



Análisis de la producción de huevos en granja del cantón Pelileo, sus canales de distribución y posibles estrategias para mejorar la comercialización

Analysis of egg production on farms in the Pelileo canton, its distribution channels and possible strategies to improve marketing

Análise da produção de ovos nas explorações do cantão Pelileo, os seus canais de distribuição e possíveis estratégias para melhorar a comercialização

Angela Magali Carrasco Cando ^I

acarrascoregion3@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8977-7497>

Fredy Santiago Córdova Frías ^{III}

fcordova@itsbenjaminaraujo.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7100-1543>

Elba Nereida Miranda Carrera ^{II}

elbita.chocolatito@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4509-906X>

Yola Elizabeth Haro Flores ^{IV}

yharoregion3@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-4165-2392>

Correspondencia: acarrascoregion3@gmail.com

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 26 de julio de 2024 * **Aceptado:** 24 de agosto de 2024 * **Publicado:** 30 de septiembre de 2024

- I. Máster universitario en producción y sanidad animal, Ingeniera Zootecnista, Profesora de Producción Animal, Acuicultura, Especies menores, Nutrición del Instituto Superior Tecnológico Pelileo, Tungurahua Ecuador.
- II. Magíster en Contabilidad y Auditoría mención riesgos operativos y financieros, Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Profesora en materias administrativas, Contabilidad intermedia, Auditoría, Realidad nacional del Instituto Superior Tecnológico Pelileo, Tungurahua Ecuador..
- III. Magister en Ciencias Veterinarias, Médico Veterinario Zootecnista, Docente de Enfermedades Infecciosas, Farmacología y Cirugía Básica del Instituto Superior Tecnológico Pelileo Campus Benjamín Araujo, Tungurahua – Ecuador..
- IV. Ingeniera Zootecnista, Profesora de Construcciones pecuarias, Genética, Pastos y Forrajes del Instituto Superior Tecnológico Pelileo Campus Benjamín Araujo, Tungurahua – Ecuador.

Resumen

La industria avícola en Ecuador ha experimentado un crecimiento significativo, con un aumento del 27% en el número de aves criadas entre 2018 y 2019, según la FAO. Tungurahua es la provincia líder en la producción de huevos en el Ecuador, durante la última década ha ocupado el primer lugar en producción, concentrando más del 40 % de la totalidad producida (el Heraldo 2022), el cantón Pelileo destaca líder en la producción de huevos a nivel de la provincia de Tungurahua, el presente trabajo pretende explicar el panorama actual de la producción de huevos en el cantón Pelileo, incluyendo la identificación de los principales factores, volúmenes de producción, y desafíos enfrentados en el proceso de producción, mediante el levantamiento de información por medio de entrevistas y encuestas; los resultados obtenidos demuestran que aunque enfrentan desafíos como la limitada producción y dificultades en la comercialización, la necesidad de modernización en las granjas tradicionales, inconvenientes en cuanto a la alimentación y varios aspectos clave en el desarrollo de su actividad, a pesar de enfrentar desafíos en el mercado, la producción avícola ha crecido y aporta significativamente al PIB nacional; con este estudio se pretende identificar oportunidades y proponer estrategias para optimizar su comercialización, para fortalecer el sector.

Palabras Clave: Producción de huevos; estrategias de comercialización; industria avícola.

Abstract

The poultry industry in Ecuador has experienced significant growth, with a 27% increase in the number of birds raised between 2018 and 2019, according to FAO. Tungurahua is the leading province in egg production in Ecuador, during the last decade it has occupied first place in production, concentrating more than 40 % of the total produced (El Heraldo 2022), the Pelileo canton stands out as a leader in egg production at the level of the province of Tungurahua, this work aims to explain the current panorama of egg production in the Pelileo canton, including the identification of the main factors, production volumes, and challenges faced in the production process, by collecting information through interviews and surveys; The results obtained show that although they face challenges such as limited production and marketing difficulties, the need for modernization in traditional farms, inconveniences regarding feeding and several key aspects in the development of their activity, despite facing challenges in the market, poultry production has grown and contributes significantly to the national GDP; this study aims to identify opportunities and propose strategies to optimize its marketing, to strengthen the sector.

