



Estudio de la cadena de valor de los pequeños productores de la caña de azúcar de Asopromonca

Study of the value chain of small sugar cane producers in Asopromonca

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Edison Lenin Crow Sarmiento

lenincrow73@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3704-8684>

Filiación Institucional

Beatriz Elizabeth Toaquiza Padilla

beatriztoaquizafms@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9200-6332>

Filiación Institucional

Tatiana Elizabeth Mancero Zaquinaula

tatisvez31@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5600-7699>

Filiación Institucional

Viviana de Lourdes Vizcaíno Villavicencio

viv81@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9331-8493>

Filiación Institucional

Artículo

Resumen

El objetivo principal de esta investigación es un aporte institucional a través de un proyecto de vinculación con la asociación "ASOPROMONCA", en la que se analizó y diagnosticó de manera objetiva la estructura, funcionamiento e incidencia de la aplicación de la cadena de valor en la producción de la caña de azúcar enfocada a la elaboración de la panela. En primera instancia se encontró enfoques personales (familiares) sobre la producción en torno a la economía agrícola del recinto La Carmela del Cantón la Maná. En segundo lugar, se realizó un diagnóstico de la cadena productiva en el contexto de su producción, en la que se pudo evidenciar que los asociados no conocen procesos productivos más los que han aprendido por sus familiares, la falencia principal es que producen la panela sin ningún proceso o cálculo adecuado para saber cuántas panelas producir según la carga de cosechada, por lo que hemos planteado divulgar los hallazgos en la asociación y hacer un seguimiento, para que de esta manera puedan mejorar la producción y por ende los ingresos de las 15 familias, mejorando el ámbito social y económico del sector.

Palabras Clave: Económico; Ingresos; Procesos, producción; social



VICTEC

Vicente Tecnológico

Abstract



The main objective of this research is an institutional contribution through a link project with the "ASOPROMONCA" association, in which the structure, operation and incidence of the application of the value chain in the production of sugar cane focused on the production of panela. In the first instance, personal (family) approaches were found on production around the agricultural economy of the La Carmela site in La Maná Canton. Secondly, a diagnosis of the productive chain was made in the context of its production, in which it was possible to show that the associates do not know productive processes other than those that they have learned from their relatives, the main shortcoming is that they produce panela without There is no adequate process or calculation to know how many panelas to produce according to the harvest load, so we have proposed disseminating the findings in the association and doing a follow-up, so that in this way they can improve production and therefore the income of the 15 families. , improving the social and economic environment of the sector.

Keywords: Economic; Income; Processes, production; Social

1. INTRODUCCIÓN

El presente artículo se define bajo la siguiente estructura:

1.1. Antecedentes

A mediados de los años 80 del siglo pasado, el teórico norteamericano Michael Porter propuso un modelo para identificar las fortalezas en los procesos productivos de las empresas. Es la teoría que conocemos como cadena de valor. Sin embargo, no se trata de señalar cualquier fortaleza. Dado que una cadena puede contar con varios puntos fuertes, la idea de Porter era ocuparse solamente de aquellas que constituyen ventajas competitivas para las empresas, es decir, aquellos aspectos que de una u otra forma las hacían diferentes al resto de competidores de su mercado. (SCHOOL, OBS BUSINESS, 2020).

La asociación ASOPROMONCA, tiene como principal fortaleza el trabajo en familia, tanto para la producción, cosecha y elaboración de la panela como producto principal.

1.2. Marco teórico

Qué es la cadena de valor



Una cadena de valor es un modelo de negocios que describe el rango completo de actividades necesarias para crear un producto o servicio. Para las empresas que producen bienes, esta cadena comprende los pasos que llevan un producto desde la etapa de concepción hasta la de distribución.

Las empresas pueden realizar un análisis de cadena de valor al evaluar los procedimientos relacionados a cada paso que deben seguir. Su propósito es incrementar la eficiencia en la producción a fin de entregar el máximo valor con el menor gasto posible. (CERTUS, EDU, 2021).

