



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA

**Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el
cantón Santa Lucía**

AUTORAS

Reinoso Campoverde, Blanca Margarita

Villamar Cabrera, Daniela Noemí

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de

INGENIERO COMERCIAL

TUTOR

Econ. Chávez García, Jack Alfredo, Msc.

Guayaquil, Ecuador

19 de Septiembre del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Reinoso Campoverde, Blanca Margarita y Villamar Cabrera, Daniela Noemí**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero Comercial**.

TUTOR

f. _____
Econ. Chávez García, Jack Alfredo, Msc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Balladares Calderón, Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras: **Reinoso Campoverde, Blanca Margarita y
Villamar Cabrera, Daniela Noemí**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, ***Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía***, previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2018

LAS AUTORAS

f. 
Reinoso Campoverde Blanca Margarita

f. 
Villamar Cabrera, Daniela Noemí



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

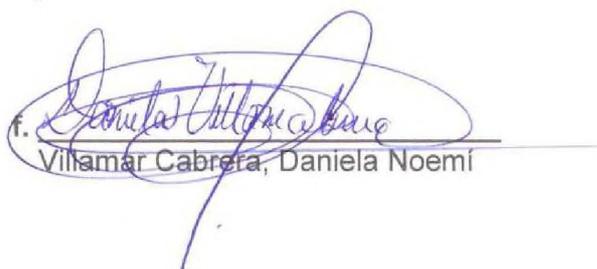
Nosotras, **Reinoso Campoverde, Blanca Margarita y
Villamar, Cabrera Daniela Noemí**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, ***Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía***, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2018

LAS AUTORAS

f. 
Reinoso Campoverde Blanca Margarita

f. 
Villamar Cabrera, Daniela Noemí

REPORTE URKUND

Al, 19 de septiembre del 2018

URKUND

Documento [ReinosoM- VillamarD- Tesis Arroz.docx](#) (D41039821)

Presentado 2018-08-29 19:43 (-05:00)

Presentado por margarita_reinoso@outlook.com

Recibido jack.chavez.ucsg@analysis.urkund.com

Mensaje TESIS ARROZ [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 57 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.



f.

Reinoso Campoverde, Blanca Margarita
AUTORA DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

f.

Villamar Cabrera, Daniela Noemí
AUTORA DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

f.

Econ. Chávez García, Jack Alfredo, Msc
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Agradecimiento

Son muchas las palabras de agradecimiento que tengo en este momento, por todo el sacrificio, constancia y dedicación que he formado durante toda mi etapa universitaria, importante recalcar que los tropiezos formaron parte del éxito.

Primeramente quiero expresar gratitud enorme hacia Dios, que con su amor y bondad sin límites, me ha permitido no derrumbarme en cada caída, al contrario me sirvió para fortalecerme e ir escalando hacia mis metas, por eso doy gracias por culminar esta etapa.

A mis padres, por ser mis pilares fundamentales, por la formación y educación estricta que me impartieron permitiéndome ser ahora una persona responsable, capaz de hacer de los malos pasos momentos de reflexión.

A mis hermanos por compartir grandes lotes de alegrías, tristezas y tropiezos, por la confianza y apoyo que me brindaron día a día en el transcurso de mi carrera.

A mi nana hermosa Marjorie Vera, por siempre estar presente en mi vida, por su dedicación en cada enseñanza, por implementar en mí la importancia de las virtudes que aprendí desde pequeñas hasta ahora.

A mi compañera de tesis y gran amiga Daniela Villamar, por todos los momentos compartidos dentro de la universidad quien formó parte de este proceso.

A mis amistades únicas que he formado en la universidad, no es necesario nombrarlas porque las llevo en el corazón, agradezco por el apoyo mutuo en nuestra formación profesional y por los grandes momentos compartidos. Además a todas mis amistades formadas en diferentes etapas de mi vida, algunas están conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón.

A mi tutor Ec. Jack Chávez, por la orientación y asesoramiento que me brindó para el desarrollo de esta tesis. Sobre todo me enseñó ir aprendiendo mucho más de lo estudiado en la tesis.

Finalmente cabe recalcar los maestros que marcaron una parte fundamental en mi camino universitario orientándonos tanto de la profesión como de la vida e impulsándonos siempre a seguir adelante.

Blanca Margarita Reinoso Campoverde

Dedicatoria

A mi familia, muchos de mis logros se los debo a ustedes BLANCA CAMPOVERDE y FROILAN REINOSO por haberme forjado a ser la persona que soy ahora, sus reglas, mimos y algunas libertades me motivaron a crecer con grandes metas. El amor familiar se ve reflejado por cada sacrificio, perseverancia y constancia que lo caracterizan y me han infundado siempre, comprobando que se puede salir adelante encomendado a Dios nuestro creador.

Blanca Margarita Reinoso Campoverde

Agradecimiento

A Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por haberme permitido llegar hasta este punto de alcanzar este sueño tan anhelado y por haber puesto en mi camino a personas que han sido de soporte y compañía durante este proceso.

A Eduardo y Germania, mis padres, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible, gracias por el apoyo incondicional y por guiarme siempre por el camino correcto.

A mis familiares por aconsejarme y querer lo mejor para mí.

A mi compañera de tesis Margarita Reinoso por el compromiso y dedicación para la culminación de nuestro trabajo.

A mi tutor de tesis Econ. Jack Chávez por su apoyo y motivación para la elaboración de esta tesis.

A mis mejores amigos por sus consejos, apoyo y paciencia, los adoro.

A mis compañeros y demás personas que de una u otra manera han sido parte de este proceso.

Daniela Noemí Villamar Cabrera

Dedicatoria

A mi padre por el esfuerzo y por anhelar lo mejor para mi vida.

A mi madre, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

A mis mejores amigos por su lealtad y siempre estar a mi lado, prometo estar cuando me necesiten. Ustedes saben quiénes son.

A mis familiares por desear siempre lo mejor para mí.

A quienes ya no están pero que ocupan un lugar en mi corazón.

Daniela Noemí Villamar Cabrera



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Balladares Calderón, Esther Georgina, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Paola Alexandra Traverso Holguín, Mgs

COORDINADORA DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. José María Váscones Martínez, Mgs.

OPONENTE

Guayaquil, 19 de septiembre de 2018

Ingeniera

Paola Traverso Holguín

COORDINADORA UTE A-2018

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

En su despacho

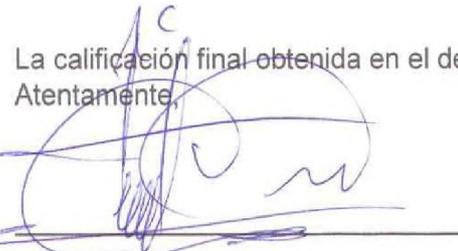
De mis Consideraciones:

Economista **Jack A. Chávez García**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de **Reinoso Campoverde Blanca Margarita**, cúmpleme informar a usted, señora Coordinadora, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante **Reinoso Campoverde Blanca Margarita**, titulado "**Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía**" por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2018 a mi cargo, en la que me encuentro designado y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación «**Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía**» somos el Tutor (a) **Jack A. Chávez G.** y la Srta. **Reinoso Campoverde Blanca Margarita** y eximo de toda responsabilidad a la Coordinador de titulación y a la Dirección de Carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10 (Diez).
Atentamente,



Econ. Jack A. Chávez García, Mgs.

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN



Blanca Margarita Reinoso Campoverde

AUTOR DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

Guayaquil, 19 de septiembre de 2018

**Ingeniera
Paola Traverso Holguín
COORDINADORA UTE A-2018
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
En su despacho**

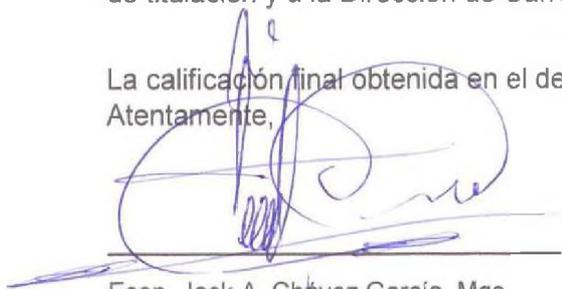
De mis Consideraciones:

Economista **Jack A. Chávez García**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de **Villamar Cabrera Daniela Noemí**, cúpleme informar a usted, señora Coordinadora, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante **Villamar Cabrera Daniela Noemí**, titulado “**Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía**” por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

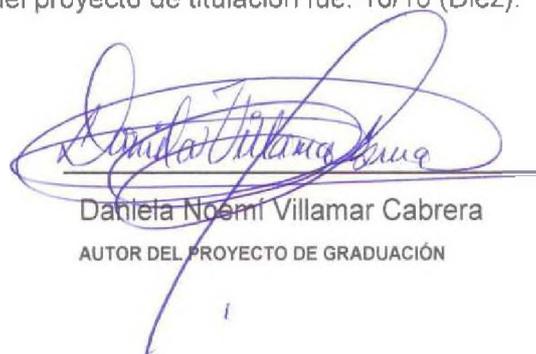
Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2018 a mi cargo, en la que me encuentro designado y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación «**Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía**» somos el Tutor **Jack A. Chávez G.** y la Srta. **Villamar Cabrera Daniela Noemí** y eximo de toda responsabilidad a la Coordinador de titulación y a la Dirección de Carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10 (Diez).
Atentamente,



Econ. Jack A. Chávez García, Mgs.
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN



Daniela Noemí Villamar Cabrera
AUTOR DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

ÍNDICE

CAPÍTULO I: GENERALIDADES	2
1. Introducción	2
1.1 Planteamiento del Problema.....	7
1.2 Preguntas de Investigación.....	10
1.2.1 Pregunta principal.....	10
1.2.2 Preguntas secundarias.....	10
1.3 Justificación de la investigación.....	10
1.4 Objetivos	16
1.4.1 Objetivo General.....	16
1.4.2 Objetivos Específicos	16
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	17
2.1 Generalidades	17
2.2 Comercialización.....	22
2.3 Marco conceptual	25
2.3.1 Cadena de valor	25
2.3.2 Teoría de Ventaja competitiva.....	29
2.3.2.1 Fuerzas Competitivas	31
2.4 Conceptos clave.....	34
2.5 Marco Legal	36
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	40
3.1 Método de Investigación	40
3.2 Tipo de Investigación	42
3.3 Variables de Investigación	42
3.4 Fuentes de recopilación de información.....	43
3.4.1 Fuentes de Información Primaria	43
3.4.2 Fuentes de Información Secundaria	44
3.5 Población y Muestra.....	44
3.6 Bosquejo del tema	44
CAPÍTULO IV: RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS	46
4.1 Caracterización del cantón Santa Lucía	46
4.1.1 Ubicación del cantón Santa Lucía	46

4.1.2	Actividad Económica en el cantón Santa Lucía	48
4.1.3	Organizaciones Productivas	48
4.1.4	Superficie del cantón Santa Lucía	49
4.1.5	Sistemas de Producción del cantón Santa Lucía	50
4.1.6	Rendimientos (t/ha) del cantón Santa Lucía.....	52
4.1.7	Piladoras y Proveedores de Insumos Agrícolas del cantón Santa Lucía .	53
4.1.8	Compraventa de Arroz año 2017.....	60
4.2	Encuestas y Entrevistas	63
4.2.1	Análisis de Encuestas	63
4.2.2	Análisis de Entrevistas.....	72
4.2.3	Síntesis de la situación actual del sector arrocero	75
4.3	Proceso de Producción y Comercialización en el cantón Santa Lucía.....	77
4.3.1	Proceso de Producción.....	77
4.3.2	Comercialización en el cantón Santa Lucía.....	80
4.3.2.1	Precios de los diferentes actores en la comercialización de arroz.....	81
4.3.2.2	Síntesis del proceso productivo y comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía	83
4.4	Cadena de Valor	84
4.4.1	Cadena de Valor Cantón Santa Lucía.....	85
4.4.2	Cadena de Valor Nacional	86
4.4.3	Márgenes en la Cadena de Valor Nacional	89
4.4.4	Síntesis de la cadena de valor	94
4.5	Preferencia temporal y Crédito Propio.....	95
4.5.1	Preferencia Temporal	95
4.5.2	Crédito propio.....	98
4.6	Mecanismos y herramientas de gestión financiera en la asociatividad.....	101
	Conclusiones	104
	Recomendaciones	106
	Referencias.....	107

Índice de Tablas

Tabla 1 Productores con Afanes Distintos.....	14
Tabla 2 <i>Organizaciones Productivas Cantón Santa Lucía</i>	48
Tabla 3 <i>Número de UPAs y superficie de cultivos, cantón Santa Lucía</i>	49
Tabla 4 <i>Sistemas de producción cantón Santa Lucía</i>	51
Tabla 5 <i>Piladoras del Cantón Santa Lucía</i>	54
Tabla 6 <i>Proveedores de Insumos Agrícolas en el Cantón Santa Lucía</i>	58
Tabla 7 <i>Compra de Arroz en Cáscara Grano Largo- Saca de 200 Lb</i>	60
Tabla 8 <i>Venta de Arroz Pilado Grano Largo- Quintal 100Lbs</i>	61
Tabla 9 <i>Pregunta 1</i>	63
Tabla 10 <i>Pregunta 2</i>	64
Tabla 11 <i>Pregunta 3</i>	65
Tabla 12 <i>Pregunta 4</i>	66
Tabla 13 <i>Pregunta 5</i>	67
Tabla 14 <i>Pregunta 6</i>	68
Tabla 15 <i>Pregunta 7</i>	69
Tabla 16 <i>Pregunta 8</i>	70
Tabla 17 <i>Pregunta 9</i>	71
Tabla 18 <i>Principales destinos de exportación 2015-2018</i>	88
Tabla 19 <i>Cálculo Margen sobre Precio</i>	90
Tabla 20 <i>Cálculo Exposición al Riesgo</i>	92
Tabla 21 <i>Modelo de Crecimiento Económico Austríaco</i>	96

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Explicación de la ineficiencia en el proceso de comercialización	11
<i>Figura 2.</i> Mapa del Cantón Santa Lucía.....	18
<i>Figura 3.</i> La cadena genérica de valor.....	26
<i>Figura 4.</i> Cadena productiva, CFN.....	28
<i>Figura 5.</i> Diamante de la ventaja nacional	30
<i>Figura 6.</i> Las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector.....	32
<i>Figura 7.</i> Mapa de la Ruta del Arroz.....	47
<i>Figura 8.</i> Sistemas de Producción Cantón Santa Lucía.....	52
<i>Figura 9</i> Rendimiento (t/ha) cantón Santa Lucía.....	53
<i>Figura 10.</i> Compra Arroz en Cáscara Grano Largo Saca 200lbs	61
<i>Figura 11.</i> Venta Arroz Pilado Grano Largo Quintal 100Lbs.....	62
<i>Figura 12.</i> Análisis Pregunta 1, Incremento en la producción	64
<i>Figura 13.</i> Análisis Pregunta 2, Proveedores de insumos agrícolas	65
<i>Figura 14.</i> Análisis Pregunta 3, ¿A quién vende su arroz?.....	66
<i>Figura 15.</i> Análisis Pregunta 4, Precios insumos agrícolas.....	67
<i>Figura 16.</i> Análisis Pregunta 5, ¿Posee piladora?	68
<i>Figura 17.</i> Análisis Pregunta 7, Factores en la comercialización.....	69
<i>Figura 18.</i> Análisis Pregunta 8, Terreno.....	70
<i>Figura 19.</i> Análisis Pregunta 8, Espacio de hectárea que utiliza para la producción de arroz	71
<i>Figura 20.</i> Análisis Pregunta 9, Tipo de arroz.....	72
<i>Figura 21.</i> Bosquejo de encuestas y entrevistas.....	75
<i>Figura 22.</i> Zonas Productivas- Nacional	77
<i>Figura 23.</i> Arroz- Estructura Productiva Nacional.....	78
<i>Figura 24.</i> Proceso productivo del arroz, una hectárea	79
<i>Figura 25.</i> Proceso de Comercialización del Arroz en el cantón Santa Lucía.....	81
<i>Figura 26.</i> Precios, Comercialización de arroz.....	82
<i>Figura 27.</i> Cadena de Valor del Arroz en el cantón Santa Lucía.....	85
<i>Figura 28.</i> Cadena de Valor del Arroz	86
<i>Figura 29.</i> Márgenes en la Cadena de Valor Nacional.....	89
<i>Figura 30.</i> Triángulo Hayekiano	97
<i>Figura 31.</i> Asociatividad	102
<i>Figura 32.</i> Modelo de Asociatividad- Agricultores.....	103

RESUMEN

El arroz, como «commodities», mantiene el primer uso registrado en los mercados. Fue en Japón (1650) cuando sirvió de asiento en las transacciones a futuro para el intercambio de productos básicos. Como lo señala el Wall Street Journal, (diciembre 2016), ya en 1835 la bolsa japonesa de Dojima – Osaka, cotizaba el arroz porque era declarado legalmente permitido y protegido por las altas autoridades del imperio bajo reglas sumamente ordenadas y claras; convirtiéndose en el antecedente directo de los mercados de futuros de hoy, ya que inventa las herramientas y la logística para la gestión del riesgo en el control de los precios que se fijaban a materias prima. Los comerciantes utilizaban las «casas de depósito» y emitían «certificados de depósito» para anticiparse a necesidades —cobertura, utilizando la información para negociar; con ello se esperaba impulsar el «crédito propio» y asignar la «preferencia temporal» a los agricultores.

La presente tesis interpreta la experiencia japonesa para estudiar la realidad en el cantón Santa Lucía y desentrañar los factores determinantes en la comercialización del arroz; un recorrido que, al adaptar la práctica, termina recomendando salidas porque demuestra el empantanamiento —círculo vicioso, en el que el precio queda atrapado en un torbellino ocasionado por el vaivén del riesgo, que se esconde entre márgenes mal distribuidos, y «cadenas de valor» injustamente sostenidas.

Palabras Claves: Comercialización, Cadena de Valor, Agricultores, Margen

ABSTRACT

The rice, as <<<commodities>>>, keep the first use register at market. It's in Japan (1650) when it served of seat in the transactions future for the exchange of basic product. So the points out the Wall Street Journal, (December 2016), in 1835 the Japanese Bag of Dojima – Osaka, quoting the rice because it was declared legally permitted and protected for the high authorities of the empire low rules extremely ordered and clear, becoming in the direct antecedent of the market of future of today, since it invents the tools and the logistics for the risk management in the price control that are fixed to raw materials. The merchants used the <<< deposit house>>> and emit <<<certification of deposit>>> for anticipate needs – coverage, using the information for negotiate, with this, it was hoped to boost <<<own credit>>> and assign the <<< temporary preference>>> the farmers.

The present thesis interpret the experience Japanese for study the reality in the canton Santa Lucia and unravel the determining factors in rice marketing; a route that, by adapting the practice, finish recommending departures because show the bogging - vicious circle, in the that the price gets caught in a whirlwind occasioned for the sway of risk, that did between poorly distributed margins, and <<< value chain>>> unfairly sustained.

Keywords: Commercialization, Value Chain, Farmers, Margin

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

1.1. Introducción

La agricultura, como actividad económica, es la base del trabajo rural; gracias a ella el campo produce el sustento de muchos ecuatorianos. En la provincia del Guayas, el arroz representa un importante movimiento de la riqueza; su producción y comercialización, en su vínculo, hoy son altamente dependientes el uno del otro; a través de ellos se forja el futuro de la región. Si todo presente se construye desde el pasado, entonces la historia de la economía ecuatoriana nos debe dar señales de los cambios y esfuerzos que realiza una producción para enfrentar los desafíos de cualquier coyuntura que requiera sortear; la actividad económica, política y social de una localidad, edifica el devenir posicionando la experiencia adquirida con las expectativas que mantiene. Si el ambiente plantea una inequidad, ello demuestra la insuficiencia de la narrativa ecuatoriana como país diverso en recursos naturales; la pobreza que se constata en el agro marca el ocurrir de mayorías que menos tienen, cohabitando con minorías que viven de la abundancia.

Lo expuesto, contrario a lo esperado, se agravó a finales de la década de los años noventa, cuando el Ecuador, luego de franquear varios escenarios que afectaron la producción agrícola (impacto del Fenómeno del Niño de 1998, crisis financiera, etc.), decidió en el año 2000 dar paso a la dolarización, porque era considerada por unos como la salvación —aunque para otros significaba un suicidio económico. El Ecuador, primer país de América Latina en cambiar su moneda local (sucre), posicionaba su consumo en «moneda fuerte» y su producción en «costos no competitivos».

El presente estudio intenta analizar los efectos positivos y negativos de los cambios económicos, políticos y sociales, que se han dado en el país, para determinar los factores que inciden hoy en la comercialización del arroz, específicamente en el

cantón Santa Lucía; en consecuencia, se trata de evaluar a uno de los productos más importantes de la canasta básica, el arroz, que, aunque se le da poca importancia en los análisis de la adopción del dólar, representa el ingreso de vida para muchas familias en dicho cantón.

Varios son los factores que se pueden estudiar; por ejemplo, la dolarización, que para Onur Tas & Togay (2014), al referirse a ella, plantean que los resultados son aceptables, desde lo macroeconómico, porque la inflación bajó y el PIB aumentó. Aunque en el primer año de dolarización el país cierra con una inflación de 95.5% anual y el segundo se reduce, no obstante, de que se mantuvo elevada (40.26%); luego se comprime en 12,5% y durante el 2016 cierra con 1.12% (Ecuador en Cifras, 2016).

Para White (2017) la dolarización en Ecuador no es una política monetaria inteligente, los ciudadanos no piensan en ésta como un fenómeno de mercado, sino que manifiestan su preferencia individual por tratarse de una moneda fuerte (lógica de consumo). Difícilmente la dolarización puede sostenerse a largo plazo, ya que es la producción lo que podría soportar, no sólo la estabilidad monetaria sino la diversificación productiva, el empleo y los buenos niveles de competitividad; ello demanda trabajar con costos competitivos.

En lo referente al sector arrocero, Malavé Moreira y Mero Chávez (2017) señalan que «el arroz es la gramínea que mayormente se siembra, ocupa actualmente 399.600 hectáreas, siendo un producto altamente consumido y prioritario en la canasta básica de los habitantes a nivel mundial». Ello declara al cultivo como una fuente segura en la generación de empleo y con potencial abastecedor para la agroindustria ecuatoriana. En algunos casos la producción arrocera se ha considerado como autosuficiente por ser un gran abastecedor de la demanda nacional.

Sin embargo, el mercado se ha vuelto complejo por los precios que, en dolarización, compiten con los de Perú y Colombia. Los dólares que se pagan en Ecuador se han vuelto atractivos para estos países fronterizos por el tipo de cambio de la moneda. Esto ha ocasionado el ingreso de mano de obra y productos más baratos. Cada vez que un país devalúa su moneda, este se vuelve más competitivo, por tanto, sus productos se abaratan y los compradores preferirán adquirirlos, siempre y cuando estos sean de similar calidad (Diario El Comercio, 2016).

Una situación que se replica en términos de costos de producción, porque el beneficio de la depreciación del dólar se lo transfiere al trabajador. El momento en que ocurre el efecto contrario, el Ecuador se convierte en un país caro en términos de mano de obra para la producción comparado con sus vecinos (Diario El Comercio, 2016). Es así, que el productor opta por la contratación de mano de obra «extranjera», ya que le resulta más económico.

De acuerdo con la Revista Líderes (2016), aproximadamente 90 000 productores de manera directa e indirecta se dedican a la siembra y comercialización de arroz, quienes han buscado en los dos últimos años mejoras en sus procesos con miras a recuperar los mercados extranjeros. Así mismo, para Torres Higuera (2017) las exportaciones de arroz en el año 2007 fueron las más altas respecto a las del año 2015, cuyos niveles cayeron y no se han vuelto a recuperar. Desde el 2007 al 2015 las exportaciones de arroz decrecieron en 98,89%. Sin embargo, el mercado del arroz es «estrecho» porque, como materia prima, es relativamente poco negociada (aproximadamente el 7% de la producción de los países se comercializa en el mundo) y permanece concentrada en algunos países (Tailandia, Vietnam, India, Estados Unidos y Pakistán con el 80% del intercambio internacional). La tendencia alcista de precios que se presentó en 2007-2008, se debe más a las políticas gubernamentales de incentivo que

a factores de comercialización globalizada. En el informe de la FAO (2010), Timmer explica que no es la oferta ni la demanda sino los subsidios los que explican este brote, ya que los grandes productores tienen una disponibilidad limitada en el mercado mundial.

La falta de competitividad es uno de los factores afectados por la dolarización, pero no es el único; existen otras variables que también deben enfrentar los productores, ellas las encontramos en la cadena de valor. Una estructura que no se construye desde el Estado, sino que se ha configurado a través de la historia en la interacción entre actores.

También las existencias, las condiciones climáticas y las limitaciones financieras se suman a la oferta y demanda como factores de la evolución de los precios; aunque los determinantes financieros resultan contundentes en dicha lógica que configura la estructura en los productos agrícolas; entre otros, la «preferencia temporal» y el «crédito propio», causante del desarrollo en muchos países, como lo demuestra la experiencia japonesa en Dojima donde se inventa las herramientas y la logística de la gestión del riesgo para distribuir los precios en los mercados de materias prima.

