



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
CARRERA DE INGENIERIA AGROPECUARIA



TRABAJO DE TITULACIÓN

Componente práctico del Examen de Grado de carácter Complexivo,
presentado al H. Consejo Directivo de la Facultad, como requisito
previo para obtener el título de:

INGENIERO AGROPECUARIO

TEMA:

“Comercialización del arroz paddy en la zona de Babahoyo”.

AUTOR:

Maycol Agustín Sánchez Mayorga

TUTOR:

Ing. Agr. Miguel Goyes Cabezas, MAE.

Babahoyo - Los Ríos - Ecuador

2019

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación se lo dedico primero a Dios por haberme permitido culminar mi carrera con éxito, a mis padres por el apoyo incondicional en esta etapa de mi vida y por el esfuerzo que hicieron para que pueda culminar mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a las personas que hicieron posibles que este proyecto se realice, a mi tutor por su dedicación y a mis padres y hermanos por sus consejos constantes para que pueda terminar mis estudios superiores.

RESUMEN

La finalidad del presente documento como componente práctico es indagar sobre la comercialización de arroz paddy en la zona de Babahoyo, que afecta especialmente a los pequeños y mediano productores arroceros, por el elevado costo de producción que implica producir este producto para obtener elevados rendimientos, lo que al final se ve afectado económicamente al comercializarlo. En el Ecuador, específicamente en la provincia de Los Ríos en la zona de Babahoyo, el principal problema que repercute en la producción de arroz paddy es su comercialización, lo que ha generado que los agricultores obtengan grandes pérdidas económicas al tratar de vender su productos, lo que va ligado a los alto costos de producción que genera este cultivo. La ejecución del presente documento se realizó con el análisis de textos, libros, revistas, periódicos, congresos, ponencias, artículos científicos y revisión de páginas web. Toda la información fue revisada continuamente y previamente se realizaron lecturas complementarias con libros relacionadas a otras áreas como comercio y administración de empresas. La investigación fue sometida a la técnica de análisis, síntesis y resumen donde se desarrolló todo lo referente a la comercialización del arroz paddy en la zona de Babahoyo. Por lo anteriormente detallado se determinó que en la Provincia de Los Ríos, específicamente en la zona de Babahoyo, existe una brecha entre los costos para la producción del cultivo de arroz y la comercialización de esta gramínea; no existe control en el precio referencial propuesto por los organismos gubernamentales para la venta del arroz paddy; la inclusión de los intermediarios repercute en la ganancia económica de los pequeños y medianos agricultores y los precios a los consumidores están relacionados con el consumo per cápita con igual tendencia en el mercado externo.

Palabras claves: arroz paddy, Babahoyo, comercialización.

SUMMARY

The purpose of this document as a practical component is to inquire about the commercialization of paddy rice in the Babahoyo area, which especially affects small and medium-sized rice producers, due to the high production cost of producing this product to obtain high yields, which in the end is economically affected when commercialized. In Ecuador, specifically in the province of Los Ríos in the Babahoyo area, the main problem that has an impact on paddy rice production is its commercialization, which has led farmers to obtain large economic losses when trying to sell their products, which is linked to the high production costs generated by this crop. The execution of this document was carried out with the analysis of texts, books, magazines, newspapers, congresses, presentations, scientific articles and review of web pages. All the information was reviewed continuously and previously complementary readings were made with books related to other areas such as comercio and business administration. The research was submitted to the analysis, synthesis and summary technique where everything related to the marketing of paddy rice in the Babahoyo area was developed. Based on the above, it was determined that in the Province of Los Ríos, specifically in the Babahoyo area, there is a gap between the costs for rice crop production and the marketing of this grass; there is no control in the referential price proposed by government agencies for the sale of paddy rice; The inclusion of intermediaries has an impact on the economic gain of small and medium-sized farmers and consumer prices are related to per capita consumption with the same tendency in the external market.

