

Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis recillo-soria.docx (D38068378)
Submitted: 4/27/2018 5:52:00 PM
Submitted By: ltorreso@unemi.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

urkun.docx (D19212136)

Instances where selected sources appear:

1

INTRODUCCIÓN

En el contexto de la alimentación mundial, la carne de ave en la actualidad constituye la segunda fuente de proteína en todo el planeta, a la vez que es el primer alimento sano de origen animal. La carne de ave posee otras características extraordinarias como su precio reducido, costo bajo de producción, aporte de nutrientes saludables para el organismos, fácil de producir y procesar, genera ganancias su comercialización, entre otros CITATION Cru15 \l 12298 (Cruz , 2015).

Dentro de la variedad de pollos de crianza existen los destinados para ser gallinas ponedoras de huevos los otros para producción de carne blanca. La variedad que más se produce a nivel comercial es la "broiler", la cual se adapta muy bien a las condiciones climáticas y ambientales, además, su conversión alimenticia genera aceptable rentabilidad en los productores CITATION Ayl18 \l 12298 (Aillón, 2018).

Ecuador posee gran potencial para la producción y comercialización de bienes alimentarios, dentro de este grupo están los productores de alimento de origen animal y entre ellos los que se dedican a la cría, procesamiento y comercialización de carne de aves (pollos, pavos, patos, entre otros).

La actividad agrícola y avícola aportan con el 13% del Producto Interno Bruto PIB agropecuario de la nación, de este rubro desde el año 2007 hasta el 2013 se estimó un aumento proporcional del 47% de participación CITATION Tri16 \l 12298 (Triviño, 2016).

La Economía Popular y Solidaria que difunde el gobierno ecuatoriano se encuentra enmarcada dentro del Plan Nacional del Buen Vivir que a su vez es parte fundamental de la Carta Magna. Consta de una ley que menciona que las personas indistintamente de su naturaleza poseen la libertad de asociarse con el propósito de realizar emprendimientos u otras actividades que generen ingresos económicos CITATION Sup18 \l 12298 (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2018).

En el cantón Milagro perteneciente a la provincia del Guayas existen pequeños y medianos productores dedicados a la cría y comercialización de esta especie de aves (pollo broiler). Debido a la facilidad y la poca técnica que requiere para la producción es que muchas familias han implementado dentro de sus hogares, patios o solares baldíos sitios acondicionados para esta actividad con inversión relativamente baja.

El proceso de comercialización de los productos es bastante sencillo y practico pues consiste en la entrega de los pollos vivos o faenados a los intermediarios y muy pocas veces de manera directa a los consumidores, por ello se entiende que los pequeños productores no poseen un plan adecuado de comercialización con énfasis en el valor agregado y estrategias de mercadeo que les permitan obtener mayor rentabilidad.

En concordancia que los párrafos anteriores, resulta importante y necesario realizar un análisis del proceso de comercialización de pollos en pie, derivados y faenados en el cantón Milagro, con el objeto de determinar si dicho proceso se enmarcan dentro de los objetivos de la Economía Popular y Solidaria. Mediante esta actividad se determinarán las características

de los proveedores de acuerdo al volumen de producción, los canales de distribución y nivel de satisfacción de los intermediarios y clientes.

Los organismos estatales y locales son las entidades llamadas a proporcionar la información y capacitación que los pequeños y medianos productores de pollos requieren, ya que los objetivos de la política Economía Popular y Solidaria aconseja que estos grupos individuales pudieran generar mayor rentabilidad si pudieran agremiarse o asociarse para obtener beneficios comunes.

La Agremiación o asociación bien estructurada y fundada desde sus inicios generan oportunidades para poder mejorar la situación socio económica de una población o grupos asociados, la clave es generar productos con valor agregado, de tal manera que la rentabilidad sea mayor y por ende los beneficios también lo serán.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

Estudio de Asociatividad basada en la Economía Popular y Solidaria para mejorar el ingreso económico de los productores de pollo del cantón Milagro.

PROBLEMÁTICA:

En el cantón Milagro, perteneciente a la provincia del Guayas, existen muchas personas naturales, organizaciones, grupos familiares y personerías jurídicas que se dedican a la cría y comercialización del pollo broiler. Un ave muy comercializada en el país debido a su gran rendimiento de carne y facilidad para criar. El proceso de cría no requiere de tecnicismos, más bien es una tarea cotidiana que conlleva mucha responsabilidad.

En la población milagreña, no existe un Órgano legalmente constituido que regule, controle, promueva y ayude a los productores menores frente a la competencia con grandes empresas que posee altos volúmenes de producción. La ventaja de las grandes corporaciones es que cuentan con un ciclo de producción cerrado que va desde la tenencia de gallinas ponedoras, la obtención de los pollitos, la cría, el faenamiento, el procesamiento, canales de distribución y clientes fijos. Ante esta situación los productores informales generalmente venden sus productos en la presentación denominada "pollos en pie o pollos vivos".