Keywords: Egg production; marketing strategies; poultry industry.

Resumo

A indústria avícola no Equador teve um crescimento significativo, com um aumento de 27% no número de aves criadas entre 2018 e 2019, segundo a FAO. Tungurahua é a província líder na produção de ovos no Equador, durante a última década ocupou o primeiro lugar na produção, concentrando mais de 40% do total produzido (El Heraldo 2022), o cantão Pelileo destaca-se como líder na produção de ovos. da província de Tungurahua, este trabalho tem como objetivo explicar o panorama atual da produção de ovos no cantão Pelileo, incluindo a identificação dos principais fatores, volumes de produção e desafios enfrentados no processo produtivo, através da recolha de informação através de entrevistas e inquéritos ; Os resultados obtidos mostram que embora enfrentem desafios como a produção limitada e dificuldades de comercialização, a necessidade de modernização nas explorações tradicionais, inconvenientes alimentares e vários aspectos fundamentais no desenvolvimento da sua actividade, apesar de enfrentarem desafios no mercado, a produção avícola tem crescido e contribui significativamente para o PIB nacional; Este estudo tem como objetivo identificar oportunidades e propor estratégias para otimizar a sua comercialização, para fortalecer o setor.

Palavras-chave: Produção de ovos; estratégias de marketing; indústria avícola.

Introducción

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2022), la industria avícola en Ecuador está en expansión, con un incremento del 27% en la cantidad de aves criadas en granjas y explotaciones avícolas entre 2018, 2019. El pollo es un alimento esencial en la alimentación de los ecuatorianos, siendo una parte esencial de la dieta básica; la carne y los huevos de las aves de corral son productos alimenticios de origen animal más consumidos globalmente, a través de diversas culturas, tradiciones y religiones.

En las últimas décadas, el consumo de estos productos ha crecido rápidamente, ésta creciente demanda de productos avícolas locales por parte de los consumidores urbanos representa una oportunidad prometedora para los pequeños productores en negocios familiares, procesadores y minoristas de aves de corral. Según López & Santillán (2020) el aumento de la demanda se debe

principalmente al crecimiento de la población, la urbanización y el incremento de los ingresos en los países en desarrollo, además manifiestan que el desarrollo agrícola es el motor que impulsa la economía del país, gracias a la contribución laboral en este sector. Sin embargo, estos se enfrentan a diversos desafíos, como la dificultad para establecer un sistema de comercialización efectivo debido a su producción limitada, la lejana ubicación de las instalaciones de producción, la infraestructura de transporte deficiente y las dificultades para desarrollar cadenas de suministro.

Mero (2022) menciona que el consumo per cápita de pollo y huevo a lo largo del tiempo evidencia la aportación del sector avícola a la seguridad alimentaria, mediante el suministro de proteína animal asequible, que es consumida por la mayoría de la población. En la actualidad, las granjas dedicadas a la producción de huevos cuentan con una población de 13.7 millones de gallinas ponedoras, en 2021, Ecuador produjo 3.500 millones de huevos, lo que implica que cada ecuatoriano consume aproximadamente 230 huevos al año.

Por lo tanto, Sandoval (2021) señala que la cría de gallinas para la producción de huevos tiene como objetivo satisfacer la demanda de la población ecuatoriana se complementa con la producción interna de alimentos balanceados para asegurar una adecuada actividad metabólica y permitir que los animales alcancen su rendimiento productivo.

