo analizar la cadena de distribución que tienen las industrias

lácteas y la participación de los pequeños distribuidores, cuyos resultados se presentan a continuación:

Al consultar a los empresarios acerca de cuáles son las razones que tienen para tercerizar el servicio de distribución, manifestaron que es una cuestión más de logística. Para poder llegar a todos los puntos de venta, esto puede ser apalancado por personas que realizan este trabajo, además estos pequeños empresarios tienen la experiencia en este tipo de labor que con ello generan plazas de trabajo.

Al realizarles la pregunta si consideran que los distribuidores tienen beneficios justos por su trabajo, manifestaron que sí, puesto que hay un beneficio económico en la venta por unidad, que al incrementar el volumen de venta el costo unitario fijo es menor.

En la pregunta cuatro, los entrevistados concordaron que los pequeños distribuidores deben sujetarse a

controles permanentes para que el producto final sea de la mejor calidad, además de darles indicaciones de acuerdo a las políticas de la empresa, así como ciertas exigencias, pero no cuentan con procesos de capacitación y otras herramientas para que desempeñen su labor. En la pregunta cinco los entrevistados manifestaron que la distribución en la cadena comercial de las industrias lácteas es muy importante, ya que se puede llegar con el producto a lugares distantes y en perfecto estado para ser adquiridos por el cliente, en el momento y lugar establecidos, por lo tanto los canales facilitan la llegada de los productos al consumidor final y un buen sistema de distribución permite aumentar las ventas, reducir inventarios, disminuir costos y satisfacer a los cliente.

## 7. Análisis económico de los beneficios que recibe la industria láctea

Para establecer este estudio, se realizó un análisis preliminar de 3 empresas

consideradas las más grandes, donde fue posible obtener información de estas empresas. En el anexo 4 se encuentran los Estados de Resultados

El posicionamiento de las empresas Pasteurizadora Quito, Lechera Andina y Ecu Lácteos, les ha permitido mantenerse con resultados favorables en su gestión.

Los resultados obtenidos en el 2015 demuestran que estas empresas poseen utilidades considerables por la producción de productos lácteos.

Tabla 1.  
Resultados económicos industrias lácteas

Empresas	VENTAS	UTILIDADES	%
Pasteurizadora Quito	70'516,171	268,024.07	94
Lechera Andina LEANSA.	24'582.223	31.453	4
Lácteos Ecuatorianos Ecuallacta	565.586	31.453	2

Nota: Resultados. Fuente: Superintendencia de Compañías.

Estos resultados muestran para las empresas más grandes como

Pasteurizadora Quito, unas ventas de alrededor de 70 millones de dólares al año que representa el 94% de ventas en el sector, mientras que LEANSA muestra ventas por 24 millones representando 4%, se puede verificar en el anexo 4. Las utilidades son diferentes de acuerdo a cada empresa.

## 8. Análisis de costos y beneficios que reciben los pequeños distribuidores.

Se establecen algunos parámetros de análisis como el Estado de Pérdidas y Ganancias de los pequeños distribuidores.

### 8.1. Inversión

La inversión se la toma como la colocación de capital en un proyecto, con el cual se espera tener una ganancia futura.

En base a los datos recopilados de las encuestas, considerando los valores para la inversión inicial, se ha obtener los siguientes resultados:

Tabla 2.  
Inversiones

Descripción	Total
Vehículo	38.000,00
Capital de trabajo	7.000, 00
TOTAL	45.000,00

Nota: Inversiones. Adaptado de la investigación, por: F. Cabezas, 2016

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que el vehículo corresponde a Propiedad Planta y Equipo, se deprecian, es decir van perdiendo su valor con el transcurso del tiempo como se puede ver en el anexo 3.

### 8.2. Costos de ventas

En cuento a los costos de producción, provienen de las unidades que se compra y posteriormente se vende diariamente, mismo que está limitado a la organización interna de cada industria láctea y por tanto la mayoría de los distribuidores venden esta cantidad diaria.