Acciones que forman parte del proceso de una cadena de valor:

Acciones primarias:

1. **Marketing:** La asociación ASOPROMONCA no posee un plan de marketing.
2. **Logística:** todos los procesos se los realiza de manera rudimentaria, desde la recepción hasta la distribución–
3. **Manejo del stock:** Lo que se produce se vende en el mercado de la ciudad de La Maná y Latacunga, no se maneja una cantidad exacta de producción en base a la cosecha–
4. **Ventas:** se realiza de manera individual (familia), no como asociados
5. **Atención al usuario:** No se cuenta con canales de comunicación con los clientes.

Acciones secundarias:

1. **Recursos humanos:** la asociación no tiene administradores más que un presidente.
2. **Tecnología:** No se cuenta con ningún sistema o máquina para el proceso de producción de la panela
3. **Selección de proveedores:** cada familia produce la caña y la Procesa.
4. **Infraestructura:** Se cuenta con un lugar comunitario para la molienda, cocción, enfriado en moldes y empaquetado (manual).

1.3. Efectos

El presente trabajo de investigación plantea la descripción de los procesos, y un estudio económico que permite analizar las características que se derivan de las actividades que conforman el proceso de la cadena de valor, siendo una herramienta de gestión que permite analizar las actividades que aportan valor a una empresa de acuerdo a una publicación de (Porter, 2016) del cultivo de la



VICTEC
Vicente Tecnológico



caña de azúcar, desarrollando propuestas de valor a los productos. A nivel local es la única Asociación de producción agrícola de cañicultores el Monte Carmelo "ASOPROMONCA" dedicada al cultivo de caña de azúcar.

1.4. Causa

Al analizar la cadena de valor de la asociación, no la conocen y se maneja la producción de una manera rudimentaria, los procesos se los lleva por experiencias de comuneros del Cantón, pudimos notar que dichos procesos (CARRASCO, 2011) son las etapas que se deben cumplir para en este caso producir panela. Con este diagnóstico podemos tomar como partida para realizar investigaciones más relevantes para que productos como la panela se ubiquen en mercados comerciales más grandes.

1.5. Consecuencias

Los productos elaborados en ASOPROMONCA son realizados con todas las medidas de higiene, pero la falta de políticas sectoriales son las que no llevan a tener una salida de los productos a puntos externos del cantón, ASOPROMONCA no posee certificaciones de calidad, por lo que el producto no es requerido en supermercados.

2. METODOLOGÍA

Como marco Metodológicos se pretende estudiar de manera integral la cadena de caña de azúcar, que incluye la producción primaria, la comercialización y el consumo. También se destaca el análisis de la provisión de servicios, equipos e infraestructura en ambas fases.

2.1. Tipo y Diseño de la investigación

El alcance que tiene el estudio es descriptivo – exploratorio – explicativo. Es descriptivo porque según (Tamayo y Tamyó, 2006), comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos, por cuanto se investiga un problema que no ha sido tratado en la asociación ASOPROMONCA a nivel interno en relación a la utilización de un adecuado proceso dentro de la cadena de valor. Es exploratorio porque (Fidias, 2006), manifiesta que la investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, como la venta de la panela y explicativo porque (Sampieri, 2010) indica, al buscar las causas que no han permitido hacer este estudio.



2.2. Métodos de investigación

En el presente estudio se aplicaron de forma simultánea métodos de investigación: deductivo, inductivo. Se recurrió a fuentes de información primaria y secundaria con respecto al entorno local y nacional, según corresponda.

- a. **Método Deductivo:** Según (Gómez, 2004) este método que aplicamos consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones finales a partir de enunciados supuestos llamados premisas; la investigación se realizó mediante un proceso lógico que parte de lo general para llegar a conclusiones particulares.
- b. **Método Inductivo:** Se extrajeron conclusiones generales basadas en teorías y leyes como consecuencia de la observación controlada de hechos individuales, según (Rivas Torres, 2009).