Según González Martínez, Ayala y Correa Marquinez (2020), en la actualidad, la producción avícola en Ecuador se basa en un modelo económico que se considera casi obsoleto en las granjas tradicionales, cuando lo que realmente se busca es orientarse hacia una economía sostenible que fortalezca el sector avícola. La sostenibilidad se refiere a la concordancia entre los procesos de producción y el medio ambiente, si se logran utilizar todos los recursos de manera adecuada sin generar una huella ecológica, se está avanzando en la dirección correcta.

Según Coba (s.f.), la industria avícola en Ecuador ha evolucionado de una recolección sencilla en granja a un sistema complejo influenciado por factores como las innovaciones en nutrición, progresos tecnológicos que se manifiestan en la adopción de nuevos equipos y en procesos de producción sistematizados, gestión de entornos y desechos, así como innovaciones en genotipos que tienen como objetivo mejorar la eficiencia y la convertibilidad. El granjero avicultor aporta sus instalaciones, que incluye galpones, calefacción e iluminación, y su mano de obra. Este

tipo de producción logra generar empleos, además de los ingresos para pequeños productores de maíz y soya, que son las materias primas más utilizadas en la alimentación de las aves.

Aunque las empresas avícolas han tenido que lidiar con las fluctuaciones del mercado, los cambios han sido graduales y la mayoría ha optado por la tecnificación de los galpones, lo que ha permitido no solo mantener el nivel de producción, sino también aumentarlo; este crecimiento, en muchas ocasiones, no ha estado respaldado por la demanda, lo que ha llevado al sector a enfrentar una crisis en la que los precios de los productos caen, afectando negativamente las inversiones realizadas.

Según datos de la Cooperación Nacional de Avicultores del Ecuador (2022), la producción avícola experimentó un crecimiento del 3% en 2021 en comparación con 2020. La producción del sector avícola representa el 3% del PIB nacional, mientras que su contribución al PIB agropecuario asciende al 23%. La mayor parte de la producción y comercialización de la crianza de aves se lleva a cabo principalmente en áreas rurales del país, lo que convierte a la producción de proteína de origen aviar en un elemento estratégico para la economía, creación de empleo, así como seguridad y soberanía alimentaria. En 2021, el valor bruto anual de la producción alcanzó los 3.700 millones de dólares en toda la cadena productiva.

Mero (2022), señala que la actividad avícola se ha destacado como una de las principales fuerzas motrices para fomentar el desarrollo económico en la región. Esto significa que ha experimentado un crecimiento constante y sostenido en los últimos años, lo que le ha permitido afianzarse como uno de los principales sectores de expansión del PIB agrícola.

Ante lo expuesto el objeto del presente estudio busca determinar la importancia de la producción y comercialización de huevos en el Cantón Pelileo provincia de Tungurahua y su efecto en el desarrollo económico de las personas que se dedican a esta actividad, planteando los siguientes objetivos:

- Analizar la producción de huevos en granjas del cantón Pelileo, así como sus canales de distribución, con el fin de identificar oportunidades para mejorar la comercialización de este producto.

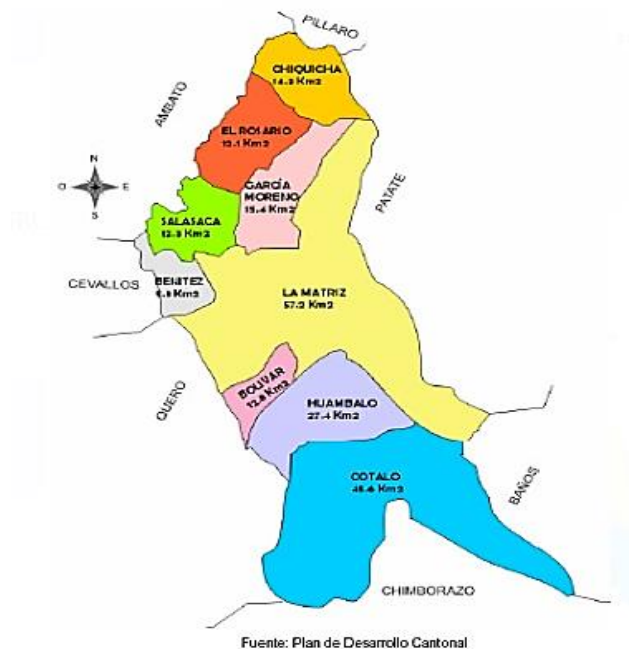
- Analizar los canales de distribución actuales de los huevos producidos en el cantón Pelileo, identificando sus fortalezas y debilidades, con el propósito de proponer estrategias que optimicen la comercialización de este producto.

