



# **ESPE**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS- CONTADOR PÚBLICO-  
AUDITOR**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL  
SECTOR AVÍCOLA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y LA  
PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERA**

**AUTORES: PAREDES MORALES, SANDY RENEÉ**

**PATIÑO NAVEDA, ALEXANDRA ELIZABETH**

**DIRECTOR: ING. FABARA ZAMBRANO, XAVIER HERMÓGENES**

**LATACUNGA**

**2019**



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA**

**CERTIFICADO DEL DIRECTOR**

Certifico que el trabajo de titulación, “*ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR AVÍCOLA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y LA PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERO*” fue realizado por las señoritas *Paredes Morales, Sandy Renéé y Patiño Naveda, Alexandra Elizabeth* el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 5 Diciembre de 2019

-----  
Ing. Fabara Zambrano Xavier Hermógenes  
C.C.: 1710689264  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

## DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

### CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

#### AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, *Paredes Morales, Sandy René y Patiño Naveda, Alexandra Elizabeth* declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: “**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR AVÍCOLA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y LA PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERO**” es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Latacunga, 5 Diciembre de 2019

**Paredes Morales Sandy René**

C.C.: 180466022-1

**Patiño Naveda Alexandra Elizabeth**

C.C.:180551169-6



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA**

**AUTORIZACIÓN**

*Nosotras, Paredes Morales, Sandy Renéé y Patiño Naveda, Alexandra Elizabeth autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR AVÍCOLA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y LA PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERO en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.*

Latacunga, 5 Diciembre del 2019

Una firma manuscrita en tinta azul sobre una línea horizontal punteada.

**Paredes Morales Sandy Renéé**

C.C.: 180466022-1

Una firma manuscrita en tinta azul sobre una línea horizontal punteada.

**Patiño Naveda Alexandra Elizabeth**

C.C.:180551169-6

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones mi madre por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.*

*A mi niño Diego, que ha sido mi ejemplo a seguir, con cada palabra de aliento, regaño y sobre todo con su apoyo firme ha hecho posible esto. Eres y serás uno de mis modelos que a lo largo de la vida me ha enseñado ser una persona de bien y sobre todo buena, a mis queridos sobrinos Luisito y Dieguito con su ternura, alegrías y cariño me hacían y me hacen feliz.*

*A mis tías que les quiero mucho, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuestas a escucharme y ayudarme en cualquier momento.*

*A mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano,*

*A mis compañeros, amigos pasados y presentes, Eve, Cristian, Paty, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas; y a todas aquellas personas que durante estos años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron este sueño se haga realidad. Lo crean contribuyeron a cada uno de mis logros.*

**Sandy P.**

## **DEDICATORIA**

*Este sueño no se hubiera cumplido sin los propósitos perfectos que Dios tuvo en mi vida, todo lo que soy se lo debo a él; cada obstáculo lo he superado gracias a él, muchas veces no creemos en nosotros mismos, Dios ha hecho que crea en cosas que pensé que nunca iba a conseguir y sentirme orgullosa de mi mismo.*

*A mi madre Meri que han sido un apoyo en mi vida; principalmente a mi madre quien ha sido un pilar fundamental en mi familia y ha estado allí en cada momento de felicidad y tristeza, quien no le ha importado sacrificarse por mí, ella es una mujer increíble que Dios me regalo, es mi cómplice, amiga y la mejor madre que Dios me pudo dar, todo lo que consigo es para ser su orgullo.*

*A mi padre Jorge y mis hermanas Carolina, Sarahi y Genesis quienes de una manera u otra siempre han sido mi apoyo y mi incentivo para seguir luchando por cada meta que me he propuesto, gracias por todo lo que me entregan, por ustedes es esto.*

*A mi compañera de tesis Sandy quien, con su paciencia, tolerancia y ayuda diarias hemos podido llegar a esto juntas, es una persona increíble con muchas cosas por aprender gracias por su ayuda y dedicación.*

*A mis mejores amigas quienes con sus risas y ocurrencias han hecho que esta travesía sea menos complicada, gracias por su sincera amistad su ayuda y preocupación que tienen por mí, mil gracias amigas: Sol, Gis, Eve, Vivi, Mel y Giova.*

**Alexandra .P**

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi agradecimiento más grande a Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera. Por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de bendiciones, aprendizajes, experiencias y sobre todo de felicidad.*

*Doy gracias a mi madre Mary por apoyarme en todo momento, por los valores que me ha inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo, por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.*

*Quiero agradecer a mi hermano Diego por ser parte de mi vida y representar la unidad familiar, por ser un ejemplo de desarrollo profesional a seguir, gracias a mis sobrinos que llegaron a llenar mi vida de alegrías y amor.*

*A Hermel, por ser parte muy importante de mi vida, por su confianza por haberme apoyado en las buenas y en las malas, sobre todo por su paciencia y amor incondicional. T. A. Como agradecerles a mis amigos Eve, Cristian, y a Paty .mi compañera de tesis y amiga, por haberme tenido la paciencia necesaria y por motivarme a seguir en los momentos de desesperación.*

*Quiero agradecer a los propietarios, de las granjas avícolas de la provincia de Tungurahua, que aportaron con la información necesaria para que sea posible este proyecto.*

*Quiero agradecer a mi tutor de tesis el Ing. Xavier Fabara por la confianza puesta en mí y mi compañera de tesis además quiero agradecer la confianza apoyo y dedicación de tiempo de mis profesores.*

**Sandy P**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por nunca abandonarme y siempre estar pendiente de mí ayudándome y cubriendo de cada adversidad que se ha presentado, sin la voluntad de él nada de esto hubiese sido posible; honra y gloria su nombre*

*Ami Madre Meri quien se ha convertido una guía en mi vida, que, a pesar de las fallas e ingratitudes, ella nunca me abandona y será la primera y única persona en creer en mí, el apoyo incondicional que me brinda.*

*A los docentes del CEAC de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga por cada uno de los conocimientos brindados a lo largo de mi vida estudiantil ya sean estos dentro y fuera de las paredes de clases, en especial al Ingeniero Xavier Fabara por su predisposición, ayuda y paciencia que nos ha brindado de investigación confianza y apoyo brindado, Como no agradecer también a la Dra. Anita Quispe por su colaboración y ayuda.*

*Agradecer también a todos los Gerentes - Propietarios de las granjas avícolas de la provincia de Tungurahua, que gracias a su colaboración y buena predisposición fue posible la recolección de la información*

*Así también agradecer una vez más a mi familia, mis hermanas Carolina, Sarahi Génesis, y también mi padre quienes me ayudan, me motivan y me animan a seguir con cada obstáculo que aparece en mi vida, son un motor que me motiva seguir adelante.*

*Comono agradecerles a mis infaltables amigas: Gis, Viví, Mel, Eve, quienes han sido un apoyo a lo largo de mi vida universitaria, quienes, con sus risas, alegrías, ocurrencias han hecho que este camino sea menos difícil.*

*Especialmente quiero agradecer a mi compañera de tesis Sandy quien con su tolerancia y paciencia ha compartido conmigo esta bella experiencia le deseo lo mejor, gracias por todo.*

**Alexandra. P**



## ÍNDICE DE CONTENIDO

### CARÁTULA

|   |             |
|---|-------------|
| <b>CERTIFICADO DEL DIRECTOR.....</b>    | <b>i</b>    |
| <b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....</b> | <b>ii</b>   |
| <b>AUTORIZACIÓN.....</b>                | <b>iii</b>  |
| <b>DEDICATORIA .....</b>                | <b>iv</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>             | <b>vi</b>   |
| <b>ÍNDICE DE CONTENIDO.....</b>         | <b>viii</b> |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>           | <b>xi</b>   |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>            | <b>xiii</b> |
| <b>RESUMEN.....</b>                     | <b>xv</b>   |

### CAPÍTULO I

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBELMA DE INVESTIGACIÓN

|   |    |
|---|----|
| 1.1. Tema de investigación.....   | 1  |
| 1.2 Planteamiento del problema .....                                    | 1  |
| 1.2.1 Macro. - Comercio Justo a nivel de Latinoamérica .....            | 1  |
| 1.2.2 Meso.- Comercio Justo en el Ecuador.....                          | 3  |
| 1.2.3 Micro.- Comercio Justo a nivel de la Provincia de Tungurahua..... | 7  |
| 1.3. Árbol del problema.....  | 12 |
| 1.3.1. Diagnóstico.....   | 14 |
| 1.3.2. Descripción resumida del proyecto. ....                          | 14 |
| 1.4. Justificación e Importancia.....                                   | 15 |
| 1.5. Objetivos generales y específicos .....                            | 16 |
| 1.5.1. Objetivo General .....   | 16 |
| 1.5.2. Objetivos Específicos.....                                       | 16 |
| 1.6. Hipótesis.....   | 17 |
| 1.4 Variables de investigación.....                                     | 17 |
| 1.7. Operacionalización de variables.....                               | 17 |
| 1.8 Subordinación conceptual .....                                      | 20 |

### CAPÍTULO II

## MARCO TEÓRICO

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 2.     | Antecedentes Investigativos.....                                | 21 |
| 2.1.   | Comercio justo .....  | 21 |
| 2.2.1. | Funcionamiento económico del comercio justo.....                | 23 |
| 2.2.   | Sostenibilidad.....   | 24 |
| a.     | Sostenibilidad ambiental .....                                  | 24 |
| b.     | Sostenibilidad Social .....                                     | 25 |
| c.     | Sostenibilidad Económica.....                                   | 25 |
| 2.2.3  | Estados Financieros .....                                       | 27 |
| a.     | Definición. ....  | 27 |
| b.     | Características.....  | 27 |
| c.     | Estructura. ....  | 28 |
| d.     | Clasificación. ....   | 30 |
| 2.3.   | Información Financiera .....                                    | 30 |
| a.     | Definición.....   | 30 |
| b.     | Características cualitativas de la información financiera. .... | 31 |
| c.     | Importancia de la información financiera. ....                  | 33 |
| 2.4.   | Producción Avícola.....   | 33 |
| 2.4.3. | Factores de Producción.....                                     | 35 |
| 2.5.   | Organización .....  | 36 |
| 2.5.1. | Finanzas .....  | 36 |
| 2.5.2. | Administración Financiera.....                                  | 36 |
| 2.5.3. | Mercado .....   | 37 |
| 2.5.4. | Estudio de Mercado .....  | 37 |
| 2.6.   | Ley de la Oferta y Demanda.....                                 | 37 |
| 2.6.1. | Las Cuatro “P’s” .....  | 38 |
| 2.7.   | Base legal.....   | 39 |

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 3.    | Enfoque de la investigación .....             | 45 |
| 3.1.  | Investigación De Campo .....                  | 46 |
| 3.2   | Investigación Bibliográfica – Documental..... | 46 |
| 3.3.1 | Investigación Descriptiva.....                | 47 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 3.4.   | Población y censo.....                 | 47 |
| 3.4.2. | Censo.....                             | 47 |
| 3.5.   | Técnicas de recolección de datos ..... | 51 |
| 3.5.1. | Fuentes primarias .....                | 51 |
| a.     | Encuesta.....                          | 51 |
| b.     | Fuentes secundarias .....              | 52 |
| 3.6.   | Técnicas de análisis de datos.....     | 52 |

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 4.    | Análisis e interpretación de los resultados .....           | 53 |
| 4.1   | Combinación de variables .....                              | 96 |
| 4.2   | Verificación de la hipótesis.....                           | 99 |
| 4.2.1 | Comprobación de la hipótesis mediante la forma manual ..... | 99 |

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

|    |   |            |
|----|---|------------|
| 6. | Modelo de Simulación Financiera.....    | 106        |
|    | <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b> | <b>113</b> |
|    | <b>ANEXOS .....</b>                     | <b>119</b> |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 1:</i> Rama de Actividades de la PEA AL 2017 provincia de Tungurahua.....                  | 8  |
| <i>Figura 2:</i> Rama de Actividades de la PEA AL 2017 provincia de Tungurahua (%)......             | 9  |
| <i>Figura 3:</i> Árbol de Problemas.....   | 13 |
| <i>Figura 4:</i> Subordinación conceptual.....   | 20 |
| <i>Figura 5.</i> Esquema del funcionamiento económico del comercio justo. ....                       | 23 |
| <i>Figura 6:</i> Características de los estados financieros.....                                     | 28 |
| <i>Figura 7.</i> Ubicación de la empresa .....   | 54 |
| <i>Figura 8.</i> Financiamiento de la actividad .....  | 56 |
| <i>Figura 9.</i> Información financiera contable .....   | 58 |
| <i>Figura 10.</i> Características para la selección de proveedores .....                             | 59 |
| <i>Figura 12.</i> Distribución del volumen de ventas.....  | 62 |
| <i>Figura 13.</i> Distribución del volumen de ventas.....  | 64 |
| <i>Figura 14.</i> Las oportunidades para pequeños productores .....                                  | 65 |
| <i>Figura 15.</i> Las relaciones comerciales son solidarias a largo plazo con pequeños productores . | 67 |
| <i>Figura 16.</i> Precio de los pequeños productores .....   | 68 |
| <i>Figura 17.</i> Oportunidad para pequeños productores.....   | 70 |
| <i>Figura 18.</i> Condiciones de Producción.....   | 71 |
| <i>Figura 19.</i> Sector avícola contratación de niños.....  | 73 |
| <i>Figura 20.</i> Cuidado del medio ambiente.....  | 74 |
| <i>Figura 21.</i> Igualdad de derechos.....  | 75 |
| <i>Figura 22.</i> Respeto y valoración de identidad .....  | 77 |
| <i>Figura 23.</i> Normas .....   | 78 |
| <i>Figura 24.</i> Políticas.....   | 79 |
| <i>Figura 25.</i> Estatus .....  | 80 |
| <i>Figura 26.</i> Estructura organizacional.....   | 81 |
| <i>Figura 27.</i> Plan estratégico .....   | 82 |
| <i>Figura 28.</i> Forma parte de un gremio .....   | 83 |
| <i>Figura 29.</i> Sociedad con SEPS .....  | 84 |
| <i>Figura 30.</i> Comercialización de la producción avícola .....                                    | 85 |
| <i>Figura 31.</i> La producción avícola en la zona.....  | 86 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Figura 32.</b> Producción avícola en los próximos .....                            | 88  |
| <b>Figura 33.</b> Personas con discapacidad .....                                     | 89  |
| <b>Figura 34.</b> Capacitaciones .....  | 90  |
| <b>Figura 35.</b> Equidad entre el trato y el pago .....                              | 91  |
| <b>Figura 36.</b> Seguridad en la empresa .....                                       | 92  |
| <b>Figura 37.</b> Incremento de ventas .....  | 93  |
| <b>Figura 38.</b> Políticas públicas para regular el comercio.....                    | 94  |
| <b>Figura 39.</b> Estrategias para incentivar la producción .....                     | 95  |
| <b>Figura 40.</b> CHI CUADRADO .....  | 100 |
| <b>Figura 41.</b> Hoja de Calificación- Nivel de Cumplimiento del Comercio Justo..... | 106 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <b>Tabla 1:</b> <i>Operacionalización de la variable dependiente</i> .....   | 18                                   |
| <b>Tabla 2:</b> <i>Operacionalización de la variable dependiente</i> .....   | 19                                   |
| <b>Tabla 3:</b> <i>Características cualitativas de la información financiera</i> .....                             | 32                                   |
| <b>Tabla 4:</b> <i>Planteles avícolas</i> .....  | 48                                   |
| <b>Tabla 5:</b> <i>Ubicación de la empresa</i> .....   | 54                                   |
| <b>Tabla 6:</b> <i>Financiamiento de la actividad</i> .....  | 56                                   |
| <b>Tabla 7:</b> <i>Información financiera contable</i> .....   | 57                                   |
| <b>Tabla 8:</b> <i>Características para la selección de proveedores</i> .....                                      | 59                                   |
| <b>Tabla 9:</b> <i>Fijación de precios para venta al publico</i> .....   | 60                                   |
| <b>Tabla 10:</b> <i>Distribución del volumen de ventas</i> .....   | 62                                   |
| <b>Tabla 11:</b> <i>Distribución del volumen de ventas</i> .....   | 63                                   |
| <b>Tabla 12:</b> <i>Las oportunidades para pequeños productores</i> .....  | 65                                   |
| <b>Tabla 13:</b> <i>Las relaciones comerciales son solidarias a largo plazo con pequeños<br/>productores</i> ..... | 66                                   |
| <b>Tabla 14:</b> <i>Precio Justo</i> .....   | 68                                   |
| <b>Tabla 15:</b> <i>Oportunidad para pequeños productores</i> .....  | 69                                   |
| <b>Tabla 16:</b> <i>Condiciones de producción</i> .....  | 71                                   |
| <b>Tabla 17:</b> <i>Sector avícola contratación de niños</i> .....   | 72                                   |
| <b>Tabla 18:</b> <i>Sector avícola contratación de niños</i> .....   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| <b>Tabla 19:</b> <i>Cuidado del medio ambiente</i> .....   | 73                                   |
| <b>Tabla 20:</b> <i>Igualdad de derechos</i> .....   | 75                                   |
| <b>Tabla 21:</b> <i>Respeto y valoración de identidad</i> .....  | 76                                   |
| <b>Tabla 22:</b> <i>Normas</i> .....   | 78                                   |
| <b>Tabla 23:</b> <i>Políticas</i> .....  | 79                                   |
| <b>Tabla 24:</b> <i>Estatus</i> .....  | 80                                   |
| <b>Tabla 25:</b> <i>Estructura organizacional</i> .....  | 81                                   |
| <b>Tabla 26:</b> <i>Plan estratégico</i> .....   | 82                                   |
| <b>Tabla 27:</b> <i>Forma parte de un gremio</i> .....   | 83                                   |
| <b>Tabla 28:</b> <i>Sociedad con SEPS</i> .....  | 84                                   |
| <b>Tabla 29:</b> <i>Comercialización de la producción avícola</i> .....  | 85                                   |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 30:</b> <i>La producción avícola en la zona</i> .....                        | 86  |
| <b>Tabla 31:</b> <i>Producción avícola en los próximos años</i> .....                 | 87  |
| <b>Tabla 32:</b> <i>Personas con discapacidad</i> .....                               | 88  |
| <b>Tabla 33:</b> <i>Capacitaciones</i> .....  | 89  |
| <b>Tabla 34:</b> <i>Equidad entre el trato y el pago</i> .....                        | 90  |
| <b>Tabla 35:</b> <i>Seguridad en la empresa</i> .....                                 | 91  |
| <b>Tabla 36:</b> <i>Incremento de ventas</i> .....                                    | 93  |
| <b>Tabla 37:</b> <i>Políticas públicas para regular el comercio</i> .....             | 94  |
| <b>Tabla 38:</b> <i>Estrategias para incentivar la producción</i> .....               | 95  |
| <b>Tabla 39:</b> <i>Principio de Creación de Oportunidades para Productores</i> ..... | 96  |
| <b>Tabla 40:</b> <i>Principio de Práctica Comerciales Justas</i> .....                | 97  |
| <b>Tabla 41:</b> <i>Principio Compromiso con la No Discriminación,</i> .....          | 98  |
| <b>Tabla 42:</b> <i>Cálculo de las frecuencias Observadas</i> .....                   | 101 |
| <b>Tabla 43:</b> <i>Cálculo de las frecuencias esperadas</i> .....                    | 101 |
| <b>Tabla 44:</b> <i>Cálculo del Chi- Cuadrado</i> .....                               | 102 |

## **RESUMEN**

Dentro de la presente investigación se realizó como principal objetivo el análisis de la sostenibilidad del comercio justo con la finalidad de proponer una relación comercial justa y equitativa, dada entre los productores y consumidores en el sector avícola de la provincia de Tungurahua, así mismo se realizó la fundamentación de la aplicación del comercio justo para el desarrollo sostenible de las granjas avícolas de la provincia. Para esto se implementó una metodología bibliográfica-documental, descriptiva y de campo. La cual permitió la obtención de diferentes resultados mediante el instrumento de recolección de datos aplicados, esto dio como conclusión los datos obtenidos que posteriormente promovieron la realización de la propuesta la cual fue el modelo financiero basado en los principios del comercio justo. Como resultado final se dio comprobación a la hipótesis establecida en donde se pudo comprobar que la aplicación de un buen comercio justo, aporta a la sostenibilidad del sector avícola. Este proyecto es de gran impacto cuyo objetivo es mejorar sus inversiones, mediante una sostenibilidad del buen comercio con beneficios a la producción y a su vez impulsar a la provincia crecer y optimizar el desarrollo económico con estrategias por parte de las asociaciones o empresas con la ayuda del Gobierno Autónomo.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **EMPRESAS - RESPONSABILIDAD SOCIAL**
- **INDUSTRIA AVÍCOLA - ECUADOR**
- **COMERCIO JUSTO**
- **MODELO FINANCIERO**



## **ABSTRAC**

Within the present investigation, the main objective was the analysis of the fair trade sustainability in order to propose a fair and equitable commercial relationship, given between producers and consumers in the poultry sector of the province of Tungurahua, likewise the foundation of the application of fair trade for the sustainable development of poultry farms in the province. For this, a bibliographic-documentary, descriptive and field methodology was implemented. Which allowed the obtaining of different results through the instrument of data collection applied, this resulted in the data obtained that subsequently promoted the realization of the proposal which was the financial model based on the principles of fair trade. As a final result, the established hypothesis was verified where it was found that the application of good fair trade contributes to the sustainability of the poultry sector.

This project is of great impact whose objective is to improve its investments, through the sustainability of good trade with benefits to production and in turn boost the province to grow and optimize economic development with strategies by the associations or companies with the help of the Autonomous Government.

### **KEYWORDS:**

- **COMPANIES - SOCIAL RESPONSIBILITY**
- **INDUSTRY - ECUADOR**
- **FAIR TRADE**
- **FINANCIAL MODEL**

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBELMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tema de investigación**

Análisis de la sostenibilidad del comercio justo en el sector avícola de la provincia de Tungurahua y la propuesta de un sistema de modelación financiera.

#### **1.2 Planteamiento del problema**

##### **1.2.1 Macro. - Comercio Justo a nivel de Latinoamérica**

Se estableció el comercio justo en América Latina con el afán de entregar respuesta a las relaciones comerciales que poco o nada benefician al proceso del desarrollo sostenible, en donde el incumplimiento de los derechos humanos y el medio ambiente se produce por la presentación de la reducción de pobreza y desigualdades; puesto que al utilizar un comercio justo es brindar una mayor intervención y empoderamiento con relación a todos los procesos de toma de decisiones, además se observa que es un modelo que indaga engrandecer el trabajo de todos los representantes involucrados en la cadena de valor buscando de forma acertada la fomentación de una gestión responsable y razonable.

Según CEPAL (2019) en su página presenta el comercio justo

El movimiento por un consumo más ético, social y sostenible, nació con el objetivo de asegurar a los productores agrícolas y los artesanos, una porción mayor y más equitativa de los ingresos. Asimismo, en los últimos años el comercio justo ha incrementado su presencia en América Latina y el Caribe, lo cual ha significado, para algunas de las comunidades involucradas, un cambio en su forma de trabajar, comercializar y vivir. (p.1)

América Latina y el Caribe se han relacionado para que se dé un progreso continuo en el comercio justo, sin embargo, esto se dio luego de una reunión de todos los países latinoamericanos

desde el año 2015, es decir bajo la necesidad de originar un comercio justo se han propuesto verificar con los 17 objetivos y las 169 metas para contar con una apropiada sostenibilidad.

En América Latina la proyección para dar a conocer a la multidimensional de la escasez, la diferencia y la justificación social; para aquel conocimiento hacia los países desarrollados se han orientado en instalar el comercio justo para lograr obtener un cambio en la elaboración y consumo. En los países principalmente desarrollados, se encuentran los consumidores que efectúan un rol muy característico para que pueda existir un incremento en la productividad y en su capital, ya que los mismos obtienen o compran productos del comercio justo para ayudar a los productores de capital bajo.

### **Avicultura en América Latina**

Según Vita (2018) la avicultura en su concepto es

La avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, y la cultura que existe alrededor de esta actividad es de crianza. La avicultura se centra generalmente no solo en la crianza de aves, sino también en preservar su hábitat y en las campañas de concientización. También consiste en la cría de especies por cuestión de afición, como el silvestrismo, el colombo filia, la canaricultura o la cría de loros u otras especies exóticas. (p.1)

En el anterior párrafo, habla que la avicultura es la destreza de atender y criar aves, estos sean animales domésticos con diferentes resultados, ya que en este sector la actividad imprescindible es la crianza. Se puede mencionar que otra función importante dentro de la avicultura es salvaguardar su hábitat y su sensibilidad dentro de su entorno, como también consiste en la cría de aves para posturas y así llegar a su comercialización.

Según Moya (2017) la avicultura es

La avicultura es una de las áreas de la zootecnia que se encuentra más especializada en el sector agropecuario de Costa Rica. En la actualidad, los modelos de las granjas reproductoras, en producción

de huevos fértiles, no utilizan la incubación natural, en cambio optaron por sistemas de incubación artificial que propician un medio ambiente muy similar al de la naturaleza, pero de manera más eficiente. (p.2)

La avicultura es parte de la rama de zootecnia, dando lugar a modernizadas y especializadas granjas reproductoras con la utilización de incubadoras manuales y artificiales, con esto proporciona un medio ambiente similar a la naturaleza con la diferencia que este es más eficaz y efectivo. Para que haya un buen resultado dentro de la incubación artificial es muy importante el manejo de la granja de reproductores, donde no debe faltar la supervisión y el control de la nutrición, manejo sanitario, reproducción, ganancias de peso, etc. Consecutivamente es primordial el manejo del huevo fértil, ya que debe tener las medidas correspondientes de cuidados y seguir las buenas prácticas en el traslado de la granja hacia la planta de incubación, con el fin de asegurar un adecuado porcentaje de incubación de los huevos, con ayuda de estos principales servicios básicos cómo son: temperatura, humedad, ventilación y movimiento.

### **1.2.2 Meso.- Comercio Justo en el Ecuador**

Ecuador es uno de los países en donde los emprendimientos siguen creciendo, Gutierrez (2018), dando oportunidad a los pequeños productores en donde el comercio justo ha ido tomando un papel muy importante ya que promueve acortar al máximo la cadena de productor-consumidor en donde se trata de tomar conciencia de todos los aspectos que influyen al momento de obtener el producto como las condiciones de vida del productor, la identidad, la cultura, el tiempo; en donde se trata de incluir a todos los productores por más pequeños que sean en donde consigan vivir una vida digna con precios justos.

De acuerdo Angulo (2016) acerca del comercio justo da a conocer lo siguiente:

El Comercio Justo es un movimiento social global que nace a finales de los años 40 en Europa como respuestas alternativas al modelo de Comercio Convencional que promueve acciones productivas, comerciales, responsables y sostenibles, oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores,

campesinos y artesanos en desventaja económica y social frente a los actores dominantes del mercado. Se habla de una relación Norte – Sur quienes tienen más apoyos a los más pequeños y en desventajas frente a la economía mundial. (p.1)

Ecuador es uno de los países que pretende tener una producción muy variada por el tipo de suelo y climas que posee el país, es por ello que existen una gran cantidad de pequeños productores en cada una de las regiones del país, siendo esta una fuente principal de ingresos para el país y es sí para cada uno de los productores; es por ello que siempre se están estableciendo estrategias de mercado en donde se pueda incluir a todos los productores sean estos grandes o pequeños en donde cada uno pueda desarrollarse en su mercado respetando los precios, productos y regularizando a sus competidores, se plantean varias estrategias y se han creado varias organizaciones de ayuda y asesoramiento para cada uno de los productores teniendo como fin que obtengan ganancias y una vida digna, combatiendo la pobreza e incentivando a las personas de las zonas rurales a darles uso de sus tierras sabiendo que obtendrán una remuneración para la inversión de las mismas.