2.3. Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo que plantea (Tamayo, 2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

2.4. Alcance investigativo

El alcance es explicativo, al abordar información que permita entender el problema de estudio. La investigación se llevó a cabo en: País: Ecuador; Provincia: Cotopaxi; Cantón: La Maná. Asociación ASOPROMONCA, recinto La Carmela.

2.5. Selección de la muestra

En este estudio no se necesitó calcular la muestra, ya que se realizó la indagación a los 15 socios que conforman ASOPROMONCA

2.6. Técnica de recolección de datos primario y secundario

Las técnicas de investigación son instrumentos o herramientas de trabajo que nos permite obtener, organizar, correlacionar, cuantificar y cualificar los datos que se ha obtenido de la muestra.

Las técnicas que se emplearon en la investigación son:

- a. Encuesta: Consiste en un listado de preguntas elaboradas, que tienen por objeto recopilar información, aporte de (Malhorta, 2010) en su libro: Investigación de mercados.



VICTEC

Vicente Tecnológico



3. RESULTADOS

Las encuestas fueron realizadas in situ a los 15 socios de la asociación ASOPROMONCA en la parroquia Monte Carmelo

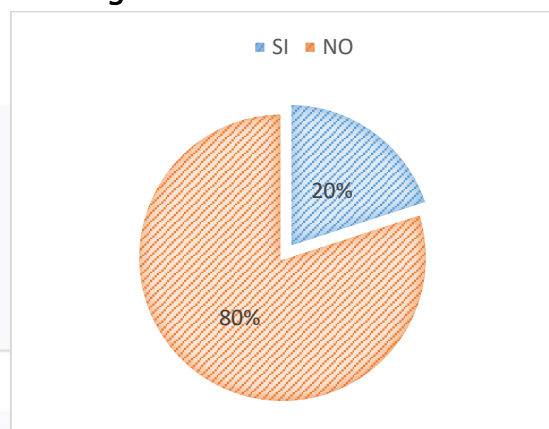
1. Tiene un control de los costos de la producción de la panela

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	20%
NO	12	80%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 80% indican que no tienen un control de costos de producción, esto nos permite resaltar que la producción se la realiza de manera tradicional.



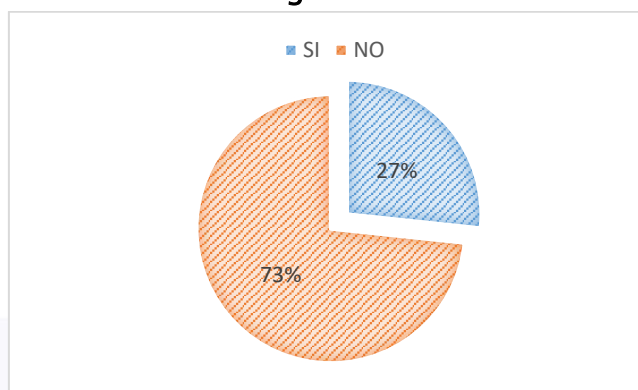
2. ¿Antes de empezar el proceso de producción de la panela usted pesa la cantidad de carga de caña que va a utilizar para producirla?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	27%
NO	11	73%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 27% afirman que antes de empezar el proceso de producción de la panela pesa la cantidad de carga de caña que va a utilizar para producirla y el 73% de personas no pesa la cantidad de carga que va a utilizar para producirla, esto nos permite indicar que hay mucha gente que no tiene un control de cuanto necesita para la producción.

3. ¿Usted lava o desinfecta la caña de azúcar antes de la molienda?