Keywords: paddy rice, Babahoyo, marketing

CONTENIDO

RESUMEN	iv
SUMMARY	v
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
MARCO METODOLÓGICO	3
1.1. Definición del tema caso de estudio	3
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivo	4
1.5. Fundamentación teórica	4
1.6. Hipótesis.....	9
1.7. Metodología de la investigación.....	9
CAPÍTULO II	11
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.1. Desarrollo del caso	11
2.2. Situaciones detectadas (hallazgo).....	11
2.3. Soluciones planteadas	11
2.4. Conclusiones	12
2.5. Recomendaciones (propuesta para mejorar el caso)	12
BIBLIOGRAFÍA.....	14
ANEXOS	16

INTRODUCCIÓN

El arroz (*Oryza sativa* L.) es una especie perteneciente a la familia de las gramíneas, brindando mayor aporte calórico de todos los cereales y es considerado uno de los cultivos, que debidamente procesados, genera mayor consumo para la alimentación durante la vida del hombre. Actualmente se produce en los cinco continentes, especialmente en países de clima cálido y húmedo, generando mucha importancia para la población a nivel internacional y local.

En el Ecuador se siembra aproximadamente 398 936 ha, las cuales cosechan 332 988 ha logrando una producción de 1 239 269 t/año. En la provincia de Los Ríos se siembran aproximadamente 125 545 ha, de las cuales se cosechan 110 386 ha, alcanzando una producción de 359 569 t. El rendimiento promedio del arroz en cascara con 20 % de humedad y 5 % de impurezas fue de 3,92 t/ha (INEC, 2018).

Luego de su cosecha, el grano de este cereal es recolectado y es ahí donde se denomina arroz paddy, disponiéndose así de su cáscara natural y de sus propiedades nutritivas.

El arroz paddy luego recolectado del campo, es limpiado de ramas impurezas y piedras, para ser molido y blanqueado y obtener un arroz blanco que servirá para la alimentación humana y sus subderivados serán utilizados en la alimentación animal. Posteriormente se inicia el proceso de comercialización, que es un conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor (se introduce al mercado) hasta llegar al consumidor.

Una de las características principales de los productos es la volatilidad de los precios, que se ve influenciada por varios factores como la oferta y la demanda, crecimiento de la población, fenómenos naturales, por lo que es necesario mejorar la eficiencia y competitividad de la producción de arroz.

La comercialización del arroz paddy se ha visto afectada por los altos costos de producción que genera la siembra del cultivo, es por ello que se plantea el presente documento para recopilar información sobre la comercialización del arroz paddy en la zona de Babahoyo.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. Definición del tema caso de estudio

El tema se planteó con la finalidad de estudiar lo referente a la comercialización de uno de los principales cultivos de la provincia de los Ríos, como es el arroz paddy, específicamente en la zona de Babahoyo.

1.2. Planteamiento del problema

En el Ecuador, específicamente en la provincia de Los Ríos en la zona de Babahoyo, el principal problema que repercute en la producción de arroz paddy es su comercialización, lo que ha generado que los agricultores obtengan grandes pérdidas económicas al tratar de vender su productos, lo que va ligado a los alto costos de producción que genera este cultivo.

Los productos del sector agroalimentario tienen una característica principal, la volatilidad de los precios, debido a varios factores, entre ellos, oferta, demanda, crecimiento de la población, variables biológicas y fenómenos naturales, por lo que la producción de arroz, requiere de análisis integrales a fin de mejorar su eficiencia y competitividad. La evolución de precios de los bienes básicos (commodities) ha sido una de las mayores preocupaciones para los responsables de la política económica en los últimos años por su influencia en la dinámica de la actividad económica, la inflación y la balanza de pagos (Viteri y Zambrano, 2016).

La producción de arroz se comercializa en su mayor porcentaje en arroz en cáscara y pocos agricultores lo venden pilado, donde su producción se ve afectada por los intermediarios quienes modifican los precios diferenciándose entre lo que recibe el productor y lo que paga el consumidor. Sin embargo, el precio referencial propuesto para este producto no es respetado por las empresas que se encargan de comercializarlo, causando pérdidas económicas a los agricultores que se encargan de producirlo.