En Latinoamérica Ecuador es uno de los países que se debería desempeñar mejor en el comercio justo una opción importante al momento de apoyar a las pequeñas organizaciones siendo un modelo económico que hace referencia a la sostenibilidad social, económica y ambiental dignificando el trabajo de cada uno de los productores.

El Telégrafo (2019) nos menciona algo importante sobre el comercio justo y su avance en el Ecuador.

El clima de negocios que vive el país no solo atrae a los grandes inversionistas, sino también a los pequeños productores. Una parte de ellos trabaja bajo la filosofía del comercio justo, un movimiento que busca que las relaciones de negocio sean más equitativas, incluyentes y transparentes. Su objetivo es beneficiar a los pequeños productores, que están en territorio, para que accedan al mercado nacional e internacional. La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo informó que hasta 2018 existían 105 organizaciones, empresas y exportadoras certificadas con ese tipo de economía. (p.27)

En el Ecuador el apoyo de iniciativas y el crecimiento al comercio justo se debería incrementar cada vez ya que el apoyo a los pequeños y grandes productores se hace cada vez más visible; ya que se está apoyando a las exportaciones que ya no solo dependen del petróleo, en si la economía y el cambio de matriz productiva ha hecho que se trate de explotar cada vez más productos que sean fuertes en el mercado, ya que el Ecuador cuenta con condiciones privilegiadas para la producción de varios productos que llegan hacer únicos en el mundo.

El comercio justo se basa principalmente en una relación directa de intercambio de productos teniendo como eje fundamental el respeto, la honestidad, la transparencia, y el valor que se le otorga a cada uno de los pequeños productores que se integran en esta travesía de respetar y ganar justamente su trabajo valorando cada uno de los esfuerzos que contraen para obtener sus productos.

El principal problema de los pequeños productores es la aceptación de sus productos a un precio justo en un mercado equilibrado que le brinde seguridad y confianza al presentar sus productos así mismo concientizando a todos los productores a valorar su trabajo en donde cada uno tenga precios y productos competitivos de acuerdo al mercado.

### **Avicultura en el Ecuador**

Según Rodríguez (2016) manifiesta que la avicultura ecuatoriana

La industria avícola ecuatoriana, principalmente, se fundamenta en dos actividades: la producción de carne de pollo y la del huevo comercial; entre estas dos actividades pecuarias, sobresale muy por encima la crianza de pollos de carne; CONAVE, Corporación Nacional de Avicultores de Ecuador) estima que en el año 2005 se produjeron 155 millones de pollos y 2.500 millones de huevos, los cuales apenas representaron el 12% de la producción pecuaria total del país, por otra parte el consumo per cápita de estos productos avícolas ha experimentado una tasa de crecimiento muy marcada en la última década. (p.1)

En las avícolas ecuatorianas existen dos movimientos de producción entre ellas están la producción de carne de pollo y la producción de huevo comercial, en donde el porcentaje más bajo

tiene la producción de huevos dentro del país. Dentro de las actividades pecuarias y entre ellas la industria avícola ecuatoriana se encuentra regulada y controlada por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro "AGROCALIDAD" este organismo reemplazó al Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA) que fue anteriormente. Esta delegación es el organismo oficial responsable de cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos sanitarios y fitosanitarios, también facilita el intercambio comercial de productos agropecuarios con la garantía de control de peligros y calidad de los mismos; por ende, su misión es evitar el ingreso de plagas y enfermedades que formen riesgo para la salud, la producción agrícola, la producción pecuaria y el medio ambiente del país.

CONAVE (2019) menciona que la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador sitúa su respaldo en el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) para que se registre una política pública que fortifique y mejore la cadena agro productiva, con el propósito de acceder la exportación de productos como se puede mencionar carne de pollo, huevos y pavo, y que el maíz sea ubicado a un precio internacional.

Según Navarrete (2019) presidente del Gremio CONAVE Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE) considera que

Es prioritario que el Estado a través de sus instituciones atienda al sector avícola, caso contrario, se corre el riesgo de que con la eventual vigencia de la Alianza del Pacífico se incentive el ingreso al Ecuador de pollos, huevos, carne de cerdo, entre otros, con cero aranceles, lo que causaría graves estragos a la avicultura nacional, (p.1)

El presidente de Conave, considera que, al correr el riesgo de ingresos al Ecuador de pollos, huevos; se debe enfocar la misión de productores, empresarios y representantes de la industria avícola dirigiéndose a ser estrictos consigo mismo, observando que la satisfacción no sea solo en las necesidades de alimentos del país, sino para producir pollo, carne y huevos con valiosos estándares

de calidad, a costos factibles para toda la comunidad. Considerando que esto proveerá la competencia de sus productos en el mercado internacional consigo convirtiéndose en una actividad sostenible en el tiempo. El titular de gremio certifica que están empeñados en el fortalecimiento de sus granjas, al ser eficientes y abrir aún más sus puertas para la afiliación de nuevos socios, e impulsó a los empresarios a tomar conciencia y seriedad para mantener una organización fuerte, que favorezca a impulsar en la población el consumo de huevos.

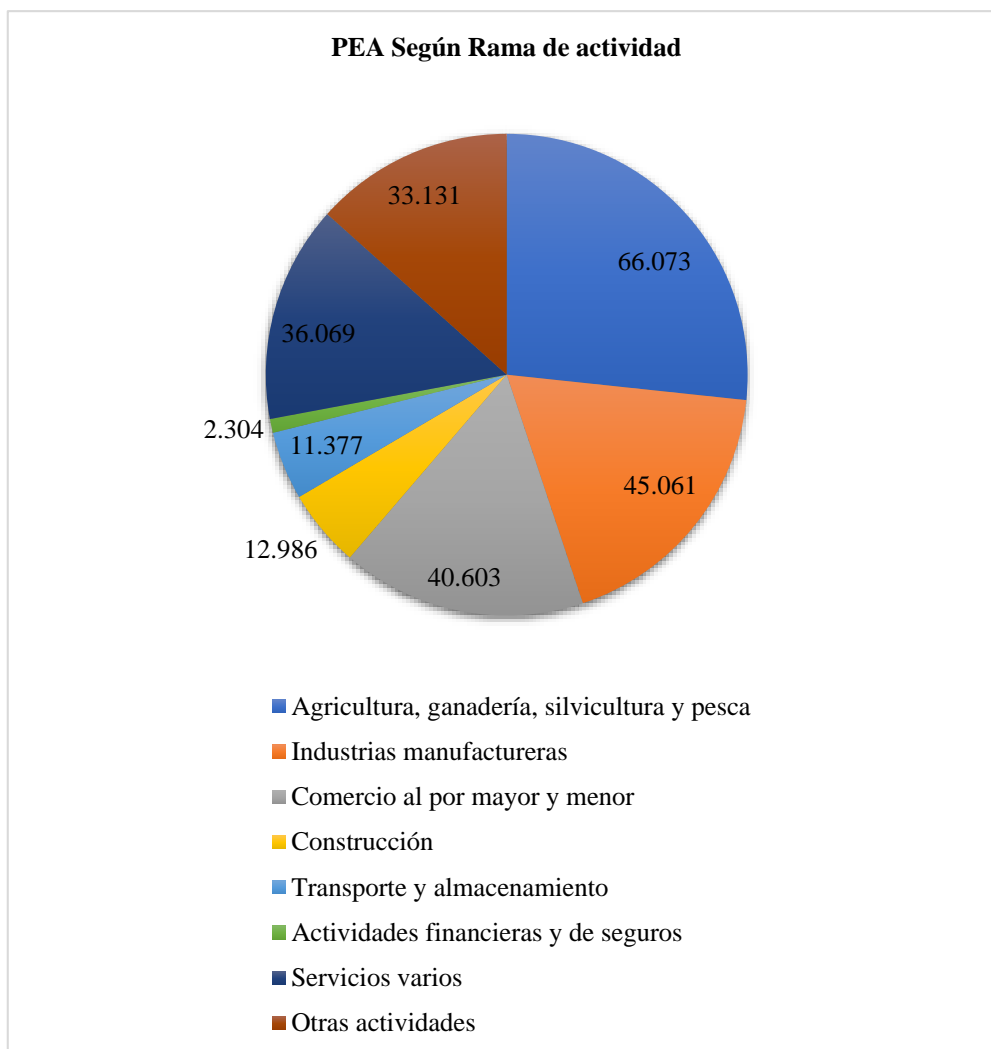
Se puede señalar que para los comerciantes esto sería de gran beneficio ya que ellos al momento de vender o comercializar tienen que trabajar manejando diferentes precios y clientes, lo que es una inversión de tiempo al que se incluye el despacho del producto. Entonces lo más efectivo para el comerciante es llegar con el producto al cliente y ofrecerle el mismo precio todo el año.

### **1.2.3 Micro.- Comercio Justo a nivel de la Provincia de Tungurahua.**

La provincia de Tungurahua se encuentra geográficamente en el centro del país, se localiza en la sierra central; limitada con las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Napo, Pastaza, Bolívar esto de acuerdo a la agenda del Gobierno Provincial de Tungurahua (2015).

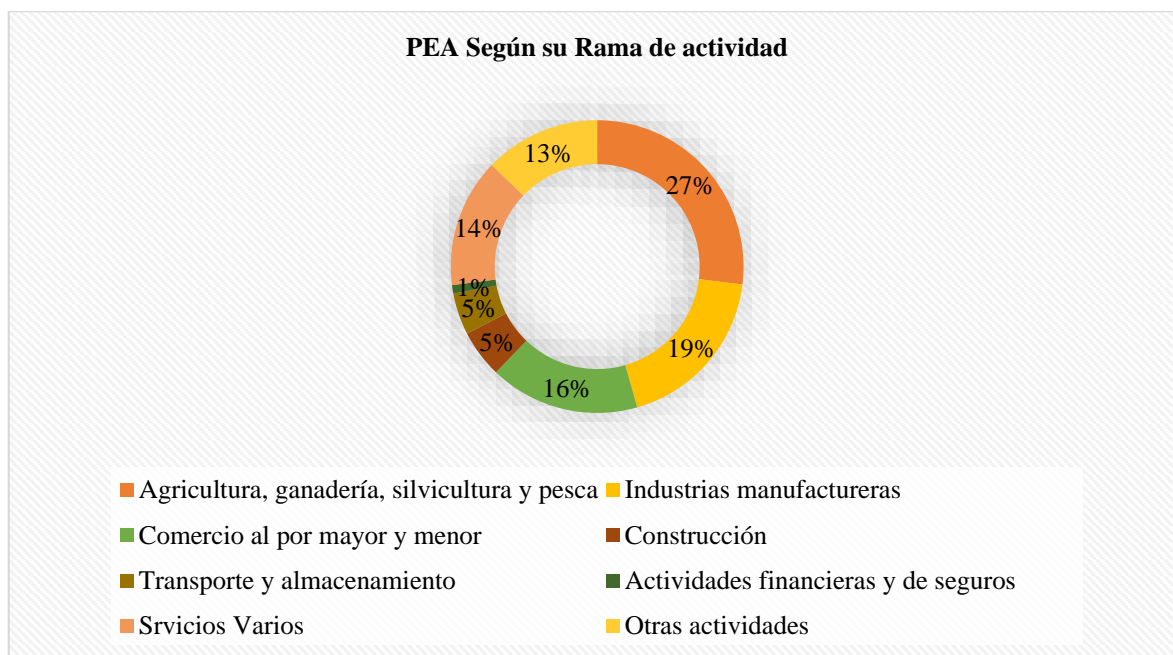
Tungurahua está integrada por 9 cantones, 19 parroquias urbanas y 44 parroquias rurales del mismo modo es una de las provincias que tiene una variedad de productores y una gran influencia del comercio, se caracteriza por dedicarse a las actividades agrícolas con una población económicamente activa de 26,94% esto según el INEC (2010).





**Figura 1:** Rama de Actividades de la PEA AL 2017 provincia de Tungurahua

Fuente: INEC



**Figura 2:** Rama de Actividades de la PEA AL 2017 provincia de Tungurahua (%)

Fuente: INEC

En el gráfico 1 y 2 podemos apreciar la población actual según la actividad que realiza la población de la provincia de Tungurahua; en definitiva, se visualiza que existe 66.073 esto equivalente al 26.94% de la población dedicada a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca esto nos indica que la mayor población de Tungurahueses se dedica a estas actividades; es por ello que se debe desarrollar estrategias que mejoren la productividad de cada uno de los sectores ayudando a promover el desarrollo económico local, ofreciendo productos de calidad; generando un valor agregado atendiendo a las expectativas del consumidor; con el incremento de la producción local, estrategias y ayudas gubernamentales ya sea financiero o con capacitaciones se podrá aumentar la economía no solo de la provincia sino del Ecuador.

De acuerdo a Corrales (2017) directivo e ingeniero agrónomo de la empresa Incubandina se refiere a la avicultura en la provincia de Tungurahua como una oportunidad ya que el clima de la

provincia es ideal con 24 grados centígrados lo cual ayuda a mantener en mejores condiciones y a la vez acopiar el maíz a más altas humedades en las épocas de cosecha teniendo una gran ventaja a la costa; a su vez nos indica que este negocio de la avicultura es más a largo plazo por lo que se necesita una inyección financiera fuerte es ahí donde se debe hacer inversiones y soportar los altibajos del mercado o si no la producción decaerá sin tener un capital ni alianzas estratégicas que ayuden a la recuperación de su inversión.

Se presume que en el sector avícola tiene falencias de acuerdo a la coordinación de las instituciones que la respaldan.

De acuerdo AGROCALIDAD (2013)

El Servicio Sanitario Oficial (anteriormente SESA y ahora AGROCALIDAD) no ha tenido el apoyo estatal y privado para construir la infraestructura física y técnicas acorde con el desarrollo de la industria avícola del país. A pesar de las propuestas e intenciones gubernamentales para reorganizar a esta Institución y jerarquizarla, no se ha logrado este objetivo, aunque se observa en esta última administración el deseo de cambio y el desarrollo de algunas acciones, entre ellas la elaboración y aplicación del presente Programa Nacional Sanitario Avícola. Esta situación ha ocasionado que otras Instituciones que también tienen legislación sobre este sector, como son el Ministerio de Ambiente MAE, Ministerio de Salud Pública MSP, Ministerio de Trabajo, Cuerpo de Bomberos, Municipios, etc. no hayan establecido canales de coordinación con AGROCALIDAD para aplicar las mismas de acuerdo a sus competencias, lo cual ha producido falta de controles y en algunos casos duplicación de sanciones, incremento en pago de tasas, etc., dificultando la actividad productiva. (p,45)

Esto causa que no haya un estándar igualitario de normas y reglamentos permitiendo desventajas desleales en el mismo sector ya que no todos cumplirán los requerimientos que se exija y no existirá un mismo contraste en el ámbito legal. De esta manera no se estará cumpliendo con las leyes ocasionando un control inadecuado y una incorrecta planificación interna por parte de las instituciones, apareciendo un deficiente manejo de permisos y ordenanzas que exijan las instituciones ocasionando doble acción, incremento de trámites y Pago de tarifas e impuestos.

Según la Bolsa de Valores de Guayaquil (2019)

La avicultura ecuatoriana atraviesa por una aguda crisis, donde la producción de pollos de engorde en Ecuador ha generado diferentes reacciones que colocan sobre la mesa un debate que busca encontrar una solución a los diversos empresarios de la industria avícola – pequeños, medianos y grandes. Varios productores señalaban que, con un precio de producción de la libra de pollo en USD 0,72 los productores aspiran a vender al menos en USD 0,80, que financie el costo de producción y les deje una rentabilidad adecuada. Con respecto al precio del huevo se mantiene inalterable. La cubeta está entre USD 3,20 y USD 3,45. (p.3)

Se presume que el sector avícola paso por un decrecimiento en los últimos meses es por ello que se buscara reactivar el sector con estrategias comerciales y alianzas que promuevan el comercio interno de la provincia, más que una competencia sea creen asociaciones o sociedades con intereses en común y respalden entre si sus beneficios.

Según el diario el Comercio (2019) los avicultores de la zona centro es decir de la provincia de Tungurahua realizaron un plantón en donde protestan el alto costo de la materia prima para la producción avícola, además la forma ilegal que llegan productos de otros países como Perú lo que les impide competir con el mercado nacional teniendo una gran desventaja y competencia desleal.

De acuerdo a Navarrete (2019) este año será un año de desafíos la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (Conave) mantiene intacta la posición de presionar al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) para que promueva una política pública que fortalezca la cadena de agroproductividad, con la finalidad de permitir la exportación de productos derivados del sector avícola como pollo, huevos y pavo y que el maíz y el resto de materia prima sea colocado a un precio internacional.

Según nos manifiesta Navarrete (2019) la mayoría de empresarios independientes dedicados al sector avícola mantienen preocupación al manifestar que se podría correr el riesgo de que con la

eventual vigencia de la Alianza del Pacífico se incentive el ingreso al Ecuador de pollos, huevos, carne entre otros con cero aranceles lo que causaría una inestabilidad bastante fuerte en el mercado nacional, perjudicando a los pequeños y medianos productores causando inclusive la desaparición de las mismas.

### **1.3. Árbol del problema**

El árbol de problemas es considerado como una herramienta que ayuda para entender la problemática que se desea resolver en donde se expresa las causas y efectos, aspectos negativos percibidos en la problemática planteada.

Según Beetancourt (2016) menciona que el árbol de problemas hace referencia a un árbol, cuyas raíces representan las causas del problema, el tronco representa el problema principal, y las ramas con hojas a los efectos o consecuencias del problema, permitiendo mejorar su análisis, comprender mejor el problema y facilitando la realización de otros componentes importantes de la investigación como como análisis de interesados, de riesgos y objetivos.

A continuación, se ordenan los principales problemas en donde cada uno tiene su causa y su efecto todos ligados a la problemática relacionado directamente con el comercio justo en el sector avícola de la provincia Tungurahua.

### Árbol de problemas

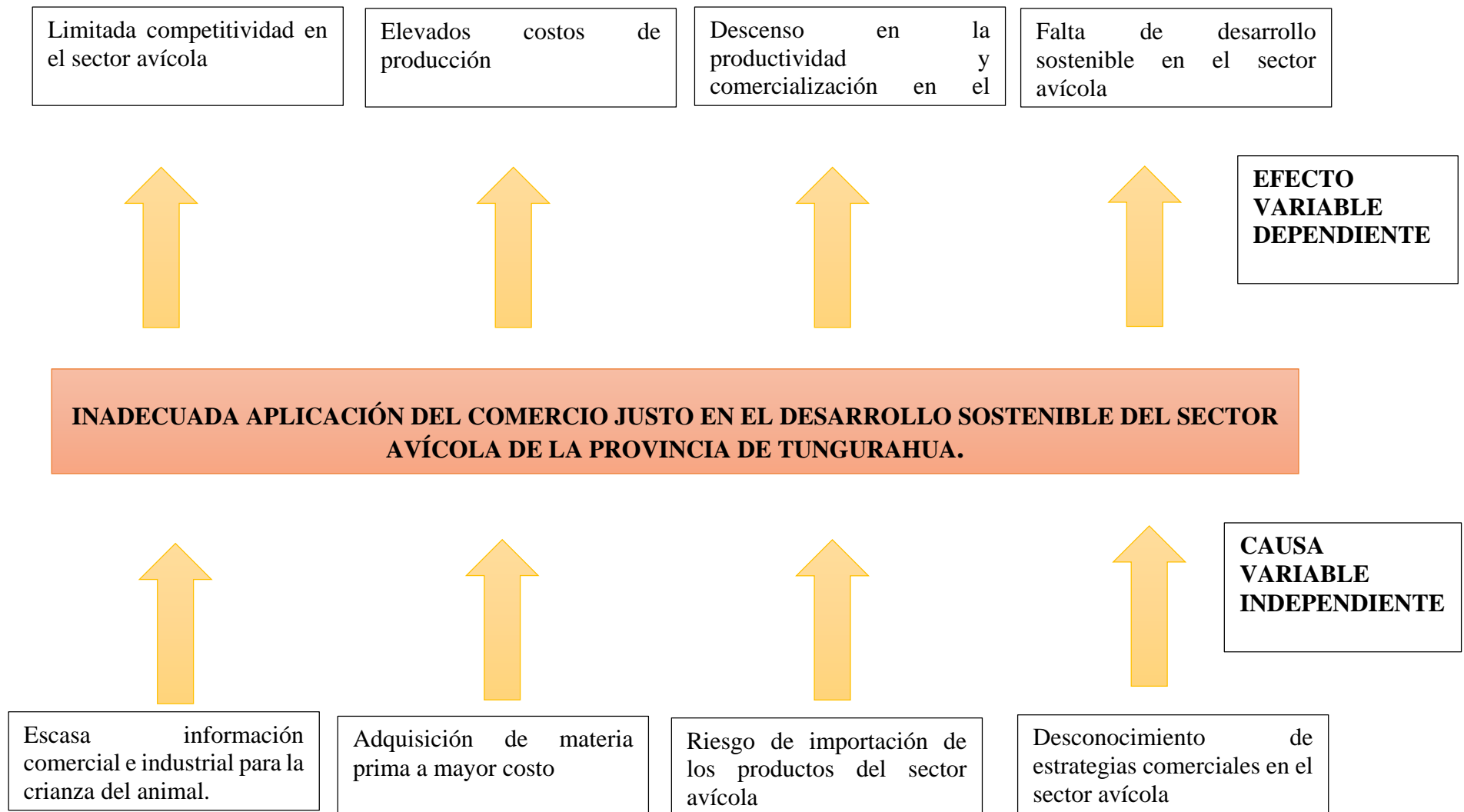


Figura 3: Árbol de Problemas

### **1.3.1. Diagnóstico**

Al comprender sobre el tema y efectuar un breve análisis a los diferentes estudios realizados con respecto a la sostenibilidad del comercio justo en las empresa avícolas, es significativo destacar que el tema estimado para ésta investigación es de gran importancia debido a que accede enfocar, conocer y examinar los resultados efectivos que trae consigo la aplicación del comercio justo en el sector avícola de la Economía Popular y Solidaria, de tal manera es necesario el análisis en el sector de la provincia de Tungurahua, ya que es considerado un sector despreocupado y vulnerable ante los derechos que poseen los productores que se encargan de distribuir los productos avícolas a las empresas comerciales.

### **1.3.2. Descripción resumida del proyecto.**

La presente investigación tiene como fin analizar la sostenibilidad del comercio justo en el sector avícola de la provincia de Tungurahua, conjuntamente plantear un sistema de modelación financiera.

Para el proceso de la investigación y propuesta se manejará un diseño metodológico, donde se ejecutará una investigación con los siguientes capítulos:

**Capítulo I.** Análisis de la problemática, con la estructuración del planteamiento del problema, para realizar un diagnóstico e identificar las variables de investigación.

**Capítulo II.** Argumentación teórica, conceptual y legal sobre la sostenibilidad y el comercio justo del sector avícola de la provincia de Tungurahua.

**Capítulo III.** Base metodológica para la investigación en el sector avícola de la provincia de Tungurahua.

**Capítulo IV.** Evaluación y análisis de los resultados de la investigación para la sostenibilidad del comercio justo en las empresas avícolas de la provincia de Tungurahua.

**Capítulo V.** Conclusiones y Recomendaciones.

**Capítulo VI.** Propuesta del Sistema de Modelación Financiera.

#### **1.4. Justificación e Importancia**

El comercio justo es uno de los ejes principales del desarrollo sostenible y el crecimiento de la economía, en donde se busca satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las próximas generaciones promoviendo la auto eficiencia regional reconociendo la importancia del trabajo de cada uno de los productores, valorando su trabajo al mismo tiempo tener una conciencia comercial en donde puedan ofertar sus productos a precios justos y accesibles para el consumidor. Buscando la transparencia, respeto y legalidad en el ambiente comercial en donde se desenvuelven, en donde cada uno podrá tener mejores resultados y oportunidades además de las capacitaciones constantes para brindar un producto de calidad para los consumidores.

Es importante mencionar que en la provincia de Tungurahua, gran parte de la población se dedican al sector avícola distribuyendo carne, huevos, desde fechas anteriores los productores han visto la necesidad de exigir y de luchar para que se trabaje en condiciones justas poniendo en práctica buenas relaciones laborales entre los consumidores, productores y proveedores con el fin de realizar una negociación basada en principios y respetando los derechos que como seres humanos se merecen una vida digna para sus familias.

En la actualidad son varias las estrategias que se han venido creando y ofreciendo por parte de las autoridades y programas que se interesan por el bienestar social y la sustentabilidad de los



pequeños, medianos y grandes productores; la sociedad ha ido aceptando cada vez más ya que llega a ser una alternativa en donde los grupos más vulnerables vayan a estar más protegidos y capacitados sobre cómo llevar un comercio justo y una competencia leal al igual que mantener el equilibrio en precios y productos al momento de ofrecer sus productos al mercado .

Al poner en marcha el comercio justo trae consigo beneficios muy relevantes y equitativos como la consolidación del sector avícola fortaleciendo los gremios de productores, fortalecer las capacidades ayudando a las capacitaciones adecuadas en donde se pueda ofrecer productos de calidad, asegurar el desarrollo sustentable del sector, además el desarrollar estrategias para la mejora continua de la producción y la diversificación del mercado nacional.

## **1.5. Objetivos generales y específicos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Analizar la sostenibilidad del comercio justo con la finalidad de proponer una relación comercial justa y equitativa dada entre los productores y consumidores en el sector avícola de la provincia de Tungurahua

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el entorno económico y social de las empresas del sector avícola de la provincia de Tungurahua.
- Investigar bases conceptuales que permita fundamentar la aplicación del comercio justo para el desarrollo sostenible de las granjas avícolas de la provincia de Tungurahua.
- Recolectar, procesar e interpretar la información mediante la aplicación de métodos de recolección de datos que permita conocer las condiciones y términos de la comercialización de productos avícolas a través del comercio justo.

- Proponer un sistema de modelación financiera basado en los principios del comercio justo.

#### Metas

- Análisis del entorno económico que se emplea en el sector avícola de la provincia de Tungurahua a desarrollarse dentro del primer mes.
- Estructurar el marco teórico, conceptual y legal que sustente la sostenibilidad del comercio justo en el sector avícola de la provincia de Tungurahua en el segundo mes.
- Análisis e interpretación de la información del comercio justo para el desarrollo sostenible en el sector avícola de la provincia de Tungurahua en el tercer mes.
- Estructuración de un Modelo financiero basado en los principios del comercio justo en el cuarto mes.