El caso de la experiencia japonesa en Dojima relacionado con el mercado de arroz se resume en lo siguiente: En la era de Tokugawa (dinastía de los sogunes que dirige el Japón de 1603 – 1867), los feudales pasaban medio año en Edo (actual Tokio), donde se localizaba el gobierno, a fin de que el emperador los vigilara y así evitar una rebelión. La renta era pagada en arroz y a los señores feudales se les obligaba a mantener dos casas de depósito (en el campo y en la ciudad) para hacer frente a alguna emergencia. Con ello recibían tickets (certificados de depósito) que se comercializaban, desde la preferencia temporal, para anticiparse a necesidades (cobertura); papeles administrados primero por oficiales públicos y después por los mismos comerciantes, con el tiempo se hacían avances sobre la plausible venta de tickets y generar un crédito

propio. Con el intercambio de información para negociar se fue construyendo el primer mercado de mercaderías (1650) que, en 1697 se trasladó a Dojima, conocido como el “Mercado de arroz de Dojima” (Wall Street Journal, diciembre de 2016).

La cadena productiva es definida por el Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola (CICDA, 2004) como: «Un sistema constituido por actores y actoras interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado». Además, «el enfoque de cadena es pertinente en el contexto actual de evolución de la economía mundial, competitividad, globalización, innovación tecnológica y complejos sistemas agroalimentarios».

Ecuador es rico en recursos naturales, pero no ha logrado aprovechar sus factores geográficos, debido al poco apoyo a los sectores productivos; recordemos que somos por excelencia comerciantes. En la producción cuenta mucho el tiempo y los recursos de inversión, así como la calidad del producto y la regeneración del medio ambiente.

El sector arrocero necesita estrategias que encaminen al agricultor al uso adecuado de insumos químicos y al desarrollo de tecnologías con menores umbrales sobre daños ambientales e impactos económicos. El competir en los mercados internacionales, y desarrollar la economía agrícola, le demanda una nueva forma de producir y mecanismos para intercambiar.

Además de los inconvenientes que acarrearán las decisiones del Estado, la baja asociatividad entre productores delimita la expresión de sus demandas e intereses. La cadena de valor obliga al sector a reactivar la matriz productiva y a valorar los commodities para ser competitivos. La economía ecuatoriana no puede seguir cayendo

en la dependencia del petróleo, el país está obligado a procurar que sea identificado por la exportación de productos no petroleros y aprovechar su condición de país dolarizado.

Actualmente el sector está atravesando problemas con la comercialización lo cual se ve reflejado en noticias y opiniones de quienes pertenecen a esta actividad, por lo cual el principal objetivo de esta investigación es «Describir los factores que inciden en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía».

Este trabajo de investigación se presenta bajo la siguiente estructura: en el capítulo 1 se encuentra la introducción, el planteamiento del problema, las preguntas de investigación, la justificación y el objetivo general junto a los objetivos específicos.

En el capítulo 2, se presentan los referentes teóricos, los conceptuales, y el marco legal de la investigación.

En el capítulo 3, se establece la metodología, teniendo como principales variables los *Actores*, la infraestructura del cantón Santa Lucía, se detallan fuentes primarias y secundarias y determinar la población y muestra. Se observa la información pertinente para extraer, en el análisis de datos, lo relevante.

De esa manera, en el capítulo 4, se representa la cadena de valor, cuya demostración apunta a los elementos que intervienen en todo este proceso, además de determinar los márgenes de precio y riesgo, para realizar el análisis de los datos. Con ello se logra alcanzar las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

1.2. Planteamiento del Problema

El arroz se ubica entre los principales productos de cultivo, propio de la región Costa, especialmente en las provincias de Guayas y Los Ríos. En Santa Lucía cantón de la provincia del Guayas se producen y comercializan 2 tipos de arroz: arroz pilado natural grano largo y arroz pilado natural grano corto, además de otros 2 tipos que son

sometidos a un proceso adicional: arroz pilado envejecido natural y arroz pilado envejecido artificial.

Actualmente en el cantón Santa Lucía los agricultores se enfrentan a problemas con la comercialización del arroz debido a que se irrespeta el precio oficial del producto lo cual los obliga a vender a bajos precios, los insumos son caros, además, la existencia de sobreproducción de arroz e incluso contrabando, genera reclamos que los últimos meses se manifestaron con el cierre de vías y preocupación en el sector.

En la base de datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en la sección de Industrialización —Arroz—, Cadena (2018) informa que en la provincia del Guayas el arroz pilado natural «grano corto» está a un precio mínimo de \$24.50 y precio máximo de \$26; mientras que el arroz pilado natural «grano largo» está a un precio mínimo de \$27.50 y precio máximo de \$28. Los agricultores se abstienen de vender a la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) ya que ésta les paga hasta dos meses después, por lo que prefieren vender el producto a las piladoras ya que éstas pagan al contado, aunque a un menor precio y exigiendo mayor cantidad ¿El poco apoyo a la agricultura, actividad económica base del trabajo rural y sustento de muchos, que mueve la riqueza del cantón, es la única explicación?

La Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) compra la saca de 200lb de arroz *paddy* o en cáscara (grano corto y grano largo) a un precio mínimo de \$35,50 para lo cual el producto debe cumplir con requisitos de 20% de humedad y 5% de impurezas (UNA, 2016) además de ciertos trámites que se requiere realizar para acceder a la venta; en la mayoría de los casos los agricultores no cumplen con éstos requerimientos, la UNA no otorga el pago inmediato o no recibe el producto por saturación en las bodegas, entre otros ¿Se puede sostener que los efectos de los cambios económicos, políticos y

sociales, determinan los únicos factores que inciden en esta realidad de comercialización—producción?

En lo específico del cantón Santa Lucía, Cadena (2018) señala, tomando la base de datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería, sección Agroindustrias, a través de un reporte realizado por el SINAGAP, que las piladoras compran la saca de 200lb de arroz paddy o en cáscara (grano corto y grano largo) a un precio de \$29.50 (grano largo) y \$26,50 (grano corto). Además, en un artículo de Diario El Universo con fecha domingo 15 de Octubre de 2018, se menciona que la Corporación de Industriales Arroceros del Ecuador (CORPCOM) indicó que los factores que están afectando al sector son: «niveles de contrabando de arroz peruano, compra limitada por parte de la UNA, baja calidad del arroz y gran cantidad de arroz en piladoras, lo cual restringe la compra de nuevas cosechas» (Diario El Universo, 2018) ¿Se debe entonces sustentar que la dolarización, en su exclusiva lógica de consumo, es la causante de la realidad de comercialización—producción?

En efecto, los agricultores se ven preocupados por las diferentes causas que están afectando el precio del producto, el cual muchas veces no alcanza para cubrir los costos y gastos generados en la producción de arroz ¿el argumento hace alusión, además de la «estabilidad monetaria», a la falta de diversificación productiva, al empleo, a los niveles de competitividad o a la mejora en los procesos para recuperar mercado, del fallo en los costos competitivos?

Para responder a las inquietudes que plantea el problema, en esta investigación se pretende identificar, como objeto de estudio, cuáles son los factores que afectan la comercialización de dicho producto; para lo cual se va a indagar sobre la cadena de valor, ya que «permite desagregar las actividades y los actores (...), las relaciones entre

dichos actores son clave para un buen funcionamiento del todo» (Oddone y Padilla, 2017, p.16). Mediante esta herramienta se podrá analizar desde «el suministro de materia prima y continúa a lo largo de la producción, la distribución, de tal manera hasta llegar al usuario final del producto o servicio» (Quintero y Sánchez, 2006, p.381). En consecuencia, el estudio se interroga desde varias preguntas guía. 6

1.3. Preguntas de Investigación

1.3.1. Pregunta principal

¿Qué factores inciden en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía?

1.3.2. Preguntas secundarias

- ¿Cuál es la situación actual del sector arrocero en el cantón Santa Lucía?
- ¿Cómo se configura el proceso de comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía?
- ¿Qué se puede determinar de la cadena de valor?
- ¿Cuáles son los factores que afectan el precio del arroz?

1.4. Justificación de la investigación

El sitio web del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) posee información, reportes, estudios, bases de datos de todo lo relacionado al arroz, existen también otros sitios web como la Corporación de Industriales Arroceros del Ecuador la cual presenta información acerca del sector además de ofrecer servicios a los socios, productores y consumidores.

A fin de plantear un primer recuadro del tema, tomamos la Figura 1, que muestra las diferentes causas y efectos —obtenidas a través de observación directa de revistas,

papers y artículos—, las cuales tienen relación con la ineficiencia en el proceso de comercialización.

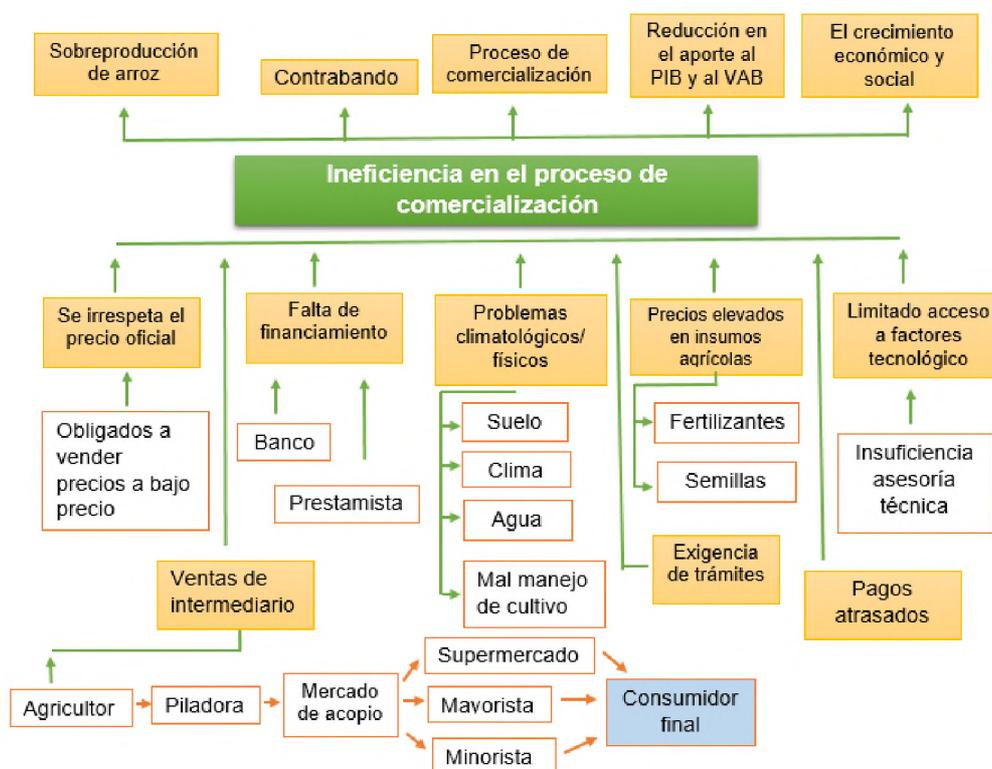


Figura 1. Explicación de la ineficiencia en el proceso de comercialización

Fuente: Varias

Elaboración: Autoras

Gracias a la figura 1, se nota el engranaje del binomio comercialización— producción que, en el Ecuador, tiene el arroz; un campo de gran importancia en el ámbito social y económico en las provincias de Guayas y Los Ríos, las cuales son las principales fuentes de las cosechas del producto (Viteri y Zambrano, 2016). Con la investigación se busca describir los factores que inciden en aquella comercialización tomando como referencia el cantón Santa Lucía (provincia del Guayas).

El cantón posee terrenos fértiles cuyos cultivos permiten una gran variedad de productos; ahí se encuentra una zona de gran producción de arroz. La comercialización

del arroz implica un tiempo de producción bajo el dominio del clima y de la tecnología; lo que a su vez deriva en una excelencia de cultivo o cosecha.

Sin embargo, se estudia la realidad del precio agrícola que ha evolucionado entre estados climáticos y económicos perjudiciales —lo que se constata a través de la gran pérdida del valor adquisitivo del ciudadano. Si bien, las inflaciones asumidas los primeros años de dolarización (95,5%, 40,26%, 12,5%), que se estabilizan en 2016 (1,12%), explican parte del problema, se investiga otros factores «estructurales» subyacentes que se detectan.

Es importante reconocer aquellos factores que afectan la comercialización del arroz, porque provocan bajo crecimiento del sector arrocero en el cantón Santa Lucía. Señalarlos debe permitir a los pequeños agricultores —forzados a reducir el costo de producción para mejorar su nivel de vida—, obtener mayores ganancias de sus cultivos y mejorar sus precios, siempre que se afine una propuesta.

La cadena de valor donde participan tanto los productores —materia prima— como el acopiador rural y las piladoras —procesamiento agroindustrial—, los comerciantes mayoristas, los minoristas —encargados de la distribución hacia el consumidor final—, configura el canal de la distribución que modifica el precio y amplía las diferencias a través de la distribución del pago que hace el consumidor.

Los factores de la comercialización fijan desde su comienzo, la calidad de semilla, granos y productos almacenados (humedad y temperatura).

A pesar de que muchos países poseen tecnología para secar semillas y granos, los mismos no presentan condiciones climáticas favorables para almacenar estos productos por largos períodos de tiempo... [4 partes intervienen:]... el

proceso de cosecha y recibimiento, secado, almacenamiento del arroz y refrigeración artificial. (Lazzari, 2012, p.8)

Como condicionamiento, afecta el momento de almacenar el arroz en las bodegas, para evitar mermas temporales, y requiere notificar la identificación visual.

«En las áreas de riego especialmente, esta circunstancia de siembra - cosecha – preparación de suelo cíclica y permanente ocurre por circunstancias socioeconómicas imperantes y que ningún Gobierno ha podido resolver (...) Estos aspectos relacionados son: crédito y comercialización» (Cortez, 2017, p.18)

Falta de recursos que van formando un círculo vicioso que no permite la factibilidad de tener una libertad económica en los pequeños agricultores, preocupaciones o desesperación de familiares por las necesidades económicas que necesitan día a día; incluso, en algunos casos, los productores venden sus cosechas en su primera comercialización con el fin de tener un poco de recursos y poder pagar las deudas de largo plazo.

Ruperti (2017) indica: (...) *la fuerte competencia que los países productores de arroz Sudamérica, especialmente Perú, nos ha hecho sentir durante los últimos años, especialmente el año 2016, cuando sufrimos la introducción del arroz peruano no autorizado por nuestros gobernantes, pero que lamentablemente, ante la gran diferencia de los precios que había entre uno y otro lado de la frontera y la complicidad de las autoridades llamadas a no permitir el ingreso de este arroz, saturaron el mercado de arroz en nuestro país, provocando que los precios locales se desplomen.* (p.10)

El precio depende de dos palabras claves: «la eficiencia y productividad», que no se puede perder de vista; y la calidad es el resultado del procedimiento del cultivo del arroz. El principal problema se obtiene por una baja producción por hectáreas que consiguen los agricultores pequeños al enfrentar la presencia de un arroz extranjero con mejor calidad y menor precio por kg. «Si las barbas de tu vecino ves cortar, pon las tuyas a remojar» es el refrán que señala la preocupación que debe motivar el actuar rápido de la sobreproducción arroceras en los países vecinos, porque tarde o temprano son ingresados por las fronteras del con bajos costos y mejor calidad.

En la Tabla 1 se indica un cuadro explicativo de los productores extranjeros en comparación a Ecuador, demostrando los rendimientos y consumo del arroz:

Tabla 1

Productores con Afanes Distintos

País	Área Arroceras Has.	Rendimiento/Ha	Consumo
Ecuador	380000	4.8	48 kg/pp
Colombia	570000	5.7	39 y 44 kg/pp
Perú	400000	12	54 kg/pp

Fuente: CORPCOM Revista #25

López y Reyes (2017) mencionan que:

- Perú tiene mejores rendimientos que alcanzan 10 y 12 toneladas métricas, elaboradas por productores organizados en la asociación peruana APEAR que consta con la ayuda del gobierno y permite estar en competencia con sus países vecinos y productores.

- Colombia junto a su programa de Adopción Masiva de Tecnología AMTEC se encarga de reducir los costos de producción y aumentar los niveles de productividad.
- En Ecuador, las políticas públicas fijan el precio de sustentación para salvar las ganancias de los productores, precio muy por encima del mercado internacional.

“Los controles fronterizos serían una solución para obligar a los ecuatorianos a consumir los granos cortos que aún se siembran en muchas zonas (...)” (Chon, 2017, p.5). Al realizar este control se logra que la comercialización ecuatoriana sea efectiva, los productores y piladoras serían los beneficiados directamente por la razón que sus aportes económicos crecerán rápidamente permitiéndole tener una buena visión hacia el futuro, ya no sería necesario invertir en pulidoras y otros costosos equipos que hará que el arroz en cascara se encuentre fuera de alta calidad.

“La raíz del problema está identificada y la solución también. Las piladoras podemos y debemos ser parte de la solución (...)” (Chon, 2017, p.5).

Como se puede notar, una «cadena de valor» que detalle los tiempos, los recursos, la calidad y la interacción con el medioambiente, en cada etapa del proceso de comercialización—producción, representa un estudio que puede ser útil, además del cantón Santa Lucía, para 90 000 productores que laboran 399 600 ha, proponiendo estrategias que orienten el uso adecuado de insumos químicos y de tecnologías con menores impactos ambientales y económicos, a través de nuevas propuestas de producción que impulsen la asociatividad y reactiven la matriz productiva al valorar correctamente lo que está involucrado.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Describir los factores que inciden en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Definir la situación actual del sector arrocero en el cantón Santa Lucía.
- Clasificar el proceso de comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía.
- Conocer la cadena de valor del arroz.
- Interpretar los elementos relevantes en la determinación del precio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Generalidades

La agricultura representa uno de los pilares del PIB en Ecuador; en el país 2'157.182 ecuatorianos se dedican a esta actividad (81.06% hombres y 18.94% mujeres), de ellos el 57.70% en la región Costa, 35,69% en la Sierra y 6,7% en la Oriental. De todas las siembras, el arroz es el producto que requiere mayor superficie para su sembrado; absorbe un 15.34% del total de la siembra —Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2014), y representa uno de los principales componentes de la canasta básica de los ecuatorianos, porque su cultura de consumo la ha asimilado (*arroz, aunque no haya Dios*, se dice en las calles).

En la revisión bibliográfica perpetrada durante el estudio, se verificó que el arroz tiene un antecedente investigativo importante que proporciona mucha información, es decir, como cereal de mayor consumo diario a nivel mundial y comercializado especialmente para las localidades, porque se exporta poco, atrae a los investigadores de todas partes, deseosos de conocer las clientelas finales, o de comprender las costumbres o satisfacción de los consumidores.

En la región costa del país, se encuentran los principales productores y comercializadores que proveen las demás ciudades; así, en la provincia del Guayas, la producción se concentra en los cantones Samborondón, Santa Lucía, Yaguachi, Salitre, Palestina, Balzar y Daule, demostrando ser una región altamente especializada en la producción de arroz. Sin embargo, muchas investigaciones y programas consideran que el agricultor dedicado a esta actividad necesita mejorar el rendimiento de su negocio; tanto es así que se ha estructurado un «Plan Semilla» dirigido para dos tipos de sectores,

el maicero y el arrocero — Ministerio de Agricultura y Ganadería (2017); un «Plan» en vigencia que, en primera instancia estaba previsto para funcionar desde 2013 a 2016, pretende efectuar un trabajo coordinado ente el sector público y privado para apoyar la cadena de producción agrícola, impulsando la productividad y el ingreso por venta de sus productos. Como resultado, lo señala el Banco Central del Ecuador (2014), el rendimiento de arroz en cáscara se ubicó en promedio nacional de 4.67 t/Ha, en el primer cuatrimestre del 2014, con el siguiente reparto: la provincia del Guayas registró una producción de 4.86 t/Ha, mientras que Los Ríos de 4.49 t/Ha, y Manabí de 4.32 t/Ha.

El presente trabajo se enfoca en el cantón de la provincia del Guayas, Santa Lucía, el cual consta con terrenos muy fértiles que permiten tener una gran variedad de productos, anteriormente se mencionó que esta es una zona de alta producción arrocera, con buena parte de grandes piladoras de arroz.



Figura 2. Mapa del Cantón Santa Lucía
Fuente: Google Maps (2018)

En el sitio web del GAD Municipal del Cantón Santa Lucía (2018) se encuentra el documento «Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santa Lucía 2014-2015», actualizado al 2015, donde se muestra que el cantón limita al norte con los cantones de Colimes y Palestina, al Sur con Daule, Isidro Ayora y Lomas de

Sargentillo, al Este con el Cantón Salitre y al Oeste con Pedro Carbo; también señala que cuenta con una superficie cantonal de 364.97 km² que corresponde al 1.93% de la provincia guayasense. El documento dice que «El cantón Santa Lucía, en los años 2009 contaba con una superficie total de 36.240,11 hectáreas cubierto en su mayoría por cultivos de arroz que ocuparon aproximadamente la mitad del territorio del cantón con 19.684,11 hectáreas» (p. 37), lo que equivale al 54.32% de territorio utilizado en el cultivo de este producto.

De la revisión sobre los trabajos de investigación previos publicados en medios académicos (revistas especializadas) o en repertorios universitarios, se encuentra que la comercialización del arroz es un tema muy debatido, enfocado en los problemas, causas o factores; la mayoría concluye que existen tantas ineficiencias que no permite establecer una clara comercialización del arroz hacia los clientes.

Se plantea que algunos agricultores dedicados a la producción de arroz se siguen empobreciendo cada vez más con el pasar del tiempo, debido a que se ven forzados a vender al comerciante, estableciendo, entre conversaciones, el precio; de ahí intentan marginarse una utilidad entre montos que entregan a los bancos o prestamistas — cuando obtienen recursos, siendo los comerciantes intermediarios los únicos que verdaderamente retienen la mayor ventaja porque conservan un «imperio» del mercado de la oferta y demanda, dejando así a la población en la incertidumbre.

Los sistemas de comercialización evolucionan a través de tres etapas interrelacionadas de desarrollo: las economías agrícolas tradicionales, economías agrícolas de transición y economías agrícolas dirigidas al mercado. En cada etapa hay fuerzas exógenas al sistema que influyen en su evolución. Entre los factores políticos y económicos se encuentran las políticas gubernamentales, el

grado general de tecnología y los niveles y distribución del ingreso. Entre los factores sociales y culturales están la urbanización, la educación y el crecimiento y las características de la población, entre otros factores que influyen más directamente sobre los sistemas de comercialización, se incluyen los tipos y cantidades de artículos disponibles en el mercado y la demanda y las preferencias de los consumidores. (Kriesberg & Steele, 1974, p.03)

Sin embargo, en realidad se encuentra un «tejido de negocios altamente simplificado en los procesos, cortos en la extensión de la cadena de valor y con un atraso tecnológico que no le permite generar competencias de mercado» (Castillo, 2009). Algo específico del arroz, donde la cantidad de eslabones en el «...clúster nos muestra de una forma simple el problema, podemos entender la conflictividad sistémica con la acumulación de valor de los negocios y en consecuencia de la Mancomunidad» (Castillo, 2009). La relación finca–piladora tiene un doble sentido, en el que se evidencia un doble rol de la piladora, mientras que el productor es siempre el mismo en la cadena. Este doble sentido tiene que ver con la compra del producto y su financiación que la piladora otorga al productor, originando una relación muy fuerte en la línea de dependencia para la venta aún antes de sembrar; afectando los precios hacia la baja. Luego existe «...la relación de la piladora con los mercados de víveres, esta es una relación en una dirección: la piladora vende en los mercados de víveres, de otra manera la relación no existe. Después se encuentran las tiendas, y por último el consumidor final que consume arroz» (Castillo, 2009).

En la comercialización del arroz juega un gran papel el monopolio que se resalta en la situación del mercado cuando se oferta el producto «al por mayor» y algunas veces se reduce la venta a un solo comprador. Esta es una actividad lucrativa para las

empresas que cuentan con bodega de almacenamiento, ya que, con el tiempo de espera, logran obtener utilidades y generar escasez del producto según las temporadas de siembra.

Según Hidalgo, Lacroix y Román (2013) es importante la «reflexión sobre la situación de la soberanía alimentaria en Ecuador, desde una mirada sobre la estructura productiva del país, las condiciones de comercialización para las familias campesinas, el acceso a alimentos de calidad para los consumidores» (p.08).

En las investigaciones encontradas siempre resuena la comercialización como el mayor problema que tiene el sector, algo que obliga a los agricultores a emplear insumos de baja calidad para disminuir el costo y, con ello, obtener un margen mayor en la venta, lo que podría incidir en un arroz de mala calidad o con impurezas, castigado por el comprador durante el intercambio. La mala distribución de los recursos aparece como la causante de la presión y del desvalor en el mercado —beneficio repartido entre el interés del usurero y los descuentos aplicados. No contar con un capital de trabajo para la cosecha afecta el poder de negociación con los intermediarios y la integración de tecnologías que optimicen los resultados.

Sin embargo, la contradictoria posición de comprador «al por menor» de insumos y de vendedor de arroz «al por mayor», parece impulsar un nuevo enfoque entre lo que ya se ha estudiado. Ello conduce el análisis hacia los *factores determinantes en la comercialización*, estimando los márgenes de cada segmento de la cadena de valor, no como márgenes de ganancia o utilidad estimados de acuerdo con la metodología contable, sino de márgenes según el criterio del análisis económico (markups -Índice de Lerner), donde se determinan los beneficios económicos de corto plazo de los actores; o sea, un entendimiento relacionando la realidad con el

pensamiento que se materializa en la creación de riqueza como «resultado esperado», asumiendo que el Ecuador es exportador, utilizador y «transformador» de «commodities» y que una de las mayores dificultades para las empresas es la de «conquistar» recursos (capitales) para su funcionamiento, en un escenario complejo de precios.

A fin de integrar el análisis a esta caracterización, a continuación, se detalla la base conceptual que hace referencia el eje temático.

2.2 Comercialización

La comercialización se remonta a tiempos ancestrales en los que se obtenían alimentos mediante la caza y el cultivo, dando origen al trueque, el cual consistía en intercambio de productos sin utilización de dinero (Artieda, Mera, Muñoz & Ortiz, 2017).