1.3. Justificación

El arroz es uno de los principales productos de consumo masivo, que sirve para la alimentación de la población urbana y rural de la mayoría de los países a nivel mundial.

Es importante investigar la brecha que existe entre su producción y comercialización, para poder determinar las causas que inciden las pérdidas económicas, especialmente de los medianos productores que son los más afectados por los elevados costos de producción y bajo precio de venta.

La comercialización es la principal falencia del sector arrocero, específicamente en elementos como almacenamiento y precio.

1.4. Objetivo

General:

Recopilar información sobre la comercialización del arroz paddy en la zona de Babahoyo.

Específicos:

- Establecer el estado del arte referente a la comercialización.
- Generar un banco de información sobre la comercialización de arroz paddy.

1.5. Fundamentación teórica

Vera *et al.* (2018) difunden que el cultivo del arroz comenzó hace casi 10.000 años en las regiones húmedas de Asia tropical y subtropical, posiblemente sea la India el país donde se cultivó por primera vez esta gramínea debido a que en ella abundaban los arroces silvestres. Pero el desarrollo del cultivo tuvo lugar en China, desde sus tierras bajas a sus tierras altas, probablemente hubo varias rutas por las cuales se introdujeron de Asia a otras partes del mundo.

Viteri y Zambrano (2016) informan que el arroz que se produce es fruto no solo de la fortuna de las características del suelo y clima, sino de una serie de procesos coyunturales, endógenos y organizativos entre arroceros y diversas instituciones locales a través de los años.

La cadena arrocera es constituida por los productores de arroz, que realizan la fase de producción de materia prima (arroz en cáscara verde) y las pequeñas, medianas y grandes agroindustrias arroceras responsables del procesamiento agroindustrial y la distribución del producto a consumidores (Viteri y Zambrano, 2016).

Diario El Comercio (2018) publica que una ausencia de política comercial es la principal falencia del sector arrocero en el país, por lo que es importante corregir la problemática. Incluye elementos como: almacenamiento, precio y evitar el contrabando.

De acuerdo a Castaño *et al.* (2017), el arroz es consumido por casi la mitad de la población mundial y también es considerado como uno de los alimentos básicos más importantes.

Vera *et al.* (2018) manifiestan que este cultivo es el alimento básico para más de la mitad de la población mundial, aunque es el más importante del mundo si se considera la extensión de la superficie que se cultiva y la cantidad de gente que depende de su cosecha. A nivel mundial, ocupa el segundo lugar después del trigo considerando la superficie cosechada como cultivo alimenticio. Además de su importancia como alimento, proporciona empleo al mayor sector de la población rural de los países donde se cultiva.

Paglietini *et al.* (2017) divulgan que la competitividad ha estado relacionada en forma estática a cuestiones vinculadas al tipo de cambio, costos relativos y precios, dándole de esta manera gran importancia al nivel tecnológico de las explotaciones o de las industrias.

Algunas variantes del mismo enfoque hacen mayor hincapié en la capacidad

de conquistar y mantener “porciones” de mercados externos, por lo cual la medida de la competitividad de un sector o de un país pasa por el desempeño del mismo en el mercado internacional. Generalmente, el término “ventajas competitivas” se relaciona con este enfoque e indica la capacidad potencial de exportar de un país. (Paglietini *et al.*, 2017).

Castaño *et al.* (2017) explican que el continente que más desechos produce en los cultivos de arroz es el continente asiático con una cifra de 667’590.000 toneladas por año, América produce 37’230.000 toneladas anuales.

Paglietini *et al.* (2017) expresan que un buen desempeño exportador no siempre significa alta competitividad, sino que en muchos casos es el resultado de un tipo de cambio que permite competir internacionalmente a costa de la depresión de variables internas, como por ejemplo la tasa de salarios.

Escobal (2014) señala que el cultivo de arroz ha sido uno de los más dinámicos de la agricultura en las últimas décadas. En efecto, mientras la producción agrícola promedio se ha mantenido prácticamente estancada desde principios de la década de los cincuenta, la producción de arroz se ha más que quintuplicado entre esa época y la actualidad.