#### **1.6. Hipótesis**

**HO:** la aplicación de un buen comercio justo no aporta a la sostenibilidad del sector avícola.

**H1:** la aplicación de un buen comercio justo aporta a la sostenibilidad del sector avícola.

#### **1.4 Variables de investigación**

**Variable dependiente:** Sostenibilidad del sector avícola

**Variable independiente:** Comercio Justo en la provincia de Tungurahua

#### **1.7. Operacionalización de variables**

**Variable dependiente:** Sostenibilidad

**Tabla 1***Operacionalización de la variable dependiente*

| Conceptualización  | Dimensiones          | Indicadores | Ítems Básicos   | Técnicas Instrumentos  |
|--|----------------------|-------------|---|--|
| Sostenibilidad, Según <b>(EDP, 2016)</b> se refiere, “Aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” Informe Brundtland Nuestro Futuro Común (ONU, 1987) | • Rentabilidad       | • Dinero    | ¿La rentabilidad dentro del sector avícola ha mejorado? | Encuesta   |
|  |                      | • Riesgo    | ¿el nivel que se mantiene en razonable?                 | Encuesta   |
|  | • Producción         | • Ventas    | ¿la competencia en el mercado es legal?                 | Entidades de granjas avícolas<br>Encuesta                    |
|  |                      |             |   | ¿Considera que la calidad de la materia prima es importante? |
|  | • Sistema de gestión | • Calidad   |   |  |

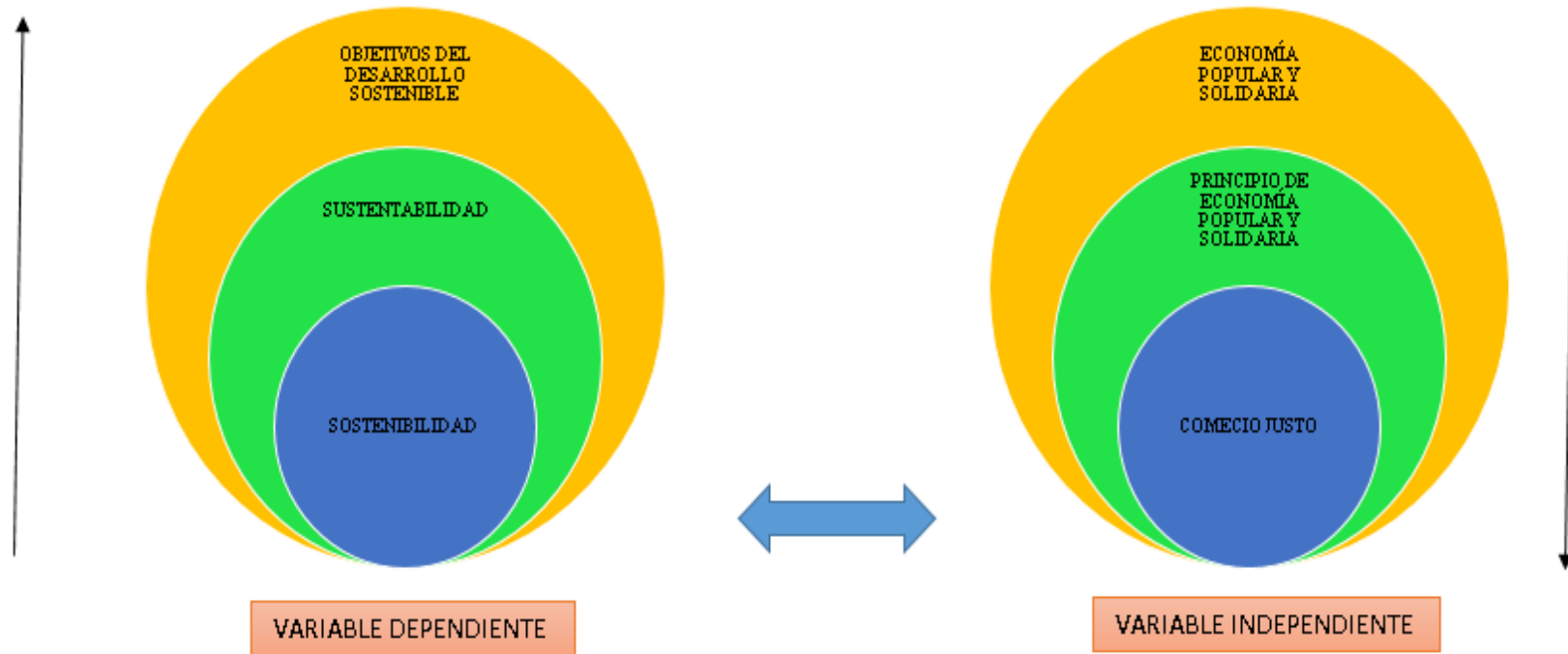
## Variable independiente: Comercio Justo

**Tabla 2**

*Operacionalización de la variable dependiente*

| Conceptualización  | Dimensiones   | Indicadores  | Ítems Básicos  | Técnicas-Instrumentos                           |
|--|---|--|--|---|
| Según (Barreno, 2018), el Comercio Justo denuncia los orígenes de la pobreza y desigualdad, desarrollando un sistema comercial alternativo al convencional en el que los derechos de los pueblos y del medioambiente están en el centro de la actividad económica. (p.1) | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Productores</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capital</li> <li>▪ Inversión</li> <li>▪ Utilidad</li> </ul> | ¿Considera que el precio de su producto es comerciable en el mercado?      | Entidades de granjas avícolas<br>Encuesta       |
|  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ahorro</li> <li>▪ Apalancamiento</li> </ul>                 | ¿El endeudamiento en su mayor parte corresponde a su capital o a terceros? | Encuesta  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consumidores</li> </ul>    |  | ¿Cree que es necesario acudir a las instituciones financieras?             | Encuesta  |
|  |   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Productividad</li> </ul>          | ¿La materia prima que es utilizada es nacional? |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Materias Primas</li> </ul> |  |  |   |

## 1.8 Subordinación conceptual



*Figura 4:* Subordinación conceptual

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2. Antecedentes Investigativos

##### 2.1. Comercio justo

El Comercio Justo es una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur (Socias & Doblas, 2005).

Como menciona el autor el comercio justo busca la equidad dentro del comercio internacional, porque busca la contribución al desarrollo sostenible para mejorar la calidad de vida y proteger los derechos de los trabajadores que son marginados.

Para una mejor comprensión es necesario hacer una breve reseña sobre la historia del desarrollo del comercio justo, según el portal Economía Solidaria (2019) se puede destacar que:

A partir de 1964 tras el llamamiento de los países empobrecidos en la Conferencia de la UNCTAD donde exigían "Comercio, no ayuda". En los años 70 y 80, el Comercio Justo experimenta un gran crecimiento lo que favoreció el desarrollo de muchos productores." (p.2)

La historia nos indica que el comercio justo se viene desarrollando a partir del siglo XX, iniciando en sectores empobrecidos y con una cadena de tiendas "Solidarias", en países como Holanda Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica, desde entonces ha venido desarrollándose a través de un trabajo merecedor y equilibrado llevando a cabo importantes relaciones comerciales y beneficios a los productores hasta la actualidad.

El comercio justo es una asociación basada en el dialogo, la transparencia y respeto, obteniendo ganancias justas para las personas involucradas, como el productor, consumidor hasta el proveedor, siendo esta una cadena en donde todos se equilibran, obteniendo beneficiados de manera legal, por lo tanto, son relaciones económicas y comerciales que se dan dentro de un mercado, además este

tipo de comercio relaciona a los seres humanos con la sostenibilidad social porque permite dignificar el trabajo de cada una de las personas, es decir, existe igualdad, respeto y compromiso por parte de todos los involucrados (Comet & Carraca, 2017).

- **Principios básicos del comercio justo**

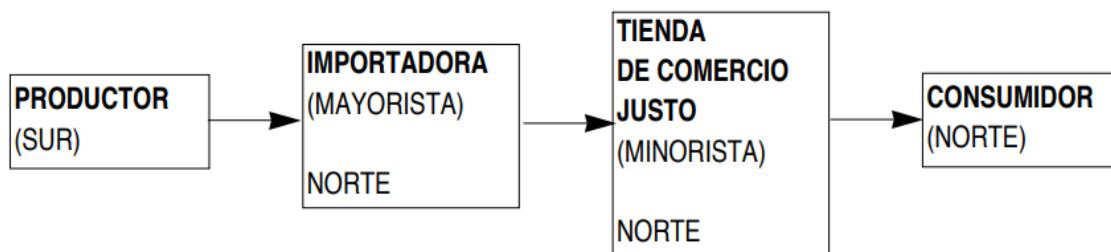
1. Crear oportunidades de mercado para pequeños productores en desventaja.
2. Establecer y mantener buenas relaciones comerciales basadas en el diálogo y respeto entre productores compradores y consumidores.
3. Pagar un precio justo, que cubra los costos de producción, una remuneración digna del trabajo a las organizaciones de productores y un pre-financiamiento (mínimo 50% del valor del pedido final) para garantizar la sostenibilidad del negocio.
4. Desarrollar y potenciar las capacidades de los pequeños productores
5. Condiciones de producción seguras y sanas
6. Evitar la explotación del trabajo infantil
7. Respeto y cuidado del medio ambiente
8. Igualdad de derechos y oportunidades para hombre y mujeres
9. Promoción y sensibilización del Comercio Justo
10. Respeto y valoración de la identidad cultural de los pueblos

Por medio de este texto el autor manifiesta que el comercio justo es la oportunidad de que todos los trabajadores que logran obtener un producto o un servicio tengan beneficios igualitarios es

decir, es una oportunidad para los pequeños, grandes y medianos productores, debido que en la actualidad existe una gran brecha de desigualdad entre los grandes productores con los pequeños productores, esto se da por varios factores, uno de ellos es el elevado costo de los insumos para los pequeños productores (López, 2016)

### 2.2.1. Funcionamiento económico del comercio justo

El funcionamiento del comercio justo es confuso porque se encuentran implicados países y organizaciones a nivel internacional, en este comercio intervienen los productores, importadoras, tiendas de comercio justo y los consumidores, siendo los productores quienes están en los países del sur y son los encargados de la producción, por otra lado se encuentran los países del norte quienes compran y actúan como mayorista y estos su vez venden a las tiendas de comercio justo quienes finalmente venden estos productos a los consumidores del norte.



**Figura 5.** Esquema del funcionamiento económico del comercio justo.

Fuente: (SOCÍAS SALVÁ & DOBLAS, 2005)



## **2.2. Sostenibilidad**

El primer significado se origina de su raíz latina *sustinare*, que significa sustentar, mantener firme una cosa. Especialmente en ecología y economía que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente (Macedo, 2015)

La sostenibilidad no es solo un asunto de grandes empresas, corresponde igualmente a las pequeñas y medianas y no debe ser visto únicamente como una oportunidad de mejora de la reputación, impulsarla dentro de las operaciones de los negocios los hace más eficientes y los ubica en una situación privilegiada de obtener beneficios, contribuyendo al mismo tiempo, de manera positiva a la sociedad en que desarrollan sus actividades Sanclemente (2017) (p.2)

Se analiza que la sostenibilidad es promover el desarrollo social en donde todas las regiones se puedan interrelacionar para alcanzar en equipo un nivel de vida, sanidad y educación excelentes donde toda la distribución de las riquezas sea equitativo y justo para todos sin perjudicar ninguno de los intereses que persiguen, de realizar un bien o servicio de forma que no afecte el bienestar de ninguna empresa, persona o medio ambiente por lo que la sostenibilidad es una obligación de todas las organizaciones del mundo, es decir, todas las empresas sean grandes o pequeñas deben tener en cuenta la sostenibilidad para obtener beneficios como es la estrategia corporativa empresarial. A esto se suma la manera de adquirir beneficios, al realizar las actividades dentro de una empresa, por lo que contribuye al mejor desempeño en toda la organización ayudando a su eficacia y eficiencia en la organización.

### **2.2.1. Tipos de sostenibilidad**

#### **a. Sostenibilidad ambiental**

La sostenibilidad ambiental hace relación entre la sociedad y el medio ambiente, esto implica lograr las metas propuestas sin alterar o amenazar los recursos naturales, el principal objetivo es ayudar en la búsqueda de la sustentabilidad empresarial sin provocar daños al ambiente, colaborar para la conservación del mismo contribuyendo a proyectos en donde se vinculen a la empresa, y la

sociedad. En los últimos años se ha visto afectado en el medio ambiente, por lo que se considera necesario tener plan de acción ambiental en cada empresa para contribuir con el mejoramiento del planeta (Arriols, 2018).

#### **b. Sostenibilidad Social**

Tiene como objetivo garantizar la integridad y equidad de la sociedad, lo que garantiza la perdurabilidad de la misma a largo plazo, respetando sus derechos para que cada uno pueda desarrollarse a su máxima potencialidad, la cual se verá reflejada en las actividades realizadas de forma correcta dentro de una empresa (Arriols, 2018)

#### **c. Sostenibilidad Económica**

Centeno (2013) menciona que “La sostenibilidad económica se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable”. Es una fusión del entorno económico, financiero, social y ambiental en donde se busca el bienestar de toda la sociedad asegurando el crecimiento equitativo, beneficiando a todos los miembros de la población brindando oportunidades a los sectores más vulnerables.

### **2.2.2. Objetivos del Desarrollo Sostenible**

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género

6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsables
13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia e instituciones sólidas
17. Alianzas para lograr los objetivos

ODS (2017) señala que estos 17 objetivos se fundamentan en los frutos de los objetivos de Desarrollo del Milenio, sin embargo, contienen y muestran nuevas esferas como el cambio climático, está relacionado con la diferencia económica, la innovación, el consumo sostenible, la paz y la justicia.

### **2.2.3 Estados Financieros**

#### **a. Definición.**

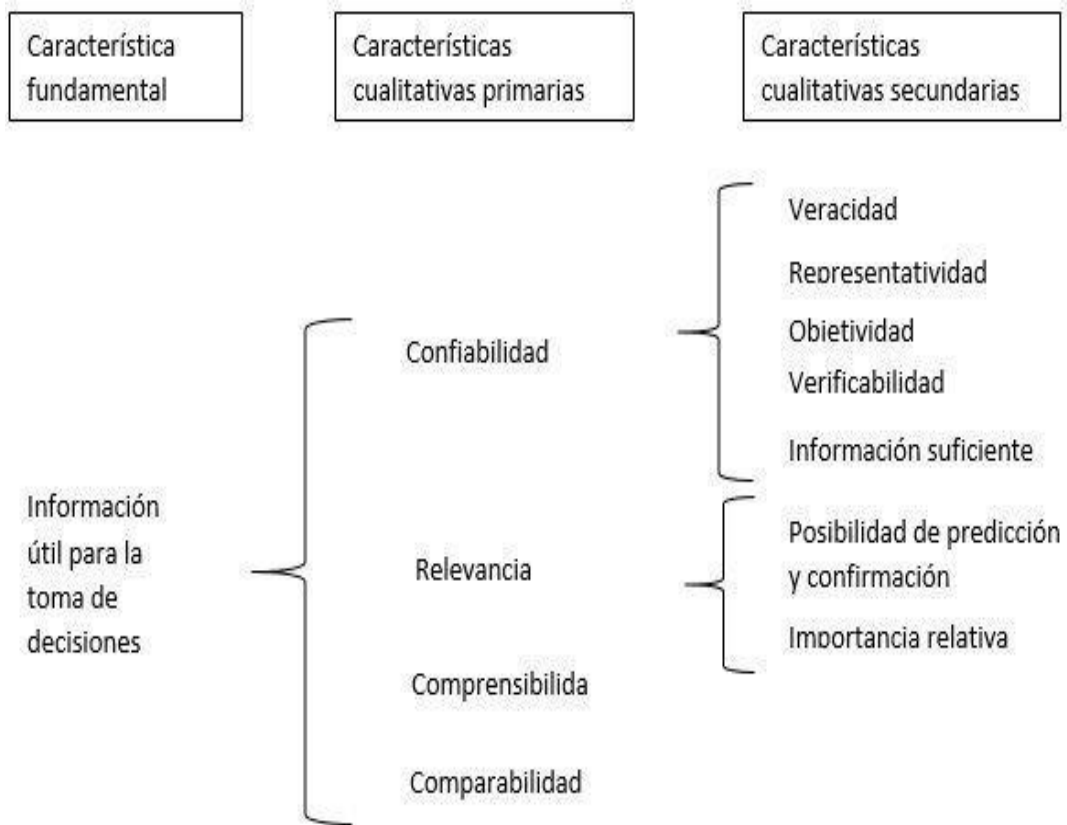
Los estados financieros según Buré & Seclén (2012) afirma lo siguiente: “Son un método a través del cual se puede saber la realidad económica y/o financiera de una empresa; la mayoría forma el último producto de la contabilidad. Son cuentas anualizadas que se muestran en una tiempo o período establecido”.

Según Alvarado (2018). “Los estados financieros son considerados una fuente primordial a través de cual se suministra información para la empresa y también se preparan en base a los saldos de los registros contables a un periodo de tiempo establecido”

Según Rueda (2015). “Los estados financieros son documentos que ayudan a demostrar un proceso contable de una empresa, en un tiempo específico en base a ciertas reglas y principios contables actuales, en este caso las normas internacionales de información financiera (NIIF)”

#### **b. Características.**

Existen ciertas características importantes de los estados financieros entre ellos que debe ser elaborado al concluir un periodo de tiempo específico, deben ser transparentes, claros, por lo que continuación se presenta la siguiente figura misma que destaca otras características importantes.



**Figura 6:** Características de los estados financieros

Fuente: (Marquez, 2016)

### c. Estructura.

Los estados financieros están conformados por cuentas de acuerdo al tipo de estado, a continuación, se detalla su estructura.

- Estado de Situación Financiera
  - Activo
  - Pasivo
  - Patrimonio
- Estado de Resultado Integral

- Ingresos
- Gastos
- Utilidad
- Estado de Flujo de Efectivo
  - Total de dinero usado o creado en las actividades
  - Total de dinero invertido en activos fijos o en otros activos
  - Total de dinero recibido en préstamos
  - Pago de dividendos
  - Incremento o disminución del efectivo durante el período de análisis (Gonzalez, 2018).
- Estado en el Cambio de Patrimonio
  - Saldos iniciales, éstos deben ser semejantes a los saldos finales del ejercicio anterior.
  - La repartición de las utilidades del ejercicio anterior.
  - Las variaciones del ejercicio contable
  - Los saldos finales (Carvalho, 2017).
- Notas aclaratorias
  - Información acerca de las bases para la preparación de los Estados Financieros.
  - Información con relación a las políticas contables relevantes usadas por la empresa (síntesis)
  - Declaraciones de acatamiento con las NIIF
  - Pasivos eventuales y responsabilidades pactadas no reconocidos.
  - Declaración de información no financiera, como las políticas y objetivos de gestión de riesgo económico.
  - Información importante para una mayor comprensión de la información financiera mostrada. (Varón, 2013)

#### **d. Clasificación.**

Según Rueda (2015) menciona que existen 5 estados que son obligatorios su presentar:

La utilización de los estados financieros es de gran ayuda porque proporcionan una lectura correcta e íntegra de la situación económica de las empresas, por lo que es importante elaborar un examen óptimo de su información para que los usuarios puedan tomar las mejores decisiones gerenciales de un periodo específico. Existen ciertos organismos de control en este caso la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros y las NIIF establecen que se debe presentar los siguientes 5 estados financieros:

- e. Estado de Situación Financiera
- f. Estado de Resultado Integral
- g. Estado de Flujo de Efectivo
- h. Estado en el Cambio de Patrimonio
- i. Notas aclaratorias. (p.10)

Los estados financieros son de gran utilidad para las empresas porque ayudan a saber cómo se encuentran económicamente, a pesar que existe varios estados financieros los más importantes en Ecuador puesto que es obligatoria su presentación son el: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultado Integral, Estado de Flujo de Efectivo, Estado en el Cambio de Patrimonio, Notas aclaratorias.

### **2.3. Información Financiera**

#### **a. Definición.**

La información financiera es una técnica muy importante para la toma de decisiones por lo que Álvarez (2009) menciona lo siguiente:

La contabilidad es un proceso cuyo resultado es la información financiera que permite analizar e interpretar los estados financieros, cuyo origen de la contabilidad en base a la NIF A-1(2009), misma que es una “técnica que cuyo uso es para el registro de transacciones, cambios internos y otras actividades que afecten a la economía de la empresa y que origina ordenadamente información financiera estructurada. Por otro lado, es importante determinar que la información financiera está compuesta por información cuantitativa indicada en unidades monetarias y también por información cualitativa, que es descriptiva, que indique

la situación y desempeño económico de la empresa, cuya finalidad es que el usuario lo utilice como apoyo para la toma de decisiones financieras” (p.3).

La información financiera es el resultado obtenido de un registro contable a través de estados financieros, mismos que son de gran utilidad para la correcta toma de decisiones de las empresas, puesto que a través de un correcto análisis se puede alcanzar los objetivos establecidos mediante el análisis de la situación económica real de la empresa.

Por otro lado, la información financiera es considerada como un “Conjunto de datos que se expresan en base a los movimientos procedentes de la utilización y manejo de los recursos económicos establecidos a una empresa. Es el resultado de la información que indica la relación de los derechos y obligaciones de la empresa, así como también la estructuración y cambios del patrimonio en un periodo o tiempo establecido” (Garcia, 2012).

#### **b. Características cualitativas de la información financiera.**

La NIF A-4 (2009) determina que la información financiera comprendida en los estados financieros básicos, debe congrega particularidades cualitativas que ayuden a satisfacer adecuadamente las necesidades frecuentes de los usuarios frecuentes de la misma y con ello buscan afirmar el acatamiento de la finalidad de los estados financieros, por lo que según Álvarez (2009) resume las características a través de la siguiente tabla:



**Tabla 3**  
*Características cualitativas de la información financiera*

| CARACTERÍSTICA   | DEFINICIÓN  |
|------------------|---|
| Utilidad         | <b>Adecuarse a las necesidades de los usuarios, es decir que le sirva para sus propósitos.</b>  |
| Confiabilidad    | <b>Contenido en congruencia con las transacciones, transformaciones internas o eventos sucedidos y para que sea confiable debe ser:</b><br><br><b>a) Veraz</b><br><br><b>b) Representativa</b><br><br><b>c) Objetiva</b><br><br><b>d) Verificable</b><br><br><b>e) Información suficiente</b> |
| Relevancia       | <b>Cualidad para influir en la toma de decisiones económicas de los usuarios que la utilizan y para que sea relevante, debe ser: a)</b><br><br><b>Posibilidad de predicción y confirmación</b><br><br><b>b) Importancia relativa</b>  |
| Comprensibilidad | <b>La información que se presenta en los estados financieros debe ser entendida por los usuarios.</b>   |
| Comparabilidad   | <b>La información financiera debe de ser analizada a partir de la identificación de diferencias y similitud con información de la misma entidad o otras entidades a través del tiempo. (p.5-6)</b>  |

Fuente: (Álvarez, 2009)

Además, es importante mencionar que para realizar un análisis de la información financiera es necesario contar con ciertos factores que es la: “Utilización de instrumentos apropiados, emplear datos confiables, un analista que manipule y fabrique los diseños de un criterio, que sea eficiente para la empresa.” (Molina, 2013)

### **c. Importancia de la información financiera.**

La información financiera en una empresa es relevante puesto que ayuda a la correcta toma de decisiones acorde a la situación económica de la empresa por lo que según Molina (2013) menciona lo siguiente:

En la dirección de todas las empresas, es indispensable y necesaria que exista la información financiera puesto que es una base para que los usuarios tomen decisiones acertadas. La administración financiera es la información que es a raíz de la contabilidad debido a que es importante que se tomen decisiones oportunas en la empresa. Los usuarios tienen la necesidad de obtener información financiera, para establecer conclusiones acerca del funcionamiento económico de la empresa, para poder valorar el futuro y tomar decisiones en base a las necesidades económicas de la empresa. (p.2)

Según lo mencionado por el autor la información financiera es una herramienta que ayuda a las empresas a conocer cuál es la situación económica real, para a través de un correcto análisis, establecer estrategias adecuadas para alcanzar las metas deseadas.

## **2.4. Producción Avícola**

Según datos de la CONAVE, el Ecuador en el año de 1990 producía 50 millones de aves pasando a 233,5 millones en el año 2014, lo que representa un crecimiento de más del 400% en quince años. Así mismo se señala que este sector genera 25.000 empleos directos y 50.000 indirectos (Tapia, 2017)

Las empresas que componen la industria avícola se caracterizan por poseer un nivel técnico elevado y dinámico. En el caso de la producción de carne de pollo, las empresas se integran mayoritariamente (90%) de forma vertical. Para mantener su competitividad la industria avícola realiza un esfuerzo constante de renovación y modernización utilizando infraestructura de calidad, genética y alimentación que son comunes a nivel mundial, mientras que las prácticas de manejo y los programas sanitarios varían y se adaptan acorde a la necesidad de cada empresa (Barroeta, Izquierdo, & Pérez, 2015)

#### **2.4.1. Sector avícola en la provincia de Tungurahua**

Según el registro nacional avícola realizado en el 2015 la provincia de Tungurahua consta con 149 de 310 granjas de aves ponedoras en todo el país, correspondiendo cerca del 50% de la producción total. Las aves ponedoras abastecen de huevos de mesa a los consumidores, por tal motivo en Tungurahua radica su importancia de ser un centro productor de huevo de mesa o huevo comercial, según el Registro Nacional Avícola de 2015 reveló que las 310 granjas avícolas de ponedoras, de todo el país, tenían una capacidad instalada de 12 461 980, y el día de la toma de muestras existían 9 534 190 aves, de ese total, en Tungurahua estaban ubicadas 149 granjas con una capacidad instalada de 5 606 400 aves. Pero el día del registro había 4 405 571 ponedoras, Corrales considera que lo importante para mantener a Tungurahua en ese estatus de mayor productor de huevos de mesa, es que los avicultores se formalicen; tengan todo en regla para no generarse ningún problema con las entidades de control, en la actualidad la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (Agrocalidad) propende a que los productores apliquen la normativa vigente. Mientras eso suceda, Corrales estima que Tungurahua será una zona fundamental para la economía del país, con el desarrollo del huevo de mesa. (MAIZ%SOYA, 2017)

### 2.4.2. Desarrollo avícola

El desarrollo sostenible del sector avícola puede desempeñar un papel importante en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Puede hacer mucho para mejorar los medios de vida de los millones de personas que dependen de la avicultura para ganarse la vida. Al mismo tiempo, también puede ayudar a proporcionar proteínas y micronutrientes asequibles a los subalimentados, mejorar la salud pública, contribuir a mitigar el cambio climático (ya que los sistemas avícolas pueden ser favorables al medio ambiente), y generar beneficios más amplios mediante efectos indirectos (FAO, 2019)

### 2.4.3. Factores de Producción

Los factores de producción son elementos o recursos que tiene una persona o una organización para distintos aspectos como para elaborar bienes y servicios que sean satisfactorio y rentable, es por ello que en la teoría económica existen tres factores imprescindibles para la producción (Lopez, 2017)

**El capital:** se define como todo lo que cuenta la empresa en referencia a bienes que se va obteniendo para seguir invirtiendo y generar nuevas actividades, la finalidad es la inversión para extender la producción y poder adquirir nuevos bienes, teniendo en cuenta que el dinero no es considerado como elemento de producción (Lopez, 2017).

**El trabajo:** Es la actividad que realiza el ser humano ya sea física o intelectual para recibir una remuneración por la prestación de su servicio, con la finalidad de seguir produciendo bienes y servicios (Lopez, 2017).

**La tierra:** es primordial para las actividades de producción, como crianza de aves, construcción, siembra entre otros, que contribuyan a seguir creando actividades de producción sea tanto en los sectores urbanos o rurales (Lopez, 2017).

## **2.5. Organización**

Una organización nace por la necesidad de brindar un beneficio a la sociedad mediante la planificación de actividades para promover el desarrollo de la población. Quienes las conforman tienen un objetivo en común para envolver dichas necesidades, y ser cubiertas por la sociedad (Garcia, 2017).

### **2.5.1. Finanzas**

Según Montes (2017) las finanzas son una rama aplicada de la economía que estudia el modo de empleo de recursos a través del tiempo y toman decisiones en presencia de incertidumbre y riesgo. En base a esta mención es considerable nombrar a las finanzas como una parte del tema a investigar debido a que se trabaja en actividades que tienen relación con la utilización del dinero, que con la correcta utilización se puede encaminar a mejores oportunidades.

### **2.5.2. Administración Financiera**

Para Salazar (2019) la administración financiera tiene como finalidad la planificación, dirección, organización y control de los recursos financieros de una entidad. es eficiente y necesaria dentro de las empresas (pequeñas, medianas y grandes) para llevar un buen funcionamiento y progreso de la organización. Se puede finalizar diciendo que la administración financiera es fundamental para la utilización del dinero, ya que, a través de estrategias correctas, se puede llegar a tener un mínimo de riesgo dentro de las empresas, dando lugar a una facilidad de control en

referencia a sus activos y por ende optimizar todos los recursos que posee la misma, creando empresas eficientes y con un nivel alto en el índice de rentabilidad y competitividad

### **2.5.3. Mercado**

Según Mena (2012) el mercado es un lugar estratégico en donde operan la oferta y la demanda, en el cual el vendedor y comprador tienen una estrecha relación comercial llevando a cabo abundantes transacciones. El mercado lo constituyen en todos los lugares del mundo en donde las personas cambian bienes o servicios por dinero.

