

Análisis de competencia y poder de compra en el mercado de arroz paddy en Ecuador, utilizando técnicas econométricas.

PROBLEMA

A mediados del año 2021 se realizaron manifestaciones en el sector rural ecuatoriano por el bajo precio de compra de arroz paddy, el cual se genera al momento de comercializar el arroz con las piladoras.



OBJETIVO GENERAL

Analizar la competencia y poder de compra en el mercado de arroz paddy en Ecuador, utilizando técnicas econométricas de corte transversal por medio de un modelo reducido de precios y la base de datos ESPAC del año 2019.



METODOLOGÍA

- Para la investigación se tomaron datos levantados por el INEC a través de la ESPAC en el año 2019, único año en que se levantó información de precios de venta del arroz a nivel del agricultor.
- La base de datos tiene un modelo de corte transversal y cuenta con 1071 observaciones.
- Se utilizó una ecuación reducida de precio a partir de un modelo econométrico de isócronas para estimar el efecto que tiene el precio con respecto al número de piladoras.

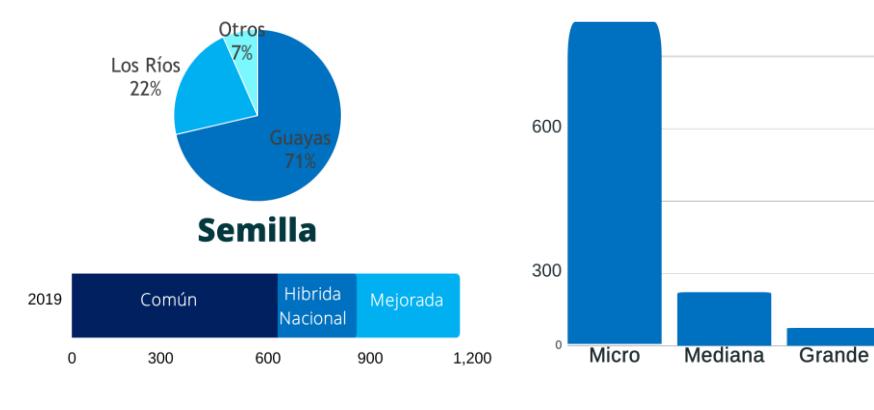
Variable dependiente de interés		
Precio _i	Es la variable que desea promediar el precio del arroz.	Variable Cuantitativa Discreta
Variables independientes de interés		
Piladora _i	Vector de variables con cantidad total de piladoras según su categoría.	Variable Cuantitativa Discreta

RESULTADOS

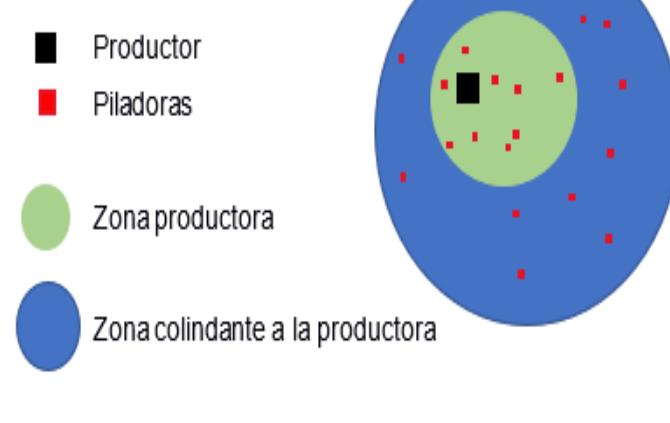
Para estimar el efecto que tiene el precio con respecto al número de piladoras clasificada por categorías tanto dentro como fuera de la parroquia de los agricultores se realizaron algunas estimaciones con diferentes variables explicativas.

Distribución del mercado de arroz paddy en el Ecuador

Tamaño



Modelo de Isócronas con número de Piladoras en zona productora



- Entre los resultados obtenidos se evidencia existe un poder compra por parte de las piladoras grandes que afectan de forma negativa en 0,12 puntos porcentuales al precio por cada aumento en 1% del número de piladoras grandes, mientras que, las piladoras medianas y sobre todo las pequeñas son las que crean competencia dentro del mercado de arroz paddy teniendo un efecto positivo en el precio del arroz de 0,6 y 0,15 puntos porcentuales respectivamente por cada aumento en 1% del número de piladoras.

CONCLUSIONES

- Los agricultores requieren mejorar el precio de venta del arroz paddy que les permita al menos cubrir sus costos de producción, los cuales se pueden ver afectados por factores determinantes dentro del mercado como: economías de escala, poder de compra e incluso la calidad.
- El efecto negativo en el número de piladoras grandes puede ser un indicio de poder de compra, una vez controlado por otros factores que afectan al precio.
- Es necesario fomentar el florecimiento de pequeñas piladoras ya que de esta forma los agricultores obtendrán mejores precios, puesto que son las piladoras pequeñas las que generan competencia en este mercado.