Este crecimiento de la producción doméstica de arroz se ha debido tanto a un aumento importante de los rendimientos (que se duplicaron en los últimos treinta años), como a una enorme expansión de las áreas cultivadas (Escobal, 2014).

Para Martínez y Acevedo (2014), los elementos involucrados en la cadena de arroz son relativamente pocos: en primer lugar, se encuentra la producción agrícola de arroz, la cual se cosecha en forma de arroz paddy (cáscara) verde; en segundo lugar, el procesamiento industrial, el cual consiste en someter el paddy verde a un proceso de secamiento (paddy seco), el descascarillado (trilla), el pulímetro para obtener arroz blanco apto para el consumo, y algunos subproductos y derivados tales como el arroz partido, la harina de arroz, el triturado de arroz, el afrecho de arroz, los grits de arroz; y, en tercer lugar, encontramos los procesos de comercialización de arroz paddy y de arroz blanco y sus subproductos tanto

nacional como importado.

Jordán y Yagual (2018) consideran que el sector agrícola es uno de los sectores más importantes del Ecuador, ya que las condiciones climáticas hacen que en el territorio se siembre toda clase de recursos, por lo tanto, es necesario que las personas que se dediquen a la agricultura tengan sólidos conocimientos técnicos en el manejo de abono y de insumos como semillas.

Vera *et al.* (2018) mencionan que en el Ecuador, la zona de Babahoyo, Capital Provincial de Los Ríos, es un área netamente agrícola, productiva e industrial con tierras fértiles donde se produce arroz, soya, maíz, banano, cacao, etc. El cultivo del arroz genera una importante cantidad de fuentes de trabajo en el agro, constituyéndose además en el alimento básico de las familias ecuatorianas de toda clase social, siendo un producto de alta disponibilidad dentro del mercado nacional.

Eymond y Santos (2015) aclaran que el arroz es un cultivo de gran importancia en la Costa del Ecuador donde el 80% de las unidades productivas pertenece a pequeños y medianos arroceros. Los pequeños productores atraviesan varias limitantes relacionadas con la producción, comercialización, financiamiento y las formas de asociatividad son una alternativa para enfrentar las dificultades de manera colectiva.

Eymond y Santos (2015) comentan que los pequeños arroceros han reportado que atraviesan grandes dificultades debido a la falta de financiamiento para la producción. Por lo tanto recurren a otros agentes de la cadena de valor para tener acceso a préstamos informales que los agricultores obtienen pero a una alta tasa de interés y muy variable (entre el 2 al 20 % mensual).

Además, en la mayoría de los casos, la devolución del préstamo se realiza contra arroz. Cuando es el caso, los prestamistas por lo general determinan el precio que tiende a ser menor al precio oficial con el pretexto de la 'baja calidad de arroz entregado' por parte del agricultor (Eymond y Santos, 2015).

Jordán y Yagual (2018) afirman que estudios demuestran que el perfil del agricultor no supera la educación básica, es decir no maneja un perfil negociador lo cual le podría impedir tomar buenas decisiones en su negocio.

Eymond y Santos (2015) definen que en el sector arrocero, existen diferentes formas de asociatividad y en particular: (i) juntas de riego, donde los pequeños arroceros gozan de bienes públicos a través de sistemas de riego, que además de brindar el recurso agua para la producción, favorece la asociatividad de los productores arroceros en las juntas de riego, (ii) asociación de agricultores para el acceso a insumos y servicio de mecanización, donde el Estado impulsa a las organizaciones rurales a través del aporte financiero o de proyectos, (iii) asociación de ahorro y crédito, donde los socios buscan capitalizar recursos financieros a través de los bancos de ahorro comunales; y, (iv) piladoras asociativas como una alternativa que brinda a los pequeños arroceros oportunidades para la comercialización y transformación del arroz paddy (en cáscara) a arroz blanco (pilado), a través de un intercambio en mejores condiciones.