Tabla 3.  
Costos de productos (diario)

Descripción	Unidades	Costo	Total costo
Leche entera	2.000	0,71	1.420
Avenas	50	1,2	60

Leche deslactosada	50	1,05	52,5
Quesos	6	2,6	15,6
Yogurt	10	1,3	13
<b>TOTAL</b>			<b>1.561,1</b>

Nota: Costos de productos. Adaptado de la investigación, por F. Cabezas, 2016.

El ingreso mensual calculado para 25 días de trabajo, se incluye los sábados que laboran estas empresas, corresponde a: \$39.027,00 lo que corresponde a un total anual de \$468.330,00.

### 8.3. Gastos de ventas

Son los gastos directamente relacionados a la comercialización de los productos lácteos.

Tabla 4.  
Gastos de ventas

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Salarios	965,44	11.585,26
Combustible	200,00	2.400,00
Mantenimiento	100,00	1.200,00
Mermas	200,00	2.400,00
Otros	100,00	1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>1565,44</b>	<b>18785,26</b>

Nota: Gastos. Adaptado de la investigación, por F. Cabezas, 2016

### 8.4. Ingresos

Se ha considerado la cantidad de unidades que compran y venden diariamente que consta en la siguiente tabla;

Tabla 5.  
Ingresos

Descripción	Unidades	Precio	Ingresos
Leche entera	2.000	0,76	1.520
Avenas	50	1,28	64
Leches deslactosada	50	1,11	55,5
Quesos	6	3	18
Yogurt	10	1,6	16
<b>TOTAL</b>			<b>1.673,5</b>

Nota: Ingresos. Adaptado de la investigación, por F. Cabezas, 2016

Mensual (25 días)	41.837,5
-------------------	----------

Anual	502.050,00
-------	------------

## 9. Beneficios de las grandes empresas de la industria láctea en base a los costos que tienen los pequeños distribuidores

Los costos que tienen los pequeños distribuidores para su operación en la entrega de productos lácteos, los cuales se inician con una inversión inicial y posteriormente continúan con los

costos y gastos permanentes de operación, como se observó en el punto anterior. Para ello, ante el problema de la investigación se establece los siguientes aspectos:

- Las industrias lácteas no incurren en gastos de distribución.
- Los pequeños distribuidores son para las industrias lácteas sus clientes, pues ellos son quienes compran el producto y lo entregan en los diferentes puntos de distribución.
- Los ingresos que tienen las industrias lácteas provienen en su mayoría de la venta a los distribuidores.
- Los costos que incurren los pequeños distribuidores no se transmiten a las empresas lácteas, son solamente costos individuales de cada distribuidor.
- Por ello, tanto las inversiones que tienen los distribuidores, así como los costos y gastos permanentes

finalmente son beneficios para las grandes empresas de la industria láctea.

- Las industrias lácteas a pesar de que los distribuidores son sus clientes, no establecen mejores condiciones.

La industria láctea al no realizar directamente, el proceso de distribución se ahorra los siguientes rubros:

En inversiones (por distribuidor)

<b>Inversión total (Ahorro/beneficio para la industria láctea)</b>	45.000,00
--	-----------

En gastos de ventas (por distribuidor)

<b>Total Gasto de ventas (Ahorro/beneficio anual para la industria láctea)</b>	18.785
--	--------

Por tanto en una industria láctea que utiliza 60 distribuidores, el beneficio estimado anual es:

<b>Beneficios para las empresas (18.785X60) anual</b>	1.127.100
---	-----------

Un beneficio bastante importante en relación a las ventajas que entregan las empresas lácteas a los distribuidores.

Hay que tomar en cuenta que la industria láctea otorga a los distribuidores a un costo más bajo sus productos, de lo cual existe un beneficio para los distribuidores, es de esta diferencia, que los distribuidores obtienen una utilidad y por ello trabajan en este sector. Las empresas lácteas no realizan sus propias inversiones, ni disponen de personal para realizar esta labor.