Materiales y métodos

Localización de granjas

El presente trabajo se realizó en las granjas avícolas en la ciudad de Pelileo de la provincia de Tungurahua. Se trabajó con una base de datos de Agrocalidad, en donde se encuestaron todas las avícolas que brindaron la apertura necesaria para el levantamiento de información a través de encuestas.

Figura 1. Localización de las granjas analizadas



La finalidad de este estudio fue el diagnóstico de la situación actual en lo referente a la producción y comercialización de huevos para así poder plantear sus posibles estrategias de comercialización.

Procedimiento

Se aplicó una encuesta a todos los productores de huevos del Cantón Pelileo, provincia de Tungurahua que se encuentran registrados en Agrocalidad, para conocer la situación actual y el

manejo de los procesos de producción y comercialización de huevos en granja, a través de 7 preguntas de selección múltiple y 3 preguntas abiertas.

Análisis de datos

Para este análisis se aplicó la investigación de campo, para analizar directamente las actividades y conocer la realidad de la comercialización que se realiza en la presente organización objeto de estudio. Se aplicó la investigación descriptiva, porque colaboró con la recolección de la información desde sus bases y permitió canalizar un diagnóstico acorde a la gestión actual. También se aplicó investigación documental que permitió corroborar la realización del trabajo que está siendo ejecutado, es decir que se utilizaron fuentes bibliográficas y documentos que la organización maneja en la gestión administrativa.

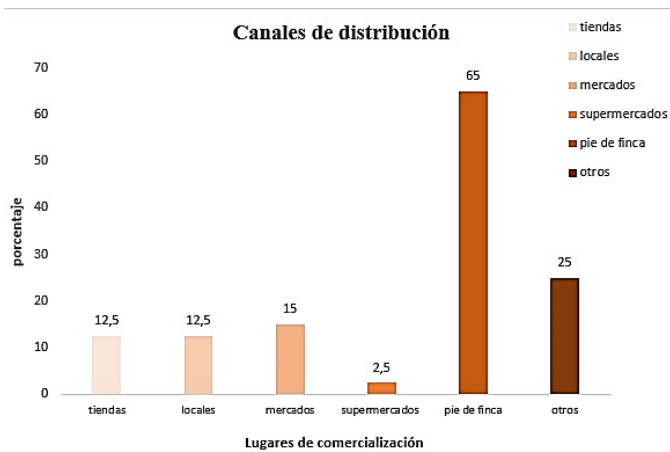
Resultados

De acuerdo con los estudios realizados a través de las encuestas se determinó que:

1. ¿Cuál es la cantidad promedio de huevos que produce mensualmente su granja? Se identificó que la producción mensual de huevos en el Cantón Pelileo es de 28584492, información de los 40 encuestados.
2. ¿Qué canales de distribución utiliza actualmente para vender sus huevos? De las 6 opciones expuestas el 65% de encuestados mencionan que la distribución de huevos lo realizan a pie de finca, el 12,5% lo expenden para tiendas y locales, el 15% se entrega en mercados locales, el 25% toman otras formas de comercialización y apenas el 2.5% tiene comercialización directa a supermercados.