Jordán y Yagual (2018) reportan que la falta de conocimiento de negociación y administración de los recursos ha generado que los agricultores del recinto la Barranca sean víctimas de factores externos que impiden que su modelo de negocios tenga un desarrollo a futuro, tales son los casos de la falta de financiamiento de entidades reguladas, siendo aprovechadas por personas que practican la usura otorgando créditos con tasas elevadas, también la ausencia de un proceso técnico que ayude al agricultor a tener una cosecha de calidad, vendiéndolas a intermediarios por la presión de tener un ingreso para pagar sus deudas.

Consejo Agropecuario del Sur (2014) determina que de la producción total de arroz con cáscara el 72.5% se procesa como arroz pilado; de éste aproximadamente el 17.7% se destina a la industria y el 82.3% directamente para el consumo de los hogares.

Ramírez (2013) relata que en el eslabón de la producción de arroz paddy verde, el cual incluye la siembra y la recolección, se produce la materia prima de

todo el proceso productivo. La producción de arroz paddy verde está concentrada con aproximadamente el 75% de la producción total. Este eslabón de la cadena se caracteriza por contar con un número considerable de productores de arroz paddy verde.

Vera *et al.* (2018) sostienen que en la provincia de Los Ríos, el Gobierno Nacional ha implementado la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA), en las cuales existen tres silos ubicados en los cantones de Babahoyo, Quevedo y Ventanas, con la finalidad de captar las cosechas de arroz de los agricultores de estas zonas.

La UNA, recientemente creada, no se da abasto y no cuenta con infraestructura adecuada y capital idóneo para cancelar oportunamente a quienes llevan sus productos, por lo cual se deduce que el agricultor arrocero debe de realizar una serie de travesías para poder acceder al cobro de lo que ha sido su esfuerzo por varios meses de trabajo y que le sirve para el sustento de familia (Vera *et al.*, 2018).

1.6. Hipótesis

Ho= no existe influencia en la comercialización del arroz paddy en la zona de Babahoyo

Ha= Existe influencias en la comercialización del arroz paddy en la zona de Babahoyo.

1.7. Metodología de la investigación.

La ejecución del presente documento se realizó con el análisis de textos, libros, revistas, periódicos, congresos, ponencias, artículos científicos y revisión de páginas web.

Toda la información fue revisada continuamente y previamente se realizaron lecturas complementarias con libros relacionadas a otras áreas como comercio y administración de empresas.

La investigación fue sometida a la técnica de análisis, síntesis y resumen donde se desarrolló todo lo referente a la comercialización del arroz paddy en la zona de Babahoyo.

CAPÍTULO II

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Desarrollo del caso

La finalidad del presente documento como componente práctico es indagar sobre la comercialización de arroz paddy en la zona de Babahoyo, que afecta especialmente a los pequeños y mediano productores arroceros, por el elevado costo de producción que implica producir este producto para obtener elevados rendimientos, lo que al final se ve afectado económicamente al comercializarlo.

2.2. Situaciones detectadas (hallazgo)

Con la información compilada se determinó que los pequeños y medianos productores no obtienen una comercialización adecuada del cultivo de arroz paddy, lo que influye para que los intermediarios se aprovechen al momento de la venta de arroz.

Es necesario que exista mayor flujo de divisas para que al momento de vender el producto, los agricultores obtengan su dinero sin esperar largos periodos de tiempo para que se haga efectiva económicamente su producción.

2.3. Soluciones planteadas

En la comercialización del arroz paddy debe existir mayor control por parte de organismos gubernamentales, con la finalidad que al momento de vender el producto los agricultores no se sientan afectados económicamente.

Se debe considerar que la Unidad Nacional de Almacenamiento, en su centro de Acopio cerca de la zona de Babahoyo, capte la mayor producción el cultivo, dando al agricultor las facilidades para que entregue su rendimiento sin necesidad de acudir a los intermediarios, que no cancelan el precio referencial.