Parra (1989) «entiende por comercialización el conjunto de actividades de compraventa de productos, desarrolladas desde el punto de producción hasta su llegada a manos del consumidor» (p.14). Es decir, que la comercialización es un proceso donde se realizan varias actividades e intervienen diferentes actores; un encadenamiento que permite a un producto llegar al consumidor final.

Por esta razón es que Montero (1988) menciona que «la comercialización forma parte de un conjunto de acciones con una secuencia temporal, es decir de un proceso» (p.283). Y Dixie (2006) en el sitio web de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en el documento Guía de extensión en comercialización- *Comercialización de Productos Hortícolas*, sostiene que la

comercialización: «implica determinar cuáles son los productos o servicios que necesitan los clientes y suministrárselos obteniendo utilidad» (p.2).

Además, Dixie (2006) sugiere otro concepto acerca de la comercialización: «los servicios que requiere el traslado de un producto desde la zona de producción hasta el lugar de su consumo» (p.3).

Díaz (2014) refiere que es un: «acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner, en el lugar indicado y en el momento preciso, una mercancía o servicio para que los clientes que conforman el mercado lo conozcan y consuman» (p.22).

Otra definición la da Meleán & Velasco (2017):

La comercialización de productos (intermedios o terminados) derivados del proceso de producción en cualquier organización representa un proceso fundamental para dar salida a los bienes obtenidos, bien sea para su disposición en mercados finales o para su incorporación en otras cadenas productivas. (p.49).

La dolarización, como importante factor que incide en la comercialización ecuatoriana de productos agrícolas, surge del hecho en que muchos países emergentes se vieron afectados por las crisis cambiarias, con efectos económicos devastadores, emanadas de largos periodos de intervención de las multilaterales en referencia a políticas de tipo de cambio que se obligaban aplicar para enfrentar las crisis (Onur & Togay, 2014). La dolarización hace referencia a cualquier proceso donde el dinero extranjero reemplaza al dinero doméstico en cualquiera de sus tres funciones (BCE, Informe Económico, 2007).

Otro factor influyente en la comercialización es el manejo de la cadena de valor — «conjunto de actividades que son requeridas para llevar un producto o servicio desde su concepción, a través de las diferentes fases de la producción» (Hellin & Meijer, 2006, p. 3). Encadenamiento que incrementa el valor al mover un determinado producto de un actor a otro actor, dentro de un proceso en el cual en cada uno se va absorbiendo procesos técnicos, costos y agregando valor al producto final; en el sector agrícola hace referencia al engranaje de la interacción entre actores donde cada uno cumple con su función. Mientras más complejo es el sistema de producción de un país tendrá más actores que interactúen.

García & Martínez (2009) considera que «la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución» (p.11). El proceso productivo depende de varios procedimientos con el fin de dar un producto satisfactorio para el cliente, existe diferentes medios de hacer llegar el producto hacia el consumidor, por lo tanto, se estudia el sistema de distribución que interviene las participaciones de varios actores.

Rizo, Villa, Vuelta & Vargas (2017), citando a Hernández (2007) afirman que la comercialización:

Es la estrategia que hace uso de la psicología humana, representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La decisión de la comercialización involucra cuatro componentes: cuándo (momento), dónde (ubicación geográfica), a quién (mercados meta) y cómo (estrategia de comercialización). (p.92).

Tratar especialmente en enfocarse en los gustos y preferencias de las personas y una vez se proyecta una idea del producto necesario para el cliente permitiendo a la vez la creación del producto. Díaz (2014) cita a Kotler (1995) anunciar que:

El proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo, a la estrategia geográfica, y en el tercero, a la definición del público objetivo. Finalmente, hace referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado. (p.21)

En un artículo de Hernández (2013) informa que la comercialización es una parte importante de la innovación indicando la reafirmación del camino que propone a las empresas debido que este dependerá de diferentes esfuerzos y sacrificios que se determina en la combinación perfecta que necesitará la empresa, partes fundamentales de esa combinación se tendrá en cuenta las estrategias de saber comercializar el producto y sus medios.

2.3 Marco conceptual

A continuación, se desarrollan las teorías sobre las cuales se sustenta el presente trabajo de investigación.

2.3.1 Cadena de valor

La cadena de valor está conformada por actividades relacionadas con valores y de margen, las actividades son aquellas que permiten crear un producto útil para los compradores, se entiende por margen a la diferencia entre el valor total y el costo de ejecutarlas (Porter, 2015).

d. **Comercialización y ventas:** integra las actividades involucradas en la inducción y fácil adquisición de los productos (publicidad, fuerza de ventas, cuotas, selección de canales, relaciones canal, precios).

e. **Servicio:** constituida por aquellas actividades que tratan de mantener y aumentar el valor del producto después de la venta (instalación, reparación, entrenamiento, suministro de repuestos y ajuste del producto). (p.382)

También Quintero & Carreño (2006), definen las actividades de apoyo o soporte:

a. **Compras:** conformada por aquellas actividades involucradas en las adquisiciones de materiales primarias, suministros y artículos consumibles, así como activos.

b. **Desarrollo de la tecnología:** compuesta por aquellas actividades involucradas en el conocimiento y capacitación adquiridas, procedimientos y entradas tecnológicas precisas para cada actividad de la cadena de valor.

c. **Dirección de recursos humanos:** integrada por aquellas actividades involucradas en la selección, promoción y colocación del personal de la institución.

d. **Infraestructura institucional:** conformada por aquellas actividades involucradas en la dirección general, planificación, sistemas de información, finanzas, contabilidad, legal, asuntos gubernamentales y dirección de calidad. (p.382-383)

Quintero & Sánchez (2006) dicen que:

La cadena de valor de una organización identifica pues, las principales actividades que crean un valor para los clientes y las actividades de apoyo relacionadas. La

cadena permite también identificar los distintos costos en que incurre una organización a través de las diferentes actividades que conforman su proceso productivo, por lo que constituye un elemento indispensable para determinar la estructura de costos de una compañía. (p.378)

Claramente se demuestra el engranaje y sus etapas en la cadena de valor, desde el momento que se cosecha el producto hasta la entrega del producto terminado, una participación de apoyo entre diferentes actores donde cada uno de ellos asume, y traslada, costos hacia el consumidor.

El proceso se inicia con la materia prima y llega hasta la distribución del producto final, estudiando cuáles son las actividades que generan valor. Al añadir valor al producto o servicio inicial ("input"), provoca que la empresa pueda vender el producto o servicio resultante ("output") a un precio superior. (Emprende & Andaluz, 2014, p.3).

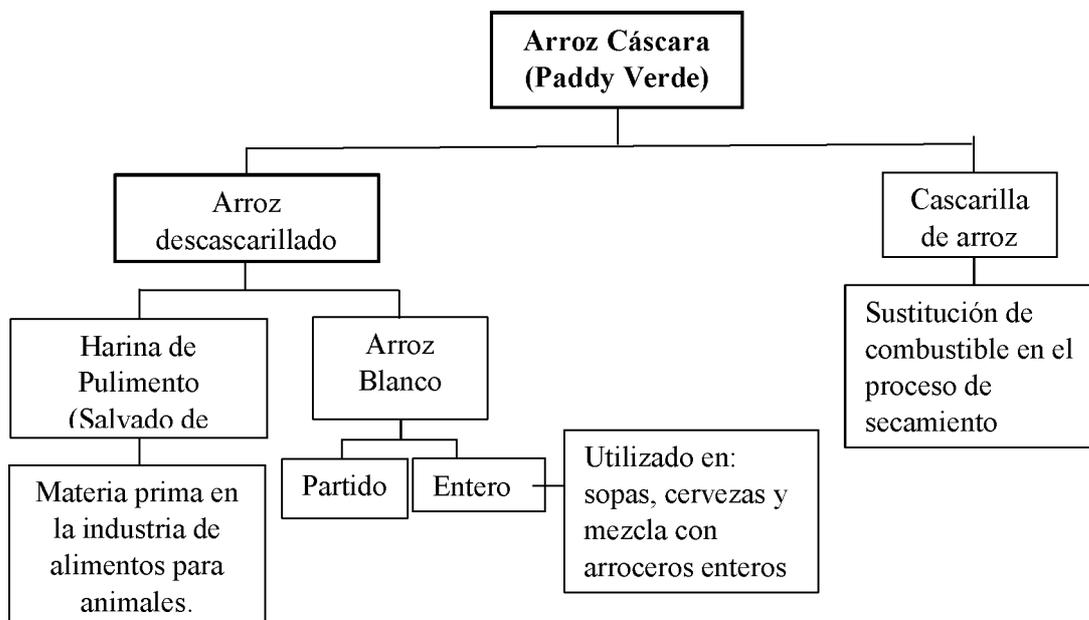


Figura 4. Cadena productiva, CFN
Fuente: Corporación Financiera Nacional (2018)

Para la CFN (Corporación Financiera Nacional, 2018) la Cadena de Productiva del arroz involucra el estudio del procedimiento paso a paso que sigue el producto, como lo señala el esquema; en realidad se puede estudiarla desde el costo que se traslada a un precio superior, con el propósito de dar ganancia al actor que intercambia; ello facilita el seguimiento tanto del producto como del servicio.

Vergíu (2013) indica, al citar que Porter lo afirma, que «la cadena de valor es un instrumento y modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial para generar valor al cliente final». (p.18). Consiste en la creación de valor dentro y fuera de la empresa, hasta la llegar al consumidor final. Cada empresa tiene una cadena de valor exclusiva, con una correcta identificación de las actividades que se desarrollan en una empresa se pueden determinar las ventajas competitivas (Sandrea & Boscán, 2004). Cada empresa tiene una cadena de valor que le permite detallar las actividades que representan la elaboración del valor agregado (producto).

2.3.2 Teoría de Ventaja competitiva

Porter & Pérez (1996) mencionan que «la prosperidad nacional, se crea, no se hereda (...) la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y perfeccionarse». (p.69). Factores que contribuyen al éxito competitivo están relacionados con las diferencias en valores, culturas, estructuras económicas, instituciones e historias nacionales.

Porter plantea los determinantes de la ventaja competitiva nacional al que denomina el diamante de la ventaja de nacional:

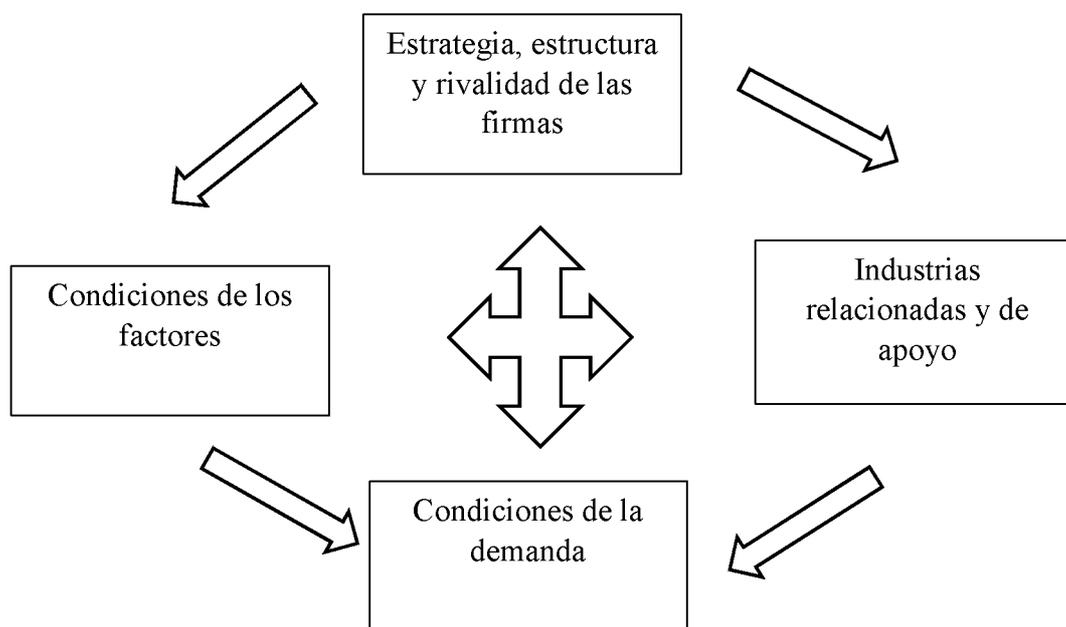


Figura 5. Diamante de la ventaja nacional

Fuente: Tomado de Porter, M. E., & Pérez, M. A. D. L. C. (1996). Ventaja competitiva. Compaqma Editorial Continental.

El detalle del gráfico indica:

Condiciones de los factores: Los que determinan el flujo del comercio, según la economía clásica son los factores de la producción: trabajo, tierras, recursos naturales, capital e infraestructura. Los bienes que hagan un mayor uso de los factores de producción que posee en relativa abundancia son aquellos que serán exportados por una nación.

Condiciones de la demanda: las circunstancias de la demanda local ayudan a construir la ventaja competitiva cuando un segmento es más visible en el mercado local que en los mercados extranjeros.

Industrias relacionadas y de apoyo: Se refiere a la presencia de industrias relacionadas y de apoyo que internacionalmente son competitivas, la competitividad local en industrias relacionadas brinda beneficios de flujo de información e intercambio de conocimientos.

Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas: Interviene el contexto en el que se desarrollan las empresas, el cual influye en su forma de organización, gestión y de la naturaleza de rivalidad. Un estímulo importante para crear la ventaja competitiva es la presencia de rivales fuertes.

El diamante de la ventaja nacional, como sistema, implica que el efecto de una de sus puntas depende de las demás que lo conforman.

De ello se desprenden:

2.3.2.1 Fuerzas Competitivas

Porter (2017) dice que:

«Es la estructura de la industria la que impulsa la competencia y la rentabilidad, no el hecho de si una industria produce un producto o servicio, si es emergente o madura, si es de alta o baja tecnología, si está regulada o no. A pesar de que son muchos los factores que pueden incidir en la rentabilidad de una industria a corto plazo —entre ellos el clima y el ciclo empresarial— la estructura de la industria, manifestada en las fuerzas competitivas, marca su rentabilidad a medio y a largo plazo» (p. 32).

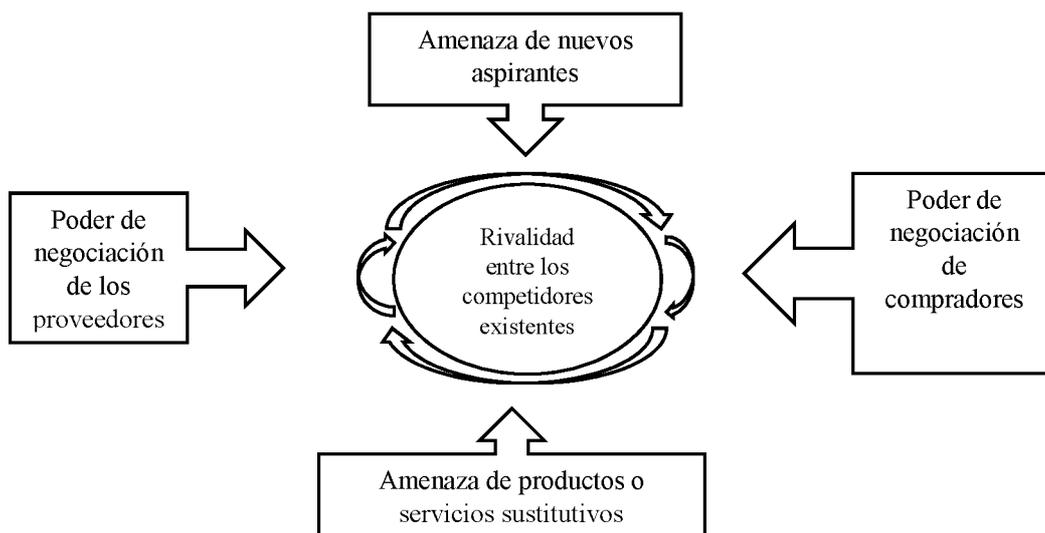


Figura 6. Las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector.

Fuente: Tomado de Porter, M. E. (2017). *Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada*.

La conformación de las fuerzas va a diferir según la industria. Porter (2017) da como ejemplo:

En el mercado de las líneas aéreas comerciales, la rivalidad entre los productores dominantes, Airbus y Boeing, así como el poder de negociación de las compañías aéreas que hacen sustanciosos encargos, es enorme. Pero la amenaza de entrada, la amenaza de productos sustitutivos, así como el poder de los proveedores, son aspectos más benignos. En la industria cinematográfica, la proliferación de productos sustitutivos de entretenimiento y el poder que ejercen los productores y las distribuidoras —el insumo o input crítico— son importantes. (p. 33)

Al momento de realizar un análisis sectorial, como primer paso propone, comprender el horizonte de tiempo adecuado, es decir, determinar un tiempo para observar el ciclo en concreto para la industria que se desea estudiar, por lo general basta con un horizonte de tres a cinco años.

El objetivo de realizar un análisis sectorial es para comprender los mecanismos internos que hacen que ese sector sea competitivo y las raíces de la rentabilidad más no para determinar si es tractivo o no.

Muchos elementos de las cinco fuerzas pueden cuantificarse: el porcentaje del coste total del comprador justificado por el producto de la industria (con el fin de comprender la sensibilidad en el precio del comprador); el porcentaje de ventas de la industria necesarias para llenar una planta o poner en marcha una red logística de escala eficiente (para ayudar a evaluar las barreras de entrada), el coste variable del comprador (determinando el incentivo que un elemento entrante o rival debe ofrecer a los clientes) (Porter, 2017, p.34).

La fortaleza de las fuerzas competitivas incide en los precios, los costes, y la inversión necesaria para competir, la brecha entre ingresos y gastos está dada por la estructura de la industria. Si hay mucha rivalidad implica que los precios bajen, se eleva el costo en marketing, servicio al cliente, lo cual reduce los márgenes.

Sin embargo, la realidad ecuatoriana obliga a reforzar criterios para entenderla; es así como «Para efectos de esta investigación no se puede definir una de ellas [*las fuerzas*] como la deseable... fue inevitable armonizar sus mecanismos con determinados conceptos no abordados por éste [*Porter*], como: la variable tiempo, evaluada desde la aceleración y velocidad; la acumulación del conocimiento y la transferencia de la propiedad, la gemación y conservación del poder, entre otros. Es así como la investigación en la costa ecuatoriana... utilizó varios criterios establecidos para el estudio: la cuantía de mano de obra que atrae la actividad, la distribución de los ingresos, la dependencia territorial y sobre todo lo que mayor afinidad tiene con el sistema económico de solidaridad que plantea la Constitución en su Régimen de

Desarrollo» (Chávez & Castillo, 2017). Asunto que se corrobora con el estudio realizado para el cantón Samborondón por León (2008) cuando dice, citando a Hayek (1926), que «... el tiempo es inerradicable... considerar el caso de una economía monetaria en la que los precios necesariamente se establecen y forman en momentos sucesivos del tiempo».

Finalmente, el hacer un análisis sectorial no se limita a describir puntos débiles y fuertes, sino que permite identificar aspectos que podrían estar influenciados por competidores, aspirantes o la propia compañía es el estudio de la industria en términos globales y sistémicos.

2.4 Conceptos clave

Para reforzar el marco de análisis, se procede a detallar algunos conceptos que se utilizan recurrentemente:

Según la Real Academia Española (2017):

Agricultor: Persona que se dedica a cultivar o labrar la tierra.

Cadena de valor: Instrumento y modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización para generar valor agregado al consumidor final (Vergíu, 2013).

Canal de distribución: Forma en la que una empresa decide llevar sus productos al consumidor final, permite el contacto entre el sistema de producción con el de consumo.

Comercialización: Acción y efecto de comercializar.

Contrabando: Introducción de mercancías sin pagar derechos de aduana. Comercio de mercancías prohibidas por las leyes.

Consumidor final: También llamado usuario final, persona que hace uso del bien o servicio que ha adquirido.

Distribuidores: Empresa dedicada a la distribución de productos comerciales.

Factores: Aquellos elementos que pueden condicionar una situación, contribuyen a que se tengan diferentes resultados dependiendo de la variación o cambios que tengan.

Insumos: Productos o bienes necesarios para la transformación de recursos en productos finales que satisfagan las necesidades de los consumidores. (Cuevas, & Espinosa, & Romero & Jolalpa, 2008)

Maquinaria agrícola: Conjunto de equipos y máquinas que son utilizadas por los agricultores en sus labores.

Mercado: Lugar donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

Piladora: Máquina para descascarillar cereales.

Precio: Cantidad monetaria que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.

Productor: Son aquellas personas que intervienen en la producción de bienes y servicios, en la organización del trabajo.

Volumen de producción: Llamado también nivel de actividad hace referencia al uso de capacidad de producción, generalmente se mide como porcentaje de uso de dicha capacidad, se usan también magnitudes como unidades producidas, recursos utilizados, etc.

2.5 Marco Legal

El presente trabajo de investigación toma en cuenta como fundamento legal, la Constitución de la República del Ecuador de 2017. Así mismo, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el cual rige las actividades productivas en todo el territorio nacional; la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que tiene como objetivo fomentar el comercio justo evitando prácticas desleales en el mercado; y la Ley Orgánica de Agrobiodiversidad, Semillas y Fomento de la Agricultura Sustentable, la cual fomenta la agricultura sustentable.

En la Constitución de la República de Ecuador (2008) en el Art. 335 se determina que:

El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal (p.157).

Además, en el Art. 336 de la Constitución de la República de Ecuador (2008) hace referencia a que el Estado como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, impulsará y velará por el comercio justo, disminuyendo las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. También “asegurará la transparencia y

eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades”. (p.157).

También en el Art. 304, de la Constitución de la República de Ecuador (2008) menciona los objetivos de la política comercial: “1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo (..), 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales (..) “(p.146).

En el Art. 1.- Ámbito, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010) menciona que se rigen por esta normativa todas las personas naturales y jurídicas y otras formas de asociación que se dediquen al desarrollo de una actividad productiva, en el territorio nacional. Además, ésta abarca en su conjunto todo el proceso productivo que va desde el aprovechamiento de los factores de producción, transformación, distribución y el intercambio comercial. De tal manera que permita impulsar a nivel nacional toda actividad productiva, en todos sus niveles y a los actores de la economía popular y solidaria, así también como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República.

En la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (2011), en la Sección 3, Art. 11 menciona las prohibiciones y sanciones a los actos o conductas realizadas por dos o más operadores económicos, relacionados con la producción e intercambio de bienes y servicios que pueda perjudicar negativamente la eficiencia económica y el bienestar general.

Hace referencia también a las siguientes prácticas prohibidas:

“1. Fijar de manera concertada o manipular precios, tasas de interés, tarifas, descuentos, u otras condiciones comerciales o de transacción, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto”. (p. 6).

“2. Repartir, restringir, limitar, paralizar, establecer obligaciones o controlar concertadamente la producción, distribución o comercialización de bienes o servicios” (p.6).

De acuerdo con la Ley Orgánica de Agrobiodiversidad, Semillas y Fomento de la Agricultura Sustentable (2017) en el Art. 9 menciona las garantías que se le reconocen al agricultor “a) Participar de manera justa y equitativa en la distribución de los beneficios que se deriven de la utilización de la agro biodiversidad; b) Conservar en su predio, utilizar, intercambiar y comercializar su material de siembra o propagación; (...)”. (p.5).

En el sitio web del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2018) en la sección Normativa, muestra el Acuerdo Ministerial #187- 19 de abril de 2013 se encuentra:

Artículo 2. La Unidad de Regularización de Precios y Comercialización, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca se encargará de monitorear constantemente el Régimen de Libertad Vigilada de Precios, controlando la aplicación del presente decreto, a través de la vigilancia de los precios actuales de venta al público, presentación, existencias, aspectos, técnicos de ventas, comerciales económicos y financieros de los fertilizantes agroquímicos, balanceados, semillas y demás insumos agropecuarios.

El estudio, al indagar sobre los mecanismos de la fijación de precios y de distribución de los medios de pago asociados a la producción, también se enmarca en

algunas normas consideradas en el Código Orgánico Monetario y Financiero (2014), porque ahí se regulan los sistemas monetario y financiero, los regímenes de valores y seguros; establece el marco de políticas, reglas, supervisión, control y rendición de cuentas de los entes de control.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se detalla el método de investigación, el tipo o alcance de la misma, las variables más representativas que serán objeto de estudio, se determinan también las fuentes de información tanto primaria como secundaria a ser utilizadas y se especifican los instrumentos de levantamiento de información a emplear.

3.1 Método de Investigación

El método de investigación es mixto: Cualitativo y Cuantitativo. Es cualitativo porque evalúa las percepciones de los agricultores respecto a la situación actual del tema del arroz. Como lo señala Villamil (2003) citando a Bonilla (1997):

“La investigación cualitativa intenta hacer una aproximación global de las situaciones sociales para explorarlas, describirlas y comprenderlas a partir de los conocimientos que tienen los diferentes actores involucradas en ellas, puesto que los individuos interactúan con los otros miembros de su contexto social compartiendo el significado y el conocimiento que tienen de sí mismos y de su realidad”.

Añade que “el método cualitativo busca conceptualizar sobre la realidad con base en los conocimientos, las actitudes y los valores que guían el comportamiento de las personas que comparten un contexto temporoespacial” (Villamil, 2003).

Además, la investigación es cuantitativa porque permite cuantificar los resultados alcanzados por los agricultores, a fin de dar un enfoque estadístico y determinarlos. Ramírez & Zwerg-Villegas (2012) dicen que la investigación cuantitativa

“busca la objetividad, bajo la perspectiva de que la realidad es una y que se la puede observar sin afectarla” (p.103). Añaden también que en la investigación cuantitativa los datos son numéricos y se expresan según las propiedades cuantificables y medibles de los datos.