Mazaquiza E(2018) menciona que la información obtenida mediante las encuestas, manifiestan que la producción avícola es vendida en la localidad con el 61%, después le sigue la venta en las plazas del cantón con un 28%, y con el 11% la venta es desde las tiendas; lo que concuerda con los datos en el 2024 de nuestra investigación.

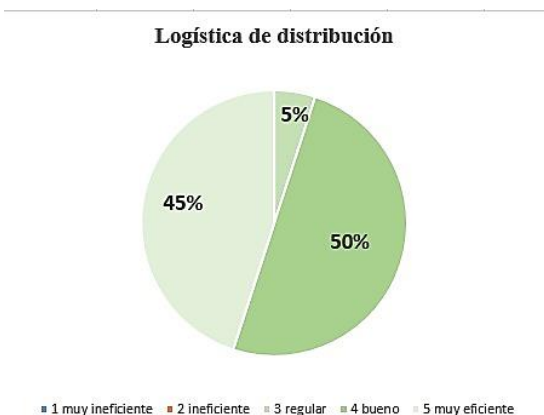
Figura 2: *Canales de distribución*



Elaborado por: *Autor*

3. ¿Considera que la logística de distribución de sus huevos es eficiente? Dentro de las 5 opciones de la encuesta, el 50% de los encuestados consideran que la logística de distribución es buena, seguido el 45% considera regular y apenas el 5% considera que es muy eficiente

Figura 3: *Logística de distribución*



Elaborado por: *Autor*

4. ¿Qué estrategias de promoción y marketing emplea para dar a conocer sus productos? Los encuestados respondieron de la siguiente forma, el 92.5% se enfocan en resaltar los beneficios de huevos frescos, provenientes de gallinas sanas y alimentadas de manera natural, el 7.5% comparten historias, recetas e información educativa sobre los beneficios de tus huevos a través de redes sociales, un blog o boletines informativos, mientras que un 5% opta por

diversificación de canales de venta como vender en línea y aplicaciones y crear una marca distintiva de la empresa.

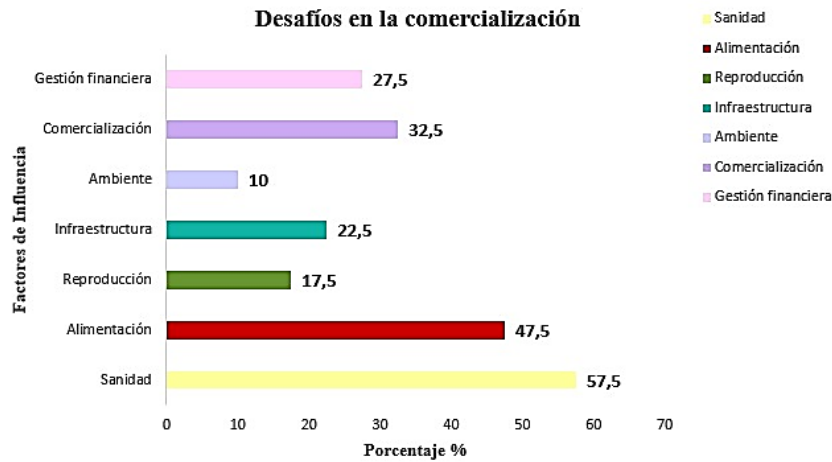
Figura 4: Estrategias de promoción y marketing



Elaborado por: Autor

5. ¿Cuáles considera que son los principales desafíos en la comercialización de huevos en su granja? Los principales desafíos en la comercialización de huevos en su granja, según los productores encuestados, se distribuyen de la siguiente manera: El 57.5% considera como desafío preponderante la sanidad y bienestar animal. El 47.5% identifica como reto la alimentación y nutrición. Un 32.5% menciona la comercialización y acceso a mercados como un desafío. Un 27.5% encuentra dificultades en la gestión financiera y económica. El 22.5% ve como reto la infraestructura y equipamiento. Un 17.5% destaca la eficiencia reproductiva como desafío. Finalmente, el 10% de los productores mencionan cierta complejidad en la Sostenibilidad Ambiental.