Los productores pequeños, informales o de patio como se les conoce, no poseen los recursos ni la tecnología para procesar su producto, por ende, su margen de ganancia es inferior ya que no pueden expender sus bienes alimentarios con valor agregado. Esto resulta bastante preocupante, ya que con una inadecuada metodología de faenamiento y procesamiento no se puede garantizar una carne aséptica, libre de microorganismos que potencialmente afectan la salud de los consumidores.

Ante esta carencia de recursos muchos productores medianos optan por vender sus productos en pie a las grandes corporaciones, ya que les resulta difícil vender su producto a los comisariatos o tiendas mayoristas. Otros productores colocan sus productos en los mercados de víveres, mientras que los pequeños productores venden el pollo en pie a los hogares mediante una estrategia de pre venta.

Sería de trascendencia abordar en el presente estudio el nivel de aceptación y preferencia de los clientes a las distintas presentaciones de productos ofrecidos en el mercado local.

Por los antecedentes antes mencionados, es importante realizar una investigación de Tipo Descriptiva y Comparativa que permita explicar para el mejor entendimiento del interlocutor, la forma como se viene desarrollando en la actualidad el proceso de comercialización de pollo por parte de los productores locales del cantón Milagro. Además, determinar si este tipo de emprendimiento o actividad económica por parte de pequeños y medianos productores se enmarca en los objetivos de la Economía Popular y Solidaria

OBJETIVO:

Comprobar la aplicación de Asociatividad de la Economía Popular Solidaria para mejorar los ingresos de los productores de pollo, mediante la utilización de técnicas de investigación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Evaluar el nivel de asociatividad de los productores locales de pollos.
- 2.- Explicar la relación de los procesos de la comercialización de pollo con los objetivos de la Economía Popular y Solidaria.
- 3.- Analizar los mecanismos del proceso de comercialización de pollo generado por los productores locales

JUSTIFICACIÓN:

En el cantón Milagro se evidencia un alto grado de informalidad en la comercialización de los alimentos frescos de origen animal. Uno de estos productos son los pollos de la variedad broiler, los cuales poseen alta demanda en el mercado local por ser un producto de carne blanca, alto poder nutritivo y precio accesible para el consumidor.

La forma de presentación del producto en el mercado de víveres puede ser de dos tipos: en pie (vivos) y faenados (pelados y eviscerados). En el primer caso, no existiría mayor problema, y que se está comercializando un producto que a potestad del cliente, podrá hacer uso de él de la manera que más le beneficie, sin embargo, en el segundo caso, cuando se hace referencia a un producto pelado y eviscerado, queda la duda sobre el tipo de proceso que se realizó en ese producto, si las condiciones de limpieza donde se faenó fueron las más apropiadas (asepsia).

La mayoría de estos productos no provienen de la misma granja, incluso algunos proceden de hogares adaptados a condiciones de cultivo. Actividad económica que generalmente evaden los permisos necesarios para efectuar esta producción de manera lícita.

Estas situaciones evidencian alta informalidad en la producción local de pollos, por tal motivo, es necesario que se realice el presente estudio, para poder determinar muchos aspectos relacionados a la comercialización de pollo, y si estas consideraciones se encuentran apegadas a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria emitida por el Gobierno ecuatoriano, la cual promueve el cooperativismo y la capacitación en el emprendimiento productivo y económicos para los habitantes que no pertenecen a grandes grupos de poder.

El propósito de este trabajo será determinar los aspectos más importantes inherentes a los procesos de comercialización de pollos por parte de los productores locales, y de qué manera se pudieran generar alternativas que promuevan el cooperativismo entre ellos para obtener mayores y mejores beneficios como capacitaciones donde se enseñe al productor las ventajas del cooperativismo y la generación de valor agregado al producto elaborado.

CAPÍTULO 2

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

La Economía Popular y Solidaria

La Economía Popular y Solidaria hace referencia a la manera en la cual se desarrollan las organizaciones económicas de una población, en ella cada uno de los actores tiende a crear un nivel alto de organización para el mejor desarrollo de los procesos relacionados con: la producción, el intercambio de bienes y servicios, los procesos de comercialización, la consecución del financiamiento, las estrategias para ofertar adecuadamente los bienes y servicios producidos destinados a crear satisfacción entre los clientes CITATION Sup18 \l 12298 (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2018).

La Economía Popular y Solidaria determina la manera en que todo tipo de organización se sustente en los principios de apoyo, colaboración y relación, de tal manera que valora significativamente las labores productivas de las personas, esta es la base en la cual se apoyan las doctrinas del Buen Vivir, promulgado en la Constitución de la República del Ecuador., en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

El Art. 283 de la Constitución de la República establece que muchas formas de producción económica pueden ser integrantes de este marco jurídico, y que lo más importante son las relaciones de cooperativismo, reciprocidad entre los actores del sector productivo CITATION COS11 \l 12298 (CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR, 2008).