Para Montoya (2016) se nivela y se puede concretar que los mercados son grupos determinados, desarrollados y compuestos por entidades con características homogéneas.

### **2.5.4. Estudio de Mercado**

El objetivo del estudio de mercado es aportar información válida ante problemas planteados en la toma de decisiones dentro del área comercial de una organización. Relaciona a consumidores, clientes y público a través de la información adquirida, la cual se utiliza para identificar oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de comercio (Mena, 2012).

## **2.6. Ley de la Oferta y Demanda**

La ley de la oferta y la demanda es la iniciación primordial de la economía del mercado. Este principio manifiesta la conexión que existe entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida en dependencia del costo del producto ofertado. De este modo el equilibrio de mercado o punto de equilibrio se da cuando los demandantes están preparados para comprar las mismas unidades de

los bienes o servicios que los oferentes quieren elaborar o fabricar, de acuerdo al mismo precio (Sevilla, 2015).

### 2.6.1. Las Cuatro “P’s”

El Marketing es el conjunto de técnicas que según estudios de mercado pretenden lograr que las ventas de un producto sean elevadas, la función más importante es satisfacer al cliente al diseñar o elaborar un producto, de esta forma Marketing mix son instrumentos que utiliza la organización para conseguir las estrategias de las ventas y lograr sus metas y objetivos establecidos, llamados también como las Cuatro P (McCarthy, 2017)

El objetivo de las cuatro P es analizar antes de realizar un plan de mercadeo, se debe adquirir una visión enfocada al complemento global y apropiado de todos los aspectos que disponen tu negocio. Mencionado esto es necesario la cooperación más extensa para diseñar una estrategia más específica para que las empresas sean más eficientes y efectivas.

- **Producto**, es el elemento más importante del marketing mix Definir muy bien el producto y sus beneficios, cartera de productos, marca, modelo, implementación de nuevos productos. (Marchal, 2016)
- **Precio**, estipular el precio de un producto o servicio parece algo sencillo, pero no lo es. Se debe tener en cuenta la percepción de los consumidores y considerar los costos de los productos de la competencia (Alvarez, 2018).
- **Promoción**, consiste en estudiar la forma en que las empresas dan a conocer sus productos o servicios (Alvarez, 2018)
- **Plaza**, o distribución, nos centramos en cómo hacemos llegar nuestros productos y servicios al cliente, (canales) y los lugares de venta (Alvarez, 2018)

## 2.7. Base legal.

Según el código 3 de Manual de Procedimientos Para la Obtención del Certificado Sanitario de Control Oficial de Granjas Avícolas, (MPRGA).

Bienestar Animal Designa el modo en el que un animal afronta las condiciones en su entorno. Un animal está en buenas condiciones de Bienestar si (según indican pruebas científicas) está sano, cómodo, bien alimentado, en seguridad, puede expresar formas innatas de comportamiento y si no padece sensaciones desagradables de dolor, miedo o desasosiego. Las buenas condiciones de bienestar de los animales exigen que se prevengan sus enfermedades y se les administren tratamientos veterinarios; que se les proteja, maneje y alimente correctamente y que se les manipule y sacrifique de manera compasiva. El concepto de bienestar se refiere al estado del animal. La forma de tratar a un animal se designa con otros términos como cuidados de los animales, cría de animales o trato compasivo. Bioseguridad Conjunto de prácticas de manejo orientadas a evitar la sobreexposición de las aves con microorganismos patógenos, con el fin de minimizar los efectos de enfermedades y su propagación, brindando de esta manera garantía al proceso de producción. (p.6)

Se entiende por bienestar animal al buen trato que se le da a un animal desde el inicio hasta el final de su vida en cuanto a salud, entorno que se desenvuelve, manipulación incluso hasta el sacrificio, con esto tiene que estar libre de enfermedades víricas y zoonóticas, tener un buen manejo sanitario, una correcta alimentación para evitar y controlar adecuadamente efectos de enfermedades y propagación de las mismas.

BPM: Buenas Prácticas de Manufactura. Conjunto de acciones para la obtención de productos alimenticios seguros para el consumo humano, fundamentado en la aplicación de normativas sobre la higiene y forma de manipulación en los diferentes procesos. Comercio internacional: Designa la importación, la exportación y el tránsito de mercancías

Control veterinario oficial: Designa las operaciones por la que los Servicios Veterinarios, sabiendo dónde residen los animales y tras tomar las medidas pertinentes para identificar a su propietario o a la persona encargada de cuidarlos, pueden aplicar medidas apropiadas de sanidad animal cuando es necesario. Esto no excluye otras responsabilidades de los Servicios Veterinarios como, por ejemplo, la inocuidad de alimentos



Granja, Plantel o Explotación Avícola: Espacio que contiene uno o varios galpones donde se crían las aves de corral, bajo un manejo sanitario, administrativo y de registros con propósito comunes.

### **Según la constitución de la república del Ecuador**

11. En el art. 1 Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Este artículo se refiere a la conservación del medio ambiente y sus ecosistemas para existir en un ambiente equilibrado que garantice el buen vivir, *sumak kawsay*, esto implica la integridad del patrimonio genético del país y con ello la supervivencia de todo ser vivo.

### **Código de la Producción, Comercio e Inversiones**

#### **Ámbito y Objetivo**

Según el artículo 4 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2016) señala

*Art. 4.- Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:*

- a) *Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria*
- b) *Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas*
- c) *Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales*
- d) *Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza*

- e) *Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables*
- f) *Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo*
- g) *Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados*
- h) *Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico*
- i) *Facilitar las operaciones de comercio exterior*
- j) *Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley*
- k) *Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente*

### **Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**

De igual forma la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2011), en su reglamento se pronuncia con los siguientes artículos en referencia a la investigación.

#### **De la Producción Avícola**

*Art. 24.- Cooperativas de producción. - Son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales, textiles. (p.11)*

#### **De la Sostenibilidad**

*Art. 164.- Operaciones. - La corporación, podrá realizar las siguientes operaciones:*

*5. Invertir sus recursos, de conformidad con las políticas dictadas por el directorio, bajo criterios de seguridad, liquidez y sostenibilidad*

## **Ley de Sanidad Animal**

El artículo 2 de la Ley de Sanidad Animal publicada el 16 de abril de 2004, en el Registro Oficial Suplemento Nro. 315, dispone que el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, adoptará las medidas encaminadas a conservar la sanidad de la ganadería nacional, prevenir el apareamiento de nuevas enfermedades, controlar las que se presentarán y erradicarlas.

*Art. 6.- Para los efectos de la presente Ley, se entiende por ganadería toda explotación de especies domesticas con fines productivos económico-sociales, salvo que el termino ganadería se utilice expresamente para otras denominaciones específicas.*

### **Reglamento General a la Ley de Sanidad Animal**

*El artículo 1 del Reglamento General a la Ley de Sanidad Animal, expedido mediante Decreto Ejecutivo N° 3609, publicado en el Registro Oficial Suplemento N° 1 del 20 de marzo de 2003 del Texto Unificado de Legislación Secundaria del MAG, libro 1, establece que le corresponde al Ministerio de Agricultura y Ganadería, a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad 11 Agropecuaria (SESA) (Hoy AGROCALIDAD), realizar investigaciones de las diferentes enfermedades, plagas y flagelos que afectan a la ganadería nacional, así como, coordinar y supervisar las que efectúe entidades públicas y privadas, nacionales y extranjeras, con miras a lograr resultados de diagnóstico, prevención y tratamiento.*

### **Reglamento de Control de la Instalación y Funcionamiento de las Granjas Avícolas.**

El Art. 1 del Reglamento de Control de la Instalación y Funcionamiento de las Granjas Avícolas señala que las granjas avícolas son de cuatro clases:

- a. Granja de reproducción para producción de huevos fértiles destinados a la incubación artificial;*
- b. Granja para la producción comercial de huevos para consumo humano;*
- c. Granja para la producción comercial de pollos de engorde; y,*
- d. Granjas de otras especies aviares: pavos, patos, gansos, codornices, etc*

*Art. 2.- Los establecimientos dedicados a la producción y explotación de aves están obligados a obtener el registro bianual correspondiente de acuerdo a las siguientes normas:*

*a. La solicitud será presentada por el interesado en la Dirección Provincial del Ministerio de Agricultura y Ganadería, correspondiente al lugar donde esté Instalada la granja avícola;*

*b. Deben registrarse en el plazo de noventa días, contados a partir de la fecha de publicación del presente acuerdo, los planteles avícolas ya existentes;*

*c. Para la inscripción de los nuevos planteles avícolas que se deseen instalar, los interesados presentarán una solicitud a las direcciones provinciales agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería*

## **GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AVÍCOLAS RESOLUCIÓN TÉCNICA N° 0017**

### **DE LA UBICACIÓN DE LAS GRANJAS AVÍCOLAS, SU INFRAESTRUCTURA, INSTALACIONES, EQUIPOS Y SERVICIOS**

*Artículo 5.- De la localización y las condiciones apropiadas de una granja avícola: Las granjas avícolas deben estar localizadas en lugares permitidos que no intercepten con reservas naturales, para lo cual se debe obtener, de acuerdo a las normativas vigentes, el Certificado de Intersección en el Ministerio de Ambiente, el Permiso de Uso de Suelo que otorga cada Municipio, el Permiso de Uso del Agua en la SENAGUA y el Registro de la granja en AGROCALIDAD.*

*Artículo 6.- De la Localización*

*Artículo 7.- De la distribución del plantel*

*Artículo 8.-Del acceso al plantel:*

*Artículo 9.- De los cerramientos y cercas:*

*Artículo 10.- De las condiciones estructurales del galpón*

*Artículo 11.- De los equipos y maquinaria para la operación avícola:*

*Artículo 12.- De las instalaciones eléctricas*

*Artículo 13.- Higiene del Plantel*

*Artículo 14.- De la limpieza y desinfección de los implementos*

*Artículo 15.- De las acciones a cargo del personal del plantel*

**Artículo 16.-** *De la higiene del personal*

**Artículo 17.-** *De las medidas de bioseguridad para el ingreso a la granja, de visitantes, así como de vehículos, material y equipos*

**Artículo 18.-** *De la inconveniencia de criar gallos de pelea y otras especies de animales dentro de la granja o en las viviendas de los trabajadores*

**Artículo 19.-** *De las normas de bioseguridad, vacío sanitario y la limpieza y desinfección del galpón antes del ingreso de las aves*

Las normas a cumplir para la emisión de permisos de los planteles avícolas son claros ya que todas estas peticiones son fundamentales para mantener la bioseguridad del plantel avícola y con ello cumple y garantiza el bienestar animal del plantel y por ende se cumple con el sumak kausay

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

Para el presente proyecto de investigación se empleó una metodología bibliográfica-documental, descriptiva y de campo. Puesto que primordialmente se buscó toda la información necesaria relacionada con las variables de la investigación, para lo cual se tuvo un acercamiento con establecimientos objeto de estudio, además también se aplicó una encuesta y finalmente se describió todo lo que se encontró durante la investigación.

#### **3. Enfoque de la investigación**

La población objeto de esta investigación, son los productores de los planteles avícolas de la provincia de Tungurahua. En este estudio fueron aplicados los enfoques cuantitativo y cualitativo ya que se recolectó datos que se midieron desde una perspectiva externa y objetiva, estos datos son una realidad social, de tal manera que fueron analizados de un modo interpretativo, subjetivo e incluso de forma diagnóstica por lo que finalmente es un enfoque mixto en la investigación, además se aplica una encuesta, así mismo esto se pone en práctica en el enfoque cuantitativo, en donde los datos fueron tabulados mediante el programa Excel el cual es una hoja de cálculo que permite realizar tabulaciones; el Chi Cuadrado este test se puede emplear en situaciones donde se desea decidir si una serie de datos se ajusta o no a una función teórica anticipadamente, estos análisis están sustentado con información bibliográfica de varias fuentes como artículos, revistas, libro, etc.

Enfoque Mixto: Considerando las características de ambos enfoques, por una parte el enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y comprobar la hipótesis establecidas previamente y al confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de

comportamiento en una población, y por otra parte el enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica como las descripciones y las observaciones que por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría.

### **3.1. Investigación De Campo**

La investigación de campo es la que se aplica para obtener datos e información directamente de la realidad a través del uso de técnicas y herramientas de recolección de datos (entrevistas o encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o algún problema previo.

Se usó este tipo de investigación, debido a la encuesta que se aplicó a los avicultores, objeto de estudio, con la finalidad de recolectar información, cimentar una base para la investigación, además establecer una guía para futuras investigaciones.

### **3.2. Investigación Bibliográfica – Documental**

La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico con respecto a tema en estudio, incluye la observación, indagación, interpretación, reflexión y análisis para obtener las bases necesarias para su desarrollo.

En la presente investigación se empleó esta técnica, debido a que se acudió a varias fuentes de consulta bibliográfica-documental (libros, tesis, artículos, revistas, páginas web, etc.) para sustentar la investigación.

### **3.3. Nivel o tipo de investigación**

#### **3.3.1 Investigación Descriptiva.**

En el presente estudio se aplicó este tipo de investigación, debido a que se busca tener una fiel representación de los aspectos relevantes de las variables de estudio, y a la vez se busca puntualizar ciertas propiedades y características importantes de los grupos, personas y entidades objetos de estudio.

### **3.4. Población y censo**

#### **3.4.1. Población**

“Es un conjunto de personas, bienes o entidades, que posee un objetivo o características comunes, viven en una misma área geográfica, o espacio, y cuyo número de población se determina regularmente a través de un Censo”. (Cevallos & Herrera, 2018, p. 01)

#### **3.4.2. Censo**

Según López (2004) menciona que “El censo de una población estadística consiste, básicamente, en obtener el número total de individuos mediante las más diversas técnicas de recuento. El censo es una de las operaciones estadísticas que no trabaja sobre una muestra, sino sobre la población total”. (p.1)

En la investigación a realizarse se efectuará un censo, puesto que está enfocada para poblaciones y muestras pequeñas, también porque ayuda a reducir costos, tiempo y permite reducir el margen de error. Es por ello que se realizará un análisis en la provincia de Tungurahua a las granjas avícolas:

Existe una segmentación para la aplicación de una encuesta a la población de la producción avícola de la provincia de Tungurahua, el cual suma un total de 21 empresas.



### 3.4.3. Muestreo direccionado:

Para la recolección de datos, se realizó un muestreo direccionado, debido a la dificultad que existe para aplicar la técnica e instrumento a las 194 granjas de la provincia de Tungurahua, de tal forma que se decidió aplicar el estudio a 21 granjas avícolas dedicadas a la producción de huevos ubicadas en el cantón Pelileo, determinando así que estas son unas de las granjas que tienen más incidencia dentro del mercado y/o comercio que se maneja en la provincia.

A continuación, se observa una tabla que está conformada por los datos más importantes de las 21 granjas donde fueron aplicados las técnicas e instrumentos utilizados en el estudio:

**Tabla 4**  
*Planteles avícolas*

| N° | Institución/Organización  | Función         | Representante Legal | Observación  |
|----|---------------------------|-----------------|---------------------|--|
| 1  | Granja Avícola "CECILITA" | EMPRESA PRIVADA | Sr. Luis Sánchez    | Ubicado en el centro de la parroquia San José bajo |
| 2  | Granja Avícola "AVIGAR"   | EMPRESA PRIVADA | Sr. Ramiro Garzón   | Ubicado en el Barrio "San José"                    |
| 3  | Granja Avícola "AVISAN"   | EMPRESA PRIVADA | Sr. Eloy Sánchez    | Ubicado en el Barrio "San José"                    |
| 4  | Granja Avícola "AVIMAJO"  | EMPRESA PRIVADA | Sr. Leonardo Pérez  | Ubicado en el Barrio "El Mirador"                  |



|           |                                      |                 |                         |  |
|-----------|--------------------------------------|-----------------|-------------------------|--|
| <b>5</b>  | Granja Avícola "BILBAO"              | EMPRESA PRIVADA | Sr, David Rosero        | Ubicado en el Barrio "San José"              |
| <b>6</b>  | Granja Avícola "RELENITA"            | EMPRESA PRIVADA | Sr. Ruperto Rosero      | Ubicado en el Barrio "San José" las Queseras |
| <b>7</b>  | Granja Avícola "PAMELITA"            | EMPRESA PRIVADA | Sr, Holguer Ruíz        | Ubicado en el Barrio "San José" las Queseras |
| <b>8</b>  | Granja Avícola "PATRICIA SANCHEZ"    | EMPRESA PRIVADA | Sra. Patricia Sánchez   | Ubicado en el Barrio "San José" las Queseras |
| <b>9</b>  | Granja Avícola "HUMBERTO SÁNCHEZ"    | EMPRESA PRIVADA | Sr. Humberto Chávez     | Ubicado en Mucumbí                           |
| <b>10</b> | Granja Avícola "FABIÁN NUÑEZ"        | EMPRESA PRIVADA | Sr. Fabian Nuñez        | Ubicado en el Barrio "San José" las Queseras |
| <b>11</b> | Granja Avícola "ANTONIO VILLAFUERTE" | EMPRESA PRIVADA | Sr. Antonio Villafuerte | Ubicado en el Barrio "San José" las Queseras |
| <b>12</b> | Granja Avícola "GUSTAVO ROSERO"      | EMPRESA PRIVADA | Sr. Gustavo Rosero      | Ubicado en el Barrio "San José" las Queseras |

CONTINÚA



|           |                              |                 |                    |  |
|-----------|------------------------------|-----------------|--------------------|--|
| <b>13</b> | Granja Avícola "ALEXANDRITA" | EMPRESA PRIVADA | Sr. José Ruíz      | Ubicado en el centro de la parroquia San José bajo |
| <b>14</b> | Granja Avícola "MARY ELENA"  | EMPRESA PRIVADA | Sr. Fabian Sánchez | Ubicado en el centro de la parroquia San José bajo |
| Continúa  |                              |                 |                    |  |
| <b>15</b> | Granja Avícola "AVIDOM"      | EMPRESA PRIVADA | Sr. Patricio Veloz | Ubicado en el centro de la parroquia San José bajo |
| <b>16</b> | Granja Avícola "ELENITA"     | EMPRESA PRIVADA | Sr. Elena Torres   | Ubicado en el Barrio "Laurelpamba"                 |
| <b>17</b> | Granja Avícola "PEDREGAL"    | EMPRESA PRIVADA | Sr. Felipe Sánchez | Ubicado en el Barrio "San Juan"                    |
| <b>18</b> | Granja Avícola "CHANGO"      | EMPRESA PRIVADA | Sr. Rodolfo Chango | Ubicado en el Barrio "San Juan"                    |
| <b>19</b> | Granja Avícola "KELLY"       | EMPRESA PRIVADA | Sr. Jorge Bastidas | Ubicado en el Barrio "Pailitas"                    |
| <b>20</b> | Granja Avícola "AVICORT"     | EMPRESA PRIVADA | Sr. Hernán Cortez  | Ubicado en el Barrio "Peraspamba"                  |

CONTINÚA



|    |                          |                    |                      |                           |
|----|--------------------------|--------------------|----------------------|---------------------------|
| 21 | Granja Avícola "MENECEs" | EMPRESA<br>PRIVADA | Sr. Francisco Menece | Ubicado en el<br>Chacauco |
|----|--------------------------|--------------------|----------------------|---------------------------|

Fuente: Gobierno Autónomo descentralizado Ambato

n = 21 Número de encuestas a aplicarse.

### 3.5. Técnicas de recolección de datos

Después de establecer las bases teóricas, conceptuales y legales, la modalidad de la investigación a utilizar, se determinó las fuentes y técnicas para la recopilación de la información.

#### 3.5.1. Fuentes primarias

Las fuentes de información a utilizarse son primarias debido a que se recopiló información a través de una encuesta y observación a los productores de los planteles avícolas.

##### a. Encuesta

Al realizar una investigación un instrumento de gran ayuda para la recolección de información es la encuesta puesto que a través de la aplicación de un cuestionario a una muestra determinada de individuos. Además, mediante la aplicación de encuestas se puede conocer las opiniones, actitudes, conducta y creencias de las personas en un tema determinado. (CIS, 2017)

Las encuestas es un método mediante el cual permite recolectar datos de una investigación enfocada a un grupo de personas determinadas, a través de varias preguntas mismas que pueden ser realizadas personalmente, vía telefónica, email, internet, etc.

“Las fuentes de información estadística primaria existente en el Ecuador son los: registros del censo INEC, a través de MAGAP, los cuales nos da valores actualizados sobre la producción avícola en el país.

**b. Fuentes secundarias**

Las fuentes de información secundaria utilizadas están relacionadas al tema de estudio las cuales fueron:

1. Libros
2. Tesis
3. Artículos científicos
4. Revistas científicas
5. Documentos de sitios web
6. INEC

**3.6. Técnicas de análisis de datos**

Las técnicas para el análisis de información son herramientas que permiten ordenar, describir y estudiar los datos compilados en el transcurso de la investigación.

Las encuestas realizadas tienen un formato de 35 preguntas, las cuales fueron desarrolladas con dos variables y se puede observar en el anexo de esta investigación, para validar la encuesta se realizará mediante el análisis de Excel, la cual cuenta con ciertas herramientas dentro del programa, permitiendo así obtener los diferentes gráficos y porcentajes de los resultados encontrados, y con el análisis estadístico de chi cuadrado, además de corroborar los datos obtenidos mediante la información bibliográfica obtenida.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **4. Análisis e interpretación de los resultados**

Mediante el análisis de datos se ha llegado a los siguientes resultados que serán interpretados y analizados acorde a la información obtenida sobre el comercio justo en el sector avícola de la provincia de Tungurahua, cabe destacar que para realizar este análisis se ha tomado en cuenta las preguntas más relevantes de la encuesta aplicada acorde al tema de investigación.

Cada uno de los resultados encontrados, fueron obtenidos uno a uno, los cuales permitieron comprender diferentes puntos del estudio, todo en relación al análisis de la sostenibilidad del comercio justo en el sector avícola. De tal forma que estos datos fueron interpretados para determinar la incidencia dentro de la temática presentada.

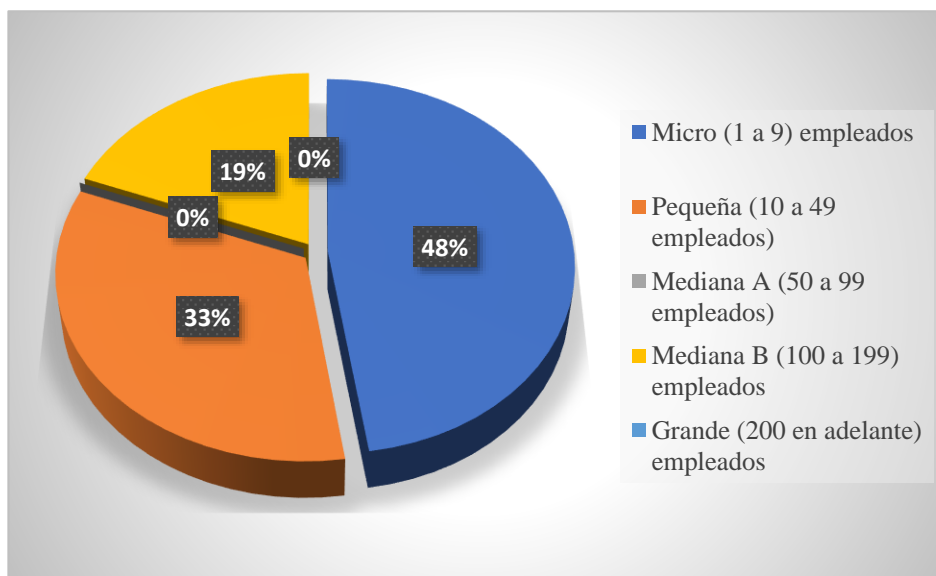
En los resultados observados a continuación se determinan diversos datos, entre ellos, dar a conocer políticas de la empresa, normativas, reglamentos, verificar si cuentan con una organización empresarial, si tienen medidas de seguridad dentro de sus granjas, igualdad de género, entre otros puntos de suma importancia.

**Pregunta N°1 ¿En qué categoría considera Ud. que está ubicada su empresa?**

**Tabla 5**

*Ubicación de la empresa*

| Opción                                    | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|---|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Micro (1 a 9) empleados</b>            | 10        | 48%         | 48%               | 48%                  |
| <b>Pequeña (10 a 49 empleados)</b>        | 7         | 33%         | 33%               | 81%                  |
| <b>Mediana A (50 a 99 empleados)</b>      | 0         | 0%          | 0%                | 81%                  |
| <b>Mediana B (100 a 199) empleados</b>    | 4         | 19%         | 19%               | 100%                 |
| <b>Grande (200 en adelante) empleados</b> | 0         | 0%          | 0%                |                      |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



**Figura 7.** Ubicación de la empresa

### **Análisis e interpretación:**

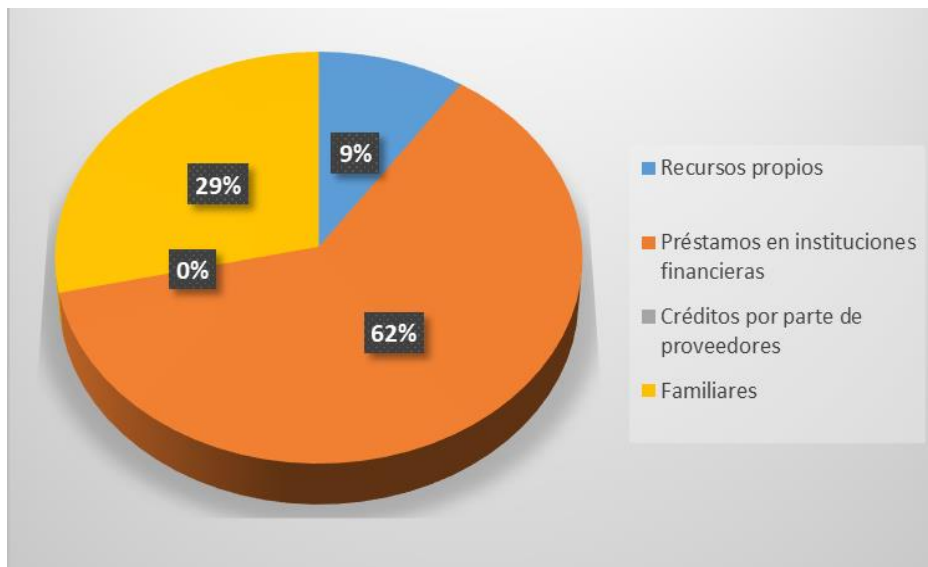
De acuerdo a la figura anterior, de un total de 21 planteles avícolas de la provincia de Tungurahua, 10 productores se encuentran en la categoría de Micro empresas, representando el 47.62% del total de productores, mientras que 7 productores se encuentran en la categoría de pequeña empresa, siendo esta el 33.33%, además 4 productores se encuentran en la categoría de empresa con más de 100 empleados, siendo este el 19.05%. Por lo que se puede concluir que en la provincia de Tungurahua existen más micro y medianos productores en el sector avícola, en este sentido se ve reflejado el comercio justo con el beneficio a los pequeños productores, que están en territorio, para que accedan al mercado nacional e internacional. La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo informó que hasta 2018 existían 105 organizaciones, empresas y exportadoras certificadas con ese tipo de economía.