## **10. Conclusiones**

Con los antecedentes expuestos a lo largo del presente estudio y mediante la investigación realizada, la cual se ha sustentado tanto de información primaria como secundaria relacionada a la percepción, así como a datos de ingresos, costos, gastos, de los pequeños distribuidores, se puede inferir que los distribuidores no tienen los beneficios esperados al trabajar con

las grandes industrias lácteas, teniendo un rentabilidad aceptable, tomando en cuenta que se incurre en una inversión inicial, para operar en este servicio.

Las grandes industrias lácteas operan por su propio beneficio poniendo en el mercado sus productos, con lo cual obtienen un buen nivel de ventas, logrando de esta manera que existan beneficios pero no son los esperados para los pequeños distribuidores, ya que el margen de ganancia neta es 2.%, esto no compensan, la inversión del camión y capital de trabajo, es por ello que estas grandes empresas prefieren apalancarse de los distribuidores a tener su propia flota de transporte y personal dedicado a ello, pues se ha podido demostrar que no es una inversión suficientemente rentable. A pesar de ello la necesidad de trabajo, el tener un ingreso estable y el haber invertido un capital, determina su permanencia en el sector.

Existen una serie de limitantes, entre ellos la restricción en las unidades a vender, inclusive el riesgo de producto dañado o perdido (mermas) está bajo riesgo y costo de los distribuidores, es decir las empresas lácteas se deslindan de estos costos.

Es importante el presente estudio, para que los distribuidores puedan considerar como base para sus decisiones no solo los ingresos netos mensuales, sino que se valore también aspectos como la depreciación, los impuestos que son cargados en el año como parte del análisis y con ello finalmente poder tomar decisiones conjuntas por parte de los distribuidores en beneficio de las familias que realizan esta ardua labor.

Por tanto, los costos que incurren los pequeños distribuidores, permiten que la industria láctea disponga de clientes fijos que son los distribuidores y que a su vez son quienes hacen llegar el producto al mercado, además de ser una venta al contado se evitan el proceso de distribución y no corren ningún tipo de riesgo.

Las industrias lácteas deben proveer incentivos a los distribuidores para su trabajo, no hay un beneficio adicional, cuando podría considerarse ámbitos de compensación, para desempeñar mejor su trabajo. Lineamientos más claros de operación, entre otros, mismos que ligarían de mejor manera el trabajo de los distribuidores con sus proveedores.

## Referencias

- Asociación de Ganaderos de la Sierra y oriente. (2010). *Producción de leche*. Recuperado el 15 de abril de 2016, de <http://agsosite.com/nuestros-servicios-nuevo/>
- Carrillo, D. (2009). *La industria de alimentos y bebidas en el Ecuador*. Insituto de Estadísticas y Censos. Quito: INEC. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/ALIMENTOS.pdf>
- Mercado, S. (1997). *Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado*. Bogotá, Colombia: Limusa.
- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial - ONUDI. (2011). Tercera reunión de expertos de América Latina y el Caribe (ALC). *Competitividad de la cadena de valor agroindustrial*. San José - Costa Rica. Recuperado el 19 de marzo de 2016, de [https://www.unido.org/fileadmin/user\\_media/UNIDO\\_Worldwide/LAC\\_Programme/3RGE/Aid%20Memoire%203a%20RGE%20Costa%20Rica%20ES%20final%20final.pdf](https://www.unido.org/fileadmin/user_media/UNIDO_Worldwide/LAC_Programme/3RGE/Aid%20Memoire%203a%20RGE%20Costa%20Rica%20ES%20final%20final.pdf)
- Real, L. (2013). Industria láctea con mejores condiciones de producción. *Revista gestión*, 36-40.
- Reyes, E. (2005). *Contabilidad de costos*. Bogotá, Colombia: Limusa.
- Rivera Camino, J., & Garcillan, M. (2012). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: Gráficas - Dehon.