Generalidades de la crianza de aves en el Ecuador

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO en el año 2013, menciona que el volumen de producción de aves destinadas para el consumo humano se ha incrementado vertiginosamente, esto se debe a la gran demanda de la población

mundial por la carne de aves y sus buenas características nutricionales y a la accesibilidad en el precio. En el año 2013 la producción mundial de aves se incrementó en 1,4% comparado con el año anterior, esto se traduce en un incremento de producción de 4 millones y medio de toneladas métricas de producto alimentario CITATION Cru15 \l 12298 (Cruz , 2015).

Cruz también menciona en su informe que la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias Gobierno de Chile ODEPA que para el 2014 se espera un incremento progresivo del volumen de producción a nivel mundial de carne de aves equivalente al 15 % para los siguientes cinco años. Entre los mayores países productores de carne de ave están los Estados Unidos con 17,3 millones de toneladas, China y Brasil en conjunto producirán aproximadamente 12,7 millones de toneladas CITATION Cru15 \l 12298 (Cruz , 2015).

La empresa CONAVE Avicultores del Ecuador, fue la pionera en la producción masiva de carne de pollo, sus inicios datan de los años 70s. Esta empresa dedica casi su totalidad de producción al mercado ecuatoriano CITATION Pad15 \l 12298 (Padilla, 2015).

Emprendimiento de producción

Antes de aventurarse en algún negocio de inversión, es importante que se realice un Estudio de Mercado, de esta manera se podrán obtener datos muy importantes y variados como las características del mercado meta, los gustos y preferencias de los consumidores, volúmenes y canales de venta, entre otros aspectos trascendentales, sobre todo la demanda, ya que sin demanda, no sería necesario producir algún producto que no se pueda ofertar CITATION Zam11 \l 12298 (Zambrano, 2011).

Otro aspecto necesario es la realización de un presupuesto de gastos de inversión, ya que es necesario determinar los márgenes de utilidad que se desean obtener en base al proceso productivo, de esta manera se puede establecer qué nivel de rentabilidad tiene el proyecto CITATION Zam11 \l 12298 (Zambrano, 2011).

Aspectos generales de la Comercialización

La comercialización hace referencia a una gama de acciones destinadas a obtener una ganancia por la venta del bien o servicio. El proceso de comercialización es universal y puede ser realizado por cualquier tipo de persona natural o jurídica que requiera negociar un bien, resultado de aquella acción se obtiene un beneficio o renta.

Ramiro González menciona en su investigación sobre el desarrollo de un plan de comercialización de líneas de productos a base de madera de Tagua que “El diseño de una estrategia de comercialización fortalece los procesos de venta de los bienes producidos” CITATION Gon13 \l 12298 (González, 2013).

Para David Moreno, autor de la investigación factibilidad para la producción y comercialización de carne de pollo en el cantón Machachi, se refiere a la comercialización como “la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” CITATION Mor15 \l 12298 (Moreno, 2015).

La Micro-comercialización trata de manera individualizada a los clientes en concordancia con las actividades de la empresa. Mediante estas actividades la organización cumple con sus metas y objetivos trazados, proporcionando al cliente los bienes para satisfacer sus necesidades, lo que resulta en ingresos para la empresa. La Macro comercialización por su parte abarca un amplio entorno que relaciona a la producción con la comercialización y ventas. Representa la Cadena de valor de una organización inmerso en la economía de la oferta y demanda de bienes y servicios CITATION Emp12 \l 12298 (Empresa y Actualidad, 2012).

El análisis de las necesidades resulta el primer paso dentro de un estudio de mercado, identifica a los individuos de un segmento poblacional y determina el grado de necesidades de bienes y servicios. Este análisis permite a la empresa estimar mejor los volúmenes de producción que se requieren producir. Este análisis determinará los tiempos, volúmenes, precio, canales de distribución, entre otros.

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado.

Las funciones de la comercialización son ejecutadas por los productores, consumidores y especialistas en comercialización. Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar también las funciones de comercialización.

En su trabajo de titulación Proyecto de Factibilidad para la Ampliación de la Empresa Avícola de Producción y Comercialización de Pollos en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Evelyn Cantos menciona que " en el mercado local y nacional se presenta una demanda insatisfecha del 3% de carne de pollo en el mercado a nivel local " CITATION Can14 \l 12298 (Cantos , 2014).

Para el caso puntual de la cría y comercialización del pollo broiler por parte de los pequeños y medianos productores, estos generalmente se enfrentan a situaciones problemáticas adversas como la aplicación de conocimientos empíricos en el proceso de crianza y comercialización en el mercado local, la venta del producto se realiza como pollo vivo y no generan valor agregado en la presentación. También la competencia es dura cuando se enfrentan a grandes productores con ciclos cerrados de proceso productivo. Situación que puede acarrear otros problemas como incumplimiento en la entrega del producto CITATION Lun10 \l 12298 (Luna, 2010).