Al unir estos dos enfoques de investigación se forma una investigación mixta o dualidad cuantitativo-cualitativa, con el fin de comparar información obtenida a través de encuestas y entrevistas, estructuradas con preguntas abiertas y cerrada debido a que cada persona tiene diferentes perspectivas de la realidad que lo rodea, permitiendo inferir en los posibles los factores que intervienen en la comercialización del arroz.

En este trabajo de investigación se plantea la investigación mixta, y no sólo el enfoque de investigación cuantitativa o cualitativa, de tal manera que ambos métodos de investigación permiten una obtención de resultados acorde a la realidad.

Sánchez, (2015) indica “la combinación de los datos se puede orientar a transformar los datos cualitativos en cuantitativos y viceversa. Transformación de los datos cualitativos en cuantitativos: a veces se intenta cuantificar las declaraciones de las entrevistas abiertas, narrativas o de la observación. (p.21).

Sampieri, Fernández & Baptista, (2010) indican que:

En un “sentido amplio” visualizan a la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de éstos o dándoles el mismo “peso”, donde cabe señalar que cuando se hable del método cuantitativo éste se abreviará como CUAN y cuando se trate del método cualitativo como CUAL). (p.546)

3.2 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptiva. Como lo menciona Lafuente & Marín (2008), la investigación descriptiva se lleva a cabo cuando se quiere “mostrar las características de un grupo, de un fenómeno o de un sector, a través de la medición de sus elementos” (p.6).

En este trabajo de investigación se describen las ineficiencias en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía, mediante el análisis de cada componente de la cadena de valor inmersa en el proceso.

Para poder señalar las ineficiencias en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía se busca conocer información acerca de la situación, lugar, percepciones de las personas que intervienen en el proceso de comercialización y demás elementos.

A su vez, se puede manifestar que este tipo de información puede ser clasificada en transversales y longitudinales:

- Estudios transversales: analizan el fenómeno en un lapso corto, es decir lo que ocurrió aquí y ahora mismo en ese tiempo determinado.
- Estudios longitudinales: Estudian uno o más factores en un periodo de tiempo más largo, o sea se pueden realizar comparaciones del pasado con el presente (Salinero, 2004).

3.3 Variables de Investigación

Las variables forman parte de la investigación porque permiten enfocarnos en el proceso investigativo con la intención de saber cuál de ellas puede estar afectando al resultado. Para lo cual se debe definir la variable dependiente e independiente.

Shuttleworth (2008) dice que “un investigador debe determinar qué variable debe ser manipulada para generar resultados cuantificables”.

La variable dependiente de la investigación está determinada por:

- Los actores,
- El financiamiento y
- La percepción que cada agente integra en el comportamiento durante el intercambio.

Las variables independientes consideran:

- El precio, ya que se pretende estudiar cómo este factor influye en la comercialización del arroz en el cantón Santa Lucía, en el cual se plantea que si la cadena de valor es muy larga habrá más afectaciones en el precio del arroz;
- Y, como efecto del precio, se deriva el riesgo que, a través de la distribución de los márgenes ocasionados por el reparto del precio, en su estadio subyacente pondera los defectos de la distribución.

3.4 Fuentes de recopilación de información

Las fuentes de recopilación de información que se utilizan son tanto primarias como secundarias.

3.4.1 Fuentes de Información Primaria

Son las encuestas que se realizarán a los agricultores. Y las entrevistas dirigidas al Presidente de la Asociación de Agricultores “Los Caídos”, Funcionario Público, Docente, Dueño de Piladora y Oficial de Crédito de BanEcuador.

3.4.2 Fuentes de Información Secundaria

Por medio de estos documentos se podrá conocer si existen teorías, hipótesis o técnicas referente a la situación investigada, también se obtendrá muchas aclaraciones de acuerdo con el tipo de investigación que facilitará la identificación de instrumentos, estrategias o procedimientos que se llevará a cabo.

Se obtiene información de libros, revistas científicas, papers, periódicos que permitan tener un conocimiento previo y relaciona a su vez la teoría con la realidad.

3.5 Población y Muestra

La población serán las personas del cantón Santa Lucía que, en su mayoría, se dedican a la agricultura y que lo hacen en el producto estudiado. Tomar una muestra será fundamental ya que ésta permite inferir datos y conclusiones en base a una pequeña parte de la población objeto de estudio. La muestra es de 346 agricultores.

3.6 Bosquejo del tema

Para indicar las principales variables del objetivo general, se procede a definir la situación actual del sector arrocero en el cantón Santa Lucía, es decir un estudio general que tendrá como fin conocer las percepciones de las personas que son parte del sector. A partir de los resultados de las encuestas y entrevistas se describen las variables tales como: actores, infraestructura, número de hectáreas y rendimientos por hectárea.

La infraestructura del cantón Santa Lucía, en el sitio web Guayas (2017) menciona que el cantón tiene terrenos muy fértiles los cuales permiten el cultivo de gran variedad de productos tropicales. Es una zona de gran producción arrocera donde existen instalaciones de grandes piladoras.

Lo relacionado al número de hectáreas se debe indagar una cantidad aproximada del territorio usado en este cultivo, y en el rendimiento de las hectáreas, describir el aprovechamiento de la producción en las estaciones climáticas: invierno y verano.

Los medios por utilizarse son observación directa, encuestas y entrevistas las que tendrán como fuente la Asociación de agricultores, Municipio del Cantón Santa Lucía, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Unidad Nacional de Almacenamiento, CORPCOM, dueños de piladoras, y agricultores.

Otro objetivo específico se encarga de resaltar la clasificación del proceso durante la comercialización del arroz en el cantón Santa Lucía, donde se pretende reflejar la cadena de valor actual del cantón, en la cual se puede distinguir quienes intervienen en este proceso. Dicha cadena de valor se irá formando acorde a los datos obtenidos a través de encuestas, entrevistas, informes, fichas técnicas.

Para el siguiente objetivo específico se busca conocer la cadena de valor del arroz de forma macro, es decir, la que se maneja a nivel nacional e internacional y detallar las partes intervinientes como competidores, precios, mercados. Aquello facilita entender los engranajes inmersos en los encadenamientos que configuran tanto el precio como la distribución subyacente del riesgo.

Finalmente, con la información obtenida se exponen los resultados, los que permiten llegar a las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV: RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

El presente capítulo desarrolla los objetivos específicos y los relaciona con la situación actual del sector arrocero en el cantón Santa Lucía, a fin de describir el proceso de comercialización del cantón, para detallar la cadena de valor del arroz en su engranaje nacional y, con ello, conocer cómo se determina el precio de este producto y la relación del riesgo que lo configura. La información para el desarrollo de lo antes mencionado será a través de encuestas, entrevistas, información del Ministerio de Agricultura y Ganadería e informes técnicos.

4.1 Caracterización del cantón Santa Lucía

Para comprender las particularidades del estudio, es necesario una mirada en detalle de lo que constituye el cantón Santa Lucía.

Tanto la ubicación geográfica, que ubica el territorio, como los componentes de la actividad (actores, instituciones, producto, etc.), permite familiarizarse con los detalles que, más tarde, desarrolla la investigación; y que, además, facilitan entender lo vinculante al estudio (factores determinantes de la comercialización).

4.1.1 Ubicación del cantón Santa Lucía

El cantón Santa Lucía está ubicado al noroeste de la provincia del Guayas además pertenece a la denominada Ruta del Arroz (figura 7) conformada también por los cantones Lomas de Sargentillo, Isidro Ayora, Pedro Carbo, Samborondón, Salitre, Balzar, Colimes, Palestina y Daule.

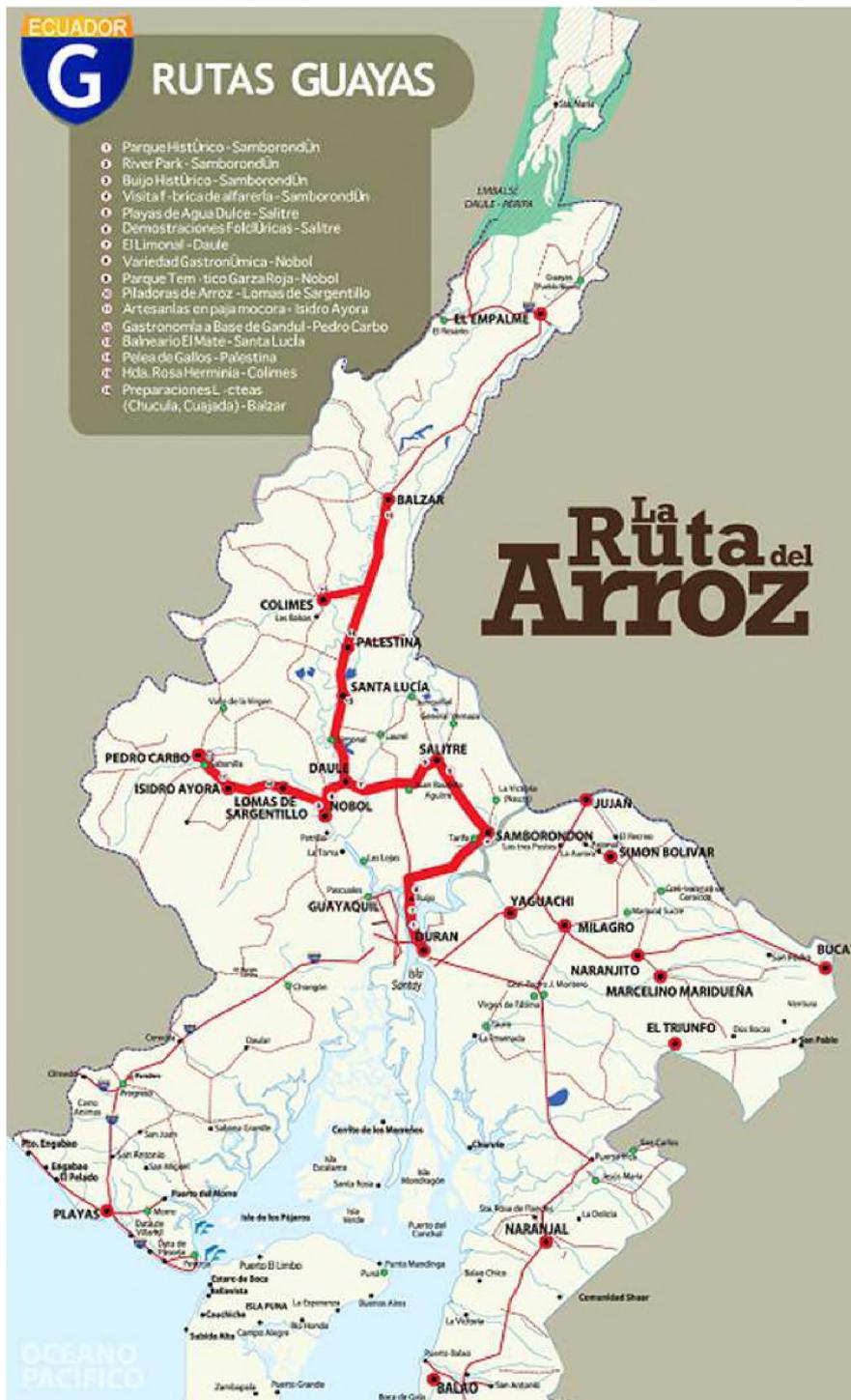


Figura 7. Mapa de la Ruta del Arroz

Fuente: Prefectura del Guayas (2018).

Recuperado de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-arroz>

4.1.2 Actividad Económica en el cantón Santa Lucía

Una de las principales actividades económicas que se desarrolla en el cantón, es la de producción de arroz, la mayor parte la Población Económicamente Activa (PEA) está especializada en la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un 59,54%, lo cual equivale a 7 535 personas que realizan esta actividad según la Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES, 2018).

4.1.3 Organizaciones Productivas

Como se muestra en la Tabla 2 Santa Lucía cuenta con 13 organizaciones productivas las cuales fueron constituidas y que tienen como objetivo realizar prácticas productivas para beneficio del cantón, tenemos:

Tabla 2

Organizaciones Productivas Cantón Santa Lucía

Razón Social	Estado
Centro Agrícola de Santa Lucía	Activo
Asociación de Ganaderos "Cabuyal"	Activo
Asociación de Ganaderos "Buena Vista"	Activo
Asociación de Ganaderos "Primero de Agosto"	Activo
Asociación de Ganaderos "Cristo de Consuelo"	Activo
Asociación de Ganaderos "Valle del Daule"	Activo
Asociación de Ganaderos "26 de junio"	Activo
Asociación de Ganaderos "21 de noviembre"	Activo
Asociación de Ganaderos "20 de Julio"	Activo
Asociación de Ganaderos "21 de octubre"	Activo
Asociación de Ganaderos "Cristo de Consuelo"	Activo
Asociación de Productores Agrícolas Autónomos Los Caídos	Activo
Asociación Agropecuaria "Sartanejal Oeste"	Activo

Fuente: Adaptado de GAD Municipal del Cantón Santa Lucía (2018). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santa Lucía 2014-2015, Actualización 2015. Recuperado

de

https://drive.google.com/file/d/0B_4xFdKgZ-tkMjhZd0R2QWJTYmtPbTVldkInWXB0Y0k1WXJB/view

4.1.4 Superficie del cantón Santa Lucía

El cantón Santa Lucía cuenta con una superficie de 36 240,11 hectáreas, las que en su mayoría están cubiertas por el cultivo de arroz, de las cuales 22 608 hectáreas están cultivadas en 4 392 UPAs.

Las principales actividades que se desarrollan en el territorio se analizan mediante Unidades de Producción Agropecuaria (UPA), la cual el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santa Lucía 2014-2015, actualización 2015, la define como:

Una extensión de tierra de 500 m² o más, dedicado total o parcialmente a la producción agropecuaria, considerada como una unidad económica, que desarrolla su actividad bajo una dirección o gerencia única, independientemente de su forma de tenencia y su ubicación geográfica; utilizando indistintamente los medios de producción en la superficie que la conforma (GAD Municipal del Cantón Santa Lucía, 2018).

La actividad agrícola en el cantón Santa Lucía es la principal fuente de ingreso para la población, a continuación, se detalla el número de UPAs y superficie de cultivos en el cantón.

Tabla 3

Número de UPAs y superficie de cultivos, cantón Santa Lucía

Cultivo	UPAs	Superficie Sembrada
Arroz	4181	16354
Fréjol tierno	14	*
Maíz duro seco	114	63
Sandía	18	*
Banano	23	*
Cacao	19	*
Mango	43	445
Plátano	79	43
Total	4491	*

Fuente: Tomado de GAD Municipal del Cantón Santa Lucía (2018). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santa Lucía 2014-2015, Actualización 2015.

Recuperado de https://drive.google.com/file/d/0B_4xFdKgz-tkMjhZd0R2QWJTYmtPbTVldkJnWXBoY0k1WXJB/view.

Como se evidencia en la Tabla 3 el cultivo de arroz es el que representa la mayor parte de superficie con 16354 hectáreas y con 4181 de UPAs; fréjol tierno con 14 UPAs, maíz duro seco con 114 UPAs y 63 hectáreas de superficie sembrada; sandía con 18 UPAs; banano con 23 UPAs, Cacao con 19 UPAs, Mango con 43 UPAs y 443 hectáreas de superficie sembrada y finalmente el plátano con 79 UPAs y 43 hectáreas de superficie sembrada. Cabe recalcar que la actividad arrocera es vital dentro de la economía local del cantón.

4.1.5 Sistemas de Producción del cantón Santa Lucía

En relación con los sistemas de producción, Santa Lucía cuenta con una superficie aproximada de 36 240,11 hectáreas, pero sólo 21 524,50 hectáreas están consideradas dentro del sistema productivo.

Tabla 4

Sistemas de producción cantón Santa Lucía

Sistema	Superficie Ha	%
Mercantil	11387,18	52,90%
Combinado	8335,09	38,72%
Empresarial	1073,75	4,99%
Marginal	728,48	3,38%
Total	21524,5	100,00%

Fuente: Resumen Ejecutivo. Proyecto: generación de geoinformación para la gestión del territorio y valoración de tierras rurales de la cuenca del río guayas escala 1: 25 000. Cantón Santa Lucía. Recuperado de <http://sni.gob.ec/web/inicio/descargapdvot>

El sistema de producción empresarial utiliza capital en la compra de tecnología, maquinarias y equipos que servirán en las labores de siembra y cosecha, tiene la capacidad de emplear mano de obra asalariada, generalmente el destino de la producción está enfocado en mercados internacionales y se encuentra ligado con productos de agroexportación y agroindustria.

El sistema de producción combinado, a diferencia del empresarial, utiliza tecnología semi-tecnificada, se hace uso de formas tradicionales de cultivo, la producción está destinada al mercado local.

En el sistema de producción mercantil, están las pequeñas y medianas propiedades, el uso de tecnología depende de la disponibilidad de los factores de producción, la producción está destinada al autoconsumo y subsistencia.

Finalmente se tiene el sistema de producción Marginal, en el cual el intercambio es casi nulo, la producción es para la subsistencia, y la tecnología usada es la tradicional, no hay existencia de ahorros ni ganancias. Generalmente el ingreso está dado por otras

fuentes, el ingreso extra de la UPA viene del trabajo asalariado dentro y fuera del campo, pequeño comercio o servicios (SENPLADES, 2018).

El sistema predominante en el cantón Santa Lucía, y como se evidencia en la Tabla 4, es el Mercantil con un 52.90%, ya que la personas que se dedican a esta actividad no cuentan con los recursos suficientes invertir en tecnología sofisticada y su único sustento está en el autoconsumo.



Figura 8. Sistemas de Producción Cantón Santa Lucía

Fuente: Resumen Ejecutivo. Proyecto: generación de geoinformación para la gestión del territorio y valoración de tierras rurales de la cuenca del río guayas escala 1: 25 000. Cantón Santa Lucía. Recuperado de <http://sni.gob.ec/web/inicio/descargapdvot>

4.1.6 Rendimientos (t/ha) del cantón Santa Lucía

Respecto al rendimiento del cultivo de arroz en cáscara (20% de humedad y 5% de impureza), en el cantón Santa Lucía en los Informes de Rendimiento de arroz en cáscara, los cuales son elaborados cuatrimestralmente:

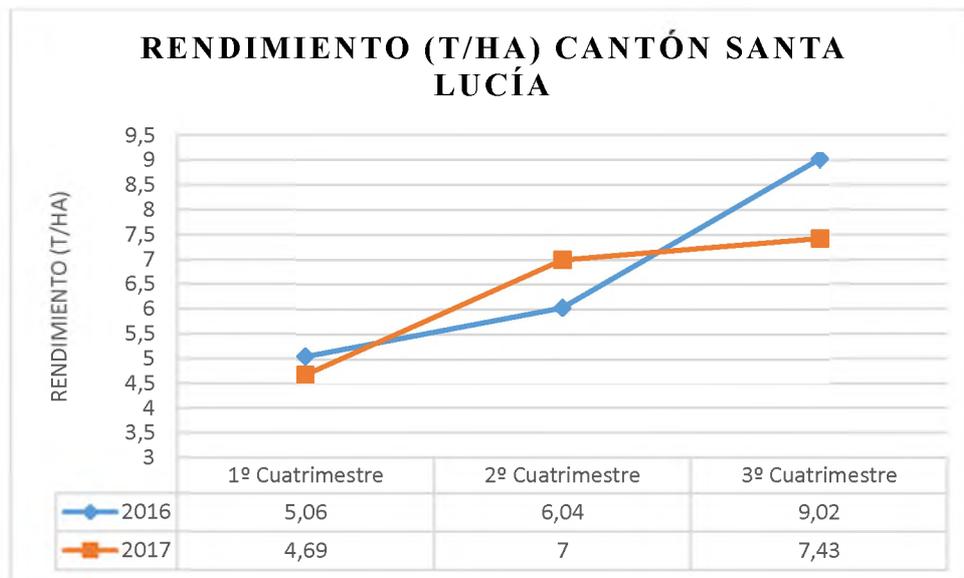


Figura 9 Rendimiento (t/ha) cantón Santa Lucía
 Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería. Rendimientos de Arroz en Cáscara (2017).

Castro (2017) en el informe de Rendimientos de arroz en cáscara primer cuatrimestre 2017, menciona que Santa Lucía ha sido uno de los cantones que ha registrado mejores rendimientos en la provincia del Guayas, el cual se debe al método de cultivo utilizado, uso de semilla certificada y manejo apropiado de los insumos agrícolas. El rendimiento en el año 2017 se ha visto afectado por falta de mecanización en el sector y costos de producción elevados (Diario El Comercio, 2017).

4.1.7 Piladoras y Proveedores de Insumos Agrícolas del cantón Santa Lucía

Santa Lucía es un cantón que cuenta con una gran parte de piladoras, actualmente se encuentran registradas 61 piladoras en el GAD Municipal del Cantón Santa Lucía.

Tabla 5

Piladoras del Cantón Santa Lucía

Nombres y Apellidos		
Representante Legal/Razón Social	Nombre Comercial	Actividad Económica
Almeida Jiménez Fernando		Actividades de Piladora
Avalos Moren Kleber Otto	PILADORA DENYS HAROLD	Actividades de Piladora
Avalos Moreno Mary Blanca	PILADORA MARY JOE	Actividades de Piladora
Bajaña Román Fermín Rosendo	PILADORA SANTA ROSA	Actividades de Piladora
Bajaña Solís Pedro Vicente	PILADORA JEHOVÁ JIREH	Actividades de Piladora
Bravo Cruz Mercedes Elizabeth	PILADORA GABRIELITA	Actividades de Piladora
Buenaño Sarcos Héctor Augusto	PILADORA NARCISA DE JESÚS	Actividades de Piladora
Cabrera Sánchez Inés Matilde	PILADORA CABRERA	Actividades de Piladora
Cabrera Vizueta Pedro	PILADORA NACHO	Actividades de producción de arroz descascarillado, pulido, blanqueada (piladora)
Carpio Veloz Luis	PILADORA RAQUELITA	Actividades de Piladora
Castro Pita Robinson		Actividades realizadas en molinos de tamo
Cedeño Merchán Eugenio	PILADORA	Actividades de producción de arroz descascarillado
Compañía DEANOVA S. A	INDUSTRIA ARROCERA LA DORADA	Actividades de servicios de secado, pilado, envejecimiento de arroz
Consortio agroartesanal comunitario, asociativo e integrado de arroceros montubios del cantón Santa Lucía#2		Actividades de Piladora

Nombres y Apellidos**Representante Legal/Razón Social****Nombre Comercial****Actividad Económica**

Consorcio comunitario integrado de arroceros montubios del cantón Daule#1

Actividades de Piladora

Cortez Alvarado José

PILADORA MARÍA JOHANA

Actividades de Piladora

Cortez Cedeño Sixto

PILADORA DON EMILIO

Actividades de Piladora

Cruz Alvarado Andrés

Actividades de Piladora

Defaz Buenaño Elías

PILADORA SAN VICENTE

Actividades de Piladora

Economicagro

Actividades de Piladora

Espinoza Coronel Mónica

PILADORA BRITO & ESPINOZA

Actividades de Pilado de arroz

Espinoza Morán Marco

Actividades de Piladora

Espinoza Vera Leopoldo

PILADORA SAN JOSÉ

Actividades de Piladora

Goya Villacís Héctor

PILADORA EXPANSIÓN

Actividades de Piladora

Guerrero Macías Manuel

S/N

Actividades de producción de polvillo mediante máquina moledora

Guzmán Gallardo Carmen

PILADORA BLANCA AURORA

Actividades de Piladora

Induagrícola Burgos S. A

AGROINDUSTRIA BURGOS

Actividades de Piladora

López Zumba Carlos

PILADORA LÓPEZ

Actividades de Piladora

Macías Contreras Elsa

S/N

Actividades de producción de arroz descascarillado, pulido, blanqueada y semi blanqueada

Macías Macías Ernesto

PILADORA NELLY GENOVEVA

Actividades de Piladora

Moreno Cortez Jhon

PILADORA SOLANGE

Actividades de Piladora

Moreno Espinoza Justo

MOLINO NARCISA DE JESÚS

Actividades de Piladora

Nombres y Apellidos		
Representante Legal/Razón Social	Nombre Comercial	Actividad Económica
Moreno Mota Prudencio	PILADORA MERCEDITA	Actividades de Piladora
Moreno Piguave Freddy	PILADORA IVANNA	Actividades de Piladora
Mota Delgado Alberto	PILADORA VENECIA	Actividades de Piladora
Negrete Quiñónez Freddy	COMERCIAL FREDDY JOSÉ	Actividades de Piladora
NICONTI S. A	NICONTI S. A	Actividades de Piladora
PAFOMCORP S.A Rosario Zúñiga Conforme	PAFAMCORP S.A	Actividades de procesamiento de arroz, producción de arroz descascarillado
Pilozo Jiménez Carlos	PILADORA SANTA ISABEL	Actividades de producción de arroz descascarillado
Pilozo Jiménez Julio	PILADORA ROSA LETTY 2	Actividades de Piladora
Pilozo Ronquillo Julio	PILADORA ROSA LETICIA 1	Actividades de Piladora
Pilozo Salas Teodoro	DON FABRI	Actividades de Piladora
Pluas Lozano Letty	S/N	Actividades de Piladora
Rivadeneira Ortega José	PILADORA SAN GABRIEL	Actividades de Piladora-venta al por mayor y menor de arroz
Ronquillo Bajaña Milton	PILADORA DANNY JAVIER	Actividades de producción de arroz
Ronquillo Valero Lorenzo	MOLINO PERLAS PEÑA	Actividades de Piladora
Rugel Villamar Juan	S/N	Actividades de Piladora
Sánchez Moreno Alfren	PILADORA REGALO DE DIOS	Actividades de Piladora
Santos Briones Daniel	PILADORA	Actividades de Piladora
Sellán Pilligua Germania	MOLINO GINA MARIBEL	Actividades de Piladora
Solórzano Briones Artemio	PILADORA LILIA GRACIELA	Actividades de Piladora
Solórzano Sánchez Miguel	PILADORA BELLA KARINA	Actividades de Piladora
Toala Montoya Ruth	PILADORA RUTH MARÍA	Actividades de Piladora

Nombres y Apellidos		
Representante Legal/Razón Social	Nombre Comercial	Actividad Económica
Vásquez Rosa Alicia	MOLINO WILMER GARCIA	Actividades de Piladora
Villamar Almeida Edison	PILADORA VILLAMAR 1	Actividades de Piladora
Villamar Almeida Edison	PILADORA VILLAMAR 2	Actividades de Piladora
Villamar Toala Felix	S/N	Actividades de Piladora
Villarreal Zambrano Katty	PILADORA KATTY	Actividades de Piladora
Villarreal Zambrano Manuel	PILADORA NOHELIA	Actividades de Piladora
Vizueta García Fausto	PILADORA FÁTIMA	Actividades de Piladora
Vizueta Pita Danny	S/N	PILADORA- VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE POLVILLO Y ARROCILLO

Fuente: *GAD Municipal del Cantón Santa Lucía.*

Elaboración: Autoras

Existen también en el cantón proveedores de insumos agrícolas que comprenden, semillas abonos, fertilizantes y demás productos que son necesarios para el cultivo de arroz, actualmente se encuentran registrados 27 proveedores.