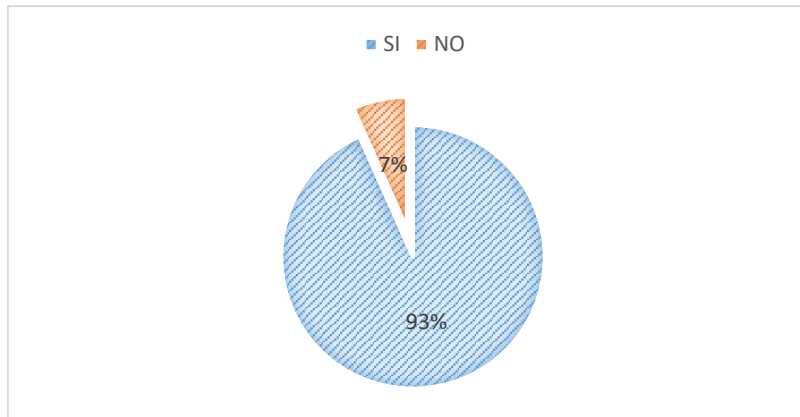
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	93%
NO	1	7%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores



Figura N3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 93% lava la caña de azúcar antes de la molienda, por lo que nos permite indicar que la mayoría si cumple con este proceso indispensable en la producción.

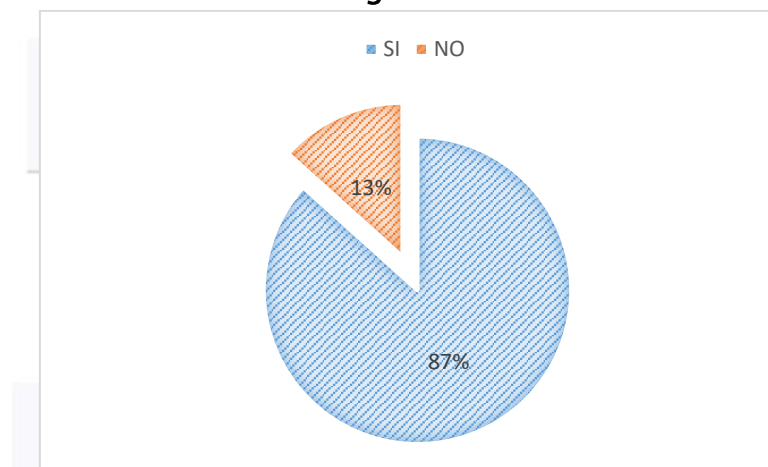
4. ¿Usted realiza la limpieza o desinfecta al jugo que sale de la caña?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	87%
NO	2	13%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N4





VICTEC
Vicente Tecnológico



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 87% de las personas que realizan la limpieza o desinfecta el jugo que sale de la caña, lo que indica un porcentaje importante, pero hay socios que no lo hacen.

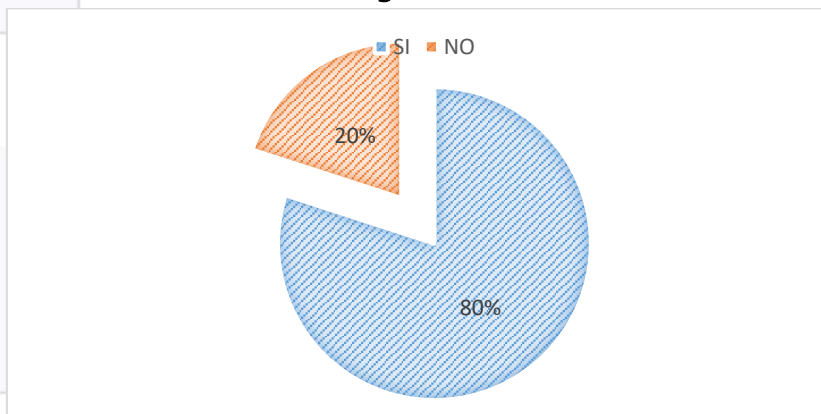
5. ¿Usted realiza la clarificación?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	80%
NO	3	20%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 80% de las personas realizan la clarificación, es decir separar pigmentos, gomas, ceras lo que permite tener una buena calidad del producto, aunque de una manera tradicional.

6. ¿Usted extrae la melaza?