Otra problemática con la que se enfrentan grandes y pequeños productores es la falta de cultura para obtener los permisos legales para ejercer la actividad productiva, entre ellos están: el permiso de funcionamiento y uso de suelo que expide el Municipio de Milagro. El permiso del ARCSA del Ministerio de Salud pública, Otro permiso es el del Servicio de Sanidad Agropecuaria, permiso del Cuerpo de Bomberos, entre otros.

Andrea Oviedo, menciona en su investigación que "La escasa información ambiental causa un desconocimiento de políticas ambientales que debería aplicarse en la crianza y

comercialización de estas aves” CITATION Ovi14 \l 12298 (Oviedo , 2014). Esta reflexión coincide con la teoría de que el valor agregado en la comercialización de producto no sólo debe referirse al precio o al peso del producto, sino también, a la calidad y tipo de presentación de la carne de pollo, caso contrario traer temor o desconfianza al consumidor si esta no posee buenas condiciones sanitarias.

María tapie, autora de la investigación relacionada con la factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de pollos criollos, menciona que “en la avicultura es necesario contar con todos los parámetros principales para una adecuada crianza, producción y comercialización de aves”, esta afirmación hace referencia a que la grandes empresas productoras y comercializadora avícolas del cantón Montufar, poseen alta tecnología, sobre todo en la investigación de tipos de alimentos para la cría y engorde del ave, lo que se traduce en mayor rendimiento, mayor crecimiento, mayor sobrevivencia y menor tiempo de engorde CITATION Tap11 \l 12298 (Tapie, 2011).

Gabriela Remache, en su trabajo investigativo menciona en base al análisis de una las preguntas que aplicó a 306 personas, que la población consultada gusta de la variedad “pollo ahumado”, producto que no existe en el mercado local”, por ende concluye que sería importante expender un producto con un valor agregado que genere mayor rentabilidad en la comercialización CITATION Rem13 \l 12298 (Remache, 2013).

El valor agregado es la forma o presentación de un mismo producto con adicional no tradicional. Para conseguir esto, es necesario la inversión, es allí donde al pequeño productor independiente se le dificulta, sin embargo, si estuvieran organizados o agremiados, es posible que puedan conseguir grandes beneficios colectivos.

Alex Pinto hace referencia en su trabajo sobre la producción comercialización de Nuggets elaborados con carne de pato, que es importante la aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura BPM para todo proceso dentro de las etapas de producción y comercialización de alimentos. Este es un aspecto importante y legal que deben cumplir los pequeños y medianos productores que requieran agremiarse CITATION Pin14 \l 12298 (Pinto, 2014).

Marlon Rodríguez señala en su trabajo de titulación, que los grupos asociados deben poseer un Diseño Organizacional, de tal manera que las funciones y responsabilidades estén establecidas, así “La implementación del diseño organizacional se enfocara en el fortalecimiento de las actividades administrativas y comerciales en la Organización de producción y comercialización de productos” CITATION Rod13 \l 12298 (Rodríguez, 2013).

Faenamiento, conservación y comercialización de la carne de pollo

Romero, en su trabajo denominado Propuesta de un modelo de costos para faenamiento, conservación y comercialización de carne de pollo desarrollado para La Asociación de Productores Pecuarios El Oro, señaló lo beneficioso que resulta el poder laborar en los procesos productivos de la crianza de pollo, así como respetar las leyes y ajustarse a los reglamentos legales.

Propone un proyecto de emprendimiento que involucra a los socios de esta cooperativa, lo cuales no reciben un precio adecuado por la venta de sus productos ya que la presentación es en pie o pollo vivo y no posee valor agregado como faenado u otra presentación.

La acción individual les impide acceder a tecnología y maquinarias para procesar y almacenar el producto. Mediante el proyecto de inversión se pretende organizarlos para generar los mecanismos necesarios en la adquisición de equipamiento CITATION Rom16 \ 12298 (Romero, 2016).

El valor agregado que pueda darse a un proceso de comercialización resulta beneficioso, no sólo porque asegura la venta, sino porque incrementa los márgenes de ganancia y vuelven al producto tradicional en un producto único y de gran aceptación entre los clientes. Sin embargo, es necesario mencionar que para que se pueda generar valor agregado en la comercialización tradicional de los pollos broilers, también es necesaria la inversión. Esta inversión se devengará con los continuos procesos de producción y comercialización CITATION Peñ12 \ 12298 (Peñañiel, 2012).

Beneficios Nutricionales para los clientes

Becerra y Catota, en su trabajo Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la crianza y comercialización de pollos en el sector sur de Quito, barrio Guamaní, mencionan los datos estadísticos de la FAO, donde se refieren que en el año 2014 la producción de pollo de carne fue de 108.7 millones de toneladas destinadas al consumo humano. De igual manera, la preferencia del consumidor por esta carne se basa en varios aspectos con el precio y la disponibilidad, pero sobre todo por el alto poder nutricional de esta carne blanca, CITATION Bec16 \ 12298 (Becerra & Catota, 2016).