Tabla 6

Proveedores de Insumos Agrícolas en el Cantón Santa Lucía

Nombres y Apellidos Representante Legal/Razón Social	Nombre Comercial	Actividad Económica
Agripac S. A	AGRIPAC S. A	Actividades de fabricación y venta al por mayor y menor de insumos agrícolas, agropecuarios y agroquímicos
Avalos Moreno Rosa Pilar	AGRODISTRIBUCIONES BASANTES	Venta al por mayor y menor de insumos agrícolas
Basurto Arreaga Manuel Ludgardo	AGROQUÍMICO EL ABONO	Venta al por mayor de fertilizantes
Cadenagro Santa Lucía S. A	S/N	Venta al por mayor y menor de agroquímicos, plaguicidas y abonos
Carpacli S.A Jijón Ochoa Luis Iván	CARPACLI S. A	Venta al por mayor de insumos agrícolas
Castro Burgos Eduardo Rolando	S/N	Comercialización de productos agrícolas
Castro Loor Hilda Jacinta	ALMACÉN AGROVETERINARIO MAGDALENA	Venta al por mayor y menor de alimentos balanceados
Díaz Almea Guadalupe del Rosario	S/N	Venta al por mayor de insumos agrícolas
Dume Almeida Rosendo Edi	AGROSERVICIO DUME	Venta al por mayor de productos químicos
Economicagro S. A	ECONOMICAGRO S. A	Venta al por mayor y menor de insumos agrícolas
Jiménez Valencia Livingston Simón	S/N	Venta al por menor de insumos agrícolas
Mejía Plúas Iván Francisco	BENDICIÓN DE DIOS	Venta al por mayor de insumos agrícolas

Nombres y Apellidos Representante Legal/Razón Social	Nombre Comercial	Actividad Económica
Negrete Quiñónez Freddy Eduardo	S/N	Venta al por mayor y menor de insumos agrícolas
Piguave Morán Christian Nelson	S/N	Comercialización de productos agrícolas
Plúas Salazar María Jesús	S/N	Venta al por mayor y menor de productos agrícolas
Protecaleman Representaciones Químicas S. A	CADENAGRO	Venta al por mayor y menor de agroquímicos, plaguicidas y abonos
Quintana Canto Angela Yessenia	S/N	Venta al por menor de productos agroquímicos
Ramírez Puertas Degni Magali	AGROQUÍMICO SÁNCHEZ	Venta al por menor de productos agroquímicos
Rendón Briones Johnny Freddy	AGROSERVICIOS J.R	Venta al por mayor y menor de agroquímicos
Rivas Rodríguez Tomás Misael	AGROQUÍMICO RIVAS	Venta de agroquímicos
Ronquillo Armijos Katty Denise	AGRIQUÍMICO PERALTA	Venta al por menor de productos agroquímicos
Ruiz Rivas Jerry Richard	AGROQUÍMICO JERRY RUIZ AGENCIA2	Venta al por mayor y menor de insumos agrícolas
Santos Vizueta Pablo Antonio	VENTA DE INSUMOS AGRÍCOLAS	Venta al por menor de insumos agrícolas
Silvagro WSV S. A	SILVAGRO WSV S.A	Venta al por mayor de abonos
Torres Briones Carlos Antonio	S/N	Venta al por mayor y menor de insumos agrícolas
Villamar Bajaña Deniced Sulay	S/N	Venta al por mayor y menor de productos agroquímicos
Villamar Carpio Ernesto Wilson	AGROSERVICIO VILLAMAR	Venta al por menor de fertilizantes e insumos agrícolas

Fuente: GAD Municipal del Cantón Santa Lucía
Elaboración: Autoras

4.1.8 Compraventa de Arroz año 2017

En el año 2017, en los precios del arroz en piladoras, tanto arroz en cáscara como arroz pilado, hubo variaciones en precios tal como se muestra a continuación:

Tabla 7

Compra de Arroz en Cáscara Grano Largo- Saca de 200 Lb

Período 2017	Tipo/Presentación	\$	Kg	\$/Kg
Enero	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 32,00	90	0,36
Febrero	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 33,00	90	0,37
Marzo	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 36,00	90	0,40
Abril	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 36,50	90	0,41
Mayo	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 33,00	90	0,37
Junio	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 36,00	90	0,40
Julio	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 38,00	90	0,42
Agosto	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 38,00	90	0,42
Septiembre	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 36,50	90	0,41
Octubre	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 33,00	90	0,37
Noviembre	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 33,00	90	0,37
Diciembre	Compra/Saca de 200Lbs	\$ 32,00	90	0,36

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería. Precios de Productos (2017).

En la Tabla 7 se muestran los precios mensuales de compra por parte de las piladoras que tuvo el arroz en cáscara grano largo en presentación de saca de 200lbs, es decir arroz sin ningún proceso, en el año 2017.

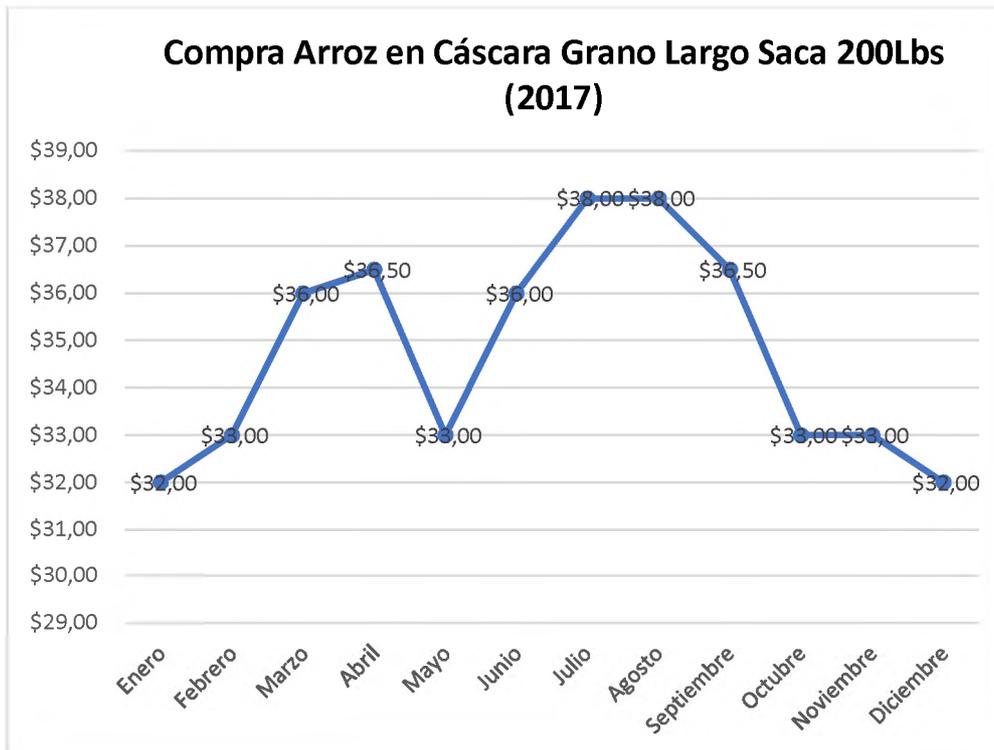


Figura 10. Compra Arroz en Cáscara Grano Largo Saca 200lbs
Elaboración: Autoras

En la Figura 10 se evidencia la evolución de precios en compra por parte de piladoras de arroz en cáscara grano largo presentación en saca de 200lbs, en el año 2017, el precio más bajo se dio en el mes de enero y febrero, mientras que el precio más alto se mantuvo en los meses de julio y agosto, respectivamente.

Tabla 8

Venta de Arroz Pilado Grano Largo- Quintal 100Lbs

Período	Tipo/Presentación	\$	Kg	\$/Kg
Enero	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 32,00	90	0,36
Febrero	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 33,00	90	0,37
Marzo	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 35,50	90	0,39
Abril	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 34,50	90	0,38
Mayo	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 32,50	90	0,36
Junio	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 35,00	90	0,39
Julio	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 35,50	90	0,39
Agosto	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 35,00	90	0,39
Septiembre	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 34,00	90	0,38
Octubre	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 30,00	90	0,33
Noviembre	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 30,50	90	0,34
Diciembre	Venta/ Quintal 100Lbs	\$ 29,50	90	0,33

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería. Precios de Productos (2017).

En la Tabla 8 se muestran los precios mensuales de venta por parte de piladoras que tuvo el arroz pilado grano largo en presentación de quintal de 100lbs, en el año 2017.

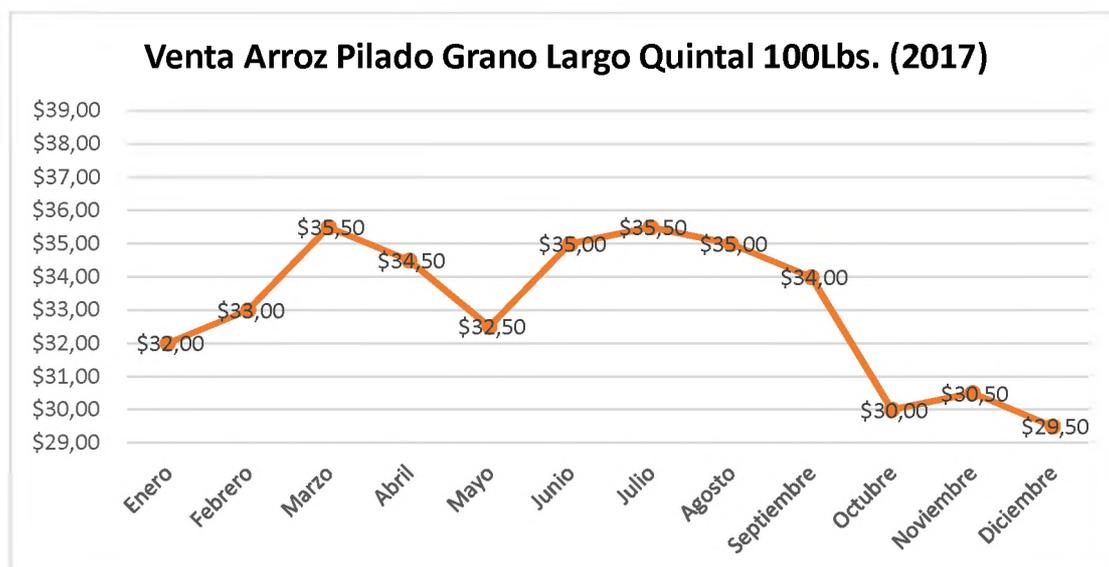


Figura 11. Venta Arroz Pilado Grano Largo Quintal 100Lbs
Elaboración: Autoras

En la Figura 11 se evidencia la evolución de precio en venta por parte de piladoras de arroz pilado grano largo presentación quintal de 100 lb en el año 2017, el precio más bajo se refleja en el mes de diciembre, mientras que el precio más alto se dio en los meses de marzo, junio, julio y agosto.

4.2 Encuestas y Entrevistas

Para evaluar la situación actual del sector arrocero en el cantón Santa Lucía, se realizaron encuestas a los agricultores para establecer, desde sus percepciones, criterios sobre los factores determinantes en la comercialización del arroz, donde se obtuvo las siguientes respuestas:

4.2.1 Análisis de Encuestas

Pregunta 1. *¿Cree usted que la producción de arroz en el cantón Santa Lucía ha incrementado los últimos 3 años?*

Tabla 9

Pregunta 1

Respuesta	Cantidad	%
Sí	233	67%
No	113	33%
Total	346	100%



Figura 12: Análisis Pregunta 1, Incremento en la producción

Respecto al incremento de la producción de arroz en los últimos 3 años en el cantón Santa Lucía, se refleja que el 67% de los encuestados percibe que si ha existido incremento en la producción, mientras que el 33% no percibe tal incremento.

Pregunta 2. ¿Cree que hay suficientes proveedores de insumos agrícolas en el cantón Santa Lucía?

Tabla 10

Pregunta 2

Respuesta	Cantidad	%
Sí	276	80%
No	70	20%
Total	346	100%



Figura 13: Análisis Pregunta 2, Proveedores de insumos agrícolas

La mayoría de las personas encuestadas con un 80% afirmó que sí existen suficientes proveedores de insumos, mientras que el 20% dijo que desconocen de la existencia de proveedores.

Pregunta 3. *Al momento de vender su arroz lo hace a:*

Tabla 11

Pregunta 3

Respuesta	Cantidad	%
Piladoras	234	65%
UNA	0	0%
Consumidor Final	37	10%
Distribuidores (mayoristas, minoristas)	89	25%
Otros	0	0%
Total	360	100%



Figura 14 Análisis Pregunta 3, ¿A quién vende su arroz?

La mayoría de los agricultores, con un 65% respondieron que venden su arroz a las piladoras ya que les ofrece pago inmediato, el 25% lo vende a los distribuidores ya sean minoristas o mayoristas mientras que sólo el 10% lo hace directamente al consumidor final, vale recalcar el 0% de ventas a la UNA ya que ésta, como se mencionó anteriormente, hace los pagos atrasados además de la exigencia de trámites.

Pregunta 4. Cree usted que los insumos agrícolas se venden a precios:

Tabla 12

Pregunta 4

Respuesta	Cantidad	%
Altos	296	86%
Razonables	50	14%
Bajos	0	0%
Total	346	100%

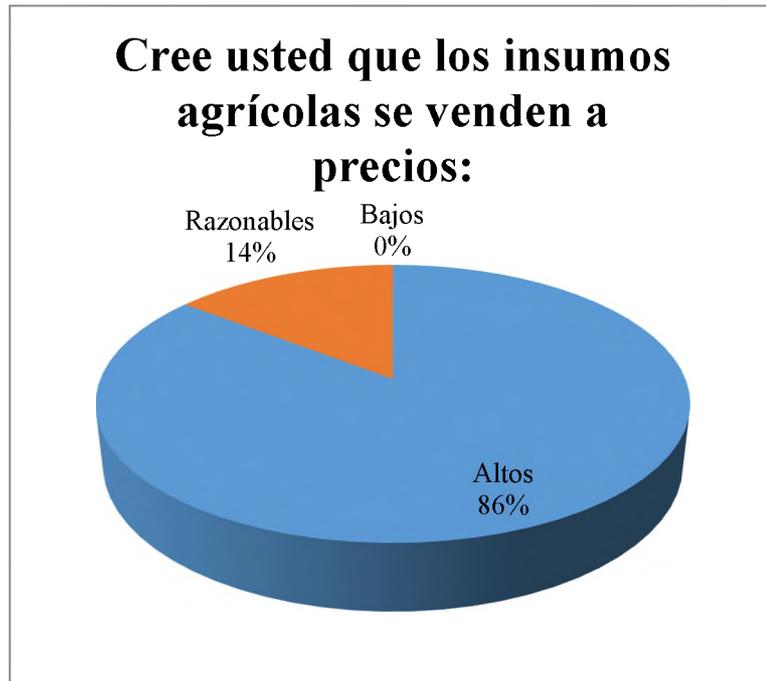


Figura 15: Análisis Pregunta 4, Precios insumos agrícolas

La mayoría de las personas afirman con un 86% que los insumos agrícolas se venden a precios elevados mientras que el 14% respondió que los insumos son vendidos a precios razonables.

Pregunta 5. *¿Posee piladora?*

Tabla 13

Pregunta 5

Respuesta	Cantidad	%
Sí	65	19%
No	281	81%
Total	346	100%

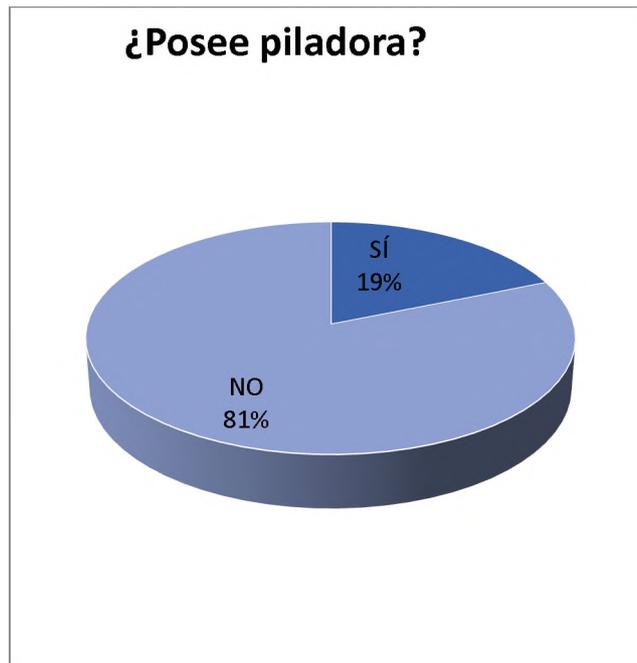


Figura 16: Análisis Pregunta 5, ¿Posee piladora?

El 81% de las personas encuestadas contestó no tener piladora y tan sólo el 19% sí posee.

Pregunta 6. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que afectan más en la comercialización del arroz?

Tabla 14

Pregunta 6

Respuesta	Cantidad	%
Contrabando	59	15%
Precios Bajos	240	62%
Competencia	54	14%
Intermediarios	37	9%
Otros	0	0%
Total	390	100%

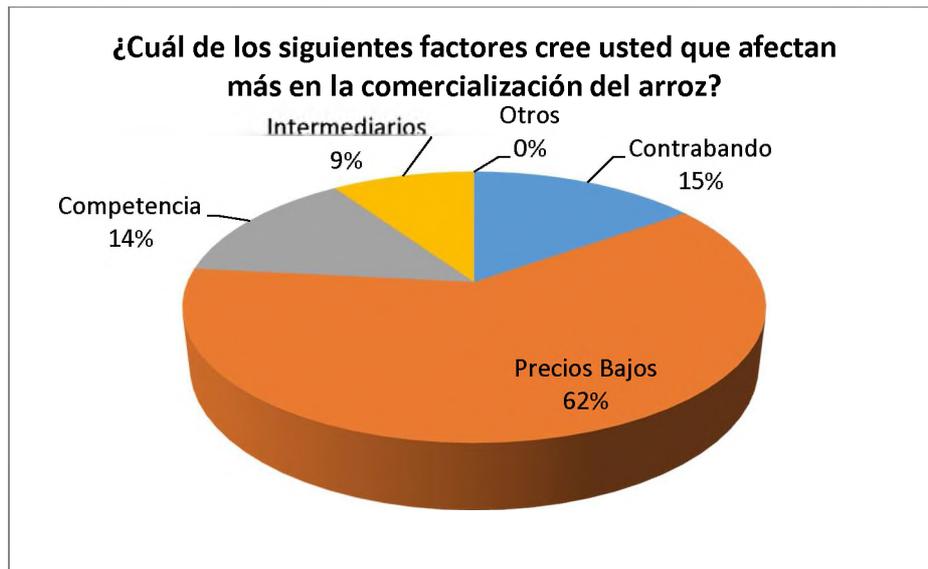


Figura 17: Análisis Pregunta 7, Factores en la comercialización

Entre los principales factores que afectan en la comercialización para los encuestados, el 62% corresponde a los precios bajos, con un 15% se encuentra el contrabando seguido con un 14% la competencia y finalmente los intermediarios con 9%.

Pregunta 7. Su producción la realiza en terreno:

Tabla 15

Pregunta 7

Respuesta	Cantidad	%
Propio	198	57%
Arrendado	148	43%
Total	346	100%



Figura 18: Análisis Pregunta 8, Terreno

El 57% de los agricultores determinó que realizan su producción en terreno propio, mientras que el 43% la realiza en terreno arrendado.

Pregunta 8. ¿Cuánto espacio de hectárea usted utiliza para la producción de arroz?

Tabla 16

Pregunta 8

Respuesta	Cantidad	%
De 3 a 5 hectáreas	148	43%
De 6 a 8 hectáreas	109	32%
Más de 8 hectáreas	89	26%
Total	346	100%

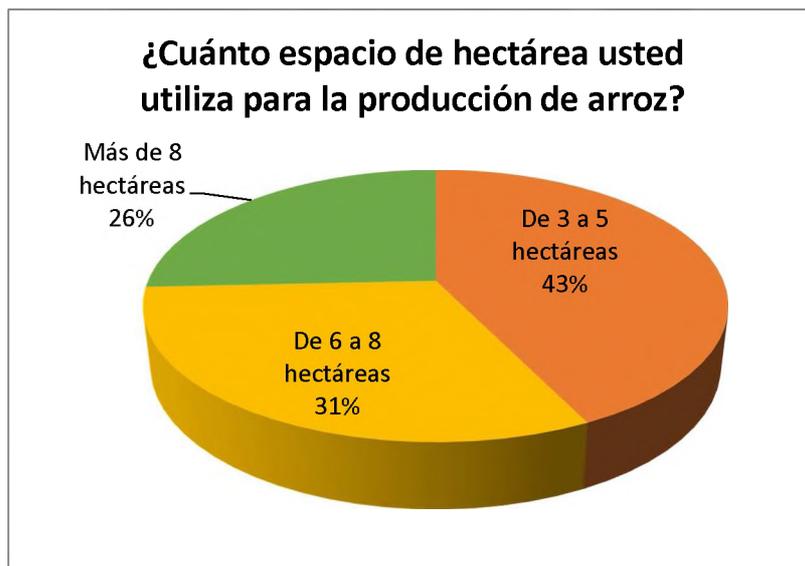


Figura 19: Análisis Pregunta 8, Espacio de hectárea que utiliza para la producción de arroz

Gran parte de los agricultores con un 43% dijeron que la producción la realizan de 3-5 hectáreas, de 6- 8 hectáreas corresponde al 31% y finalmente 26% quienes producen más de 8 hectáreas.

Pregunta 9. *¿Qué tipo de arroz usted produce?*

Tabla 17

Pregunta 9

Respuesta	Cantidad	%
Arroz Grano Largo	346	100%
Arroz Grano Corto	0	0%
Total	346	100%

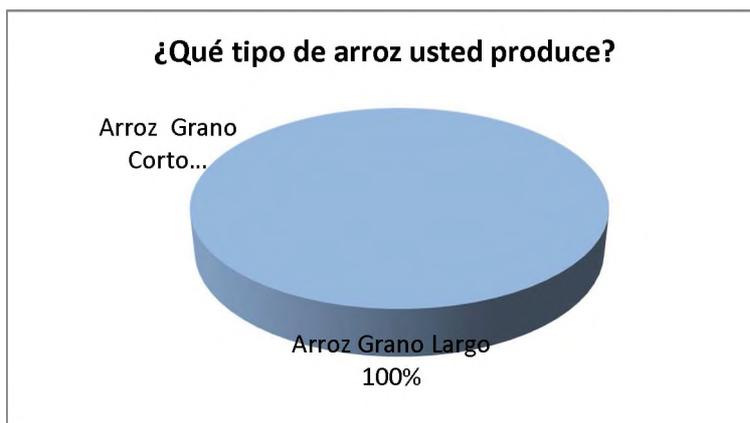


Figura 20: Análisis Pregunta 9, Tipo de arroz

Con un 100% todos los agricultores afirmaron que el arroz que producen es el arroz grano largo.

4.2.2 Análisis de Entrevistas

Se realizaron también entrevistas dirigidas a varios actores y entendidos en el tema; sea porque son autoridades o investigadores. Los entrevistados fueron: presidente de la Asociación de Agricultores “Los Caídos”; Funcionario Público del GAD Municipal del Cantón Santa Lucía; Oficial de Crédito de BanEcuador; Propietario Piladora Cabrera y finalmente al docente Carlos León, quien durante 8 meses del año 2008 investigó la situación del sector arrocero.