Figura 5: Desafíos en la comercialización

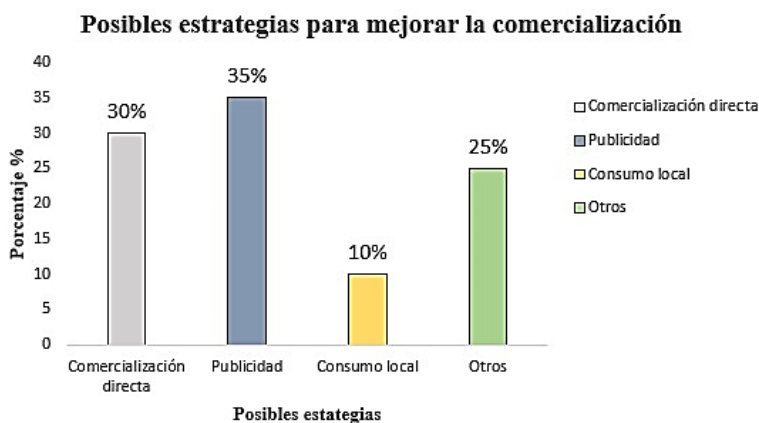


Elaborado por: *Autor*

6. ¿Cuál cree que sería la estrategia más efectiva para mejorar la comercialización de sus huevos en el mercado local?

En la información recabada, se han tomado los criterios más frecuentes en los encuestados, donde indica que el 35% se apotaría en la publicidad de alto impacto, el 30% reforzaría la comercialización directa, en 25% se enfoca en otras estrategias y finalmente el 10% mejoraría la llegada al consumo local.

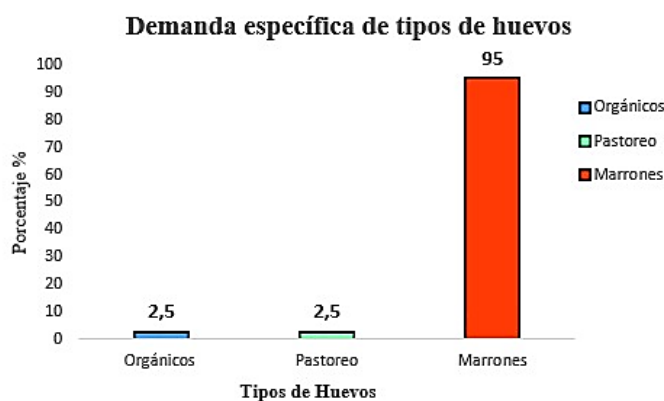
Figura 6: Posibles estrategias para mejorar la comercialización



Elaborado por: *Autor*

7. ¿Ha notado alguna demanda específica por parte de los consumidores en cuanto a los huevos que produce? Se ha obtenido que un 95% de los encuestados responden a una demanda de huevos marrones, mientras que solo un 2.5% responden a una demanda de huevos orgánicos y huevos de gallinas libres o de producción por pastoreo.

Figura 7: *Demanda específica de tipos de huevos*

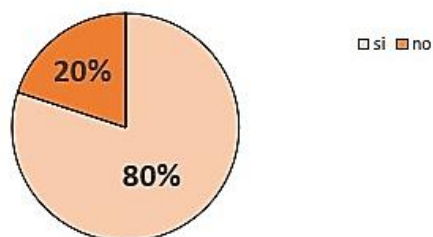


Elaborado por: *Autor*

8. ¿Estaría dispuesto a diversificar sus canales de distribución para llegar a más consumidores? De la población encuestada de 40 productores, el 80% estaría dispuesto a diversificar sus canales de distribución que ayude, facilite o mejore a la distribución de la producción avícola, dependiendo las políticas o las decisiones que tome cada uno de los encargados, para obtener beneficios y ventajas de la competencia, adoptando medidas que generen incrementos tanto de la producción como los ingreso económicos, en su contraste el 20% no estaría dispuesto.