La carne de pollo contiene entre otros elementos: vitaminas, micro elementos, alto poder proteínico con amino ácidos esenciales lo que hace posible la buena asimilación y digestión de la carne. CITATION XXI15 \ 12298 (Avicultura, 2015).

Las Fuerzas de Porter aplicados a la comercialización en pollo broiler

Amenaza de entrada de nuevos competidores.- Para la producción de pollo broiler la amenaza de un nuevo competidor es bastante lejana, ya que el rival del mercado es el pollo criollo o de granja. Este no posee las características de ventaja del pollo broiler, ya que no crece al ritmo acelerado CITATION Tri16 \ 12298 (Triviño, 2016).

Poder de negociación de los proveedores.- Es el sector donde se desarrolla el proceso de producción del pollo broiler, la disponibilidad de proveedores de insumos y materia prima en cantidad, calidad, disponibilidad y precio.

Poder de negociación de los clientes.- En cuanto al precio del producto, estos mantienen un precio bastante estandarizados, ya sea la presentación de pollo en pie o faenados.

Amenaza de productos sustitutos.- Podría considerarse como un producto sustituto a la carne de pavo, de pato o de avestruz, pero en determinadas fechas o épocas del año, sin embargo la preferencia de los consumidores en cuanto a carne de ave recae sobre la variedad broiler.

Rivalidad entre los competidores.- Es aquí donde los grandes productores llevan ventaja sobre los mediano y pequeños productores, ya que, estos últimos no pueden competir en cuanto al valor agregado que ofertan las grandes empresas, pues estas poseen un ciclo cerrado que les permiten obtener grandes ganancias.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

El desarrollo de la investigación es de tipo documental, por lo que se utilizarán metodologías de evaluación basadas en estudios desarrollados por fuentes secundarias, analizando de qué manera la asociatividad puede mejorar el nivel socio económico y por ende los ingresos de los productores de pollo. El cumplimiento de los objetivos de la Economía Popular y Solidaria de acuerdo a la práctica artesanal que se viene realizando los productores, el proceso de comercialización de pollos, establecer el grado de aceptación por parte de los intermediarios y el consumidor final.

3.1 Tipo de Investigación. Para la validación de la investigación actual, se extrae información de las fuentes secundarias recomendadas como, revistas científicas, libros, Tesis de pre y posgrado, repositorios de universidades, que faciliten el mejor entendimiento sobre los componentes que integran el proceso de comercialización de pollos, el cual parte desde los productores, los intermediarios y el consumidor final. Cada uno de estos elementos deberá ser analizado para extraer la información adecuada que relacione los eslabones de esta cadena.

El uso de estas fuentes beneficia el desarrollo de la investigación aportando con conocimientos más especializados sobre el tema, como lo determina CITATION Guz82 \l 12298 (Guzman Stein, 1982) "las fuentes secundarias, permiten conocer hechos o fenómenos a partir de documentos o datos recopilados por otros" (P 1).

El acceso a estas fuentes permite, comparar el estado de la organización objetivo con diferentes resultados, que apoyan el contexto de la investigación, aportando con resultados a la problemática, por tanto, la investigación está sujeta a datos externos a la entidad, pero se ajusta indirectamente a los casos presentados.

3.2 Método de Investigación. El proceso de éxito de la investigación depende del resultado de las fuentes secundarias consultadas, los datos no pueden ser verificados, por lo tanto, como lo expresa el Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (consultado en 2018), el análisis secundario de datos recolectados, procesados, analizados y publicados, se plantean como fuentes de información para datos estadísticos, entre otras.

La metodología de análisis de datos de fuentes secundarias, tienen horizontes de planteamientos directos e indirectos, basados en datos estadísticos o cualitativos de

diferentes objetivos, que muestren similitud con el tema objetivo y permita obtener información precisa que sirva al investigador para entender mejor la situación problemática, también ayuda a establecer y confirmar hipótesis que surjan en este estudio.

La presente investigación, se basa en la comparación de datos de diferentes fuentes los mismos que serán relacionadas con el tema y objetivos del trabajo investigativo, de tal manera que aporten significativamente a la problemática planteada, diversas variables que pueden ser analizadas de forma analítica.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

0: urkun.docx

98%

La avicultura ecuatoriana compromete un futuro promisorio en la medida en que los productores de pollos de engorde o conocidos como pollos broiler desarrollen procesos de innovación tecnológica e implementen alianzas estratégicas en toda la cadena avícola que les permita competir en mejores condiciones ante su competencia ya que las últimas estadísticas indican en el Censo Nacional Agropecuario del año 2011, la distribución del pollo de engorde dentro del Ecuador: Sierra 49%, Costa 40%, Oriente y Galápagos 11%, siendo un tipo de cárnicos de mayor aceptación y

consumo por los ecuatorianos en su canasta

básicaCITATION MarcadorDePosición1 \l 12298 (Aillón, Propuesta para la implementación de un proyecto comunitario para crianza de aves, 2018).