Presidente Asociación *Los Caídos*

Mencionó que la situación del agricultor es compleja, se ve afectada por los precios bajos, debido a que en el mercado existe abundante arroz, los precios tienden a bajar de precio además el no tener quien regule la sobreproducción, las piladoras tampoco se alcanzan para poder almacenar tal cantidad ya que por lo general en el

cantón se hacen dos siembras: enero y julio, es decir, las cosechas salen juntas. Entre los obstáculos que observa en la comercialización indicó que la calidad es uno ellos, por lo que si el producto es de mala calidad el precio será acorde a la misma lo que genera precios bajos. Respecto a la Unidad Nacional de Almacenamiento dijo que ésta sólo se maneja con intereses políticos. En su opinión el cantón Santa Lucía cuenta aproximadamente con 20 piladoras de las cuales 10 son agroindustrias, es decir éstas poseen tecnología que hace que el arroz rinda más en el proceso de pilada; y las 10 restante son pequeñas piladoras. Recalcó que el 90% de la población de Santa Lucía son agricultores arroceros.

Funcionario Público GAD Municipal Cantón Santa Lucía

Expresó que la situación del sector es preocupante por los precios bajos, los intermediarios son quienes acaparan el arroz y pagan precios bajos, haciendo referencia a la Unidad Nacional de Almacenamiento mencionó que ésta no ofrece el servicio necesario, exige muchos requisitos, no hay agilidad en recibir el producto y en muchas ocasiones se debe hacer cola desde temprano en las afueras de los silos. La determinación del precio del arroz está dada por los intermediarios. En su opinión aproximadamente 5000 hectáreas con producidas en el cantón Santa Lucía, aproximadamente existen 20 piladoras y los volúmenes de producción son de aproximadamente en invierno de 40 quintales por hectárea y en verano de 55 quintales por hectárea.

Oficial de Crédito BanEcuador

Define la situación del sector como preocupante debido al bajo precio del arroz, lo que ha conllevado a que los agricultores no pidan créditos en el banco. Al referirse a la Unidad Nacional de Almacenamiento dijo que ésta si beneficia al sector al comprar a

\$35,50 mientras las piladoras compran a \$20 o \$22. Indicó que la humedad, calidad e impurezas del producto son factores que intervienen en la determinación del precio.

Propietario Piladora Cabrera

Manifestó que la situación del sector es angustiante porque se comercializa el arroz a precios muy bajos, los insumos se venden a precios elevados y por lo general no se obtiene ganancia. Los intermediarios y los precios bajos son quienes afectan en gran manera el proceso de comercialización. La Unidad Nacional de Almacenamiento no brinda los beneficios que debería para ayudar al sector, actualmente se tiene en volumen de producción en invierno de entre 35 – 40 quintales por hectárea y en verano 45 – 50 quintales por hectáreas.

Docente Carlos León

Refirió que hablar de la comercialización de arroz es un tema complejo, para esto se debe tener claro el proceso productivo con tiempos y gastos incurridos en el mismo, de tal manera que permita tener un conocimiento real de lo que vive el agricultor. Mencionó acerca de su investigación realizada en Samborondón, de la cual comentó que los agricultores viven endeudados, cada agricultor se preocupa por sí mismo, la producción que ellos obtienen por lo general la venden a las piladoras al precio que ellas dispongan, el agricultor no fija el precio de venta simplemente acepta lo que le pagan. Recalcó que no sólo pasa con el arroz, sino con todos los productos. El crédito propio y la naturaleza temporal son temas que sugiere para el presente trabajo de investigación.

Resumiendo, los referentes proporcionados durante la entrevista, se puede bosquejar temas que sirven para el análisis, en el cuadro siguiente donde se sistematizan los criterios emitidos:

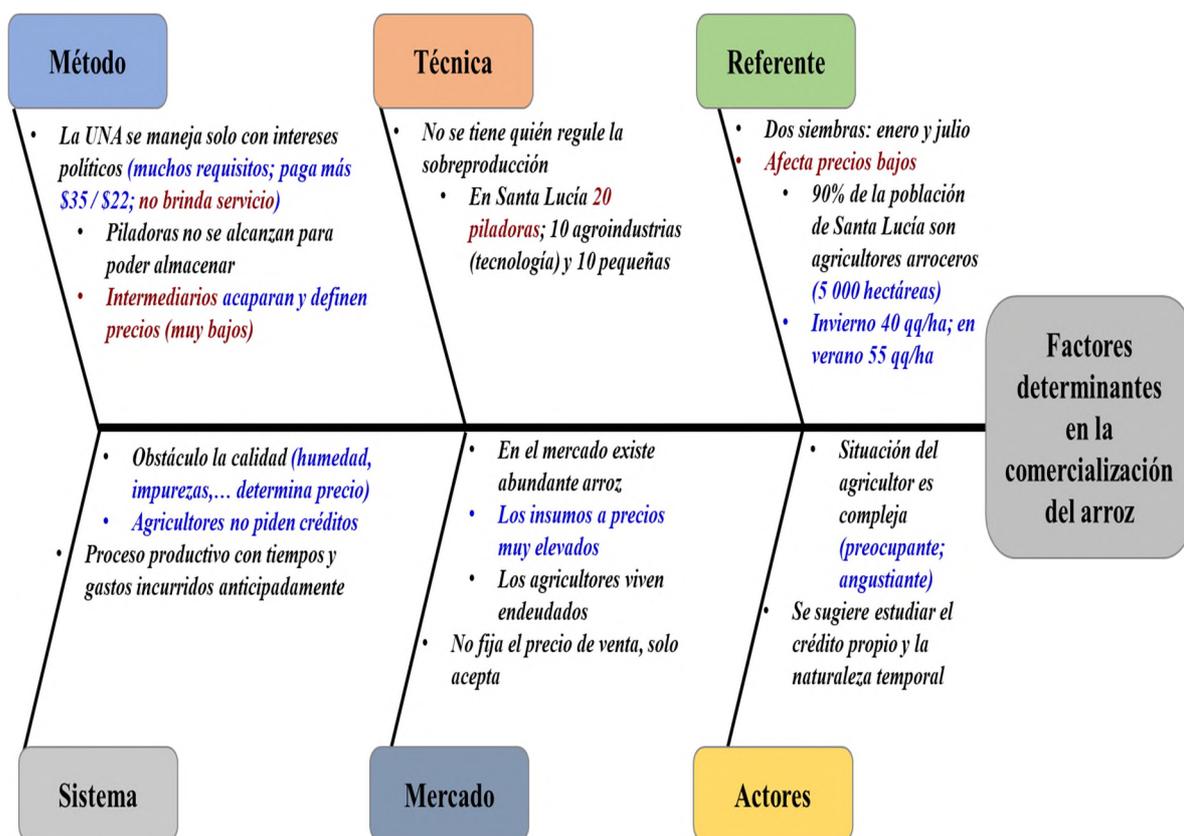


Figura 21. Bosquejo de encuestas y entrevistas.
Elaboración: Autoras, tutor.

4.2.3 Síntesis de la situación actual del sector arrocero

La actividad económica que predomina en el cantón Santa Lucía es la de producción de arroz, el 59,54% de la *Población Económica Activa* se dedican a la Agricultura, Ganadería y Silvicultura. La actividad agrícola es la principal fuente de ingresos para la población *Luciana*, el sistema de producción utilizado es el mercantil el cual consiste en las pequeñas y medianas propiedades, el uso de tecnología depende la

disponibilidad de los factores de producción y la producción obtenida está destinada al autoconsumo y subsistencia.

El resultado de las encuestas evidencia la realidad de los agricultores encuestados, se obtuvo: los agricultores afirmaron que la producción de arroz si ha incrementado en los últimos 3 años casi todos poseen terreno que está comprendido entre 3.5 hectáreas el cultivo predominante es el arroz grano largo debido a que es el de mayor preferencia de los consumidores; sí existe conocimiento de la cantidad de proveedores de insumos en el cantón, la producción que realizan la venden a piladoras y distribuidores, exponen que los insumos agrícolas que necesitan para realizar la producción los adquieren a precios altos, la mayoría de los encuestados afirmó no poseer piladora, manifestaron la problemática en la comercialización por la que están atravesando actualmente y que consiste en los precios bajos del arroz y el contrabando, por lo que en muchas ocasiones se ven forzados a vender el arroz a lo que les paguen para poder continuar con la producción.

En las entrevistas, las personas coinciden al expresar que la situación actual del sector es preocupante, a causa de los precios bajos y el contrabando en las fronteras, la Unidad Nacional de Almacenamiento es la institución pública que no ofrece los beneficios necesarios para mejorar la situación. Por otra parte, mencionaron que en la determinación del precio del arroz intervienen la sobreproducción, los intermediarios y la calidad.

4.3 Proceso de Producción y Comercialización en el cantón Santa Lucía

4.3.1 Proceso de Producción

El proceso productivo consiste en la serie de pasos que se requieren para la producción de un bien, en este caso se presentan los pasos a seguir por parte del agricultor para la producción de arroz.

- Contexto



Figura 22. Zonas Productivas- Nacional

Fuente: Ministerio de Ganadería y Agricultura (2018)

Como se observa en la Figura 22 las zonas productivas de arroz comprenden las provincias de Guayas, Manabí y Los Ríos.

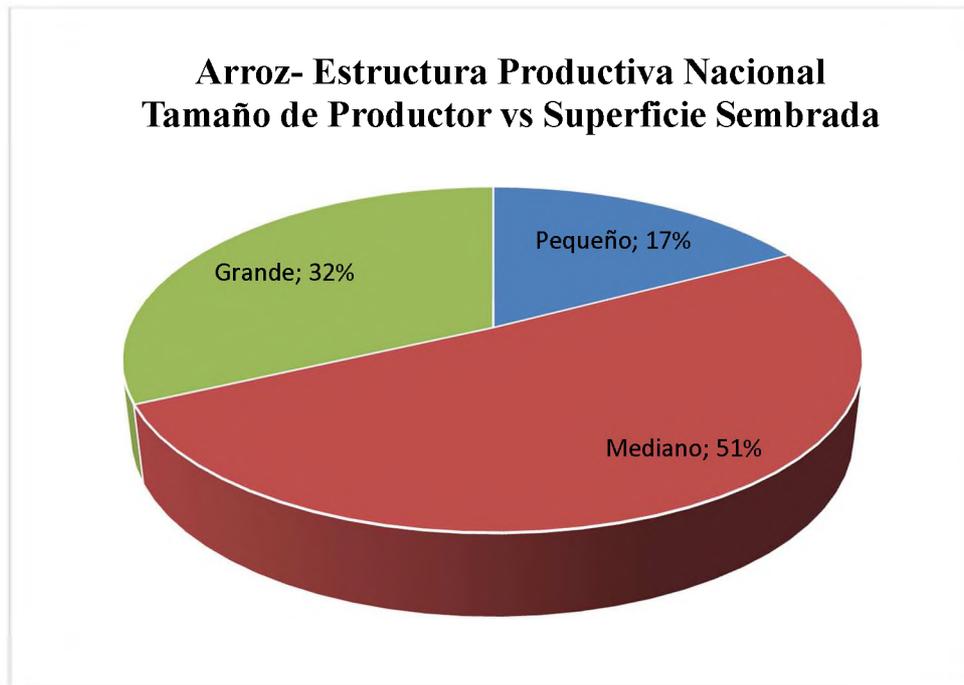


Figura 23. Arroz- Estructura Productiva Nacional
Fuente: Ministerio de Ganadería y Agricultura (2018)

Como se evidencia en la Figura 23, la estructura productiva del arroz a nivel nacional está en función del tamaño de productor y superficie sembrada, se puede constatar que los productores medianos representan el 51%, los productores grandes 32% y los productores pequeños 17%.

Para un agricultor, el proceso de producción del arroz está dado de la siguiente forma:

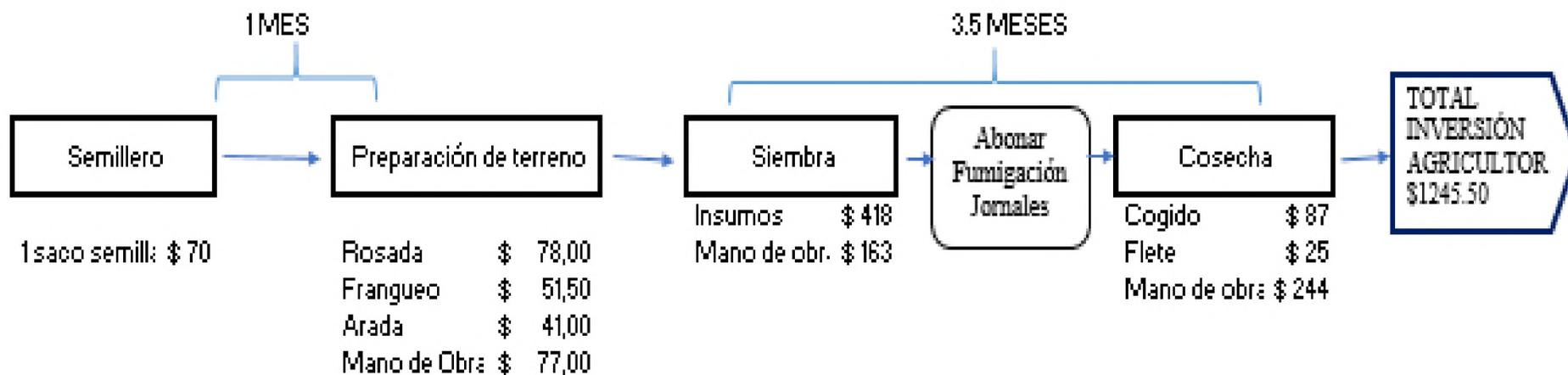


Figura 24. Proceso productivo del arroz, una hectárea
Elaboración: Autoras

En la figura 22 se muestra el proceso productivo y los gastos incurridos en dicho proceso, los cuales corresponden a una hectárea.

Se indica el lapso para obtener este producto: inicia con la compra de los insumos por parte del agricultor, costo promedio de \$ 70; el siguiente paso consiste en la preparación del terreno, esto se realiza mediante la utilización de maquinarias (rosada \$ 78, fanguero \$ 51,50 y arada \$ 41) y mano de obra \$ 77, cada valor representa un «costo de inversión» para el agricultor, que debe asumir con «preferencia temporal» (dejar de consumir hoy para obtener réditos mañana); luego de 1 mes se procede al siguiente paso, donde se siembra y absorbe insumos con un costo de \$ 418 y gasto de mano de obra por \$ 163 aproximadamente.

En la cosecha intervienen costos por la cogida de \$ 87, el flete por \$ 25 y la mano de obra \$ 244; un momento cuyo final termina con la recolección del arroz (llamado paddy) asumiendo un costo adicional al comercializar.

El tiempo de duración de todo el proceso es de aproximadamente 3,5 a 4 meses. La inversión total del agricultor es de \$1 245,50

4.3.2 Comercialización en el cantón Santa Lucía

Hablar de comercialización significa referirse al proceso de compra y venta de un producto, en este caso, el arroz. El proceso de comercialización en el cantón Santa Lucía se sistematiza de la siguiente manera:

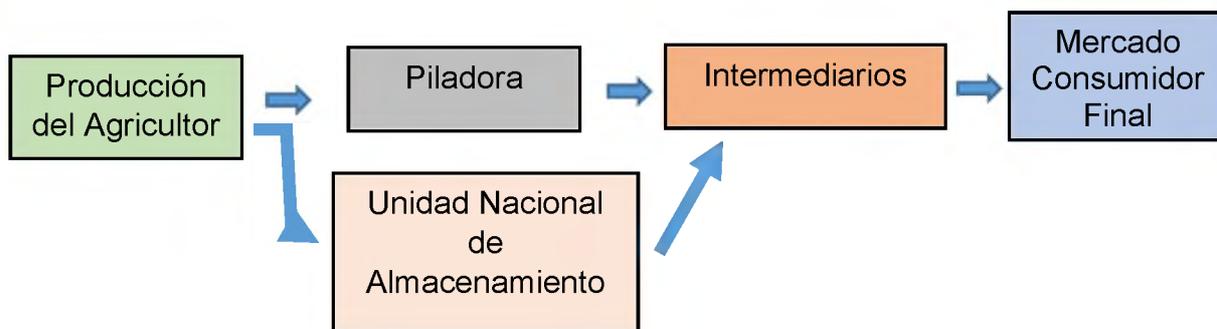


Figura 25 Proceso de Comercialización del Arroz en el cantón Santa Lucía.
Elaboración: Autoras

En la Figura 23 se muestra el proceso de comercialización en el cantón Santa Lucía y los actores: el agricultor, piladora, UNA, intermediarios y el mercado. Este proceso inicia con la producción que obtiene el agricultor, por lo general ésta es vendida a la piladora y no a la Unidad Nacional de Almacenamiento. Como se mencionó anteriormente existe una problemática con la UNA debido a que exigen trámites, los pagos son atrasados o no recibe la producción por saturación en los silos; al pasar por el proceso de transformación en la piladora se vende a los intermediarios los cuales, finalmente son quienes lo transfieren directamente al consumidor final.

4.3.2.1 Precios de los diferentes actores en la comercialización de arroz

A continuación, se muestra la figura correspondiente a la explicación de precios de comercialización del producto a través de los diferentes actores, teniendo en cuenta que la UNA no será parte de esta.

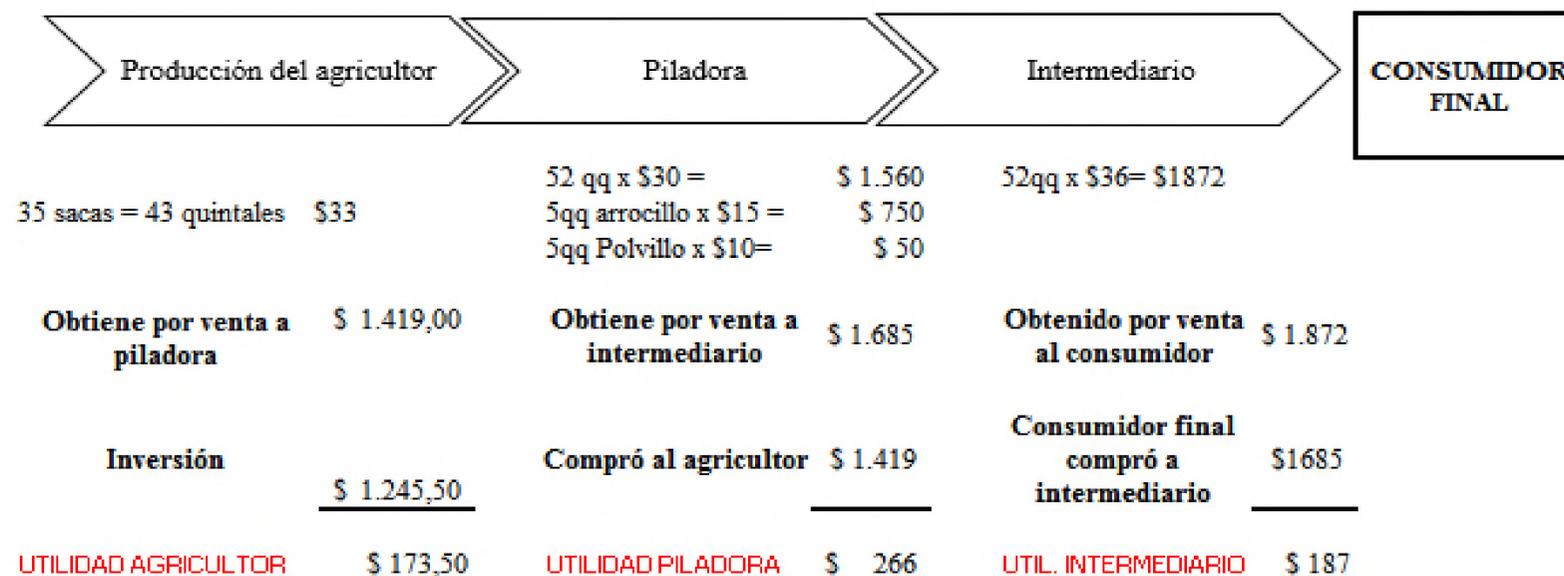


Figura 26. Precios, Comercialización de arroz
Elaboración: Autoras

En la figura 24 se refleja el proceso de comercialización de arroz, el cual inicia con la producción del agricultor la cual fue de 35 sacas de arroz paddy, el que será vendido a la piladora a \$ 33, obteniendo \$ 1 419 por la venta, la inversión fue \$ 1 245,50; la utilidad del agricultor es de \$ 173,50. La piladora que compra las 35 sacas, al transformar el arroz obtiene 52 quintales de arroz pilado que serán vendidos a \$ 30; 5 quintales de arrocillo a \$ 15 y 5 quintales de polvillo a \$ 10; los cuales son vendidos a intermediarios y obtiene \$ 1 685; menos el gasto que ejecutó con la compra al agricultor la utilidad de la piladora es de \$ 266. El intermediario compra a la piladora y vende los 52 quintales de arroz en \$ 36 al consumidor final obteniendo \$ 1 872 como margen; su inversión fue de \$ 1 685 dando así \$ 187 como utilidad. En este caso, se evidencia que quien genera la mayor utilidad es la piladora; el precio se ve afectado de inicio a fin.

Al trabajar los márgenes que distribuyen el precio horizontalmente, es necesario recordar que «la estimación de los márgenes de cada segmento de la cadena de valor que se presentan, no corresponden a márgenes de ganancia o utilidad estimados de acuerdo con la metodología contable, sino de márgenes según el criterio del análisis económico — *markups* o Índice de Lerner, donde se determinan los beneficios económicos de corto plazo considerando los actores; de otra manera, debiera realizarse un análisis detallado de los estados contables de cada cual» (Papa Gueye Fam, 2016).

4.3.2.2 Síntesis del proceso productivo y comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía

El proceso productivo del arroz conlleva un tiempo aproximado de 4 meses y medio, la secuencia es de la siguiente forma: inicia con el semillero seguido de la

preparación del terreno y posteriormente se realiza la siembra para, al final, proceder con la cosecha; en cada secuencia intervienen varios factores de producción: mano de obra, capital y maquinaria. La lógica es la eficiencia y la productividad.

La comercialización consiste en poner a disposición un producto al consumidor final y que éste llegue a través de los diferentes canales de distribución. Es el proceso de satisfacer a los clientes y obtener ganancia.

En el cantón Santa Lucía el mayor porcentaje de producción de arroz es el grano largo el cual se comercializa como arroz en cáscara (paddy) y son pocos los que lo venden con el proceso de pilado; interactúan varios actores, el productor, la piladora, la Unidad Nacional de Almacenamiento, intermediarios y el consumidor final.

El proceso inicia con la producción que ha obtenido el agricultor, la cual se transfiere a la piladora donde pasa por el proceso de pilado y con ello se obtiene arrocillo y polvillo, el arroz pilado es vendido a los intermediarios quienes serán los encargados de llevar el producto al consumidor final; en cada una de estas etapas el precio se modifica ya que todos optan por vender a un precio que cubra sus márgenes operativos y de resultado, resultando siempre un precio superior al que adquirieron el producto y con ello evalúan sus ganancias. En el caso del cantón Santa Lucía se puede constatar que quienes generan mayor utilidad son las piladoras ¿cuál es la «lógica efectiva» que requiere la zona?

4.4 Cadena de Valor

La cadena de valor está conformada por actividades relacionadas con valores, inversiones y márgenes. Las actividades permiten crear un producto útil para los compradores (León, 2008). Se entiende por margen la diferencia entre el valor total y el costo de ejecutarlas (Porter, 2015)

4.4.1 Cadena de Valor Cantón Santa Lucía

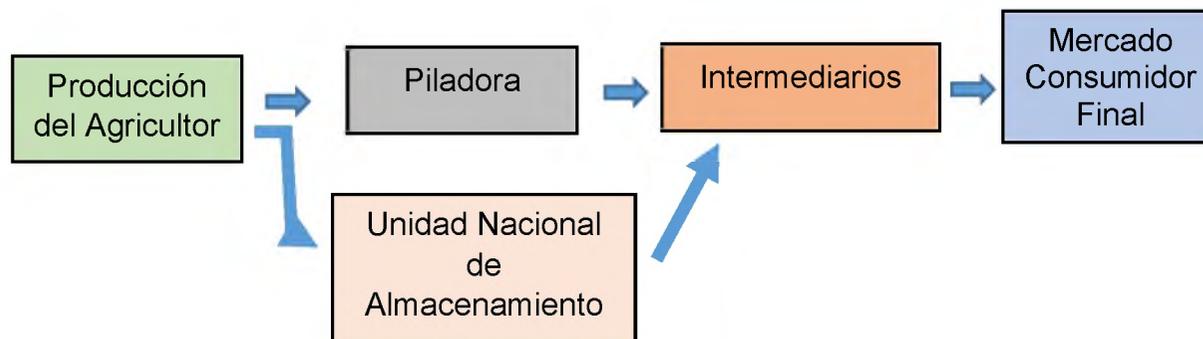


Figura 27. Cadena de Valor del Arroz en el cantón Santa Lucía.
Elaboración: Autoras

En la cadena de valor correspondiente al cantón Santa Lucía se evidencia la participación de: Agricultor, Piladora, UNA, Intermediarios y Consumidor Final.