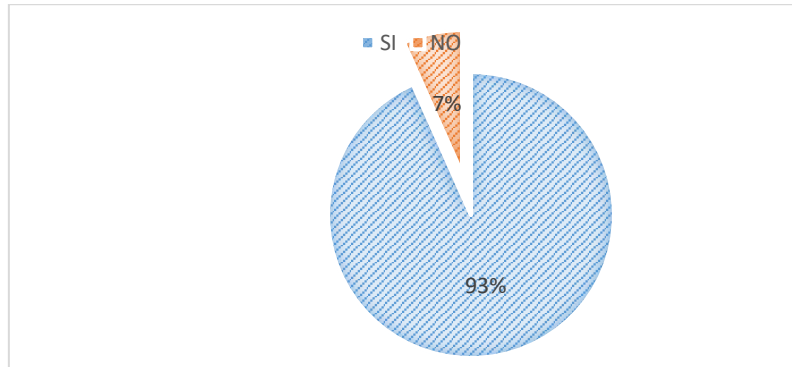
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	93%
NO	1	7%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores



Figura N6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 93% de las personas extraen la melaza, el porcentaje es muy importante, pero se lo hace de una manera rudimentaria.

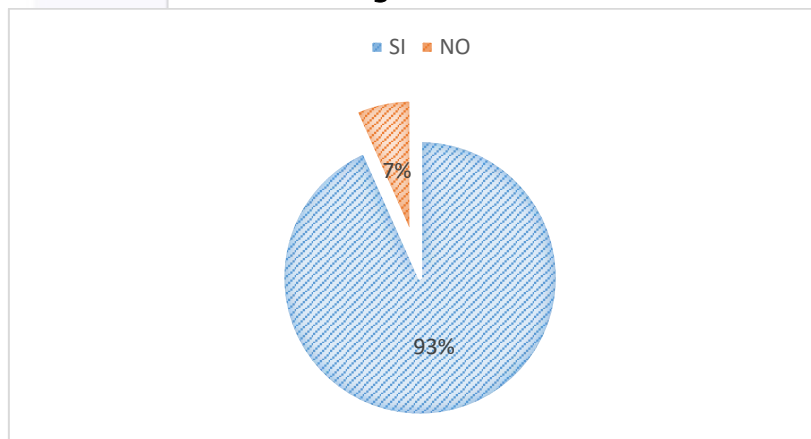
7. ¿Realiza usted el proceso de concentrado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	93%
NO	1	7%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N7





ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 93% realizan el proceso del concentrado, de igual manera de forma rudimentaria.

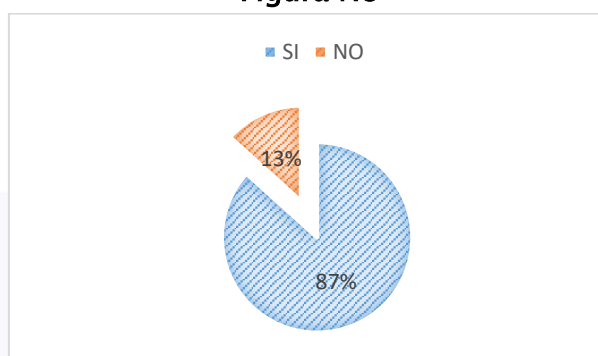
8. ¿Realiza algún tipo de control de calidad?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	87%
NO	2	13%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios el 87% si realizan algún tipo de control de calidad, pero de una manera tradicional

9. ¿Cuentan con maquinaria apropiada para la elaboración de la panela?

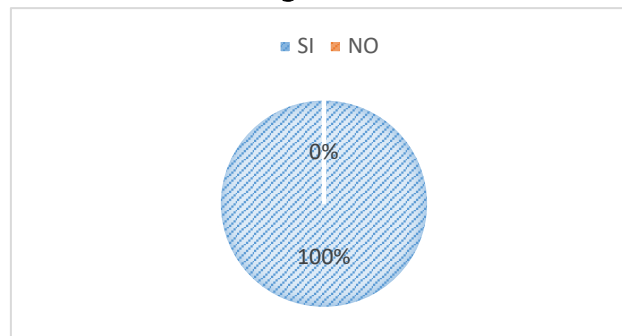
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores



Figura N9



ANÁLISIS E INTERPRETACION

Los 15 socios indican tener maquinaria adecuada, pero el nivel de producción es mínimo para la elaboración de la panela, (lo utilizan por familias y cada una se encarga de sacra la producción)

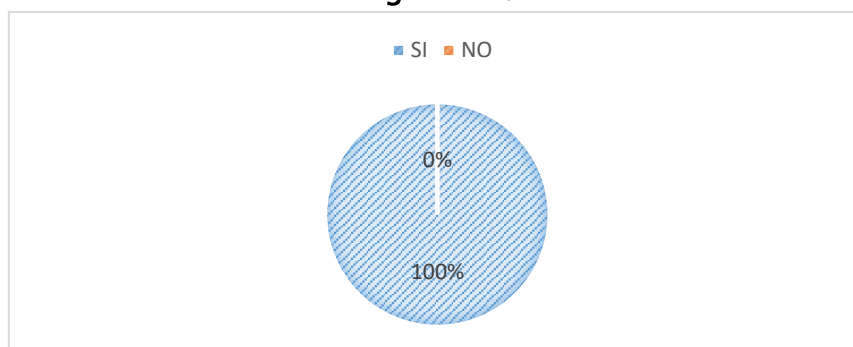
10. ¿Las instalaciones son las adecuadas para el proceso de la panela?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los socios afirman que cuentan con las instalaciones apropiadas para el proceso de la panela, pero se debe indicar que no son las apropiadas.



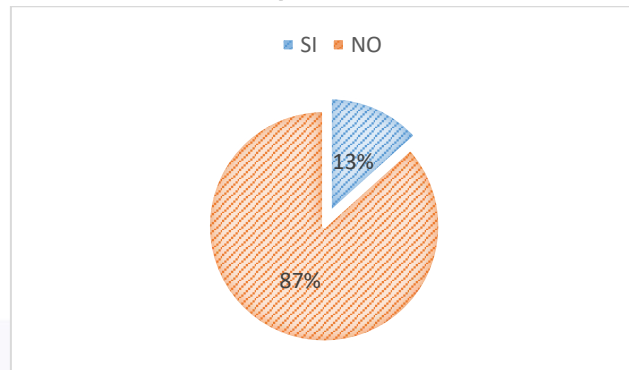
11. A determinado el precio de la panela con algún cálculo matemático?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	13%
NO	13	87%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores

Figura N11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios apenas 2 personas afirman que a determinado el precio de la panela con algún cálculo matemático, y la mayoría no lo hace vendiendo sus productos a cualquier precio

12. ¿Cuentan con canales de distribución y ventas de la panela producida?

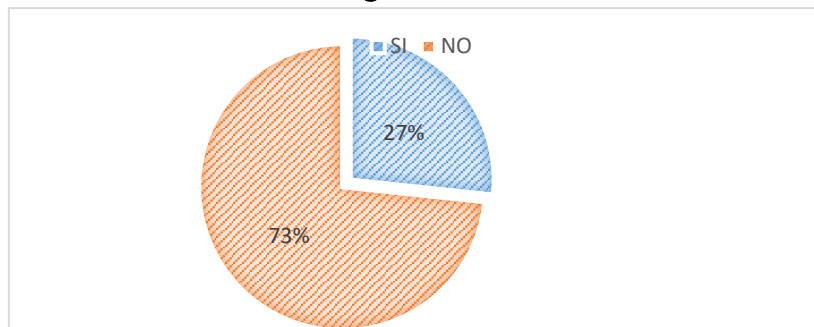
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	27%
NO	11	73%
Total	15	100%

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: los autores



Figura N12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 15 socios apenas 4 utilizan canales de distribución y no tan apropiados, los demás socios venden en plazas o mercados, cada familia utiliza el trapiche, produce y venden como pueden, es decir que no cuentan con canales de distribución y ventas de la panela producida.