Aspectos socio económicos del sector agrícola mundial

Dentro del sector agrícola se halla inmersa la actividad productiva avícola la misma que cada año se fortalece con el aumento de la demanda de este alimento las aves, principalmente los pollo de corral que constituyen los animales más fáciles de criar y la producción se obtiene en menor tiempo que otras especies de animales.

Según la FAO, el cultivo de las aves está presente en el 80% de la población mundial, contribuyendo como parte de los ingresos económicos de las familias y siendo una fuente de nutrición con altos contenidos proteicos CITATION FAO13 \l 12298 (FAO, 2013).

El presente trabajo investigativo no abordara el tema de crianza, más bien se centrara en el proceso de comercialización en concordancia con lo establecido en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria como parte del Plan Nacional del Buen Vivir

La Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y Agricultura FAO menciona que la carne de aves de corral, especialmente la de pollo continúa siendo la de mayor consumo ya que representa un tipo de alimento adecuado para el consumo del hombre y de fácil acceso para condición económica en la mayoría de países. Cada año la producción avícola mundial

presenta una tendencia al aumento. En 2013 la producción aumento 1.4% en relación al año anterior, es decir, 4.3 millones de toneladas de carne de aves (308,3 millones de toneladas de carne producida en el 2013) CITATION FAO13 \l 12298 (FAO, 2013).

El Instituto Nacional de Estadística y Censos del Ecuador INEC menciona en la encuesta realizada por Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2016 que del total de las aves que se producen y se crían en cautiverio, cerca del 47,86% representan a la producción de pollos, y el 44,73% a gallos y gallinas, y apenas un 7.41% corresponde a patos y pavos. En la misma perspectiva se clasifican a las aves de crianza en pollos y pollitos de crecimiento con participación del 74%, gallinas ponedoras con 22%, gallinas reproductoras con el 3,5% y menos del 1% para otros tipos de aves como patos y avestruces entre otros CITATION INE16 \l 12298 (INEC-ESPAC, 2016).

En el Ecuador la cría, producción y comercialización de la carne de pollo constituyen un ingreso muy importantes para las familias y empresas dedicadas a esta actividad, ya que este producto goza de gran aceptación debido a lo saludable de su carne, al alto grado de proteínas y bajo nivel de grasas saturadas, y a la fácil accesibilidad por el bajo precio del alimento. Por estos motivos los criadores dedican casi el 99% de la producción a la actividad de comercialización y el 1% de la producción se dedica al consumo interno.

De acuerdo a la misión y visión del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria se definen los siguientes objetivos:

- a) Crear capacidades para que los actores de la Economía Popular y Solidaria se consoliden como sujetos económicos-sociales-políticos que participan en el nuevo régimen del buen vivir CITATION Eco18 \l 12298 (Economía Popular y Solidaria, Objetivos, 2018).
- b) Crear las condiciones para el desarrollo de los actores de la Economía Popular y Solidaria a través de su acceso a los factores productivos y de la coordinación y articulación de políticas, normas y acciones que impulsan y/o ejecutan las Instituciones del Estado, los gobiernos autónomos descentralizados, las organizaciones sociales, las universidades y la comunidad en general.
- c) Generar oportunidades y espacios para el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la economía popular y solidaria.

La cría de pollo como actividad productiva está considerada dentro de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Las personas sean estas naturales o jurídicas de forma libre tienden asociarse para realizar actividades productivas de beneficio mutuo, así se menciona en el artículo 8 de la LOEPS.

El Artículo 18 de la misma ley menciona que el sector asociativo lo constituyen todas aquellas sociedades de personas naturales que poseen similares actividades de índole económica CITATION Ley18 \l 12298 (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2014).

La misma ley menciona en el Artículo 75 que “los emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos lo conforman aquellas personas que practican la producción como una actividad económica” CITATION Ley18 \ 12298 (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2014). De ellas se derivan otras actividades como la comercialización de bienes y la prestación de servicios, teniendo en cuenta que se tratan de núcleos familiares y no grandes organizaciones.

Según Carla Arias y Paola Lomas en su trabajo realizado sobre el análisis de los factores que determina la sostenibilidad y sustentabilidad de la economía social y solidaria para la crianza y comercialización de aves en pie y faenadas, mencionan que para empezar un emprendimiento de tipo productivo de manera comunitaria o individual, primero es necesario aumentar la capacidad y el nivel de conocimiento de las personas involucradas en este tema. Por lo tanto la producción de pollos y comercialización en sus diferentes presentaciones debe servir para dieta y sustento familiar, también como parte del ingreso económico. CITATION Ari13 \ 12298 (Arias & Lomas , 2013).