4.4.2 Cadena de Valor Nacional

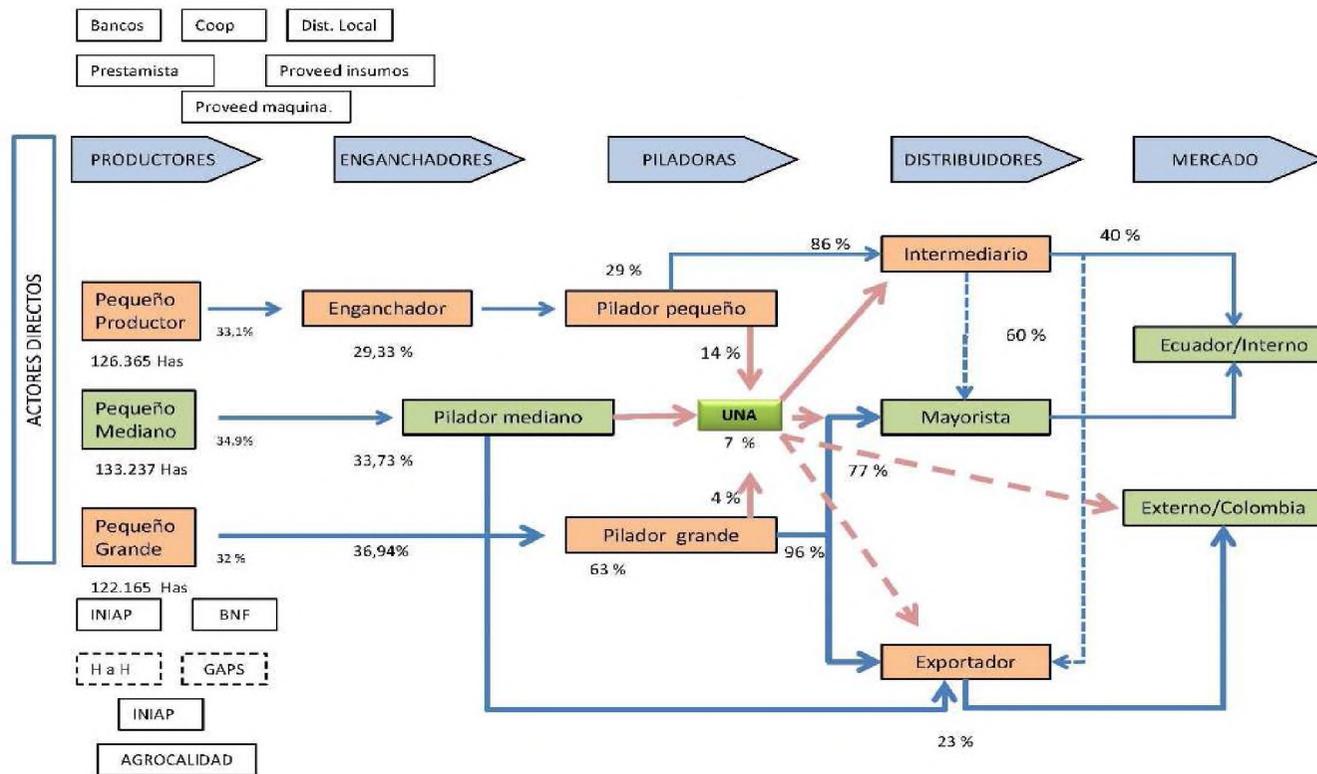


Figura 28. Cadena de Valor del Arroz
Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería (2018).

En el sitio web del Ministerio de Ganadería y Agricultura se encuentra el gráfico correspondiente al mapeo de la cadena de valor del arroz en Ecuador, el gráfico señala a los actores directos y actores indirectos, públicos y privados.

En los *actores directos* se tiene a los productores, enganchadores, las piladoras, los distribuidores y finalmente el mercado. Así también se detallan los actores indirectos públicos y privados, en los *actores indirectos públicos* intervienen el INIAP, BanEcuador, Agrocalidad y también GAP (Good Agricultural Practices). En los *actores indirectos privados* se encuentran los bancos, las cooperativas, los prestamistas, los distribuidores locales, y los proveedores de insumos y maquinarias.

En los actores directos existen relaciones complejas, inician en el productor el cual está dividido en 3 categorías: pequeño, mediano y grande; el pequeño productor vende su producción al enganchador, el enganchador la vende al pilador pequeño y éste tiene dos opciones de venta, que pueden ser vender al intermediario o a la Unidad Nacional de Almacenamiento, si lo hace a la Unidad Nacional de Almacenamiento, ésta podría venderlo a intermediarios o exportarlo al mercado colombiano; si lo hace al intermediario, éste lo venderá al mercado nacional.

El mediano productor no tiene enganchores por lo tanto vende su producción directamente al pilador mediano el cual puede vender el producto a la Unidad Nacional de Almacenamiento o a los intermediarios, intervienen el exportador y el mayorista; la producción puede estar destinada al mercado nacional o al mercado colombiano.

El productor grande realiza la venta de su producción al pilador grande, éste se relaciona directamente con mayoristas y con exportadores de tal manera que la producción se distribuye en el mercado nacional y el extranjero.

Es importante recalcar que el principal destino de exportación de arroz es Colombia, a continuación se presenta una tabla de las exportaciones de arroz en los últimos 3 años.

Tabla 18

Principales destinos de exportación 2015-2018

País	Valor USD	Peso (t)
Colombia	\$ 8.234.438,00	13873
Perú	\$ 309.231,00	294
EE. UU.	\$ 3.185,00	1
Italia	\$ 29.122,00	22
Francia	\$ 1.302,00	1
España	\$ 650,00	1
Aguas Internacionales	\$ 620,00	1

Fuente: Tomado de Ministerio de Agricultura y Ganadería. Comercio Exterior. Recuperado de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/comercio-externior>

En la Tabla 27 se muestra el reparto del precio como margen del 100%, indicando que la producción primaria realizada por el productor tiene un margen de 7%; el centro de acopio es quien acapara la producción de los agricultores, tiene un margen de 23%; la industria es la encargada de realizar los diferentes tipos de procesos para obtener el producto final tiene un margen de 30% (piladoras, por ejemplo); finalmente la distribución la cual se relaciona directamente con el consumidor otorgando el producto final tiene un margen de 40%.

Tabla 19

Cálculo Margen sobre Precio

Cálculo Margen sobre Precio					
	Referencia	Agricultor	Acopio	Industria	Distribución
Rendimiento mercado	SINAGAP/INEC/ODEPA	7.00%	7.00%	4.00%	5.00%
Diferencial costo/volumen (Ponderado frente a productor)	Papa Gueye Fam (U de Toulon, Francia 2016) Estudio correlacion Materias Prima		6.00%	10.20%	-2.52% <i>El arroz importado viene seco y limpio, la utilidad varía dado que se ahorra costos y pérdidas del proceso de limpiado y secado</i>
Margen de Ganancia	SINAGAP/INEC/ODEPA		10.00%		
				15.80%	
					37.52%
		7.00%	23.00%	30.00%	40.00%

Fuente: Varias

Elaboración: Autoras, tutor.

Como se observa en la Tabla 19 quien obtiene el menor margen sobre el precio es el Agricultor con 7%, debido a que:

- Venden su producción al precio que disponen las piladoras.
- Falta de regulaciones por parte del Estado y organizaciones del sector.
- Existencia de sobreproducción.

Acopio (23%):

- Almacenamiento de la producción.
- Accesibilidad al servicio.

Industria (30%)

- Procesos de transformación de arroz.
- Ingresos extras por los subproductos del arroz.
- Exigencias de calidad.

Distribución (40%)

- Rol de intermediario entre la industria y consumidor final.
- Permiten hacer llegar el producto a muchas personas.
- Venta directa al consumidor final (ajusta con el arroz importado que viene seco y limpio, la utilidad varía dado que se ahorra costos y pérdidas del proceso de limpiado y secado).
- Interacción con el mercado.

A continuación, en la Tabla 20 se presenta la repartición del riesgo como margen del 100%, mostrando al productor con un 65% de riesgo, el centro de acopio con 21% de riesgo, la industria con 12% de riesgo y la distribución con 2% de riesgo

Tabla 20

Cálculo Exposición al Riesgo

Cálculo de exposición al riesgo						
Riesgo	Agricultor		Acopio	Industria	Distribución	
	Contexto	Conocido				
A	Irrespeto al precio oficial	Obligados a vender « al por mayor » con precios fijos... un commodity	14,00%	0,00%	0,00%	0,00%
B	Falta de financiamiento	Líneas de crédito en desventaja y acceso a prestamistas (liquidez, mercado y crédito)	8,00%	5,00%	2,00%	0,00%
C	Intermediarios	Desprovistos de saldos compensadores que equilibran producción	7,00%	1,00%	2,00%	0,00%
D	Problemas climáticos	Afectación en manejo de cultivos y distribución	2,00%	0,50%	0,30%	0,20%
E	Precios de insumos	Obligados a comprar « al por menor » sin poder de mercado	4,00%	1,00%	0,00%	0,00%
F	Exigencias reglamentarias	Tramitología y controles gubernamentales (Fallas: legales —términos y condiciones— y operacionales — sistemas, controles, procesos y procedimientos)	1,00%	2,00%	2,00%	0,80%
G	Efecto precio internacional	Desvinculado de precio internacional y en manos de especulación regional	24,00%	4,00%	3,00%	1,00%
H	Restricción a la tecnología	Insuficiencia en acceso a asesoría y mejoras	2,00%	2,00%	2,00%	0,00%
I	Atraso en pagos	Ineficiencia en coberturas	3,00%	5,50%	0,70%	0,00%
Total			65,00%	21,00%	12,00%	2,00%

Los riesgos asociados con la comercialización de arroz influyen en cada eslabón de la cadena de valor conformada por el agricultor, acopio, industria y distribución.

Como se observa quien conlleva el mayor riesgo es el productor debido a que es el encargado de realizar la producción incurriendo en costos y gastos que por lo general no son cubiertos con la venta de su producción, entre otros que se detallan a continuación:

Irrespeto al precio oficial: se ve obligado en vender su producción al precio que le paga el mercado, el cual es menor al oficial, para así poder cumplir con sus obligaciones contraídas y continuar con la producción.

Falta de financiamiento: Tasas de interés muy altas, exigencias de documentación para solicitar préstamos; incidencia del crédito informal.

Intermediarios: Son quienes más ganan debido a que compran el producto a la industria y lo venden a precios superiores; sus tiempos de «actividad» son cortos.

Problemas climáticos: Inundaciones, sequías.

Precios de insumos: Los insumos agrícolas se venden a precios altos; el agricultor compra «al por menor» para vender «al por mayor».

Exigencias reglamentarias: Requisito de calidad del producto, 20% de humedad y 5% de impurezas, además de otros para cumplir con trámites.

Efecto precio internacional: Las variaciones de los precios internacionales ocasiona afectación en los precios nacionales.

Restricción en la tecnología: Recursos escasos para la adquisición de tecnología además prevalece la cultura que ha desarrollado el agricultor en el transcurso de los años la cual consiste en realizar la producción de forma convencional.

Atraso en pagos: La UNA, empresa pública, es la encargada de comprar el arroz a los agricultores pagándoles el precio oficial de \$35,50; el cual generalmente es pagado meses después.

El riesgo que conlleva el centro de acopio se relaciona con el financiamiento, atraso pagos, precios de insumos, precios internacionales. La industria asume parte del riesgo de los precios internacionales, tecnología, financiamiento, problemas climáticos y atraso de pagos. Finalmente, los distribuidores tienen el menor riesgo que está dado por los problemas climáticos, exigencias reglamentarias y efecto de precio internacional.

4.4.4 Síntesis de la cadena de valor

La cadena de valor es una teoría desarrollada por Michael Porter, la cual consiste en una serie de actividades interdependientes que permiten crear un producto útil. Además, permite analizar los costos y beneficios que se generan en cada vínculo de la comercialización de un producto, la cual inicia en el productor y finaliza en el consumidor final.

En la cadena de valor, correspondiente al arroz intervienen los actores directos y actores indirectos públicos y privados; los actores directos comprenden a los pequeños, medianos y grandes productores, los enganchadores, las piladoras, Unidad Nacional de Almacenamiento, los intermediarios y el mercado.

En los actores indirectos públicos se encuentran instituciones como BanEcuador, Agrocalidad, INIAP y GAP (Good Agriculture Practice); y los actores indirectos privados están constituidos por bancos, prestamistas, proveedores de insumos, proveedores de maquinarias y cooperativas.

Con la elaboración de la cadena de valor se determina el margen de precio y riesgo como margen del 100%, reflejando la difícil realidad de un productor debido a que tiene el porcentaje más bajo en precio y es quien más riesgo conlleva; lo que lleva a determinar que quien más hace, menos recibe.

4.5 Preferencia temporal y Crédito Propio

4.5.1 Preferencia Temporal

En el cantón Santa Lucía el proceso productivo conlleva un lapso de aproximadamente 3,5 o 4 meses, en el cual se hace uso de los factores de producción tales como mano de obra, capital, maquinaria y tierra. Dicho proceso debe tomar en cuenta los tiempos de la naturaleza, debido a que ésta es un ciclo, no se puede retrasar ni apurar (León, 2008).

La preferencia temporal es un respaldo de todos los actos humanos que realizan en la actividad económica, es decir consiste en reflejar los medios de un bien presente (mano de obra, por ejemplo) por encima de los bienes futuros que se ve reflejado en el producto final; es la utilidad de ganancia respecto al servicio. El interés originario se lo justifica por la ratio de esta relación temporal, el descuento de los bienes futuros a presente dada la preferencia temporal. El interés no es algo propio e intrínseco del capital, sino que es un fenómeno propio de la naturaleza y del acto humano (Cachanosky, 2005)

Las preferencias temporales pueden cambiar: cuando la gente está más orientada hacia el futuro, por ejemplo, ya que tienen una mayor expectativa de vida o debido a una mayor preocupación por el bienestar de sus hijos.

Tabla 21

Modelo de Crecimiento Económico Austríaco

Modelo de Crecimiento Económico Austríaco – por etapas

Fase I	1) Aumenta el ahorro voluntario. 2) Disminuye el consumo.
Fase II	3) Los precios de los bienes de consumo bajan. 4) Disminuye el retorno de operar en sector de bienes de consumo. 5) Tienden a subir en términos reales los salarios (mismo importe nominal con precios de bienes de consumo más bajos) 6) Efecto Ricardo: se sustituyen trabajadores por equipo capital. 7) Baja la tasa de interés por el aumento de ahorro voluntario. Sube la bolsa moderadamente. 8) Aumenta el precio de los bienes de capital (resultado del aumento de su demanda – Efecto Ricardo – y de la reducción de la tasa de interés).
Fase III	9) Se incrementa la producción de bienes de capital. 10) Se despiden trabajadores en el sector del consumo y se contratan en las industrias de bienes de capital.
Fase IV	11) Se alarga de forma permanente la estructura productiva.
Fase V	12) La producción de bienes y servicios de consumo aumenta mucho, su precio se reduce (más oferta con menor demanda monetaria). 13) Aumentan los salarios y la renta nacional en términos reales de forma permanente.

Fuente: http://www.eseade.edu.ar/files/Libertas/3_10_Ravier.pdf

En la tabla 21 se muestra el modelo de crecimiento económico austriaco desarrollado por Jesús Huerta de Soto que permite asignar la *preferencia temporal* en el proceso de Formación de Capital, lo cual se ve reflejado en el crecimiento económico de una nación.

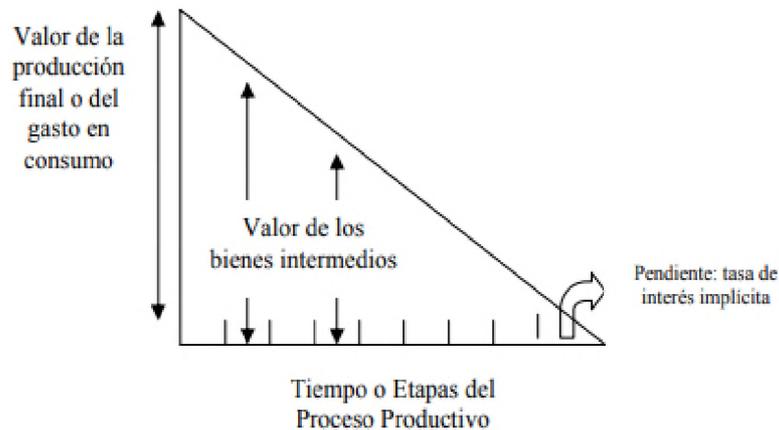


Figura 30. Triángulo Hayekiano

Fuente: *Formación de Capital y Ciclos Económicos*. Recuperado de http://www.eseade.edu.ar/files/Libertas/3_10_Ravier.pdf

La figura 28 el triángulo hayekiano revela dos aspectos importantes. 1) La producción - indicación del proceso que requiere tiempo lo cual es medible en el eje horizontal y 2) el proceso se define por la secuencia de etapa conformada por la estructura *Inter temporal* del capital (financiamiento que proviene del ahorro de las personas).

Si los productores, instituciones gubernamentales y demás organizaciones del sector agrícola tienen en cuenta las preferencias temporales podrían fijar mecanismos que, basados en la asociatividad, el Estado (a través del banco central) otorgue liquidez al productor para que logre asumir la producción (no préstamo, sino como anticipo), el Banco debe facilitar la liquidez sin cobrar intereses y el productor, que para cumplir con su obligación cuenta con el respaldo de la asociación, lo cancela con su ingreso por la venta de su producción (León, 2008).

4.5.2 Crédito propio

Quien invierte tiene una producción «patrimonial» garantía de un ingreso futuro; en consecuencia, cuenta con un crédito (le pertenece) implícito a la actividad de ser quien arranca el encadenamiento de valor. Es la expansión crediticia que otorga a los productores con bajos tipos de interés permitiéndole facilitar innovaciones de tecnologías y empresariales que se impulsan en el desarrollo económico (De Soto, 2010).

Instrumentar estos mecanismos, impulsaría al cantón Santa Lucía hacia el desarrollo desde los agricultores y mejoraría la cultura de «vivir con lo justo» e incluso mejoraría la tecnología con la otorgación de una buena ganancia.

La expansión crediticia artificial y la inflación de medios de pago (fiduciaria) no constituyen un atajo que haga posible el desarrollo económico estable y sostenido, sin necesidad de incurrir en el sacrificio y en la disciplina que supone toda tasa elevada de ahorro voluntario. (...) Y es que las expansiones artificiales del crédito y del dinero siempre son, como mucho, «pan para hoy y hambre para mañana». En efecto, hoy no existe duda alguna sobre el carácter recesivo que, a la larga, siempre tiene el shock monetario: el crédito de nueva creación (no ahorrado previamente por los ciudadanos) pone de entrada a disposición de los empresarios una capacidad adquisitiva que éstos gastan en proyectos de inversión desproporcionadamente ambiciosos (durante los últimos años especialmente en el sector de la construcción y las promociones inmobiliarias), es decir, como si el ahorro de los ciudadanos hubiera aumentado, cuando de hecho tal cosa no ha sucedido (Huerta, 2009).

Sin embargo, los teóricos de la «ecología de mercado» han pasado por alto otra causa relevante que motiva el mal uso de los recursos naturales: la expansión crediticia que orquestan los bancos centrales e inyectan cíclicamente en el proceso económico a través del sistema de banca privada que actúa privilegiadamente con reserva fraccionaria. En efecto, la

expansión artificial de medios fiduciarios genera una fase de burbuja especulativa y euforia financiera («exuberancia irracional») que termina afectando a la economía real, tensionándola indebidamente al aparecer como rentables múltiples proyectos que en realidad no lo son.

La situación de los agricultores se da porque son quienes hacen más, demoran más (proceso productivo) y reciben menos, no tienen opción de pensar a largo plazo, es decir, almacenar su producción y venderla cuando lo decidan; no tienen el poder de fijar el precio de lo que han producido, es el mercado el que les fija el precio y ellos sólo aceptan lo que les pagan. El esfuerzo que han invertido no es recompensado, el crédito propio y las preferencias temporales no funcionan para ellos (León, 2008). *Si el agricultor no compra insumos, los proveedores no venden, y no producen. La labor del agricultor debe ser realizada en conjunto de tal manera que beneficie no sólo a ellos sino a la Sociedad.*

Acerca de los productos agrícolas y del mercado de futuros Papa Gueye Fam (2016) menciona que desde inicios del 2000 hasta 2008, los mercados de materias primas, en especial el agrícola, está experimentado tendencias al alza de los precios, por lo cual es necesario tener una idea general acerca de la inestabilidad actual y de los precios futuros. La oscilación de precios de materias primas agrícolas puede llegar a afectar a los consumidores por el impacto en el poder adquisitivo.

Las condiciones climáticas pueden inducir volatilidades en el mercado, dando como resultado el riesgo en el precio. Las fluctuaciones de precios también son el resultado de políticas agrícolas implementadas por organismos que no toman en cuenta riesgos climáticos.

El primer paso para obtener el producto final es el procesamiento de la materia prima, una eventual inestabilidad repercutirá en los niveles de inflación, en economías donde la macroeconómica debe asegurar el crecimiento para promover el empleo. En las regiones de producción, las coberturas con *futuros* son casi imposibles, obligando a los actores a limitar

su almacenamiento y la firma de contratos de aprovisionamiento de largo plazo, debido a que la integración vertical está limitada por el juego de especializaciones internacionales.

Cuando los precios suben los productores se toman su tiempo para producir más y limitan la oferta con el fin de obtener mayor ganancia a futuro. Los bajos niveles hacen que los mercados y los precios de las materias primas estén propensos a golpes y por lo tanto a más volatilidad.

Los productos agrícolas como el arroz son poco negociados en mercados extranjeros. Existen restricciones de importación lo cual reduce la oferta de productos disponibles y hace más limitado el mercado agrícola y este tipo de políticas contribuye a la protección contra la volatilidad y el alza de precios.

Las medidas de subsidio incurren en la depresión de precios y desaniman a los potenciales productores para aumentar el nivel de inversión en la producción. Las subvenciones a la producción, a la transformación y al consumo desconectan los mercados domésticos e internacionales y los precios internos de los precios de mercados mundiales. Los países en vías de desarrollo tienen baja inversión en agricultura lo cual genera limitaciones en la capacidad de producción.

La mayor parte de las materias primas están denominadas en dólares, la subida o bajada del dólar puede ocasionar inestabilidad en los países importadores y exportadores lo cual incurre en el aumento de la volatilidad de los precios de los productos a nivel mundial y nacional.

El mercado agrícola se caracteriza por la inestabilidad en los precios. Una herramienta indispensable para la gestión de riesgos es el contrato de futuros; éste permite cubrir contra los cambios en los precios, facilitando la decisión del productor y aumentando su capacidad de adquirir financiamiento.

4.6 Mecanismos y herramientas de gestión financiera en la asociatividad

La asociatividad es una estrategia de colaboración colectiva que permite superar las individualidades (Lozano, 2010), en el caso de los agricultores esto contribuiría en realizar compras al por mayor de insumos agrícolas, acceso a nuevos mercados, tecnología y capital.

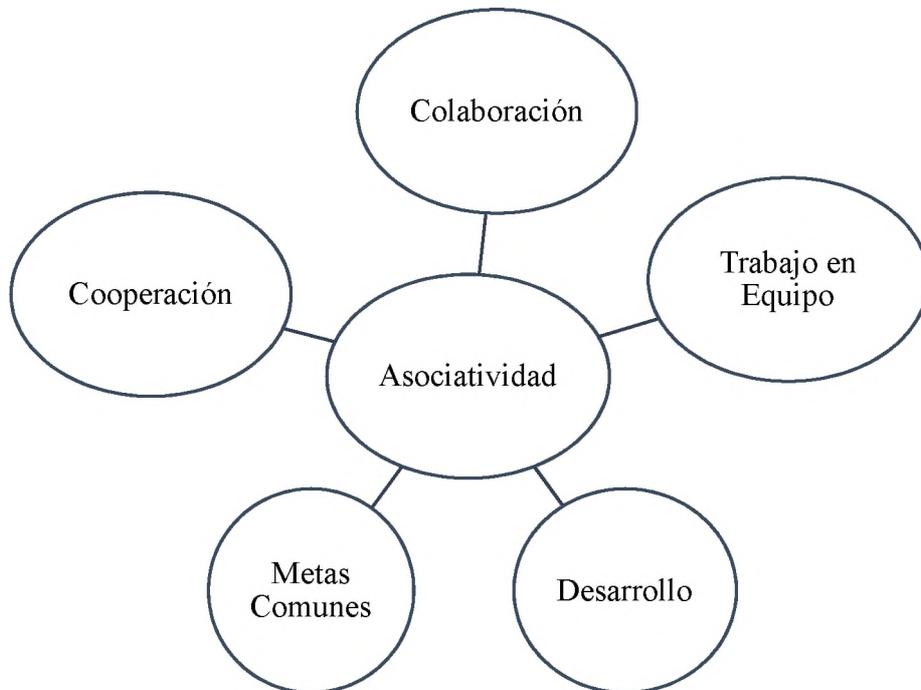
Lozano (2010) menciona que:

...el éxito de la estrategia de asociatividad depende de la identificación de las regiones económicas, los sectores de producción tradicional y las nuevas actividades productivas que pueden llegar a tener potencial para el desarrollo económico regional. (...) se debe tener en cuenta que el dinamismo de esta estrategia se construye a partir del desarrollo regional autónomo de las zonas, las cuales a su vez deben operar articuladas con el resto de las regiones del país. (p.178)

Esto a su vez favorece en compartir el riesgo que tenía antes cada agricultor al momento de vender su producto, a la disminución de costos (compras por mayor), tener obligación mancomunada, este tipo de obligación estaría formado por todos los agricultores; es decir la participación de varios acreedores o deudores permitiéndoles obtener pagos por

menor cantidad para cada uno de ellos y satisfaciéndose en las necesidades financieras que recurran en ese momento.

Figura 31. Asociatividad



Fuente: Adaptado de Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Asociatividad: Estrategia para la internacionalización de su negocio. Recuperado de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/9194/100000169.pdf?sequence=1>

La asociatividad podrá tener éxito en primer lugar trabajando en el cambio de mentalidad de cada uno de los agricultores (cultura o tradiciones), es importante mencionar que se involucren los agentes económicos (estado, asociaciones o cámara de comercio, etc.).

Estos agentes pueden generar un ambiente propicio debido a que brindarán servicios específicos tales como: financiamiento, capacitaciones, asesoramiento, entre otros.