Figura 8: *Diversificación de canales de distribución*

Diversificación de canales de distribución

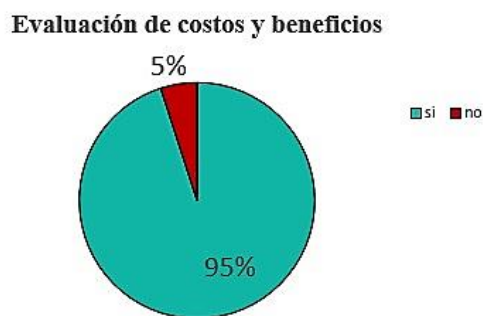


Elaborado por: *Autor*

9. ¿Ha realizado alguna evaluación de costos y beneficios para determinar la rentabilidad de la comercialización de huevos en su granja?

De los productores encuestados, el 95% si ha realizado una evaluación de costos y beneficios para determinar la rentabilidad de la comercialización de huevos en granja, solo un 5% no lo ha realizado.

Figura 9: *Evaluación de costos y beneficios*

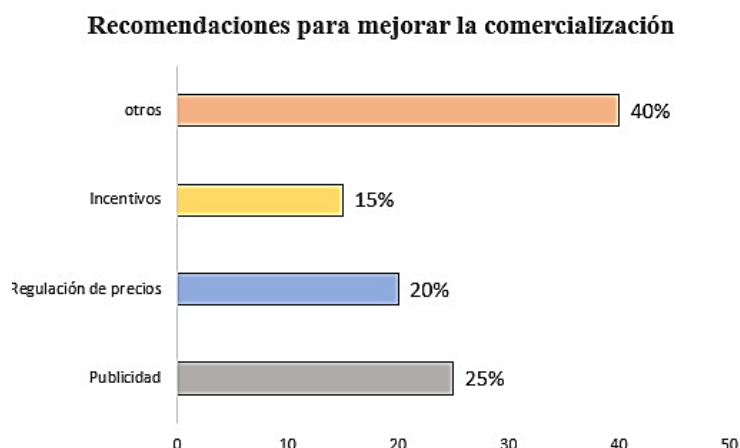


Elaborado por: *Autor*

10. ¿Qué sugerencias o recomendaciones tendría para mejorar la comercialización de huevos en el cantón Pelileo?

Luego de un análisis de las respuestas más opcionadas de los productores, en cuanto a la mejora en la comercialización de huevos en el cantón Pelileo, se podrían considerar las siguientes sugerencias y recomendaciones: el 40% de los encuestados tienen diferentes criterios, podríamos mencionar algunos como: la simplificación de permisos, trámites e impuestos para los productores; mejorar la calidad del huevo generando mayor aceptación de nuestro producto, apoyo por parte del gobierno para la empresa privada, en especial a los productores. Un 25% considera que se debe trabajar en publicidad efectiva, un 20% de los productores indica que se debe regular los precios en la cadena de producción hasta llegar al consumidor final, finalmente el 15% de encuestados requiere incentivos para los productores de huevos.