4. DISCUSIÓN

El estudio y desarrollo de este artículo de investigación tuvo como finalidad facilitar el conocimiento y el entendimiento del manejo de la cadena de valor de la asociación ASOPROMOINCA, en donde se pudo evidenciar que dicha organización no maneja procesos adecuados que permitan tener una buena calidad en el producto, se maneja de manera rudimentaria y por experiencias de los comuneros más no con una visión de ingresar a mercados comerciales importantes como supermercados o cadenas de venta de productos nacionales e internacionales.

5. CONCLUSIONES

Los socios de la asociación "ASOPROMONCA", utilizan procesos de producción de la panela, pero rudimentarios, desconocen las acciones primarias y secundarias dentro de una cadena de valor, las instalaciones son no adecuadas, y se tienen que turnar las familias para utilizarlas, por hora y por día; al ser 15 familias utilizan una vez a la semana, dejando de producir los demás días.



Dentro de los procesos hay dos que no se manejan adecuadamente; 1) 13 socios no determinan los costos de producción y el precio de la panela, 2) 11 socios no cuentan con un canal de distribución para la venta de la panela, cada familia vende por separado la producción, no de una manera asociativa.

Los socios de ASOPROMONCA no cuentan con un manual de procesos, el mismo que les permita organizarse de mejor manera y así optimizar recursos especialmente económicos., además necesitan de capacitaciones especialmente sobre cadenas productivas asociativas., así como explicar de mejor manera la relación con los productores y los demás actores de la cadena.

Los miembros de la asociación deberán invertir o buscar el financiamiento oportuno para lograr alcanzar vender sus productos en mercados comerciales más grandes y así incrementar su producción teniendo un crecimiento económico importante para el sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belloch, C. (2016). Evolucion del concepto y características. En C. Belloch, Tecnologías de la informacion y comunicación. Obtenido de <https://www.uv.es/~belloch/pdf/pwtic1.pdf>
- Carrasco, J. (2011). Gestión de Procesos. Evolución.
- Castillo. (2011). Política Económico: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. Revista Internacional del Mundo Económico y del Desarrollo, 1–12.
- Porter, M. (2016). Cadena de valor, Ser Competitivo. Grupo Editorial.
- Certus, E. (2021). Certus Edu. Obtenido de CERTUS,ED:
<https://www.certus.edu.pe/blog/que-es-cadena-valor/>
- Farber & Bonta. (2011). Definición de mercado.
- Fidias. (2006). Método exploratorio.
- Filion, L. (2011). Administración de PYMES. México: Person Eduaction .
- Gómez. (2004). Métodos de investigación.
- Hernan & Rodríguez. (2017). Introducción a la Administración.
- Malhorta, N. (2010). Investigación de mercados.



- Martinez. (2004). Finanzas públicas, derecho y economía. Mexico.
- Mendes, G. (2016). Agricultura Asopromonca. Obtenido de <https://ecuadornegocios.com/info/asociaci-n-de-producci-n-agr-cola-de-canicultores-el-monte-carmelo-asopromonca-1067068>
- Mendéz. (2008). Crecimiento de las Pymes.
- Molina & Sánchez. (2016). Acceso al Financiamiento.
- Porter, M. (2016). Cadena de valor, Ser Competitivo. Grupo Editorial.
- Rivas. (2009). Método deductivo.
- Robbins & Coulter. (2018). Administracion. En S. R. Coulter. Prentice-hall.
- Rogelio, S. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovacion. Manual de Oslo.
- Sampieri. (2010). Método explicativo.
- Santana, B. (2015). Factores exógenos en las pymes. Innovar – Revista de Ciencias Administrativas, 43–56.
- School OBS Business. (2020). Cadena de valor. Obtenido de OBS: <https://www.obsbusiness.school/blog/cadena-de-valor-ejemplo-practico-para-aplicar-el-modelo>
- Tamayo. (2006). Método descriptivo.
- Tamayo. (2007). Método cuantitativo.