2.4. Conclusiones

Por lo anteriormente detallado se concluye:

- En la Provincia de Los Ríos, específicamente en la zona de Babahoyo, existe una brecha entre los costos para la producción del cultivo de arroz y la comercialización de esta gramínea, afectando los ingresos económicos de los productores.
- No existe control en el precio referencial propuesto por los organismos gubernamentales para la venta del arroz paddy; debido a aquello los comerciantes no plantean un precio justo lo que afecta a los consumidores.
- La inclusión de los intermediarios repercute en la ganancia económica de los pequeños y medianos agricultores que se dedican a la venta de arroz paddy.
- Los precios a los consumidores están relacionados con el consumo per cápita con igual tendencia en el mercado externo.

2.5. Recomendaciones (propuesta para mejorar el caso)

Por consiguiente se recomienda:

- Fomentar que la siembra del cultivo de arroz este íntimamente ligada con los comerciantes directos de esta gramínea, para tratar de disminuir la presencia de intermediarios.
- Promover que los organismos gubernamentales mejoren los procesos de exportación, específicamente del arroz pilado, para que aunando esfuerzos de los agricultores mejoren la venta del arroz paddy.
- Realizar investigaciones para obtener propuestas que la Unidad Nacional de Almacenamiento le compre la cosecha a los agricultores sin tener que acudir a

intermediarios, lo que sin duda mejorará ingresos económicos para el productor y su familia

BIBLIOGRAFÍA

Castaño, C., León, S., Gómez, T., Carrillo, J. 2017. Estudio de efectividad del sílice de la cascarilla de arroz como sílica absorbente para derrames de hidrocarburos. *Semilleros*, 4 (7), 95-102.

Consejo Agropecuario del Sur. 2014. Informe de Coyuntura. Sistema de información de mercados. Pag. 8-9

Diario EL COMERCIO 2018. Ministerio de Agricultura analiza plan de comercialización para el arroz. Disponible en <https://www.elcomercio.com/actualidad/agricultura-analiza-plan-comercializacion-arroz.html>.

Escobal, J. 2014. Comercialización agrícola en el Perú. 1ª Ed. Perú. — Lima: GRADE. ISBN 84-89305-42- 0

Eymond, M., Santos, A. 2015. ASOCIATIVIDAD PARA EL ACCESO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PEQUEÑOS ARROCEROS EN ECUADOR. Dinámicas de comercialización para la agricultura familiar campesina: desafíos y alternativas en el escenario ecuatoriano. 2ª Ed. Pág. 65-69.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). 2018. Disponible en <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censc-nacional-agropecuario/>

Jordán, P., Yagual, A. 2018. Modelo de gestión para la comercialización del arroz en beneficio de los pequeños productores del recinto La Barranca perteneciente al Cantón Samborondón. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Ecuador. Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2018/comercializacion-arroz.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec18comercializacion-arroz>

Martínez, H., Acevedo, X. 2014. Características y estructura de la cadena de arroz

en Colombia. IICA, Bogotá (Colombia). Pág. 21

Paglietini, L., Carballo, C., Domínguez, J., Miranda, O., Arizio, O. 2017. Arroz en el Mercosur: cambios y sostenibilidad en el sector primario de Argentina. AGROALIMENTARIA. No 4.

Ramírez, J. 2013. Política Comercial para el Arroz. Disponible en <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/208/Politica%20Comercial%20para%20el%20Arroz%20-%20Reporte%20Final.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Vera, M., León, J., Goyes, M., Goyes, J., Olvera, O. 2018. Alternativa para incrementar la rentabilidad de los productores mediante el diagnóstico de la comercialización de arroz. 1ª Ed. Centro de Investigación y Desarrollo Profesional, CIDEPRO. ISBN: 978-9942-792-56-3 (eBook)

Viteri, G., Zambrano, C. 2016. Comercialización de arroz en Ecuador: Análisis de la evolución de precios en el eslabón productor-consumidor. Revista de Ciencias Agrarias. Cienc Tecn UTEQ (2016) 9(2) p 11-17 ISSN 1390-4051; e-ISSN 1390-4043

ANEXOS



Cosecha de arroz



Comercialización de arroz paddy