Figura 10: Recomendaciones para mejorar la comercialización



Elaborado por: Autor

Conclusiones

- Tras un análisis de la información obtenida en esta investigación, la producción de huevos en las granjas del Cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, sus canales de distribución y las posibles mejoras que se puedan incorporar en las organizaciones, tenemos que una de las actividades a implementar sería la publicidad y marketing efectivo, mejorar la calidad del huevo, establecer puntos de venta en donde se eliminen los intermediarios que afectan los precios al consumidor final.
- Al estudiar los actuales medios de distribución de los huevos producidos en el cantón Pelileo y al analizar sus puntos fuertes y áreas de mejora, se ha observado la necesidad de mejorar la logística de distribución, reforzar la presencia en lugares clave en punto de encuentro con los consumidores finales y clientes a gran escala, mejorar la comunicación con los consumidores y capacitar al personal en técnicas de venta y atención al cliente. Estas medidas ayudarán a incrementar la eficiencia en la comercialización de los huevos y a satisfacer las demandas del mercado de manera más eficaz.
- Con respecto a parte de la información obtenida, se pudo determinar que existe una debilidad organizacional del sector de producción, lo que implica mejorar los procesos de distribución y comercialización que beneficie tanto los productores como al cantón, señalando que se debe incorporar estrategias que aporte a los avicultores como un centro de acopio que ayude a la recolección de toda la producción huevos, que permita el contacto

con grandes clientes evitando la especulación en los precios, pero por temor, desconocimiento o desacuerdos, no buscan la manera de mejorar e innovar sus microempresas, también se planteó la necesidad que existan leyes que simplifiquen los trámites, permisos e impuestos de los productores avícolas.

Es importante indicar que los pequeños y medianos productores del Cantón Pelileo, son generadores de empleo, en la evaluación de costos que realizan, unos de manera emírica y otros de manera más técnica, lo que buscan es generar rentabilidad para tener la oportunidad de crecimiento, sin embargo si no se van organizando los procesos desde producción, administración y ventas no se verán reflejados sus esfuerzos. El apoyo de parte del gobierno también se considera fundamental, ya que se requieren de políticas que apoyen primero a la producción nacional y agiliten los procesos de importación de materia prima para la producción del balanceado sustento del sector avícola.

Referencias

1. FAO. (2015). El huevo en cifras. Recuperado de: <http://www.fao.org/assets/infographics/FAO-Infographic-egg-facts-es.pdf>
2. Masaquiza Masaquiza, E. K. (2018). La producción avícola y su incidencia en el desarrollo económico local del cantón San Pedro de Pelileo, provincia de Tungurahua. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27090>
3. Garcés Gamboa, S. E. (2020). Sector Avícola. En J. Pedroza, Manual de la producción Avícola (pp. 1-200). Ecuador: Tulua, Valle.
4. El Herald. (2022). Tungurahua líder en producción de huevos. Recuperado el 11 de junio de 2024, de <https://www.elheraldo.com.ec/%EF%BB%BFtungurahua-lider-en-produccion-de-huevos/#:~:text=Tungurahua%20es%20la%20provincia%201%C3%ADder,total%20de%20la%20producci%C3%B3n%20nacional>.
5. López, M., & Santillán, V. (2020). Participación de la asociación agropecuaria de montubios autónomos "La Salvación" en la ruptura de brechas de precios entre productores agrícolas e intermediarios de la comunidad el Guayabo cantón Baba. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil).

6. Sandoval, J. S. (2021). Las tasas de interés en el sistema financiero ecuatoriano y su impacto en la competitividad del sector avícola. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo). <https://doi.org/10.26439/ulima.tesis/3280>
7. González Martínez, N. R., A. A. & Correa Marquinez, L. C. (2020). Estrategias para la dinamización de la economía sostenible en el sector avícola del cantón Balsas provincia. *Revista Científica Agroecosistemas*, 23-28.
8. Coba, J. A. (s.f.). Competitividad del sector producción avícola. Caso: empresas pioneras en generación de ovoproductos. (Tesis de posgrado, Universidad Andina Simón Bolívar).
9. Cooperación Nacional de Avicultores del Ecuador. (11 de Marzo de 2022). CONAVE. <https://conave.org/el-sector-avicultor-y-su-aporte-en-la-generacion-de-fuentes-de-empleo-en-el-ecuador/> <https://doi.org/10.29166/economia.v69i109.2027>
10. Ulises Federico Mero Chávez, Producción avícola y su incidencia en el desarrollo económico del cantón olmedo, provincia de Manabí (2022)