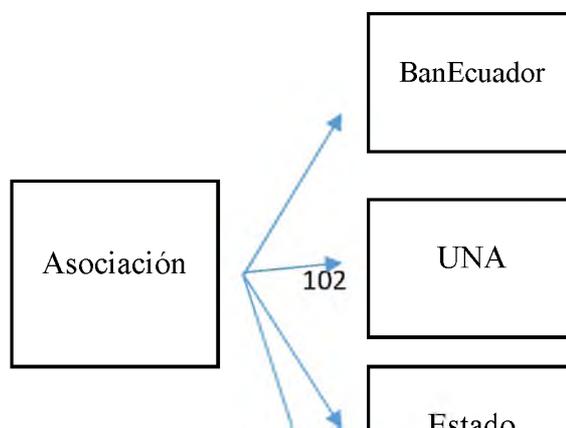


Figura 32. Modelo de Asociatividad- Agricultores

Fuente: Elaboración por las autoras

Actualmente la mayor parte de los agricultores deben ser eficientes en la producción debido a que este tipo de ventas le genera hacer uso de más capital, es decir que el capital monetario para el agricultor significa todo el dinero invertido en la producción de arroz, este es uno de los retos que tiene presente en desarrollar su capacidad de obtener capital y utilizarlo frecuentemente.

El agricultor deberá evaluar diferentes alternativas para financiar los recursos necesarios para la producción, en ocasiones realizará préstamos para adquirir el capital.

Un mecanismo para otorgar créditos a los agricultores sería emitiendo pagarés sin cobrar intereses y en caso de incumplimiento será la asociación quien se hará responsable de dicha obligación.

Conclusiones

Santa Lucía se ubica al noroeste de la provincia del Guayas, forma parte de la denominada Ruta del Arroz, el cantón cuenta con 13 organizaciones productivas agrícolas y ganaderas que tienen como fin realizar prácticas productivas para beneficio del cantón, actualmente se encuentran registradas 61 piladoras y 27 proveedores de insumos agrícolas.

La actividad económica predominante es la relacionada a las actividades de Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca, ocupando el 59,54% de la Población Económicamente Activa. Las principales actividades económicas del cantón se basan en la producción agropecuaria, en mayor escala la arrocería, el sistema de producción más utilizado es el mercantil el cual se conforma por las pequeñas y medianas propiedades, el uso de tecnología se limita por la disponibilidad de los factores de producción y la producción realizada está destinada al consumo y subsistencia.

De las encuestas realizadas a los agricultores del cantón se obtuvo que la producción sí ha incrementado en los últimos 3 años, la producción que obtiene generalmente la venden a las piladoras y distribuidores; denotan inconformidades por los precios bajos del producto por lo que se ven obligados a vender a un precio inferior al precio oficial, factores como precios bajos y contrabando son los que generan dicho problema al momento de querer vender su producción; la producción es arroz tipo grano largo debido a que éste es el más preferido por los consumidores, la producción la realizan en terreno propio que va de 3-5 hectáreas, son pequeños productores.

En las entrevistas, las personas coinciden al expresar que la situación actual del sector es preocupante, a causa de los precios bajos y el contrabando en las fronteras, la Unidad Nacional de Almacenamiento es la institución pública que no ofrece los beneficios necesarios

para mejorar la situación. Por otra parte, mencionaron que en la determinación del precio del arroz intervienen la sobreproducción, los intermediarios y la calidad.

El proceso productivo del arroz conlleva un tiempo aproximado de 4 meses y medio, en cada secuencia intervienen los factores de producción mano de obra, capital y maquinaria. En el cantón Santa Lucía el mayor porcentaje de la producción de arroz se comercializa como arroz en cáscara (paddy) y son pocos los que lo venden con el proceso de pilado; en el canal de distribución interactúan varios actores, el productor, la piladora, la Unidad Nacional de Almacenamiento, intermediarios y el consumidor final.

El proceso inicia con la producción que ha obtenido el agricultor, la cual pasa a la piladora donde se realiza el proceso de pilado y se obtiene arrocillo y polvillo; el arroz pilado es vendido a los intermediarios quienes serán los encargados de llevar el producto al consumidor final; en cada una de estas etapas el precio se ve modificado ya que todos optan por vender a un precio superior con el fin de generar ganancias. En el caso del cantón Santa Lucía se puede constatar que quienes generan mayor utilidad son las piladoras.

En la cadena de valor, correspondiente al arroz intervienen los actores directos y actores indirectos públicos y privados; los actores directos comprenden a los pequeños, medianos y grandes productores, los enganchadores, las piladoras, Unidad Nacional de Almacenamiento, los intermediarios y el mercado.

Con la elaboración de la cadena de valor se determina el porcentaje que obtiene cada actor, además se describe el reparto del precio y riesgo reflejando la difícil realidad de un productor debido a que tiene el porcentaje más bajo en precio y es quien más riesgo conlleva; lo que lleva a determinar que quien más hace, menos recibe.

La preferencia temporal y el crédito son temas que describen en gran parte la situación de los agricultores porque son quienes hacen más, demoran más (proceso productivo) y reciben menos, no tienen opción de pensar a largo plazo, es decir, almacenar su producción y venderla cuando lo decidan; no tienen el poder de fijar el precio de lo que han producido, es el mercado el que les fija el precio y ellos sólo aceptan lo que les pagan, sí optan por realizar préstamos se los otorgan a tasas de interés altas de tal manera de que el dinero que obtuvieron por vender su producción está destinado a pagar la deuda contraída. El esfuerzo que han invertido no es recompensado, el crédito propio y las preferencias temporales no funcionan para ellos.

La investigación ha permitido observar la situación actual del sector en la localidad estudiada; con ello se logró clasificar en detalle el proceso de comercialización a fin de entender la cadena de valor e interpretar los elementos más relevantes que intervienen en la determinación del precio. A través de la observación se ha logrado demostrar que los factores incidentes en la comercialización del arroz son los márgenes que distribuyen horizontalmente el precio y el riesgo que obliga a absorber desproporcionadamente los costos a cada actor en la cadena. Se comprueba que, de forma derivada, la distribución de los precios y márgenes se sostienen con otros elementos (requisitos de la UNA, intermediarios, obstáculos de calidad, etc.), por lo que, a pesar de no ser una meta del estudio, se plantea la propuesta de integrar tanto el crédito propio como la preferencia temporal, desde el inicio de la cadena a fin de estabilizar la economía de todos. Si Japón, hace 618 años se dio cuenta de ello, y le costó 340 años instrumentarlo ¿Por qué no hacerlo en Santa Lucía?

Recomendaciones

Para el presente trabajo de investigación, se sugiere que tanto los agricultores del cantón Santa Lucía como instituciones públicas y privadas además de una política de Estado trabajen en conjunto para beneficio del sector y hacer frente a la problemática existente a través de la creación de organizaciones, cooperativas y asociaciones con la finalidad de obtener mejoras en el proceso de comercialización.

Una asociatividad permitiría que se desarrollen políticas de regulaciones de precios, ya que se pudo constatar que son quienes acaparan la mayor parte de la producción (arroz paddy) en el cantón Santa Lucía, pagándoles a los agricultores un precio menor al precio oficial.

Además, la asociatividad permite establecer convenios con las empresas proveedoras de insumos agrícolas con el objetivo de que los agricultores obtengan estos productos a precios accesibles (precios al por mayor), descuentos de tal manera que reduzcan sus costos de producción.

La Unidad Nacional de Almacenamiento debe dar a conocer los servicios y programas que ofrece a los agricultores, además de contar con mayor capacidad de almacenamiento la producción adquirida.

Se recomienda académicamente realizar un estudio profundo siguiendo la línea de investigación relacionado con instrumentar una asociatividad además de realizar estudios referentes a la configuración del riesgo del agricultor. Con el estudio de la Cadena de Valor se pueden evaluar los riesgos que tiene cada uno de los actores, quien conlleva el mayor riesgo es el agricultor debido a diferentes factores, por lo que es importante informar o capacitar al agricultor sobre dichos elementos.

Referencias

- Artieda Rojas, J. R., Mera Andrade, R. I., Muñoz Espinoza, M. S., Ortiz Tirado, P. S. (2017). El trueque como sistema de comercialización- Desde lo ancestral a lo actual. *UNIANDES EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3), 288-300. BCE. (12 de octubre de 2007). Informe Económico. Quito.
- Cachanosky (2005). TEORÍA AUSTRIACA Y EL PROBLEMA DEL CICLO ECONÓMICO. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/305/preferencia%20temporal%20y%20el%20interes.htm>
- Cadena, G. (2018). Industrialización - Arroz. Recuperado de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/industrializacion-arroz>
- Cadena, G. (2018). Agroindustrias. Recuperado de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/agroindustrias>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Asociatividad: Estrategia para la internacionalización de su negocio. Recuperado de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/9194/100000169.pdf?sequence=1>
- Castillo, U. (2009). Diagnóstico productivo de las mancomunidades de cantones del norte de la Provincia del Guayas –Ecuador; ICE-UCSG, Guayaquil, 2009 –Informe final
- Castro, M. (2017). RENDIMIENTO DE ARROZ EN CÁSCARA, PRIMER CUATRIMESTRE 2017. Recuperado de http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios_agroeconomicos/rendimiento_arroz_primer_quatrimestre2017.pdf
- CICDA. (2004). Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola, 10-13.
- Constitución de la República de Ecuador (2008). Art. 335, Sección quinta, Intercambios económicos y comercio y justo. Recuperado de https://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010). Registro Oficial N° 351 de 29 de diciembre del 2010, Artículo 1 (Ámbito). Recuperado de

https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/codigo_organico_de_la_produccion_comercio_e_inversiones-1.pdf

Código Orgánico Monetario y Financiero (2014). Registro Oficial N° 332, Segundo Suplemento, del 12-09-2014. Recuperado de <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/leyes-aprobadas?leyes-aprobadas=All&title=C%C3%B3digo+Org%C3%A1nico+Monetario+y+Financiero&fecha=>

Corporación Financiera Nacional (2018). FICHA SECTORIAL: Arroz. CFN febrero 2018

Cortez, C (2017) Arroz: El problema de la concentración de cosechas para la fijación del precio mercado. *Revista Corpcom*, #25, 3-36

Chávez Jack, Castillo Uriel & Alcívar Teresa. Libro La naturaleza del desvalor productivo. Guayaquil, Editorial: UCSG, 2017 (cita en página #14).

Chon, J. (2017). La solución en nuestras manos. *Revista Corpcom*, #25, 3-36

Cuevas Reyes, V., & Espinosa García, J., & Romero Santillán, F., & Jolalpa Barrera, J. (2008). MERCADOS Y COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS EN LA CADENA DE LECHE DE VACA EN EL ESTADO DE HIDALGO. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 23, 631-642.

De Soto, J. H. (2010). Algunas reflexiones complementarias sobre la crisis económica y la teoría del ciclo. *Procesos de Mercado*, 7(2), 193.

Diario el Universo (15 de octubre de 2018). Ministra Vanessa Cordero pide denunciar el contrabando de arroz. Diario El Universo. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/10/15/nota/6430930/ministra-pide-denunciar-contrabando-arroz>

Diario El Comercio (2016). El país, alerta por las devaluaciones. Diario El Comercio. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/pais-alerta-devaluaciones.html>

Diario El Comercio (10 de octubre de 2017). Arroceros cierran vías en reclamo del precio oficial. Diario El Comercio. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/arroceros-reclamo-precio-arroz-guayas.html>

Díaz, J. (2014). Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 48 (1), 21-24.

- Dixie, G. (2006). Guía de extensión en comercialización- Comercialización de productos hortícolas. Recuperado de <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/009/a0185s/a0185s00.pdf>
- Ecuador en Cifras. (2016). Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec/inflacion-diciembre-2016/
- Emprende, A., & Andaluza, F. P. (2014). Cadena de Valor.
- FAO. (2010). The Rice Crisis: Markets, Policies and Food Security. <http://www.fao.org/3/a-an794e.pdf> Londres, 2010
- GAD Municipal del Cantón Santa Lucía (2018). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santa Lucía 2014-2015, Actualización 2015. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/0B_4xFdKgz-tkMjhZd0R2QWJTYmtPbTVldkJnWXBoY0k1WXJB/view.
- García, M. C. M. G., & Martínez, Y. P. (2009). Procedimiento para el proceso de comercialización en cadenas de tiendas.
- Garrison, R. W. (2005). Ciclos Económicos: El Enfoque Austriaco. *Revistas Libertas XII*, (43).
- Guayas lo tiene todo (2017). Santa Lucía. Recuperado de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/cantones/santa-lucia>
- Hellin, J. & Meijer, M. (2006). Lineamientos para el análisis de cadena. Costa Rica: Oficina Regional de la FAO.
- Hernández (2013) La comercialización como parte importante de la innovación obtenido de <http://www.anahernandezserena.com/la-comercializacion-como-parte-importante-de-la-innovacion/>
- Hidalgo, F., Lacroix, P., & Román, P. (Eds.). (2013). *Comercialización y soberanía alimentaria*. SIPAE.
- Huerta, J. (2009). Dinero, crédito bancario y ciclos económicos. *Obtenido de <http://www.miseshispano.org/wp-content/uploads/2013/01/Dinero-Cr%C3%A9dito-Bancario-y-Ciclos-Econ%C3%B3micos-.pdf>*
- Kriesberg, M & Steele, M (1974) Mejoramiento de los sistemas de comercialización en los países en desarrollo.
- Lafuente Ibáñez, C., & Marín Egoscóabal, A. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (64), 5-18.

- Lazzari, F. (2012). Cosecha y recibo de arroz. *Revista Corpcom*, Edición#13, 3-31
- León, C. (2008). Una Nueva Arquitectura Financiera para la Producción agropecuaria Cuaderno del Arroz. Informe de divulgación que corresponde al Proyecto de investigación denominado: Influencia del marco institucional en la distribución social del Precio del arroz en el Cantón Samborondón, iniciado en noviembre de 2006 presentado como «Cuaderno del arroz». Instituto de Investigaciones Económicas y Políticas de la Universidad de Guayaquil-
- Ley Orgánica de Agrobiodiversidad, Semillas y Fomento de la Agricultura Sustentable (2017). Registro Oficial N° 10 de 8 de Junio de 2017, Art. 9 (Reconocimiento al Agricultor). Recuperado de <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ro-agrobiodiversidad-semillas-ro-10-supl-08-06-2017.pdf>
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (2011). Registro Oficial N° 555 de 13 de Octubre del 2011, Art. 11 (Acuerdos y prácticas prohibidas). Recuperado de https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_de_regulacion_y_control_del_poder_de_mercado.pdf
- López, J. & Reyes, T. (2017). Amenazante sobreproducción en países vecinos. *Revista Corpcom*, Edición #25, 3-36
- Lozano, María Angélica. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *Revista EAN*, (68), 175-178. Retrieved August 20, 2018, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602010000100014&lng=en&tlng=es.
- Malavé Moreira, C. A., & Mero Chávez, M. C. (2017). “Análisis de Factibilidad Exportable de Arroz de la empresa SILVAGRO hacia el mercado de la ciudad de Bogotá, Colombia.» Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/18275
- Martyn Shuttleworth (Aug 9, 2008). Variables de investigación. Jun 22, 2018 Obtenido de Explorable.com: <https://explorable.com/es/variables-de-investigacion>
- Meleán Romero, R., & Velasco Fuenmayor, J. (2017). PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GANADERÍA BOVINA DOBLE PROPÓSITO. *Negotium*, 13 (37), 47-61.

- Ministerio de Agricultura Y Ganadería (2016) Adquisición de paquetes tecnológicos de arroz y maíz duro para facilitar el acceso a paquetes tecnológicos a los pequeños productores de arroz y maíz de la provincia de Manabí, afectados por el terremoto del 16 de abril de 2016.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (2018). Normativa. Acuerdo Ministerial #187- 19 de abril de 2013. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/normativas/file/1361-acuerdo-ministerial-187-19-de-abril-de-2013>
- Montero, P. L. (1998). La comercialización turística de las ciudades históricas españolas. *Ería*, (47), 281-298.
- Oddone, N., & Padilla, R. (2017). Fortalecimiento de cadenas de valor rurales. Santiago: CEPAL, 2017. LC/TS. 2017/24. p. 13-440.
- Onur Tas, B. K., & Togay, S. (octubre de 2014). Efectos de la dolarización oficial en una pequeña economía abierta: el caso de Ecuador. *Investigación Económica*, 53-54. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185166715300084>
- Papa Gueye Fam (2016). Marchés des matières premières agricoles et dynamique des cours : un réexamen par la financiarisation. *Economies et finances*. Université de Toulon, 2016. Français. .
- Parra Coronado, A. (1989). La comercialización de frutas y hortalizas. *Ingeniería e Investigación*, (19), 14-19.
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. E. (2017). *Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada*. Deusto.
- Porter, M. E., & Perez, M. A. D. L. C. (1996). *Ventaja competitiva*. Compaqma Editorial Continental.
- Quintero, J., & Carreño, J. S. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 8(3), 377-389.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, 8 (3), 377-389.

- Ramírez Atehortúa, F., & Zwerg-Villegas, A. (2012). Metodología de la investigación: más que una receta. *AD-minister*, (20), 91-111.
- Real Academia Española (2017). Diccionario de la lengua española. Actualización 2017. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=19vVDdp>
- Revista Líderes (2016). En el sector arrocero hay más desafíos. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/arrocero-desafios-economia-negocio-arroz.html>
- Rizo-Mustelier, M., & Villa-Tabares, B., & Vuelta-Lorenzo, D., & Vargas-Batis, B. (2017). ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE VENTAS EN EL MERCADO AGROPECUARIO ESTATAL FERREIRO DE SANTIAGO DE CUBA. *Ciencia en su PC*, (4), 91-102.
- Rupertí, X (2017) Centro de investigación del arroz. *Revista Corpcom*, Edición #25, 3-36
- Salinero, J. G. (2004). Estudios descriptivos.
- Sampieri Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista, M. D. (2010). Metodología de la investigación (quinta edición ed.). *Mexico DF: Mc Graw Hill*.
- Sandrea, M., & Boscán, M. (2004). La cadena de valor del sector confección. *Revista Venezolana de Gerencia*, 9 (26), 336-353.
- Sánchez Gómez, M. C. (2015). “La dicotomía cualitativo-cuantitativo: posibilidades de integración y diseños mixtos”. *Campo Abierto Revista de Educación*.
- Secretaría Nacional de Planificación (2018). Información para la planificación y Ordenamiento Territorial. Recuperado de <http://sni.gob.ec/web/inicio/descargapdyot>
- Secretaría Nacional de Planificación (2018). METODOLOGÍA. PROYECTO: “GENERACIÓN DE GEOINFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL TERRITORIO Y VALORACIÓN DE TIERRAS RURALES DE LA CUENCA DEL RÍO GUAYAS ESCALA 1: 25 000”. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN. Diciembre, 2009. Recuperado de <http://sni.gob.ec/web/inicio/descargapdyot>
- UNA (2016). Servicios. Compramos arroz. Recuperado de <http://www.una.gob.ec/?p=2255>
- Torres Higuera, A. E. (2017). Evaluación del Desarrollo Agrícola Ecuatoriano en el período 2007 - 2015. Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de www.dspace.uce.edu.ec:8080/handle/25000/10819.
- Vergíu Canto, J. (2013). La cadena de valor como herramienta de gestión para una empresa de servicios. *Industrial Data*, 16 (1), 17-28.

- Villamil Fonseca, O. (2003). Investigación cualitativa, como propuesta metodológica para el abordaje de investigaciones de terapia ocupacional en comunidad. *Umbral Científico*, (2), 0.
- Viteri, G. I. V., & Zambrano, C. E. (2016). Comercialización de arroz en Ecuador: Análisis de la evolución de precios en el eslabón productor-consumidor. *Ciencia y Tecnología*, 9(2), 11-17.
- Wall Street Journal (Diciembre de 2016). En Andreasson, P., Bekiros, S. Nguyen, Uddin, D.K., 2016. Impact of speculation and economic uncertainty on commodity markets. *International Review of Financial Analysis*. 43, 115-127 Se refieren a: Bowman, D., Londono, J. M., Sapriza, H., 2015. U.S. unconventional monetary policy and transmission to emerging market economies. *Journal of International Money and Finance*. 55, 27-59.; quien cita a Paraschiv et al., 2015 en Stress-testing for portfolios of commodity futures.
- White H., L. (2017). Dolarización y libertad monetaria. *Polémika*, 61-80.

Apéndices

Apéndice a. Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía Encuesta

Objetivo: inferir acerca de la situación actual del sector arrocero en el cantón Santa Lucía, lo que permitirá tener una visión más amplia de los posibles problemas o falencias existentes.

1. ¿Cree usted que la producción de arroz en el cantón Santa Lucía se ha incrementado los últimos tres años?

Sí

No

2. ¿Cree usted que hay suficientes proveedores de insumos agrícolas en el cantón Santa Lucía?

Sí

No

3. Al momento de vender el arroz lo hace a:

Piladoras

Unidad Nacional de Almacenamiento

Consumidor Final

Distribuidores (mayorista, minorista)

Otros (especifique) _____

4. Cree usted que los insumos agrícolas se vende a precios:

Altos

Razonables

Bajos

5. ¿Posee piladora?

Sí

No

6. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que afectan más en la comercialización del arroz?

Contrabando

Bajos precios

Competencia

Intermediarios

Otros (especifique) _____

7. Su producción la realiza en terreno:

Propio

Arrendado

8. ¿Cuánto espacio de hectárea usted utiliza para la producción de arroz?

De 3 a 5 hectáreas

De 6 a 8 hectáreas

Más de 8 hectáreas

9. ¿Qué tipo de arroz usted produce?

Arroz Grano Largo

Arroz Grano Corto

Apéndice b.

Entrevista 1



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa
Lucía**

Entrevista

- 1. ¿Cómo define la situación actual del sector arrocero en el cantón Santa Lucía y por qué?**

- 2. ¿Qué obstáculos usted observa en la comercialización de arroz?**

- 3. ¿Cree que la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) brinda beneficios al sector?**

4. ¿Qué factores intervienen en la determinación del precio de venta de arroz?

5. ¿Con cuántas piladoras aproximadamente cuenta el cantón Santa Lucía?

6. ¿Cuál es el número de hectáreas producidas del cantón Santa Lucía?

7. ¿Cuál es el rendimiento aproximado de producción del cantón Santa Lucía?

8. ¿Cuánto productores creen que existen en el cantón, cuantos cree que son propietarios y cuántos alquilan?



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa
Lucía**

Entrevista

1. ¿Qué opina acerca de la comercialización de arroz?

**2. ¿A qué conclusiones llegó con la investigación realizada en el Cantón
Samborondón?**

**3. ¿Cree que la misma situación que se da en el arroz ocurre con los demás
productos agrícolas?**

**4. ¿Qué sugiere para el presente trabajo de investigación el cual se realiza en el
cantón Santa Lucía?**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

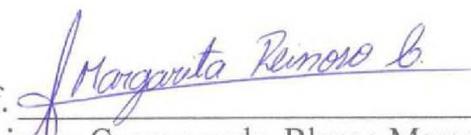
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Reinoso Campoverde Blanca Margarita**, con C.C: # **0941711962** autora del trabajo de titulación **Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía** previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 19 de septiembre de 2018

f. 
Reinoso Campoverde, Blanca Margarita
C.C: **0941711962**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Villamar Cabrera Daniela Noemí**, con C.C: # **0931208904** autora del trabajo de titulación **Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía** previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

Guayaquil, 19 de septiembre de 2018

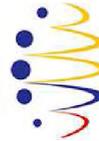
f. 
Villamar Cabrera, Daniela Noemí
C.C: 0931208904



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de factores determinantes en la comercialización de arroz en el cantón Santa Lucía		
AUTORAS	Blanca Margarita, Reinoso Campoverde y Daniela Noemí Villamar Cabrera		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. José María, Váscones Martínez, Mgs. / Econ. Jack Alfredo, Chávez García, Msc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	19 de septiembre de 2018	No. DE PÁGINAS:	139 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercialización, Agricultura, Administración de Empresas.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comercialización, Cadena de Valor, Agricultores, Margen		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El arroz, como «commodities», mantiene el primer uso registrado en los mercados. Fue en Japón (1650) cuando sirvió de asiento en las transacciones a futuro para el intercambio de productos básicos. Como lo señala el Wall Street Journal, (diciembre 2016), ya en 1835 la bolsa japonesa de Dojima – Osaka, cotizaba el arroz porque era declarado legalmente permitido y protegido por las altas autoridades del imperio bajo reglas sumamente ordenadas y claras; convirtiéndose en el antecedente directo de los mercados de futuros de hoy, ya que inventa las herramientas y la logística para la gestión del riesgo en el control de los precios que se fijaban a materias prima. Los comerciantes utilizaban las «casas de depósito» y emitían «certificados de depósito» para anticiparse a necesidades —cobertura, utilizando la información para negociar; con ello se esperaba impulsar el «crédito propio» y asignar la «preferencia temporal» a los agricultores.

La presente tesis interpreta la experiencia japonesa para estudiar la realidad en el cantón Santa Lucía y desentrañar los factores determinantes en la comercialización del arroz; un recorrido que, al adaptar la práctica, termina recomendando salidas porque demuestra el empantanamiento —circulo vicioso, en el que el precio queda atrapado en un torbellino ocasionado por el vaivén del riesgo, que se esconde entre márgenes mal distribuidos, y «cadenas de valor» injustamente sostenidas.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-941711962 +593-4-996187495	E-mail: margarita_reinoso@outlook.com danielavillamar_1993@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Paola Alexandra Traverso Holguín.	
	Teléfono: +593-4-999406190	
	E-mail: ptraverso2008@hotmail.com - paola.traverso@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	