**Pregunta N°2 ¿Para financiar su actividad, con mayor frecuencia hace uso de: elija una opción?**



**Tabla 6***Financiamiento de la actividad*

| Opción  | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|---|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Recursos propios</b>                       | 2         | 10%         | 10%               | 10%                  |
| <b>Préstamos en instituciones financieras</b> | 13        | 62%         | 62%               | 71%                  |
| <b>Créditos por parte de proveedores</b>      | 0         | 0%          | 0%                | 71%                  |
| <b>Familiares</b>                             | 6         | 29%         | 29%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |

**Figura 8.** Financiamiento de la actividad

### **Análisis e interpretación:**

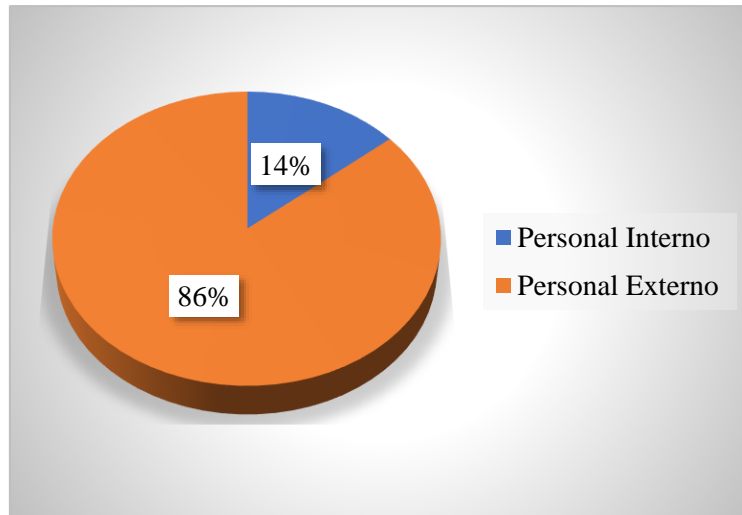
Como se observa en el gráfico anterior, el 62% de los encargados de las granjas donde se aplicó el estudio indicaron que, para financiar cada una de las actividades a realizar dentro de la empresa, hacen uso frecuentemente de préstamos en instituciones financieras (bancos, cooperativas, sociedades, entre otros). Existen diversas razones por la cual estas organizaciones realizan estos préstamos, principalmente por la seguridad y garantía, facilidad de pagos e inclusive, ciertas instituciones ofrecen y realizan proyectos con la finalidad de ayudar al crecimiento de las nuevas empresas, y micro empresas.

### **Pregunta N°3 ¿El manejo de la información financiera contable de la organización lo realiza?**

**Tabla 7**

*Información financiera contable*

| Opción                  | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|-------------------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Personal interno</b> | 3         | 14%         | 14%               | 14%                  |
| <b>Personal interno</b> | 18        | 86%         | 86%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>            | <b>21</b> | <b>100%</b> |                   |                      |



**Figura 9.** Información financiera contable

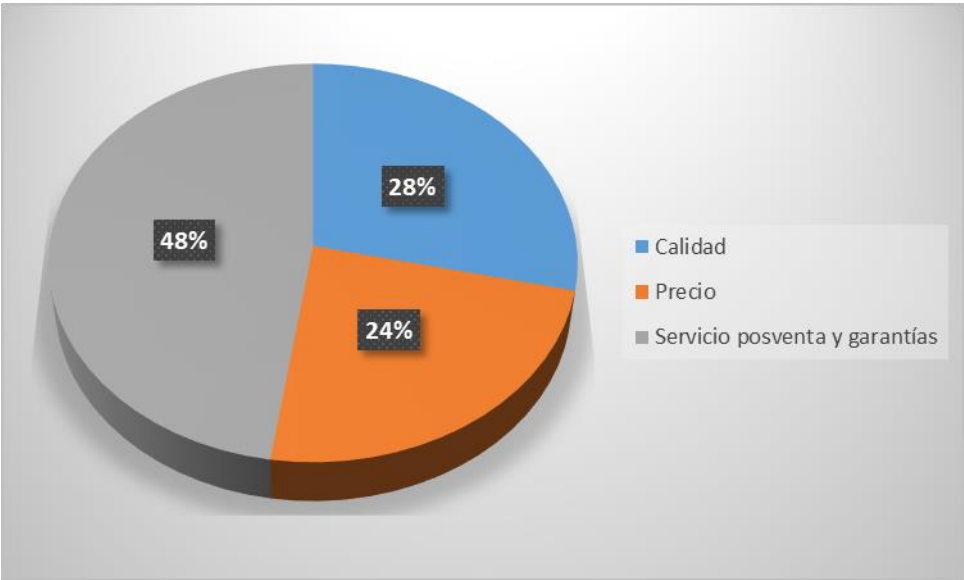
**Análisis e interpretación:**

De esa misma manera se obtuvieron resultados en referencia a los manejos de la información financiera de las diferentes organizaciones estudiadas, dando a conocer que el 86% de estas empresas avícolas trabajan con un personal externo para esta actividad. Esto se lleva cabo debido a que el personal externo (empresas contables) posee gran capacidad para mantener el control y orden cada uno de los procesos financieros de las empresas micro, medianas o grandes, encontrando así garantía y seguridad para la organización, lo cual es considerado como una de las áreas de mayor importancia para las granjas porque esto está relacionado a la capital, inversión, ganancia, gastos, costos, entre otros.

**Pregunta N°4 ¿Para la selección de proveedores, ¿qué factor considera de mayor importancia, elija una opción?**

**Tabla 8**  
*Características para la selección de proveedores*

| Opción                               | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------------------------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Calidad</b>                       | 6         | 29%         | 29%               | 29%                  |
| <b>Precio</b>                        | 5         | 24%         | 24%               | 52%                  |
| <b>Servicio posventa y garantías</b> | 10        | 48%         | 48%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 10.** Características para la selección de proveedores

### **Análisis e interpretación:**

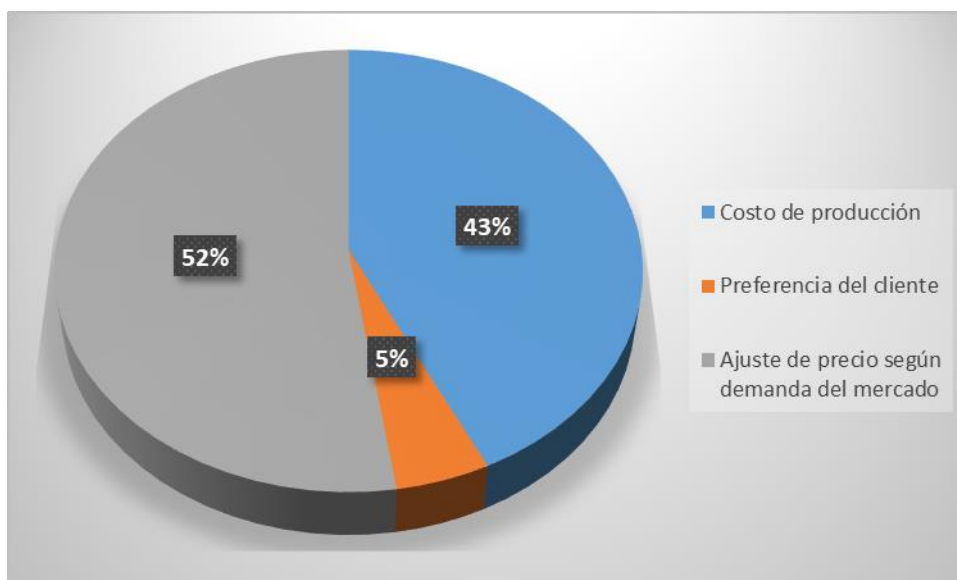
Para la selección de proveedores, el 48% de las personas cuestionadas indicaron que el factor de mayor importancia es el servicio posventas y las garantías que estos puedan ofrecer, principalmente las granjas se enfocan en esto por la seguridad de cada uno de los productos que los proveedores pueden obtener, es decir, brindar una atención posterior a la venta realizada, y verificar que se mantengan la calidad de los productos, el abastecimiento y por ende mantener al cliente satisfecho porque además de vender algún producto o material, ofrecen garantía de ello en todos los sentidos.

**Pregunta N°5 ¿Respecto a la fijación de precios de venta al público de sus productos toma en cuenta?**

**Tabla 9**

*Fijación de precios para venta al público*

| Opción  | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|---|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Costo de producción</b>                        | 9         | 43%         | 43%               | 43%                  |
| <b>Preferencia del cliente</b>                    | 1         | 5%          | 5%                | 48%                  |
| <b>Ajuste de precio según demanda del mercado</b> | 11        | 52%         | 52%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 11.** Fijación de precios para venta al público

#### **Análisis e interpretación:**

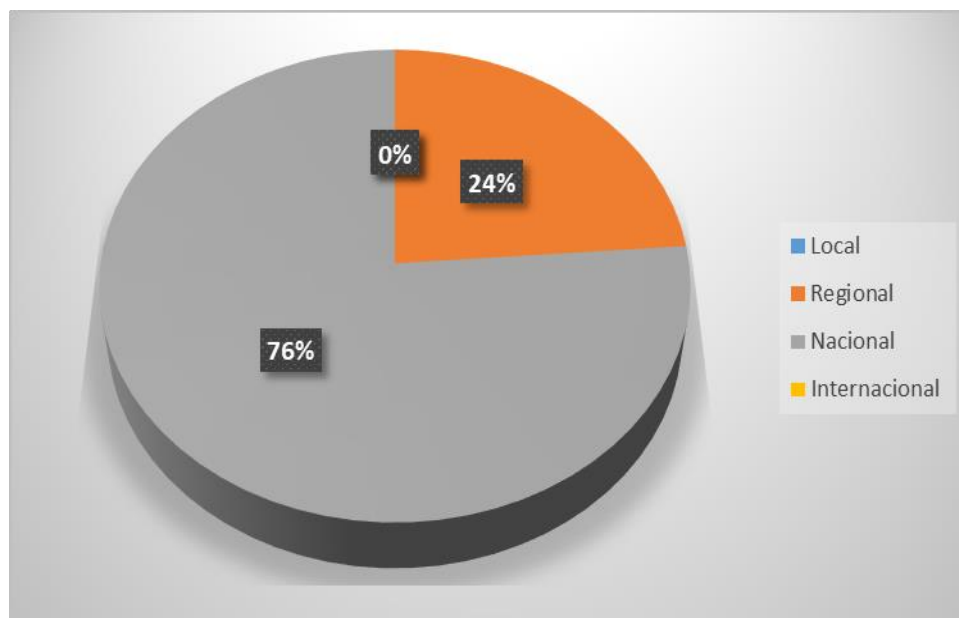
El 52% de los encuestados, al momento de realizar una fijación de precio realizan un estudio de la demanda del mercado, es decir, fijan bajos precios o precios accesibles como forma de estrategia, con la finalidad de obtener la mayor cantidad de clientes posibles, intentando alcanzar cada una de las metas trazadas posicionándose en el mercado y de esa manera suplir con cada una de las necesidades de los diferentes clientes. De igual forma realizan un análisis en los costos de producción (43%) para asegurar una ganancia en cada uno de los productos ofrecidos.

## Pregunta N°6 El mayor volumen de sus ventas está dirigido a ¿qué mercado?

**Tabla 10**

*Distribución del volumen de ventas*

| Opción               | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|----------------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Local</b>         | 0         | 0%          | 0%                | 0%                   |
| <b>Regional</b>      | 5         | 24%         | 24%               | 24%                  |
| <b>Nacional</b>      | 16        | 76%         | 76%               | 100%                 |
| <b>Internacional</b> | 0         | 0%          | 0%                |                      |
| <b>TOTAL</b>         | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



**Figura 12.** Distribución del volumen de ventas

### **Análisis e interpretación:**

A su vez, según el estudio de campo realizado, el 76% de las organizaciones direccionan las ventas al mercado nacional, siendo esto una actividad muy favorable, la cual se lleva a cabo mediante diversas estrategias. Las ventas se dirigen a nivel nacional porque está considerado como una de la mejor y más factible categoría dentro del mercado, y también se debe a que la mayoría

de estas granjas avícolas, son micro o pequeñas empresas y encuentran facilidad para entrar al mercado.

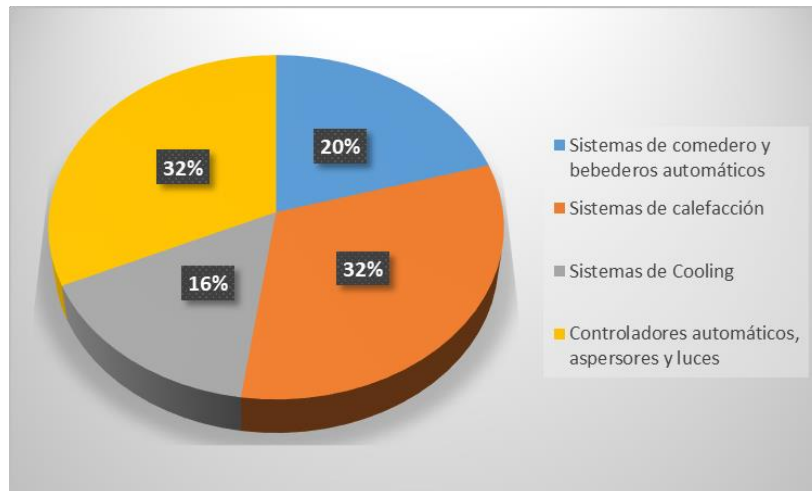
**Pregunta N°7 ¿Para su producción avícola cuenta con tecnología eficiente cómo?**

**Tabla 11**

*Distribución del volumen de ventas*

| Opción   | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Sistemas de comedero y bebederos automáticos</b>  | 9         | 20%         | 20%               | 20%                  |
| <b>Sistemas de calefacción</b>                       | 14        | 32%         | 32%               | 52%                  |
| <b>Sistemas de Cooling</b>                           | 7         | 16%         | 16%               | 68%                  |
| <b>Controladores automáticos, aspersores y luces</b> | 14        | 32%         | 32%               |                      |
| <b>TOTAL</b>   | <b>44</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |





**Figura 13.** Distribución del volumen de ventas

**Análisis e interpretación:**

La pregunta número 7 consta de opción múltiple (4 opciones), con el fin de poder observar y determinar las tecnologías con las que cuentan las granjas para las actividades a realizar, el 32% de las granjas cumplen con sistemas de calefacción y con controladores automáticos, aspersores y luces, de tal manera que así logran mantener una correcta ejecución de los procesos a realizar por las gallinas ponedoras de huevos, en cuanto a la calefacción es determinante porque los pollos y gallinas deben mantenerse a una temperatura cálida para resguardar la salud y garantizar la producción.

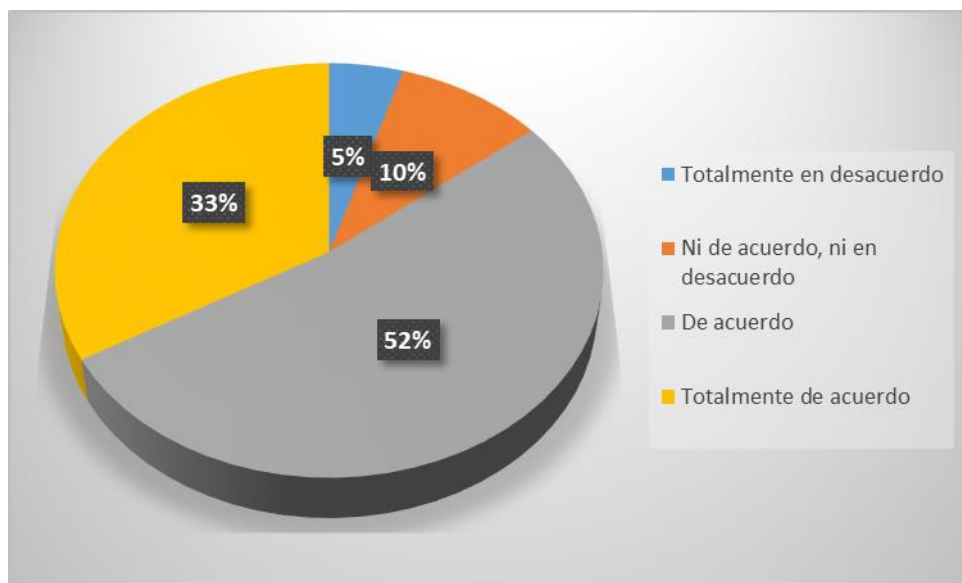
**Pregunta N°8 De los siguientes principios referentes al comercio justo indique ¿cuál es el nivel de aceptación?**

**8.1. ¿Cree usted que el mercado brinda oportunidades para pequeños productores?**

**Tabla 12**

*Las oportunidades para pequeños productores*

| Opción                                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Totalmente en desacuerdo</b>        | 1         | 5%          | 5%                | 5%                   |
| <b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b> | 2         | 10%         | 10%               | 14%                  |
| <b>De acuerdo</b>                      | 11        | 52%         | 52%               | 67%                  |
| <b>Totalmente de acuerdo</b>           | 7         | 33%         | 33%               |                      |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



**Figura 14.** Las oportunidades para pequeños productores

### **Análisis e interpretación:**

La pregunta número 8 está desglosada por varias sub preguntas, dentro de la pregunta 8.1. se logró determinar por parte de los encuestados, si el mercado brinda oportunidades para pequeños productores, donde al realizar una sumatoria de las dos respuestas positivas (de acuerdo, totalmente de acuerdo) se observa que el 85% de los encuestados indican que hay oportunidades para las pequeñas empresas, este conocimiento lo poseen por ser ellos principalmente pequeñas empresas, los cuales cada uno de ellos han tenido diferentes oportunidades dentro del mercado.

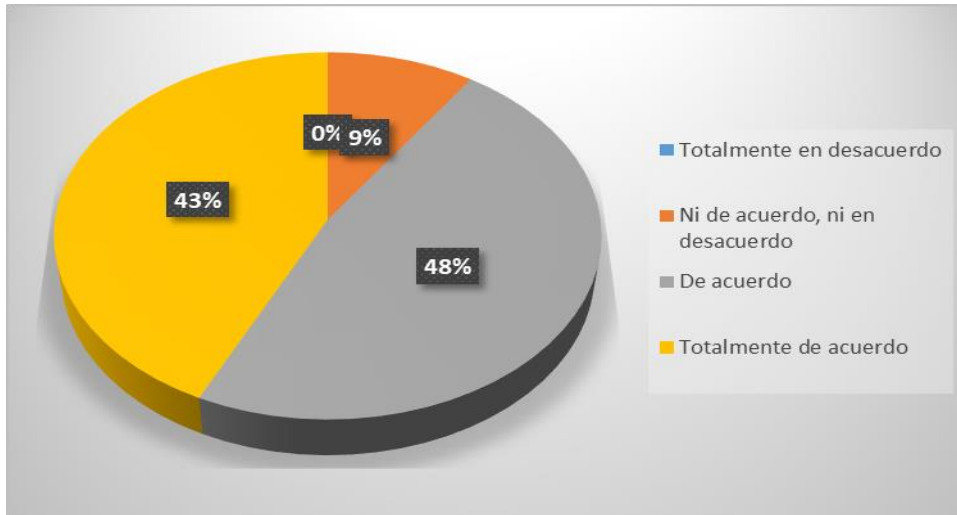
### **8.2. ¿Usted considera que las relaciones comerciales son solidarias a largo plazo con pequeños productores?**

**Tabla 13**

*Las relaciones comerciales son solidarias a largo plazo con pequeños productores.*

| Opción                                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Totalmente en desacuerdo</b>        | 0         | 0%          | 0%                | 0%                   |
| <b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b> | 2         | 10%         | 10%               | 10%                  |
| <b>De acuerdo</b>                      | 10        | 48%         | 48%               | 57%                  |
| <b>Totalmente de acuerdo</b>           | 9         | 43%         | 43%               |                      |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |

)



**Figura 15.** Las relaciones comerciales son solidarias a largo plazo con pequeños productores

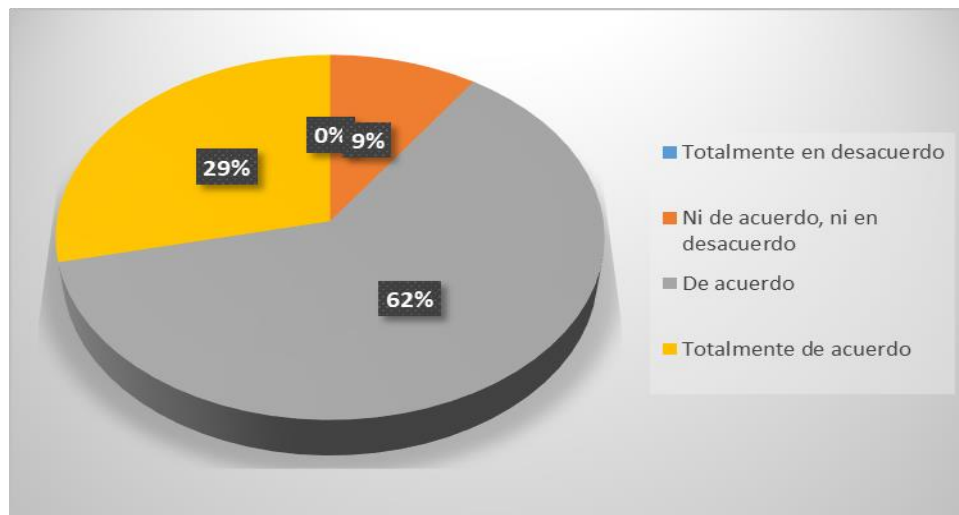
**Análisis e interpretación:**

A su vez tomando en cuenta las opciones de acuerdo, que fueron seleccionadas por los encuestados, se determina que el 91% de ellos expresaron que las relaciones comerciales son solidarias a largo plazo con pequeños productores, es decir una relación entre ellos y con organizaciones más pequeñas que ellas, esto se plantea principalmente con el enfoque de mantener una balanza general los precios de los productos ofrecidos, y que haya una paridad entre cada una de ellas.

### 8.3. ¿Está usted de acuerdo en el pago de un precio justo a los pequeños productores?

**Tabla 14**  
*Precio Justo*

| Opción                                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>En desacuerdo</b>                   | 0         | 0%          | 0%                | 0%                   |
| <b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b> | 1         | 5%          | 5%                | 5%                   |
| <b>De acuerdo</b>                      | 14        | 67%         | 67%               | 71%                  |
| <b>Totalmente de acuerdo</b>           | 6         | 29%         | 29%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



**Figura 16.** Precio de los pequeños productores

#### **Análisis e interpretación:**

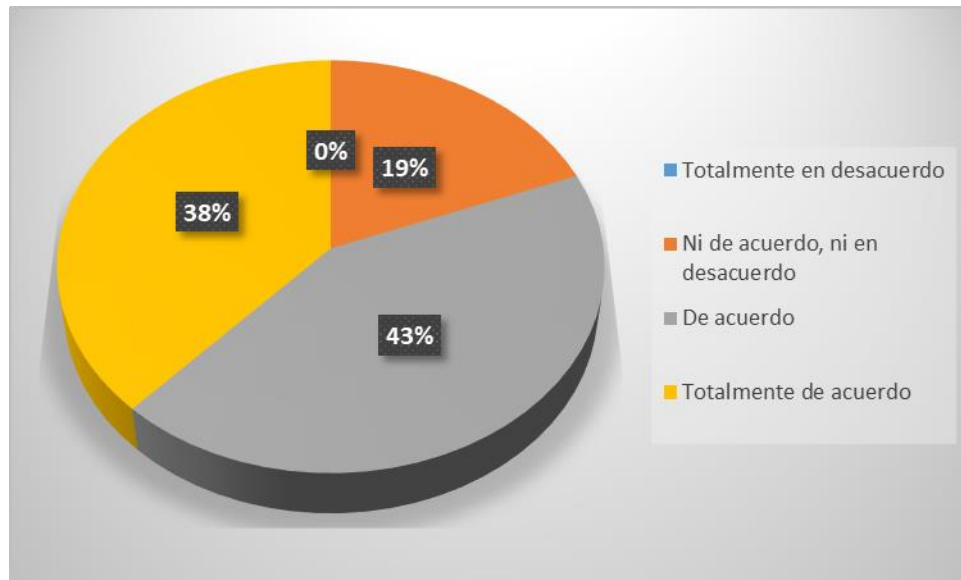
Mediante la encuesta aplicada, se observan las diversas opiniones de los encargados de las diferentes granjas, de tal manera que, en la presente pregunta, se hizo mención en el acuerdo

existente por pagar precios justos a los pequeños productores donde un 91% seleccionó respuestas positivas, es decir que es importante que, a las organizaciones de menor tamaño, les puedan pagar el precio correcto por los productos que estos ofrecen y así mantener una considerable posición dentro del mercado e incidir de manera favorable en el crecimiento y desarrollo de las mismas.

**8.4. ¿Usted considera que en el mercado existe oportunidades para crear potencialidades a los pequeños productores?**

**Tabla 15**  
*Oportunidad para pequeños productores*

| Opción                                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Totalmente en desacuerdo</b>        | 0         | 0%          | 0%                | 0%                   |
| <b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b> | 4         | 19%         | 19%               | 19%                  |
| <b>De acuerdo</b>                      | 9         | 43%         | 43%               | 62%                  |
| <b>Totalmente de acuerdo</b>           | 8         | 38%         | 38%               |                      |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



*Figura 17.* Oportunidad para pequeños productores

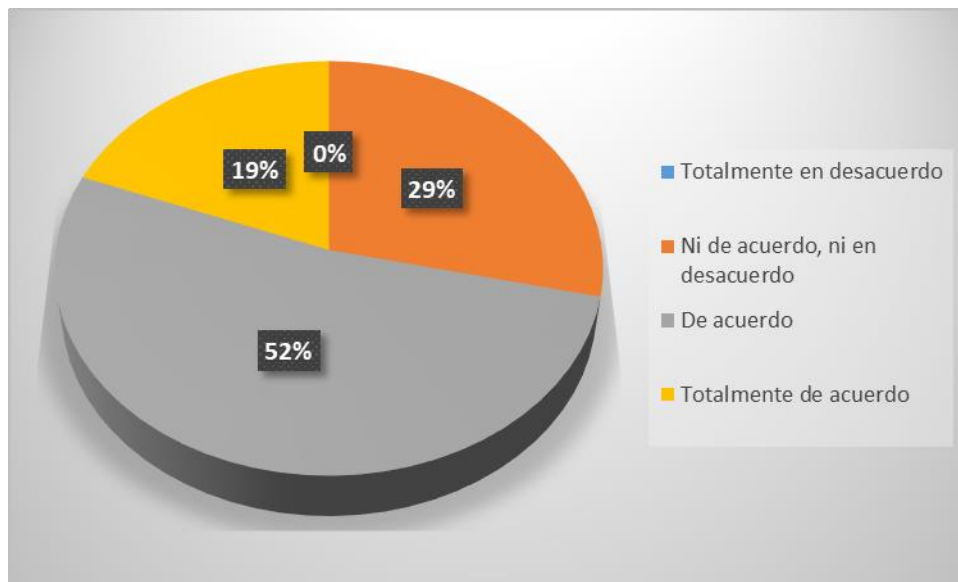
#### **Análisis e interpretación:**

En referencia a las oportunidades existentes en el mercado para las pequeñas empresas, el 43% indicó que está de acuerdo, mientras que el 38% está totalmente de acuerdo, donde al sumar ambos valores se obtiene un total de 81% de los encuestados que indican que existen oportunidades para crear potencialidades a los pequeños productores. Esto se plantea debido a las estrategias que se pueden aplicar para alcanzar un alto nivel dentro del mercado y/o el comercio de forma general, y al existir oportunidades para los pequeños productores, en un periodo de tiempo el comercio puede incrementar en base a las entradas de nuevas empresas.