Las mismas autoras sostienen que es necesario implementar técnicas relacionadas con la economía social y solidaria para poder conseguir producciones de forma sostenible, manteniendo calidad adecuada de los productos. Incrementando la producción y reduciendo los costos. Por ello es importante aplicar técnicas y estrategias dentro del Marketing y los procesos de comercialización para poder identificar el mercado más apropiado.

El trabajo investigativo de Carla Arias y Paola Loma se centró en establecer la población de tres importantes sectores del norte del país y la cantidad de personas naturales o jurídicas dedicada a la actividad de la crianza de pollo. La finalidad fue determinar si esta actividad productiva cubre los costos y generan rentabilidad. También mencionar si los conocimientos y la destreza aplicados a las técnicas mejoran la rentabilidad del productor CITATION Ari13 \ 12298 (Arias & Lomas , 2013).

Bajo estas apreciaciones se puede mencionar que de acuerdo al nivel de inversión los productores de pollo pueden clasificarse en grandes, medianos y pequeños productores.

Según el Ministerio de Agricultura, Acuacultura Ganadería y Pesca, son considerados como grandes productores aquellos que crían y comercializan más de 100.000 aves por ciclo de cultivo teniendo en cuenta que poseen procesos industrializados, semi-industrializados donde incluye el proceso de desde el inicio de la cría hasta poner sus productos en cadenas de supermercados, hoteles y restaurantes.

Los medianos productores van de 20.000 a 100.000 aves por ciclo y poseen procesos semi-industrializados, donde finalizan su fase de producción con el proceso de comercialización de los pollos en pie, dejando la actividad de faena y procesamiento a los intermediarios que distribuyen en las tiendas y restaurantes pequeños.

Los pequeños productores con menos de 20.000 aves por ciclo quienes poseen procesos artesanales y comercializan sus productos como pollo en pie a los intermediarios quienes faenan los pollos y lo venden en el mercado local.

El proyecto de inversión

La población mundial cada año va en aumento, en el cantón Milagro perteneciente a la provincia del Guayas (Ecuador) la población al año 2010 según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos fue de 166.634 habitantes, de los cuales 83.393 son mujeres y 83.241 son hombres equivalente al 15,92% de incremento en relación al año 2001 con una población de 140.103 habitantes CITATION INE103 \l 12298 (INEC, 2010).

Basados en esta información se estima que la población seguirá en aumento y con ello también aumentará la demanda de alimentos, por lo tanto, es una buena opción los proyectos de inversión dedicados a la producción de carne de pollos broiler, ya que el tiempo de producción es corto, el rendimiento es adecuado, el potencial nutricional es alto y la inversión es relativamente baja.

Según Sara Quezada y Nancy Tenorio, en su trabajo de investigación Implementación de proyecto de inversión y comercialización de pollos de carne en la asociación de Productores Agropecuarios Virgen del Rosario, definen al proyecto de inversión como un conjunto de actividades eficientes para la producción y comercialización de bienes y servicios. "Los proyectos de inversión nacen del estudio de la población y pueden estar destinados a satisfacer necesidades, a aprovechar oportunidades, por el crecimiento de la demanda del mercado o a satisfacer gustos y preferencias de los clientes" CITATION Que11 \l 12298 (Quezada & Tenorio , 2011).

Producción de pollo broiler en Ecuador

La Ing. Pilar Luna manifiesta en su estudio "Crianza y comercialización de pollos" que la producción avícola cada año va en aumento, tanto en lo referente a la demanda del producto como a la oferta del mismo. Lo productores crían pollos de la variedad broiler, y su producción es capaz de satisfacer la demanda del 75% de los ecuatorianos y exportar al mercado colombiano el 25% de la producción restante, información correspondiente a la Producción Nacional de Avicultores del Ecuador CONAVE CITATION Lun10 \l 12298 (Luna, 2010).

Luna, sostiene que en el proceso de oferta y demanda de bienes alimentarios, específicamente al pollo broiler, existe un gran número de actores que interviene dentro del mercado de oferta y demanda de manera directa, así se mencionan grupos poblacionales como la Comunidad (principal demandante de alimentos), El grupo de los intermediario como son los Supermercados, abarrotes, mercado, etc. Otro grupo de importancia lo integran los Productores y obreros, aquellas personas naturales o jurídicas dedicadas a la crianza del ave.

También existen los personajes indirectos, que de alguna manera se relacionan con el proceso de cría y comercialización del pollo broiler. En este grupo constan los proveedores de bienes y servicios, los allegados, los vecinos, los conductores de vehículos de transporte y carga, entre otros CITATION Lun10 \l 12298 (Luna, 2010).

Producción de Pollo variedad broiler en el cantón Milagro

Luego de analizar los criterios de varios artículos relacionados con el presente tema, se determina que la cría y comercialización del pollo broiler en la localidad es una actividad productiva que genera rentabilidad, sin embargo existe un factor diferencial bastante importante, que la competencia no es similar entre los grandes productores y los medianos y pequeños productores.

En el cantón Milagro no existen muchas empresas grandes que poseen la capacidad de producir este alimento en lo que se denomina ciclo cerrado, el cual posee gallinas ponedoras que aseguran la disponibilidad del pollito como materia prima para el proceso de cultivo, que además estas empresas poseen la infraestructura y el equipamiento necesario para realizar las tareas de faenado, almacenaje en frío y proporcionar valor agregado a la presentación. Poseen además clientes fijos los cuales son de tipo intermediarios, es decir, que venden a los clientes un producto terminado.

En la localidad, la mayoría de productores son medianos y pequeños, los cuales producen pollos y los venden vivos a las empresas grandes para que sean procesados, aun así obtienen ganancia. Los pocos productores que venden su producto faenado realizan esta labor de manera artesanal, lo que acarrea dudas sobre la calidad y asepsia del producto para el consumidor final.

También es evidente que los productores trabajan de manera individual, no están unidos para aunar esfuerzos y obtener mejores márgenes de ganancia. No existe una Asociación o Cooperativa que agremie a socios para generar beneficios colectivos a sus miembros. De esta situación se aprovechan los grandes productores.

También se puede determinar que en la localidad, ninguna organización de índole pública o privada se ha encargado de proporcionar capacitaciones, seminarios o talleres a los medianos o pequeños productores de pollos para explicarles las ventajas del cooperativismo, situación que es parte de los objetivos de la Economía Popular y Solidaria, de tal manera que el nivel de relación es bajo.

Cadena de valor del pollo broiler o pollo parrillero

La cadena de valor del pollo broiler o pollo parrillero como le denominan en otros países con cultura alimentaria tradicional, tal es el caso de Argentina, Uruguay y Brasil. En el mercado uruguayo al igual que el ecuatoriano, un alto porcentaje de la producción se orienta al mercado local CITATION Gab \l 12298 (Gabinete Productivo del Uruguayo).

CONCLUSIONES

1.- En cuanto a la evolución del nivel de asociatividad de los productores locales de pollos, se puede determinar que en el cantón Milagro no existe una agremiación legalmente constituida que reúna a los productores medianos y pequeños de la localidad, por lo tanto el nivel de asociatividad es bajo.

Esta ausencia de instituciones de naturaleza públicas o privadas en el cantón Milagro impide que exista difusión de los conocimientos y beneficios que pudieran obtener los productores si se constituyeran como una organización legal.

2.- Sobre el nivel de relación de los procesos de la comercialización de pollo con los objetivos de la Economía Popular y Solidaria, se puede decir que es bastante bajo o negativo, ya que los productores medianos y pequeños no se han agremiado dentro de una organización que les permita generar beneficios mutuos.

Esta actitud de los medianos y pequeño productores obedece a que los márgenes de ganancias o la rentabilidad que obtienen luego de la comercialización de sus productos les permiten cubrir los costos de inversión y producción, y no han considerado aumentar el margen de ganancias por desconocimiento de la existencia de los beneficios que producen las organizaciones o agremiaciones como lo sugieren los objetivos de la política Economía Popular y Solidaria

3.- Los mecanismos del proceso de comercialización de pollo generado por los productores locales son de dos tipos: 1.- Mediante la utilización de intermediarios como grandes empresas a quienes les venden los pollos en pie (vivos). 2.- Vendiendo sus productos a las tiendas de abarrotes, mercados populares, pequeños supermercados de forma artesanal sin tecnología (artesanal), ya que sólo poseen congeladores domésticos para almacenar los pollos para la entrega. Sin embargo, los dos tipos de comercialización proporcionan márgenes de ganancia aceptables para los productores.

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: urkun.docx

0: urkun.docx 98%

La avicultura ecuatoriana compromete un futuro promisorio en la medida en que los productores de pollos de engorde o conocidos como pollos broiler desarrollen procesos de innovación tecnológica e implementen alianzas estratégicas en toda la cadena avícola que les permita competir en mejores condiciones ante su competencia ya que las últimas estadísticas indican en el Censo Nacional Agropecuario del año 2011, la distribución del pollo de engorde dentro del Ecuador: Sierra 49%, Costa 40%, Oriente y Galápagos 11%, siendo un tipo de cárnicos de mayor aceptación y

consumo por los ecuatorianos en su canasta

0: urkun.docx 98%

La avicultura ecuatoriana compromete un futuro promisorio en la medida en que los productores de pollos de engorde o conocidos como pollos broilers desarrollen procesos de innovación tecnológica e implementen alianzas estratégicas en toda la cadena avícola que les permita competir en mejores condiciones ante su competencia ya que las últimas estadísticas indican en el Censo Nacional Agropecuario del año 2011, la distribución del pollo de engorde dentro del Ecuador: Sierra 49%, Costa 40%, Oriente y Galápagos 11%, siendo un tipo de cárnicos de mayor aceptación y consumo por los ecuatorianos en su canasta