**8.5. ¿Considera usted que existe condiciones de producción seguras y sanas en el sector avícola?**

**Tabla 16**  
*Condiciones de producción*

| Opción                                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Totalmente en desacuerdo</b>        | 0         | 0%          | 0%                | 0%                   |
| <b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b> | 6         | 29%         | 29%               | 29%                  |
| <b>De acuerdo</b>                      | 11        | 52%         | 52%               | 81%                  |
| <b>Totalmente de acuerdo</b>           | 4         | 19%         | 19%               |                      |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



**Figura 18.** Condiciones de Producción



### **Análisis e interpretación:**

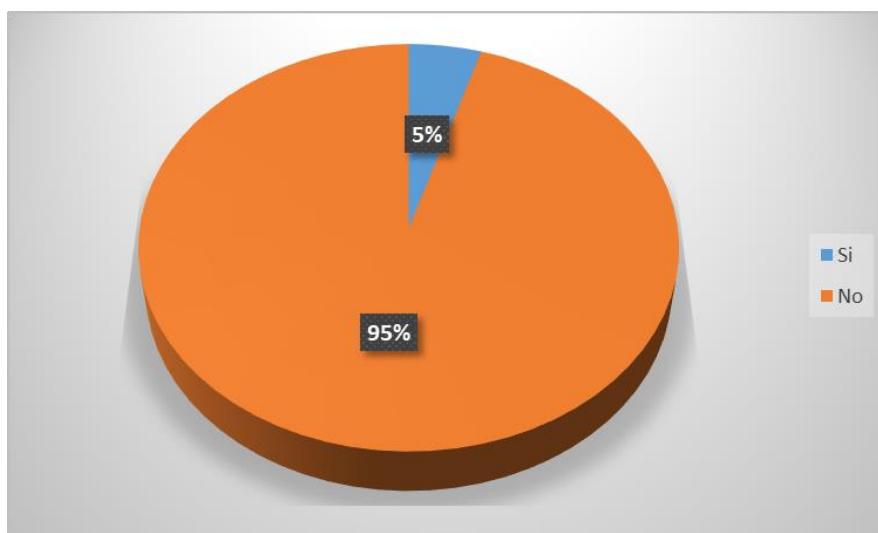
A través de la pregunta número 8.5, se observa que el 52% y 19% de los dueños, gerentes o encargados de las granjas consideran que existen condiciones de producción seguras y sanas en el sector avícola, de tal manera que esto se considera de suma importancia para la producción avícola, es decir, resguardar y garantizar cada uno de los procesos que se realizan dentro de las diferentes granjas, y así mantener una correcta comercialización de los productos y una calidad estable en los mismos, para ello, existen instituciones públicas como MAGAP, Agrocalidad entre otras que resguardan las condiciones de los productos que se demandan en el mercado

### **8.6. ¿En el sector avícola considera usted que las empresas contratan a niños?**

**Tabla 17**

*Sector avícola contratación de niños*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 1         | 5%          | 5%                | 5%                   |
| <b>No</b>    | 20        | 95%         | 95%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              | 200%                 |



**Figura 19.** Sector avícola contratación de niños

**Análisis e interpretación:**

El 95% de los encuestados indicaron que en el sector avícola no contratan niños para realizar alguna actividad laboral. Se considera que la primera razón por la cual no cuentan con niños para el trabajo, se debe a que es un acto ilegal, de tal manera que pueden ser sancionadas con una multa; otros de los motivos por lo cual no contratan niños es por la falta de capacitación en cuanto a la ejecución eficaz y correcta de las actividades laborales. Al contar con personas adultas en la empresa existe mayor confianza y garantía al momento de realizar algún procedimiento.

**8.7. ¿Con el cuidado del medio ambiente cuál de los siguientes factores usted cumple?**

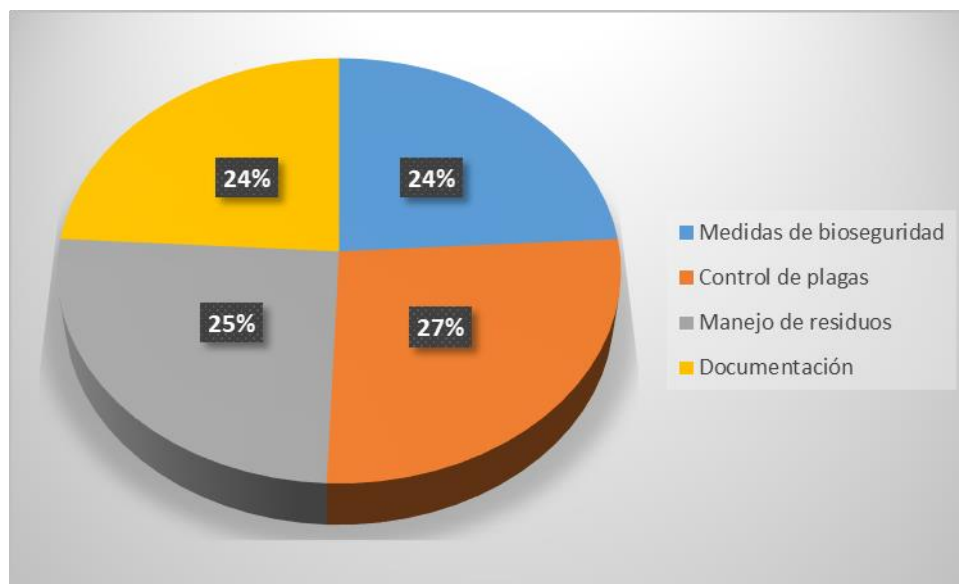
**Tabla 18**

*Cuidado del medio ambiente*

| Opción                         | Cantidad | Porcentaje | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------------------------|----------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Medidas de bioseguridad</b> | 19       | 24%        | 24%               | 24%                  |
| <b>Control de plagas</b>       | 21       | 27%        | 27%               | 51%                  |

CONTINÚA 

|                           |           |             |             |     |
|---------------------------|-----------|-------------|-------------|-----|
| <b>Manejo de residuos</b> | 20        | 25%         | 25%         | 76% |
| <b>Documentación</b>      | 19        | 24%         | 24%         |     |
| <b>TOTAL</b>              | <b>79</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> |     |



**Figura 20.** Cuidado del medio ambiente

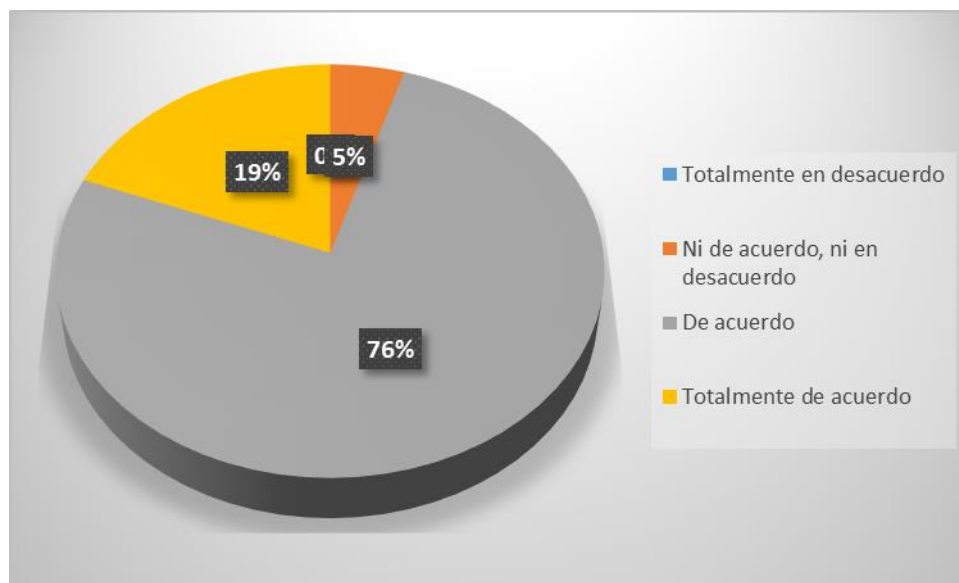
**Análisis e interpretación:**

A través del presente resultado se observan varios resultados en cuanto al cumplimiento de diversos factores que inciden en el cuidado del medio ambiente por parte de las granjas avícolas, donde 19 de ellas poseen medidas de bioseguridad, todas cuentan con un control de plagas, 20 mantienen un manejo de residuos y 19 de ellas poseen documentación. La importancia de ello deriva de la alta calidad que la granja pueda ofrecer tanto en procesos internos como externos, es decir, mantener un correcto funcionamiento en los procesos de producción y a su vez en la comercialización y servicio de los mismos.

**8.8. ¿Usted considera que existe igualdad de derechos y oportunidades para hombres y mujeres en el sector avícola?**

**Tabla 19**  
*Igualdad de derechos*

| Opción                                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Totalmente en desacuerdo</b>        | 0         | 0%          | 0%                | 0%                   |
| <b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b> | 6         | 29%         | 29%               | 29%                  |
| <b>De acuerdo</b>                      | 11        | 52%         | 52%               | 81%                  |
| <b>Totalmente de acuerdo</b>           | 4         | 19%         | 19%               |                      |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



**Figura 21.** Igualdad de derechos

## **Análisis e interpretación:**

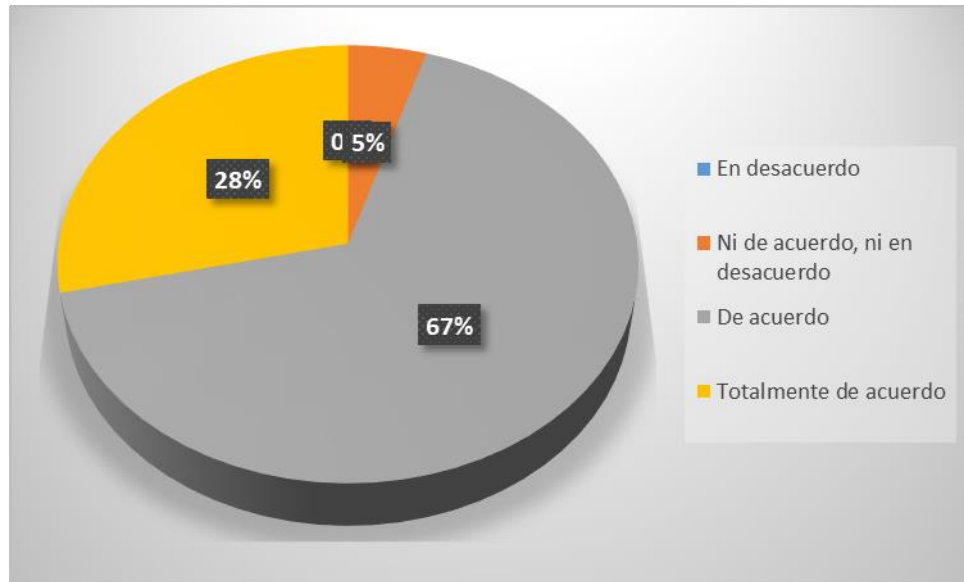
Tomando en cuenta las respuestas seleccionadas en acuerdo a la existencia de igualdad de derechos y oportunidades para hombres y mujeres en el sector avícola, se observa que el 95% de los encuestados indicaron que existe igualdad de derechos y oportunidades para ambos géneros, siendo esto de suma importancia y de alta incidencia, para la empresa y a su vez para la sociedad, dando oportunidad de trabajo y estableciendo nuevas actividades dentro de la empresa, sin detener los procesos de la misma y así tener más incidencia dentro del mercado y el comercio.

### **8.9. ¿Cree usted en el respeto y valoración de identidad cultural de los pueblos?**

**Tabla 20**

*Respeto y valoración de identidad*

| Opción                                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>En desacuerdo</b>                   | 0         | 0%          | 0%                | 0%                   |
| <b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b> | 1         | 5%          | 5%                | 5%                   |
| <b>De acuerdo</b>                      | 14        | 67%         | 67%               | 71%                  |
| <b>Totalmente de acuerdo</b>           | 6         | 29%         | 29%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>21</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b>       |                      |



**Figura 22.** Respeto y valoración de identidad

### **Análisis e interpretación:**

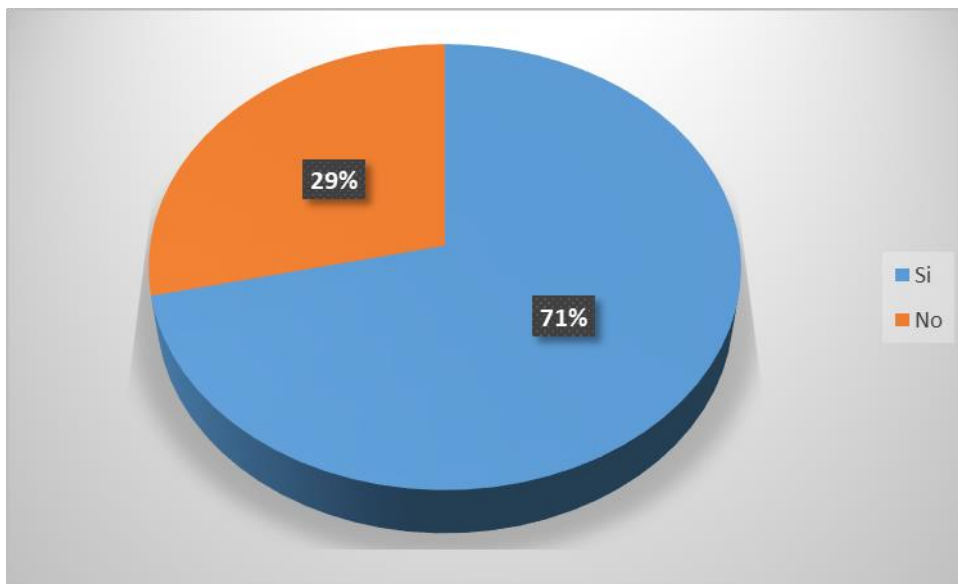
A través de la encuesta realizada, se observa que el 95% de los cuestionados indican que es importante el establecimiento de respeto y valoración de identidad cultural de los pueblos, donde los ciudadanos de estos pueblos también son clientes. La importancia de establecer una correcta relación deriva de que estas personas compran los productos que la granja ofrece y lógicamente inciden con alta relevancia dentro del comercio.

### **Pregunta N°9 La organización dispone de:**

#### **9.1. ¿Normas?**

**Tabla 21**  
*Normas*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 15        | 71%         | 71%               | 71%                  |
| <b>No</b>    | 6         | 29%         | 29%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              | 200%                 |



**Figura 23.** Normas

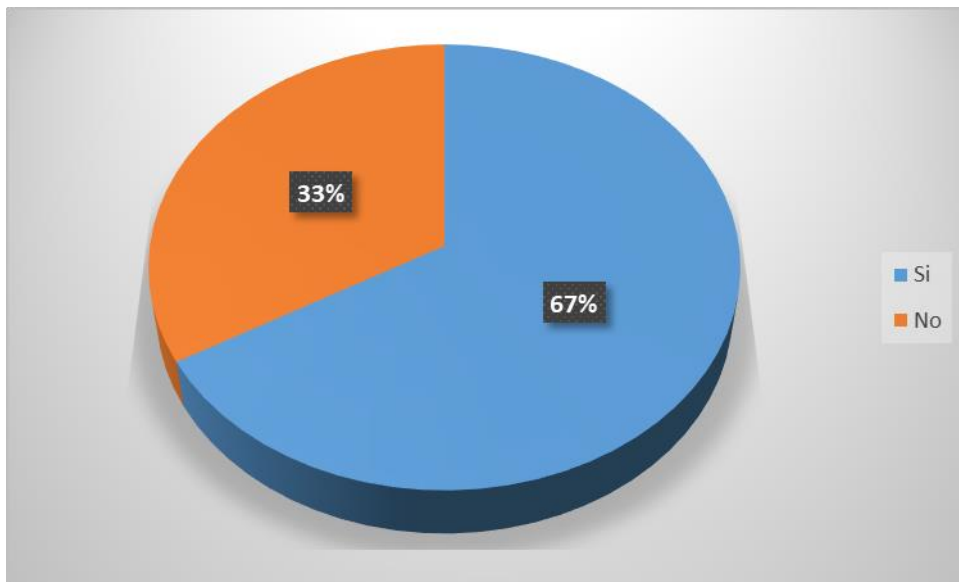
**Análisis e interpretación:**

El 71% de las empresas avícolas cuentan con diferentes normas internas, esto se aplica con el fin de no cometer errores en los procesos de producción, evitar acciones de alto peligro. A su vez son implementadas para asegurar y resguardar la salud de los trabajadores y de los animales, de tal manera que se logren realizar las actividades bajo un orden y mantener un estable funcionamiento de la empresa de forma general y así tener una alta comercialización.

## 9.2. ¿Políticas?

**Tabla 22**  
*Políticas*

| Opción | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| Si     | 14        | 67%         | 67%               | 67%                  |
| No     | 7         | 33%         | 33%               | 100%                 |
| TOTAL  | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 24.** Políticas

### **Análisis e interpretación:**

En cuanto a la existencia de políticas dentro de las granjas avícolas, se observa que el 67% de estas cuentan con diferentes políticas, las cuales tienen cierta similitud a las normativas, a diferencia de que estas son aplicadas con la finalidad de seguir un grupo de directrices, procedimientos, y a su vez se basan parámetros legales. Para que estas sean cumplidas o se trabaje en base a ello de

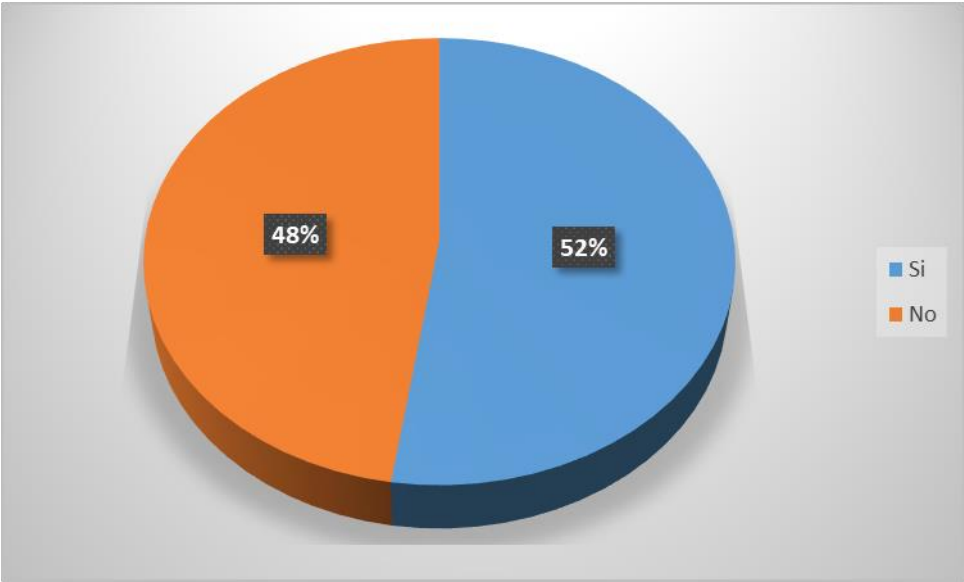


manera correcta, es importante que exista una comunicación y capacitación a los colaboradores de la empresa.

### 9.3. ¿Estatutos?

**Tabla 23**  
*Estatus*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 11        | 52%         | 52%               | 52%                  |
| <b>No</b>    | 10        | 48%         | 48%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 25.** Estatus

### Análisis e interpretación:

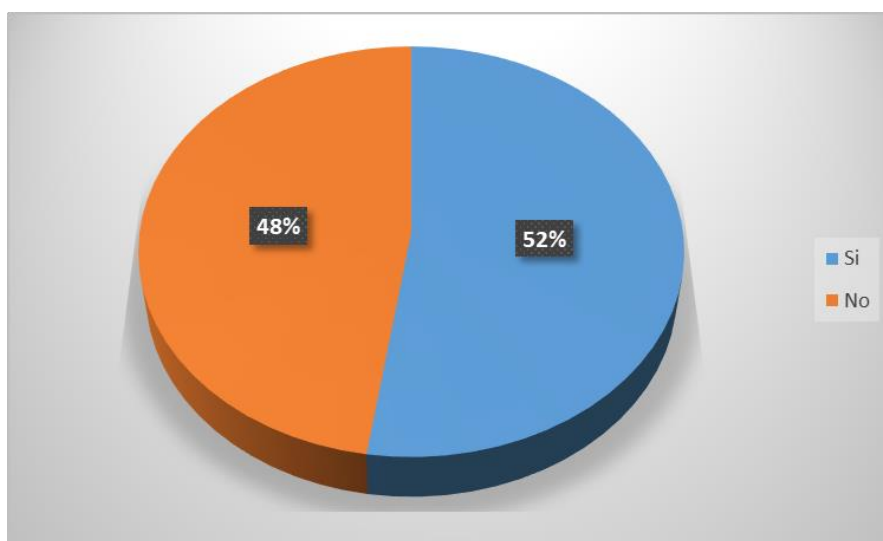
A través de la pregunta número 9.3. Se dio a conocer si las granjas avícolas poseen dentro de estas con estatutos para el funcionamiento de la empresa, donde el 52% de estas cuentan con estatutos, esto permite conocer de forma clara a la empresa, cuales son los objetivos que esta tiene, direcciones globales, y se da a conocer específicamente el funcionamiento general de toda la granja.

### 9.4. ¿Estructura organizacional?

**Tabla 24**

*Estructura organizacional*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 11        | 52%         | 52%               | 52%                  |
| <b>No</b>    | 10        | 48%         | 48%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 26.** Estructura organizacional

### Análisis e interpretación:

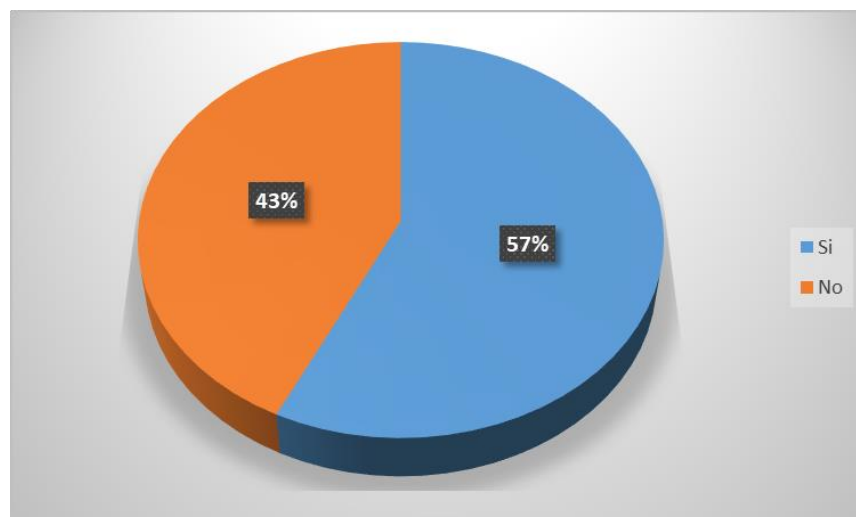
En referencia a la estructura organizacional, se obtuvo como resultado que el 52% de las granjas cuenta con una estructura organizacional, al poseer una estructura organizacional, cada uno de los funcionamientos que se realizan se cumplen correctamente, trabajando por etapas y, por ende, se llevan a cabo cada uno de los objetivos planteados, en otras palabras, esto mejora el orden y funcionamiento de cada una de las actividades que estas realicen.

### 9.5. ¿Plan estratégico?

**Tabla 25**

*Plan estratégico*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 12        | 57%         | 57%               | 57%                  |
| <b>No</b>    | 9         | 43%         | 43%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 27.** Plan estratégico

## Análisis e interpretación

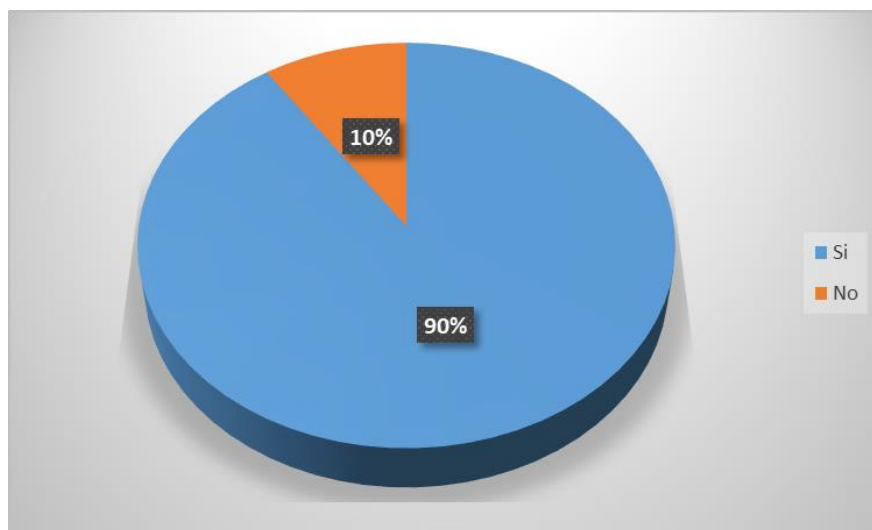
A través de los resultados obtenidos, se observa que el 57% de las granjas tienen trazados algún plan estratégico, observando que la importancia que esto posee se debe a que, al contar con un plan de estrategias, los procedimientos internos son realizados bajo un orden o pautas que permiten obtener resultados positivos en cuanto a la comercialización, y alcanzando así a corto, medio o largo plazo cada una de las metas trazadas.

### Pregunta N°10 ¿Usted forma parte de un gremio?

**Tabla 26**

*Forma parte de un gremio*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 19        | 90%         | 90%               | 90%                  |
| <b>No</b>    | 2         | 10%         | 10%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 28.** Forma parte de un gremio

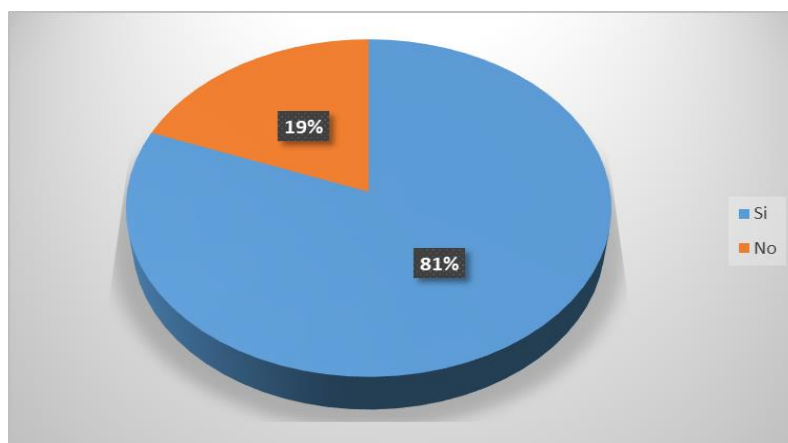
### **Análisis e interpretación:**

El 90% de la población estudiada, cuenta o pertenece a un gremio, los gremios que existen en la provincia de Tungurahua son ASOFOBAT, ASOPEC, ASOVICO y AFABA esto dado a la demanda de fabricación de balanceado, siendo su propósito importar materia prima como el maíz y la soya para abastecer las necesidades de las avícolas ayudando a tener un documento legal que respalde su compra, dando puntos favorable a la organización ya que esto representa ayuda en problemas y estrategias de mercado como empresa y en sí el sector avícola.

### **Pregunta N°11 ¿Su organización está asociada a la SEPS?**

**Tabla 27:** *sociedad con SEPS*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 17        | 81%         | 81%               | 81%                  |
| <b>No</b>    | 4         | 19%         | 19%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 29.** Sociedad con SEPS

### Análisis e interpretación:

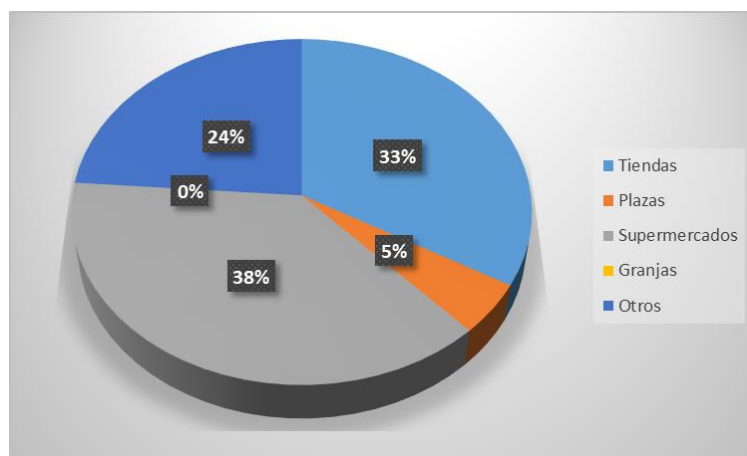
A través del resultado obtenido, el 81% de las granjas están asociadas a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), según lo expresado por los encuestados están asociados con el fin de establecer una correcta fijación de precios, control y calidad, mejor desarrollo en el sector, igualdad de lucro, aumentos de lucros, manejo actualizado de información, entre otros.

### Pregunta N°12 ¿En dónde comercializa su producción avícola, elija una opción?

**Tabla 28**

*Comercialización de la producción avícola*

| Opción               | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|----------------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Tiendas</b>       | 7         | 33%         | 33%               | 33%                  |
| <b>Plazas</b>        | 1         | 5%          | 5%                | 38%                  |
| <b>Supermercados</b> | 8         | 38%         | 38%               | 76%                  |
| <b>Granjas</b>       | 0         | 0%          | 0%                | 76%                  |
| <b>Otros</b>         | 5         | 24%         | 24%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>         | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 30.** Comercialización de la producción avícola

### Análisis e interpretación:

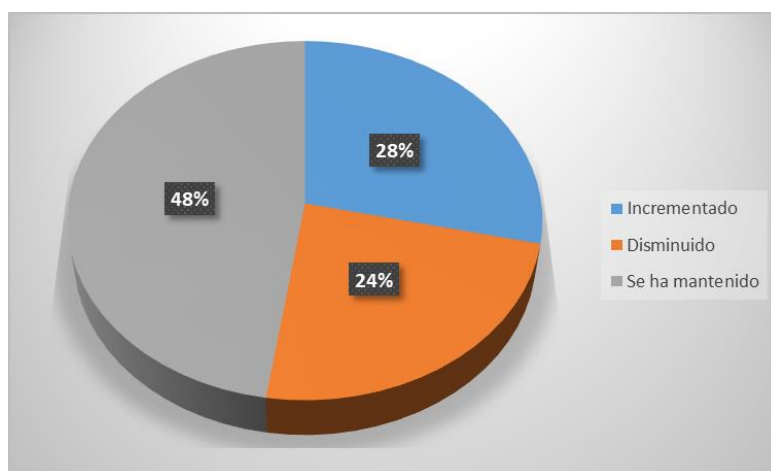
Según lo observado en el resultado anterior, las granjas comercializan sus productos avícolas principalmente en supermercados (38%), tiendas (33%) y en otros lugares (24%), tales como comerciantes, mercados, entre otros, de tal manera que, a través de este dato, se considera que el comercio de manera general puede mejorar o mantenerse, debido a la gran cantidad de ventas que se han observado.

**Pregunta N°13 ¿Considera usted que en los últimos cinco años la producción avícola en la zona ha?**

**Tabla 29**

*La producción avícola en la zona*

| Opción                 | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|------------------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Incrementado</b>    | 6         | 29%         | 29%               | 29%                  |
| <b>Disminuido</b>      | 5         | 24%         | 24%               | 52%                  |
| <b>Se ha mantenido</b> | 10        | 48%         | 48%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>           | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 31.** La producción avícola en la zona

### **Análisis e interpretación:**

Según los encuestados, la producción avícola, se ha mantenido llevando a esto un porcentaje del 48%, ha incrementado con un rubro del 28% y ha disminuido con un porcentaje de 24%, observando los criterios de cada uno de los encuestados, se determina que el comercio hoy en día se establece a raíz del movimiento constante de estas empresas y cada uno de los productos comercializados por los mismos.

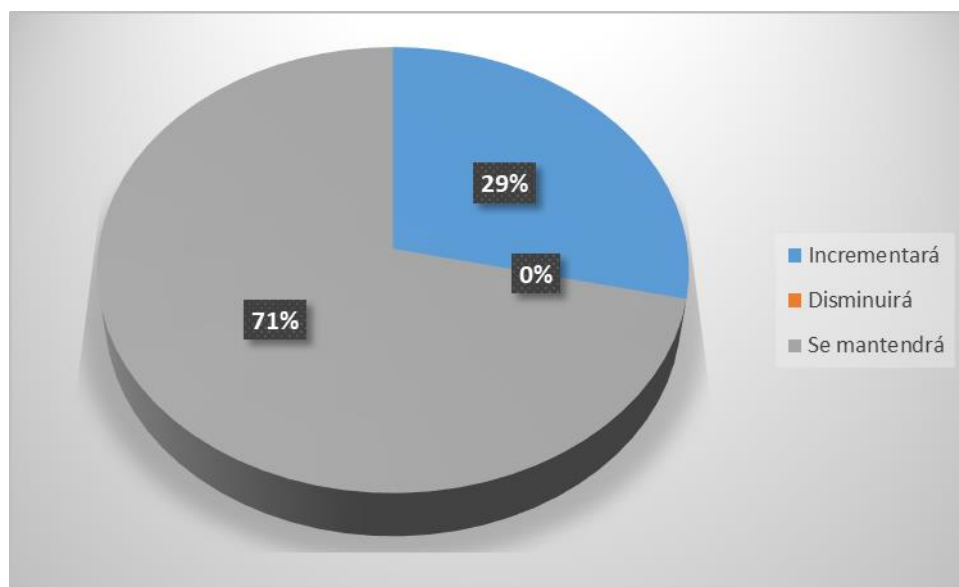
**Pregunta N°14 ¿Considera usted que en los próximos cinco años la producción avícola en la zona?**

**Tabla 30**

*Producción avícola en los próximos años*

| Opción              | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|---------------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Incrementará</b> | 6         | 29%         | 29%               | 29%                  |
| <b>Disminuirá</b>   | 0         | 0%          | 0%                | 29%                  |
| <b>Se mantendrá</b> | 15        | 71%         | 71%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>        | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |





**Figura 32.** Producción avícola en los próximos

**Análisis e interpretación:**

A su vez, en la pregunta número 15 se observa que el 71% de los encuestados expresaron que en los próximos 5 años la producción avícola en la zona se mantendrá, estos comentarios fueron obtenidos debido a que hoy en día se ha observado un aumento de empresas dedicadas a ellos, por ende, la producción dentro del sector se mantiene y tiene alta probabilidad de incrementar.

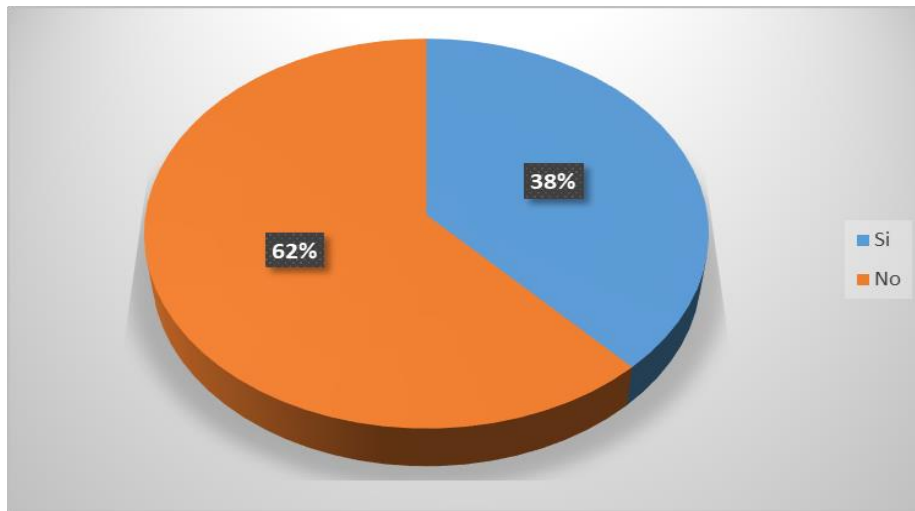
**Pregunta N°15**

**15.1. ¿Dentro de su empresa trabajan personas con discapacidad?**

**Tabla 31**

*Personas con discapacidad*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 8         | 38%         | 38%               | 38%                  |
| <b>No</b>    | 13        | 62%         | 62%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              | 200%                 |



**Figura 33.** Personas con discapacidad

### **Análisis e interpretación**

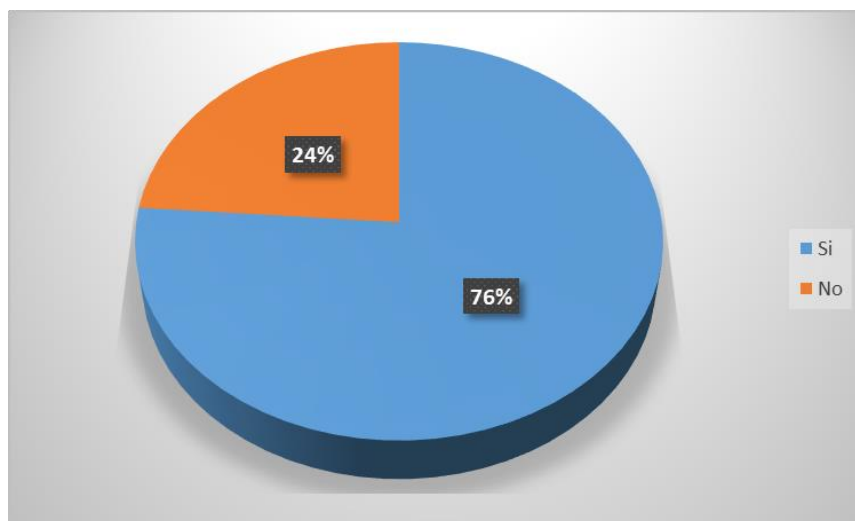
El 62% de las organizaciones tienen empleados que poseen alguna discapacidad (principalmente física), dando esto ventajas y oportunidades para la sociedad, y a estas personas de poder realizar alguna actividad laboral, no en todas las áreas, pero pueden contribuir en algunos procesos específicos.

### **15.2. ¿Realizan capacitaciones a empleados?**

**Tabla 32**

*Capacitaciones*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 16        | 76%         | 76%               | 76%                  |
| <b>No</b>    | 5         | 24%         | 24%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 34.** Capacitaciones

**Análisis e interpretación:**

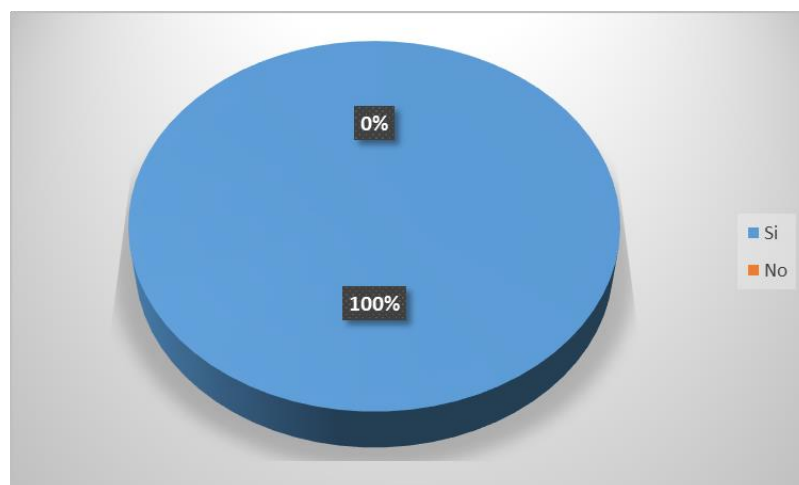
En cuanto a las capacitaciones a empleados, el 76% de los encargados de las empresas realizan dicha actividad, con el fin de alcanzar un alto nivel de conocimiento en las actividades laborales, y así, de esa manera lograr un buen funcionamiento de la misma, de tal forma que se obtiene un posicionamiento considerable dentro del mercado en los diferentes niveles.

**Pregunta N°16 ¿Existe equidad en el trato y en el pago de las funciones que desempeñan tanto hombres como mujeres?**

**Tabla 33**

*Equidad entre el trato y el pago*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 21        | 100%        | 100%              | 100%                 |
| <b>No</b>    | 0         | 0%          | 0%                | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 35.** Equidad entre el trato y el pago

**Análisis e interpretación:**

Dentro de la presente pregunta se obtuvo como resultado que el 100% de los encuestados expresaron que existe equidad en el trato y en el pago de las funciones que desempeñan tanto hombre como mujeres, la existencia de ello dentro de una organización incide de manera favorable porque existe conformidad por parte de los colaboradores y lógicamente, se realizan de manera concreta cada una de las actividades y mejora el funcionamiento y posicionamiento dentro del mercado.

**Pregunta N°17 ¿Referente a la seguridad industrial y ocupacional su empresa cuenta con?**

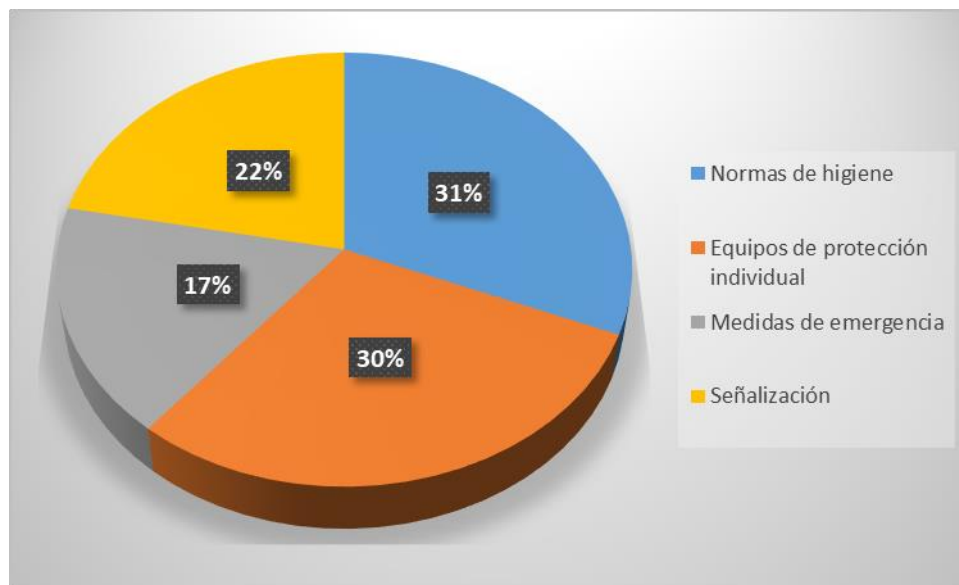
**Tabla 34**  
*Seguridad en la empresa*

| Opción                   | Cantidad | Porcentaje | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------------------|----------|------------|-------------------|----------------------|
| <b>Normas de higiene</b> | 20       | 31%        | 31%               | 31%                  |

CONTINÚA



|   |           |             |     |      |
|---|-----------|-------------|-----|------|
| <b>Equipos de protección individual</b> | 19        | 30%         | 30% | 61%  |
| <b>Medidas de emergencia</b>            | 11        | 17%         | 17% | 78%  |
| <b>Señalización</b>                     | 14        | 22%         | 22% | 100% |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>64</b> | <b>100%</b> |     |      |



**Figura 36.** Seguridad en la empresa

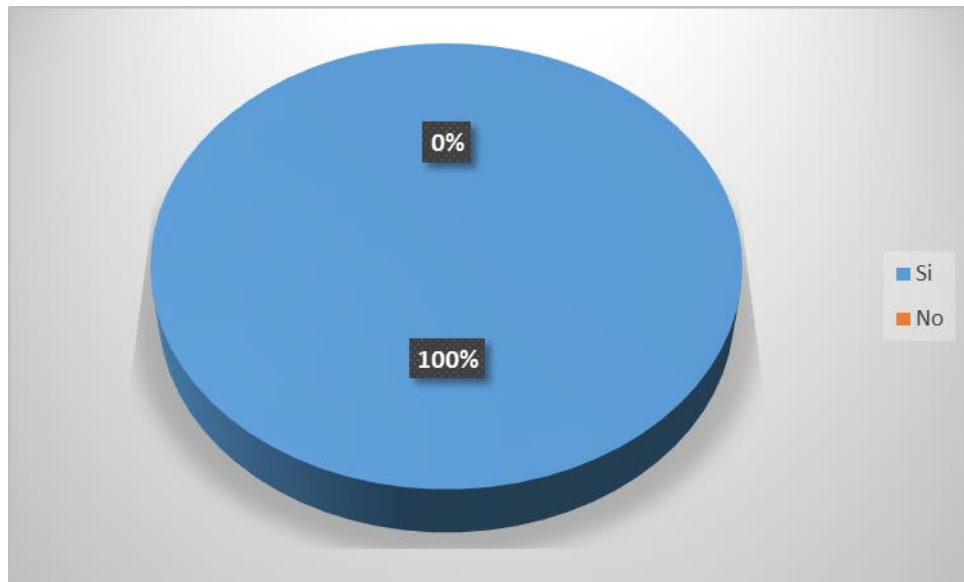
**Análisis e interpretación:**

La pregunta número 17 es de selección múltiple (4 opciones) en relación a las medidas de seguridad industrial y ocupacional con las que estas cuentan, donde 20 de ellas poseen normas de higiene, 19 tienen equipos de protección individual, 11 cuentan con medidas de emergencia y 14 poseen señalización dentro de su empresa, con el fin de resguardar la vida y salud de cada uno de ellos en relación a los procesos que dentro de esta se realizan, brindándoles confianza a los colaboradores y mejoran el funcionamiento general de las granjas avícolas.

**Pregunta N°18 ¿Considera usted que la aplicación del comercio justo favorece al incremento de sus ventas?**

**Tabla 35**  
*Incremento de ventas*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 21        | 100%        | 100%              | 100%                 |
| <b>No</b>    | 0         | 0%          | 0%                | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 37.** Incremento de ventas

### **Análisis e interpretación**

La pregunta numero 18 tuvo la misma respuesta seleccionada por todos los encuestados (100%), indicando que la aplicación del comercio justo favorece al incremento de sus ventas, debido a la existencia de precios equitativos fijados por todas las empresas, dando paridad entre ellas,

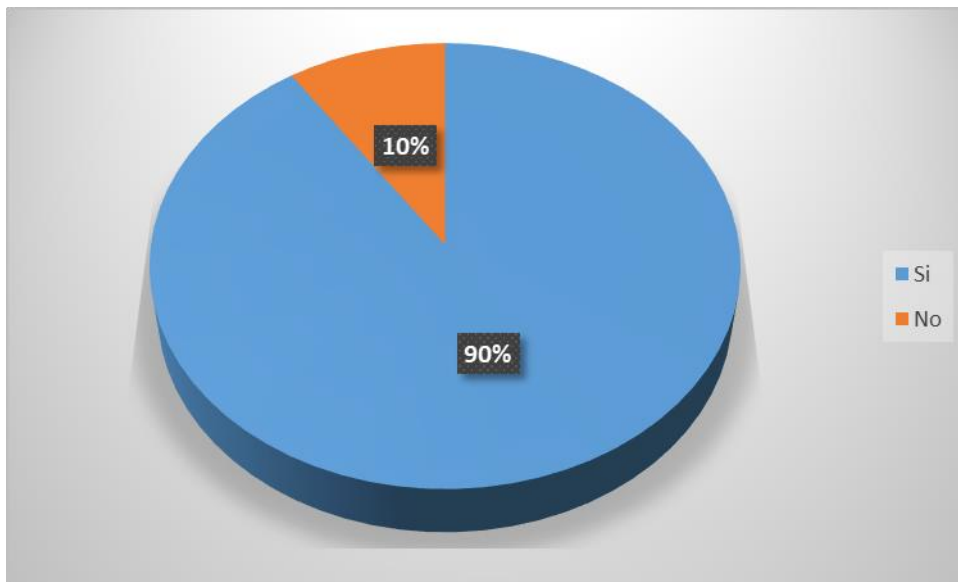
obteniendo una amplia cartera de clientes, teniendo todos ventas constantes y favoreciendo notablemente al mercado general.

**Pregunta N°19 ¿Considera que debe existir una política pública que regule y sustente el comercio justo en las actividades de su sector?**

**Tabla 36**

*Políticas públicas para regular el comercio*

| Opción       | Cantidad  | Porcentaje  | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------------|-----------|-------------|-------------------|----------------------|
| <b>Si</b>    | 19        | 90%         | 90%               | 90%                  |
| <b>No</b>    | 2         | 10%         | 10%               | 100%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>21</b> | <b>100%</b> | 100%              |                      |



**Figura 38.** Políticas públicas para regular el comercio

### Análisis e interpretación:

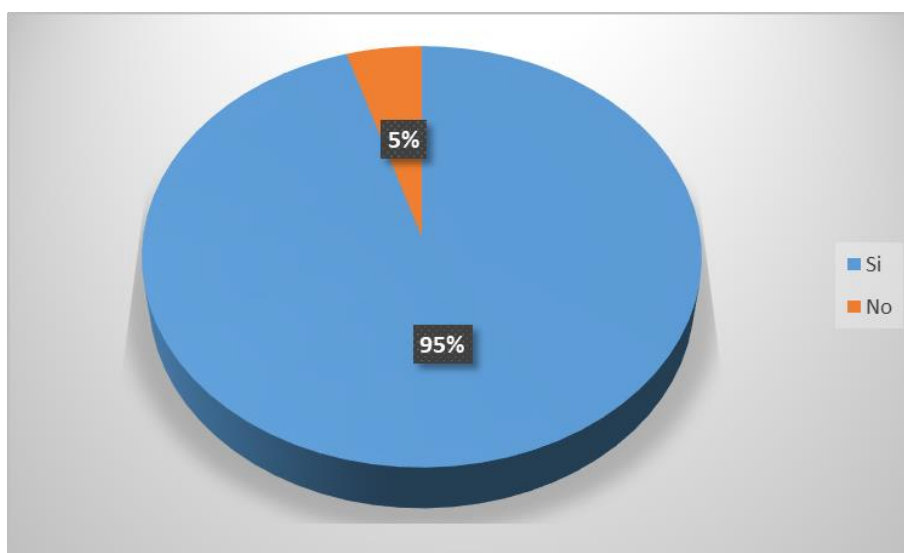
A través de la encuesta aplicada, se observa que el 90% de los cuestionados consideran que debe existir una política pública que regula y sustente el comercio justo en las actividades de su sector, debido a diversos factores, entre ellas el favorecimiento al cliente dentro del comercio, fijación de precios, existencia de una mayor demanda, ventajas, equilibrio comercial, mejora de precios, entre otros.

**Pregunta N°20 ¿Considera usted que mediante la implementación de estrategias adecuadas se podría incentivar la producción del sector?**

**Tabla 37**

*Estrategias para incentivar la producción*

| Opción | Cantidad | Porcentaje | Frecuencia valida | Frecuencia Acumulada |
|--------|----------|------------|-------------------|----------------------|
| Si     | 20       | 95%        | 95%               | 95%                  |
| No     | 1        | 5%         | 5%                | 100%                 |
| TOTAL  | 21       | 100%       | 100%              |                      |



**Figura 39.** Estrategias para incentivar la producción



## Análisis e interpretación:

Según la totalidad de respuestas obtenidas en la última pregunta, se observa que el 95% de los encuestados expresaron que a través de la implementación de estrategias adecuadas se podría incentivar la producción del sector, entre las estrategias más mencionadas se encuentran la publicidad, plantear precios justos, convenios, gremios, realización de promociones, tratos con proveedores, análisis del mercado, entre otros.

### 4.1 Combinación de variables

Para la realización y comprobación de hipótesis es importante realizar un análisis previo y se refiere a la combinación de determinadas interrogantes para un conocimiento e interpretación más preciso en cuanto a las variables de estudio y de los resultados de la indagación, con la finalidad expresa de comprobar la hipótesis que se planteo

## Principio de Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica

**Tabla 38**

*Principio de Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica*

| Esta ud. de acuerdo con el pago de un precio justo a los pequeños productores          |                          |   |                             |            |                       |
|--|--------------------------|---|-----------------------------|------------|-----------------------|
|  |                          | Pago de precio justo a los pequeños productores |                             |            |                       |
|  |                          | Totalmente en desacuerdo                        | Ni de acuerdo en desacuerdo | de acuerdo | totalmente de acuerdo |
|  |                          | Recuento  |                             | Recuento   |                       |
| De acuerdo a los principios del comercio justo Oportunidades para pequeños productores | Totalmente en desacuerdo | 1   | 0                           | 0          | 0                     |

CONTINÚA



|                                |   |   |    |   |
|--------------------------------|---|---|----|---|
| ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 2 | 0  | 0 |
| de acuerdo                     | 0 | 0 | 11 | 0 |
| Totalmente de acuerdo          | 0 | 0 | 0  | 7 |

Mediante este análisis se puede observar que la relación que se origina en cuanto al estar de acuerdo con un precio justo y las oportunidades a los pequeños productores solo a 1 empresa se encuentra en desacuerdo, en cambio de 11 de las 21 empresas encuestadas se encuentran de acuerdo al manifestar que el precio y el pago es normal, siete en cambio afirman que el precio justo y las oportunidades que brinda el mercado si existe por ello dan una calificación de totalmente de acuerdo. Con estos resultados se puede afirmar que la mayoría de los encuestados está de acuerdo con que si existe oportunidades para pequeños productores y el precio de sus bienes si es justo.

### Principio de Práctica Comerciales Justas

**Tabla 39**

*Principio de Práctica Comerciales Justas*

|   |               | El mayor volumen de sus ventas está dirigido a |          |          |               |
|---|---------------|--|----------|----------|---------------|
|   |               | volumen de ventas                              |          |          |               |
|   |               | Local  | Regional | Nacional | Internacional |
|   |               | Recuento                                       |          |          | Recuento      |
| De acuerdo a los principios del comercio justo                              | Tiendas       | 0  | 0        | 6        | 0             |
| Práctica Comerciales Justas en donde se comercializa la producción agrícola | plazas        | 0  | 4        | 0        | 0             |
|   | supermercados | 0  | 0        | 8        | 0             |
|   | granjas       | 0  | 0        | 0        | 0             |
|   | otros         | 0  | 0        | 3        | 0             |

Mediante esta matriz se puede establecer que la comercialización de los productos avícolas se lo realiza con mayor énfasis a nivel nacional en tiendas, supermercados, y otros tipos de negocios. En la actualidad las granjas avícolas objetos de estudio, su actividad comercial se concentra exclusivamente en el campo nacional con miras a un futuro abarcar mercados internacionales

**Compromiso con la NO discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación**

**Tabla 40**  
*Principio Compromiso con la No Discriminación*

|   |    | Su organización está asociada a la SEPS |          |
|---|----|---|----------|
|   |    | GREMIOS – ASOCIACIÓN                    |          |
|   |    | SI                                      | NO       |
|   |    | Recuento                                | Recuento |
| De acuerdo a los principios del comercio justo<br>Práctica Comerciales Justas<br>Compromiso con la No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación | SI | 18                                      | 0        |
| Forma parte de algún gremio   | NO | 0                                       | 3        |

Mediante este analices se ha podido establecer que más del 75% de las avícolas se encuentran asociadas y pertenecen algún tipo de gremio (ASOFOBAT, ASOPEC, ASOVICO y AFABA) y se encuentran bajo el control de la SEPS, esto se considera como algo positivo porque de esta institución recibirán ayuda y orientación para realizar su trabajo de la mejor manera y con ello su encomia prospere

## 4.2 Verificación de la hipótesis

### 4.2.1 Comprobación de la hipótesis mediante la forma manual

En cuanto a la respuesta al problema ejecutado, el equipo de trabajo realiza y verificar su hipótesis basándose en la prueba  $\chi^2$  (CHI-CUADRADO), siendo necesario establecer dos variables, para conocer si tienen relación o no, y para los respectivos cálculos, es necesario realizar los siguientes pasos importantes:

#### Planteamiento de la hipótesis

**$H_1$ - Hipótesis Alternativa:** La aplicación de un buen comercio justo aporta a la sostenibilidad del sector avícola en la provincia de Tungurahua.

**$H_0$ - Hipótesis Nula:** La aplicación de un buen comercio justo no aporta a la sostenibilidad del sector avícola.

#### a) Modelo Matemático

$$H_0 = O = E$$

$$H_1 = O \neq E$$

#### b) Modelo Estadístico

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

$X_2$  = Chi Cuadrado

$\sum$  = Sumatoria

O = Frecuencia Observada

E= Frecuencias Esperadas

#### Regla de decisión

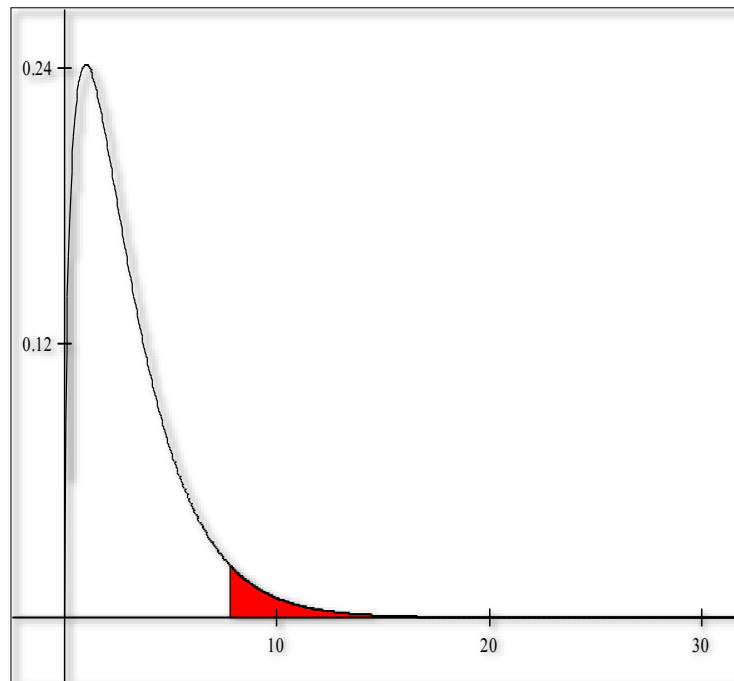
$$1 - 0,10 = 0,90; \quad \alpha 0,10$$

$$gl = (c - 1)(r - 1)$$

$$gl = (3 - 1)(2 - 1) = 2$$

Al 90% y con 2 gl  $X^2$ , es igual a 5,9915 se acepta la hipótesis nula si,  $X^2_c$  es menor o igual a  $X^2_t$  caso contrario se rechaza con un  $\alpha$  de 0,10

Se acepta la  $H_0$ , si  $X^2_c$  es  $\leq$  a 5,9915 con  $\alpha$  0,10



**Figura 40.** CHI CUADRADO

## Cálculo de $X^2$

**Tabla 41**

*Cálculo de las frecuencias Observadas*

|  | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo | total |
|--|---------------------------------|------------|-----------------------|-------|
| Existe oportunidades para crear potencialidades a los pequeños productores           | 20                              | 50         | 40                    | 110   |
| Considera ud que existe condición de producción seguras y sanas en el sector avícola | 30                              | 50         | 20                    | 100   |
| <b>TOTAL</b>   | 50                              | 100        | 60                    | 210   |

**Tabla 42**

*Cálculo de las frecuencias esperadas*

|  | NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO | DE ACUERDO | TOTALMENTE DE ACUERDO | TOTAL |
|--|---------------------------------|------------|-----------------------|-------|
| EXISTE OPORTUNIDADES PARA CREAR POTENCIALIDADES A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES           | 26,19                           | 52,38      | 31,43                 | 110   |
| CONSIDERA UD QUE EXISTE CONDICION DE PRODUCCIÓN SEGURAS Y SANAS EN EL SECTOS AVICOLA | 23,81                           | 47,62      | 28,57                 | 100   |
| <b>TOTAL</b>   | 50                              | 100        | 60                    | 210   |

**Tabla 43**  
*Cálculo del Chi- Cuadrado*

| Cálculo del Chi Cuadrado |       |       |                    |                       |
|--------------------------|-------|-------|--------------------|-----------------------|
| O                        | E     | O-E   | (O-E) <sup>2</sup> | (O-E) <sup>2</sup> /E |
| 20                       | 26,19 | -6,19 | 38,32              | 1,46                  |
| 30                       | 23,81 | 6,19  | 38,32              | 1,61                  |
| 50                       | 52,38 | -2,38 | 5,67               | 0,11                  |
| 50                       | 47,62 | 2,38  | 5,67               | 0,12                  |
| 40                       | 31,43 | 8,57  | 73,47              | 2,34                  |
| 20                       | 28,57 | -8,57 | 73,47              | 2,57                  |
| <b>210</b>               | 210   |       |                    | 8,21                  |

### Conclusión

Como el valor del Chi cuadrado ( $X^2_c$ ) (8,21) es mayor a a 5,9915 con 2 grados de libertad y un  $\alpha$  0,10, se **RECHAZA** la hipótesis nula y se **ACEPTA** la alterna, es decir, existe incidencia significativa entre la aplicación de un buen comercio justo que aporta a la sostenibilidad del sector avícola en la provincia de Tungurahua

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5. CONCLUSIONES

Las siguientes conclusiones del presente trabajo investigativo determinan el impacto que origina la aplicación del Comercio Justo en el sector avícola de la provincia Tungurahua.

- Mediante los resultados obtenidos al momento de realizar las encuestas a las 21 avícolas se analiza que aplicar un buen comercio justo si aporta de manera significativa para la sostenibilidad de la economía popular y solidaria, por lo que es de suma importancia fortalecer la difusión y conocimiento de este, para que contribuya al desarrollo avícola del país y de esa manera aporte para la economía del mismo.
- Sin duda alguna poder diagnosticar cual es el estado económico y social que las empresas del sector avícola presentan dentro de la provincia de Tungurahua, permitió poder obtener un resultado que formara parte del buen desarrollo del modelo financiero, que a su vez permita conectar las debilidades del entorno económico y social con las fortalezas de las empresas avícolas, con la única finalidad de promover e impulsar este sector.
- Mediante la indagación bibliográfica que se realizó y de acuerdo a la propuesta que se estableció que el comercio justo se basa en aplicar un sistema de comercio solidario, el mismo que contribuya para la comercialización de productos elaborados bajo condiciones justas, con el propósito de disminuir la pobreza; aplicando los principios del comercio justo y así se fortalecer la producción de todos los sectores productivos con el debido respeto al medio ambiente y a las condiciones de producción seguras y sanas.
- Mediante el trabajo investigativo se comprueba que los productores del sector avícola de la provincia Tungurahua si consideran que es importante aplicar un comercio justo, el mismo



que permita optimizar recursos y al mismo tiempo progrese una leal competencia entre vendedores, es decir un precio justo el mismo que ayude a que las ventas tengan incrementos considerables.

## **5.1. RECOMENDACIONES**

De acuerdo a la investigación que se realizó, se logró llegar a las siguientes recomendaciones:

- Proponer un modelo de sistema financiero con los principios del comercio justo para que los avicultores puedan evaluar sus empresas y mejorar los aspectos necesarios acorde a este modelo.
- Propuesta de difusión para fomentar el comercio justo y orgánico de los medianos y pequeños productores del sector avícola, para que de este modo exista mejores oportunidades y equidad en la comercialización de su producción.
- Mejorar la organización de los pequeños y medianos productores para que mediante asociaciones obtengan mayores beneficios para la adquisición de materias primas, así como también llegar a un acuerdo en el costo del huevo con la finalidad de ofrecer un producto a precio justo y sin competencia desleal.
- Fomentar programas de capacitación por parte de los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sobre el comercio justo en el sector productivo para promover la sostenibilidad y sustentabilidad, además de las adecuadas normas de bioseguridad que debe tener cada avicultor respecto a su granja y de este modo contribuir en la conservación del medio ambiente.

## CAPÍTULO VI

### PROPUESTA

El modelo financiero se presenta como un tipo de proceso matemático que es capaz de poder reflejar cual es la situación que presenta una empresa en cuanto al ámbito financiero de esta, el modelo se realiza únicamente con el propósito de que este puede reflejar la realidad que tiene la empresa en cuanto al área financiera.

Para la obtención del dinero que contribuya a solventar necesidades propias de los seres humanos, se lo realiza mediante el comercio que es la actividad más ambigua a lo largo de la historia y a la vez es un asunto importante y no concierne el tipo o nivel de economía, por ese motivo ha sido de suma importancia la aplicación de algunas medidas que conduzcan hacia un comercio justo, el mismo que no afecte a ningún sector productivo, con énfasis en las pequeñas y micro empresas, y así se ha convertido el comercio en un tema significativo y de análisis tanto de empresarios o personas dedicadas a actividades comerciales, como por parte del gobierno. De allí surgiendo el comercio justo, el mismo que tiene como objetivo un sistema comercial responsable para el desarrollo de los grupos más vulnerables, para combatir a la pobreza, y está basado en cuatro parámetros importantes: Condiciones laborales y salarios adecuados, no explotación laboral infantil, igualdad entre hombre y mujeres, y el respeto al medio ambiente.

Siendo importante analizar cómo se está manipulando los principios del comercio justo en el sector avícola de la provincia de Tungurahua para el beneficio del desarrollo sostenible, para fortalecer su nivel de competitividad en el mercado y así obtener mayores oportunidades en el desarrollo y crecimiento económico y social de la región y el país. Para ello es importante contar con un modelo de simulación financiera.

## 6. Modelo de Simulación Financiera

Mediante este modelo de simulación los avicultores irán votando por las distintas opciones de acuerdo al marco que se encuentran y en base a la administración de las actividades propias de sus organizaciones o empresas, al terminar con la respuesta de las preguntas realizadas en el modelo, este proyectara una calificación, la cual refleja el nivel de cumplimiento de los principios del comercio justo en la institución.

La calificación es sobre 10 puntos, cabe mencionar que la ponderación que fue asignada a cada pregunta está establecida netamente en los criterios y opiniones de los productores que fueron encuestados anteriormente, en relación con los principios que comprende el comercio justo.

| ESTANDARES PARA EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL COMERCIO JUSTO |                              |   |  |   |  |            |                            |              |              |
|---|------------------------------|---|--|---|--|------------|----------------------------|--------------|--------------|
| CATEGORÍA   | N°                           | PRINCIPIOS  | VARIABLES  | INDICADORES   | ALTERNATIVAS   | PODERACIÓN | CALIFICACIÓN POR CATEGORÍA | PUNTO        | PUNTO        |
| ECONÓMICA   | 1                            | Creación de Oportunidades para Productores en Tecnología/Innovación   | Desarrollo de mercados y canales de exportación    | Participación en ferias internacionales                                     | Marketing Digital<br>Estrategia de ventas<br>Estrategia de distribución<br>Estrategia de precios | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
|   | 2                            | Transparencia y Rendición de Cuentas  | Definir Políticas y acuerdos                       | Información disponible al consumidor  | Políticas de transparencia<br>Estrategia de precios<br>Estrategia de distribución                | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
|   | 3                            | Prácticas de Comercio Justo   | Información del participante                       | Medición de acuerdos y ventas   | Medición de acuerdos<br>Estrategia de precios<br>Estrategia de distribución                      | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
|   | 4                            | Paño de responsabilidad   | Información del participante                       | Condiciones para la igualdad de género                                      | Medición de acuerdos<br>Estrategia de precios<br>Estrategia de distribución                      | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
| <b>SUBTOTAL</b>   |                              |   |  |   |  | <b>4</b>   | <b>1.00</b>                | <b>0.004</b> | <b>0.004</b> |
| SOCIAL  | 5                            | Red de Trabajo del sector del Trabajo Decente   | Organización de productores                        | Formación de los miembros organizados                                       | Trabajadores organizados y liderados   | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
|   | 6                            | Comercio de los Recursos locales, Nivel de Gestión, Política, Estructura de los Hogares y Nivel de Ingresos | Prácticas laborales al interior de la organización | Prácticas de apoyo organizacional   | Medición de acuerdos<br>Estrategia de precios<br>Estrategia de distribución                      | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
|   | 7                            | Fortalecimiento de Trabajo Decente  | Prácticas laborales al interior de la organización | Relaciones de confianza   | Medición de acuerdos<br>Estrategia de precios<br>Estrategia de distribución                      | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
|   | 8                            | Desarrollo de Capacidades   | Seguimiento al rubro                               | Resistencia en el negocio agrícola y comercial en otros rubros similares    | Medición de acuerdos<br>Estrategia de precios<br>Estrategia de distribución                      | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
| 9   | Formación del Comercio Justo | Prácticas laborales al interior de la organización  | Prácticas que fortalecen la cultura de Resiliencia | Medición de acuerdos<br>Estrategia de precios<br>Estrategia de distribución | 1  | 0.25       | 0.001                      | 0.001        |              |
| <b>SUBTOTAL</b>   |                              |   |  |   |  | <b>4</b>   | <b>1.00</b>                | <b>0.004</b> | <b>0.004</b> |
| AMBIENTAL   | 10                           | Respeto por el Medio Ambiente   | Cuidado del rubro                                  | Cuidado de la biodiversidad, respeto a la salud                             | Respeto<br>Medición<br>Resiliencia   | 1          | 0.25                       | 0.001        | 0.001        |
|   | <b>SUBTOTAL</b>              |   |  |   |  |            | <b>1</b>                   | <b>0.25</b>  | <b>0.001</b> |
| <b>TOTAL</b>  |                              |   |  |   |  | <b>10</b>  | <b>0.00</b>                | <b>0.004</b> | <b>0.004</b> |

Figura 41. Hoja de Calificación- Nivel de Cumplimiento del Comercio Justo

En este modelo, se encuentran los 10 principios del Comercio Justo y en cada una tiene una pregunta directamente relacionada con los principios, para la cumplimiento de este modelo solo deben ir seleccionando la opción que consideren, si tienen o no relación con las actividades de su empresa y de forma automática se arroja un resultado tanto porcentual como numérico en cada pregunta, una vez que se haya terminado con cada una de las preguntas, el modelo arroja una hoja de calificación general en donde se muestra en una de las pestañas del modelo, cual es el nivel de cumplimiento de un buen comercio justo, calificándola además como regula, bueno o muy bueno.

Mediante este modelo, el grupo investigativo brinda al sector avícola, el conocimiento y razonamiento para conocer si su empresa está enfocándose a un comercio equitativo y honesto, y así analizar en qué aspectos se necesita mejorar, cambiar o implementar, con ello resaltando la importancia del presente trabajo investigativo.

Por consiguiente, se redacta el proceso de la elaboración del modelo de simulación por cada principio correspondiente a la matriz del comercio justo, con el propósito de favorecer a los avicultores la forma en como está elaborado dicho modelo, de esta manera al responder las interrogantes podrán observar la calidad del material que se les brinda, sin embargo, considerando que es un aporte para conocer el manejo de sus actividades.

**Principio 1. Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica**, este principio se encuentra en la categoría **económico**, al mismo se le asignado una variable tomado de la matriz de principios que es el **desarrollo de mercados y obtención de ingresos**, luego se determina el tipo de variable que en este caso es **cualitativo**, a continuación el indicador el cual es tomado de la matriz de principios siendo este la **participación en ferias inclusivas** de forma **anual**, al momento de llegar a la sección escala el propietario debe elegir una de las actividades sugeridas de la matriz de principios, **una vez, más de dos veces o nunca** observado en el gráfico de semaforización el cambio que tendrá en el rango muy bueno, bueno, y regular dando como resultado la valoración que se encuentra de **10%, 5% y 0%** así se dará a conocer cuál es el cumplimiento de un buen comercio justo en las granjas avícolas según el primer principio del comercio justo.

**Principio 2. Transparencia y Rendición de Cuentas**, de igual manera se encuentra en la categoría **económico**, la variable es asignada tomado de la matriz de principios que es **gestión financiera y contable**, se determina el indicador tomado de la matriz de principios siendo este la

**información contable y financiera** más adelante se determina el tipo de variable que es **cualitativo**, en la sección escala el propietario debe elegir una de las actividades mencionadas de la matriz de principios, **registro de ingresos y egresos, proceso contable o ninguno**, observado en el gráfico de semaforización el cambio que tendrá en el rango muy bueno, y regular dando como resultado la valoración que se encuentra de **10% y 0%** así se dará a conocer cuál es el cumplimiento de la transparencia de la información contable dentro de las granjas avícolas según el segundo principio del comercio justo.

**Principio 3. Prácticas de Comercio Justas**, se encuentra en la categoría **económico**, tiene como variable tomado de la matriz de principios **la determinación del precio justo**, luego se establece el indicador tomado de la matriz de principios **análisis de proveedores y costos**, luego se determina el tipo de variable que es **cualitativo**, en la columna de alternativas se encuentra tres opciones sugeridas de la matriz de principios **rapidez de entrega**, que tiene en escala de **1 a 3 días, tres días a una semana y de un mes en adelante**, la segunda opción es **proveedores y calidad del material** que tiene en escala **nacional e internacional** y la tercera opción es **calidad del material** que tiene en escala **cumple y no cumple**, en la sección escala el propietario debe elegir una de las actividades para cada opción, observado en el gráfico de semaforización el cambio que tendrá en el rango muy bueno, bueno, y regular dando como resultado la valoración del cumplimiento de las practicas del comercio justas en las granjas avícolas según el tercer principio del comercio justo.

**Principio 4. Pago de un precio justo**, en la categoría **económico**, tiene como variable tomado de la matriz de principios **la determinación del precio justo**, luego se establece el indicador tomado de la matriz de principios **análisis de proveedores y costos**, luego se determina el tipo de variable que es **cualitativo**, en la columna de alternativas se muestra la **fijación de precios**, en la sección escala se localiza **análisis de mercado, análisis de competencia y análisis de costos** sugeridos

por la matriz de principios, en donde el propietario dará una respuesta **SI o NO**, observado en el gráfico de semaforización el cambio que tendrá en el rango muy bueno, bueno y regular para verificar la valoración del cumplimiento de pago de un precio justo en las granjas avícolas según el cuarto principio del comercio justo.

**Principio 5. No al Trabajo Infantil ni al Trabajo Forzoso**, entra en la categoría **social**, tiene como variable tomado de la matriz de principios **organización democrática**, luego se establece el indicador tomado de la matriz de principios **funcionamiento de la estructura organizada**, luego se determina el tipo de variable que es **cualitativo**, en la sección escala esta **trabajadores menores a 15 años** sugeridos por la matriz de principios, en donde el propietario dará una respuesta **SI o NO**, observado en el gráfico de semaforización el cambio que tendrá en el rango **muy bueno**, y **regular** para verificar la valoración del cumplimiento de que no debe existir trabajo infantil dentro de las granjas avícolas según el quinto principio del comercio justo.

**Principio 6.** El sexto principio pertenece a la categoría **social**, es el **compromiso de no discriminación , igualdad de género, potestad económica de las mujeres y libertad de asociación** el cual se refiere a libertad del empleador al momento de contratar sin importar clases sociales, afiliación política, orientación sexual, género, discapacidades, religión, estatus de VIH/SIDA y nacionalidad; la organización ofrece respaldo al promover la igualdad de género en donde responde con un plan en donde se garantiza el trato íntegro tanto a hombres y mujeres cual fuera su situación y circunstancias en las que se encuentre, es así que las mujeres están respaldadas por la constitución y estatutos en donde tienen el derecho y la posibilidad de ocupar cargos y desenvolverse en cualquier ámbito en la sociedad del mismo modo el pago sea justo de acuerdo a las actividades y cargo que ocupe en una organización, cabe mencionar que la organización proporciona las necesidades de salud y seguridad para el empleador como para las mujeres

embarazadas y madres en la etapa de lactancia, sin duda alguna los empleados pueden reunirse en sindicatos estos restringidos según la ley. La variable que se asignó de manera global este principio es la **práctica solidaria al interior de la organización**, siendo esta una variable **cualitativa** ya que describe algunas consideraciones que la organización se compromete con el empleador protegiendo sus derechos, el indicador que vimos pertinente para evaluar el cumplimiento de esta variable es el **mecanismo de apoyo y cooperación**; la escala que ocupamos es la igualdad de derechos de oportunidades este será evaluado para **hombres y mujeres**, finalmente este será calculado a las dos partes y que porcentaje de cumplimiento tienen para tener un resultado final en donde se podrá visualizar si la organización cumple o no con este principio.

**Principio 7.** El séptimo principio pertenece a la categoría **social** la cual es **garantizar buenas condiciones de trabajo deberán ser dignas** está ligado a la constitución y a diferentes leyes nacionales e internacionales del trabajo buscando resguardar la salud y seguridad de cada empleado dentro de la organización para un buen desempeño en las actividades laborales, este principio busca crear conciencia sobre los productores o empleadores a sus empleados velando por su salud y bienestar proporcionando equipos de protección según el trabajo lo requiera lo importante es resguardar su integridad física y emocional, la variable asignada es la **práctica solidaria al interior de la organización** el indicador que sugerimos será quien evaluará las relaciones de confianza que existan dentro de la organización esta variable es **cualitativa** la escala que utilizamos son dos; la **primera derechos y bienestar laboral esta categorizada en registros de trabajadores, afiliación al IESS, pagos puntuales, pago y registro de beneficios sociales, reglamento interno de trabajo**; la segunda es la **seguridad y salud en el trabajo categorizada por medidas de protección, botiquín de primeros auxilios, baterías sanitarias** cada una de estas tienen un

porcentaje el cual nos abordara un resultado en donde podremos visualizar si los empleadores están proporcionando condiciones dignas en el trabajo.

**Principio 8.** Como octavo principio del comercio justo y que se encuentra en la categoría **social** es el **desarrollo de las capacidades** este es muy importante debido que cada individuo dentro de la organización establece desempeñarse y desarrollar todas las habilidades y capacidades para lograr su meta, en donde las capacitaciones son muy importantes para alimentar sus fortalezas y obtener un beneficio conjunto, refiriéndonos a los grupos de productores existen organizaciones del gobierno que promueven capacitaciones en donde les enseñan , explotan y direccionan sus capacidades y recursos que poseen, como variable vimos prudente que sea **el impacto social al interior** el cual es un tipo de variable **cualitativa**, como indicador son las **acciones en el espacio público y relación con otros factores sociales**, la escala a manejarse son dos: la **inclusión de personas con discapacidades y formación continua de empleados** al obtener los resultados tendremos si la empresa maneja una adecuado manejo del personal y si se interesa sobre explotar sus fortalezas y habilidades.

**Principio 9.** Como noveno principio es la **promoción del comercio justo** el cual se encuentra en la categoría social promueve la difusión de los principios del comercio justo, es más la necesidad de justicia a nivel comercial en donde se trata de cumplir los principios ayudando al mejoramiento de un comercio justo en cada organización, ayudando a los pequeños productores a competir legalmente siendo honestos y obteniendo ganancias de su producción sin perjudicar a los demás competidores ayudando a la utilización de técnicas de publicidad para la difusión de un comercio justo en donde todos salgan ganando y aportando para un mejor comercio, como variable se utilizó la **practica solidaria al interior de la organización** siendo una variable **cualitativa**, el indicador que se evaluará son los **mecanismos participativos en la toma de decisiones** con una escala de



**publicidad** la misma que está dividida por preguntas como si la empresa u organización tiene **redes sociales, prensa, televisión, radio** esto evaluará si la empresa u organización promueve promoción de sus productos siempre y cuando respetando a la competencia.

**Principio 10.** El último y décimo principio es el **respeto al medio ambiente** el cual pertenece a la categoría ambiental refiriéndose si las organizaciones contribuyen con el cuidado del medio ambiente o proporcionan normas que no sean tan invasivas para el ecosistema, además las organizaciones deberían preocuparse por maximizar el uso de materias primas que se obtiene de orígenes sustentables, consumiendo la materia prima nacional en donde se fortalecerá la economía del país, se deberán promover varios métodos en donde se reduzca el impacto ambiental, ya que los consumidores hoy en día prefieren consumir productos de materias primas procedentes de fuentes sustentables; como variables utilizamos el **cuidado del entorno** el mismo que es **cualitativo**, el indicador es el **cuidado de la biodiversidad y respeto local** la escala que se dio es si la empresa cumple o no con **reducir, reutilizar y reciclar** esto nos ayudara a conocer si la empresa cumple o no con este principio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGROCALIDAD. (8 de Julio de 2013). *PROGRAMA NACIONAL SANITARIO AVÍCOLA*. Recuperado el 24 de junio de 2019. Obtenido de PROGRAMA NACIONAL SANITARIO AVÍCOLA: <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dcz/Resolucion-071.-Programa-Nacional-Sanitario-Avicola-PNSA.pdf>
- Alexander, V. (3 de diciembre de 2018). *Producción avícola en la escuela Agropecuaria*. Recuperado el 24 de junio de 2019. Obtenido de Producción avícola en la escuela Agropecuaria: <https://sites.google.com/site/produccionaviculoenelcolr/-que-es-la-avicultura>
- Alvarez, A. (25 de marzo de 2018). *gestion.org*. Recuperado el 28 de junio de 2019. Obtenido de *gestion.org*: <https://www.gestion.org/4p-de-la-mercadotencia/>
- Angulo, S. (Octubre de 2016). *Grupo Social FEPP*. Recuperado el 29 de junio de 2019. Obtenido de Grupo Social FEPP: <http://fepp.org.ec/?p=1327>
- Arriols, E. (22 de Enero de 2018). *Ecología Verde*. Recuperado el 2 de julio de 2019. Obtenido de Ecología Verde: [https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-social-1070.html#anchor\\_0](https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-social-1070.html#anchor_0)
- Barreno, L. (25 de marzo de 2018). *Economía Soidaria*. Recuperado el 10 de julio de 2019. Obtenido de Economía Soidaria: [https://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo)
- Barroeta, A., Izquierdo, D., & Pérez, J. (2015). *MANUAL DE AVICULTURA. Unidad de Ciencia Animal*, 62.
- Betancourt, D. (5 de Julio de 2016). *Ingenio Empresas*. Recuperado el 15 de julio de 2019. Obtenido de Ingenio Empresas: <https://ingenioempresa.com/arbol-de-problemas/>
- Centeno, D. (6 de Enero de 2013). *Ideas sostenibles para un futuro sostenible*. Recuperado el 17 de julio de 2019. Obtenido de Ideas sostenibles para un futuro sostenible: <http://ideasparaunfuturosostenible.blogspot.com/2013/01/3-tipos-de-sostenibilidad.html>

CEPAL. (22 de Mayo de 2019). *Biblioguias*. Recuperado el 17 de julio de 2019. Obtenido de Biblioguias: <https://biblioguias.cepal.org/comerciojusto>

*Codigo Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones*. (30 de diciembre de 2016). Recuperado el 19 de julio de 2019. Obtenido de Codigo Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones: <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>

Comercio, D. E. (14 de Enero de 2019). *El Comercio*. Recuperado el 23 de julio de 2019. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/avicultores-ecuador-crisis-maiz-contrabando.html?fbclid=IwAR1eSjhBGL54se5N9xEuy2LLoqOXWalasxSZfjSTgJZLjhF0ZILdARzrII>

Comet, D., & Carraca, A. (30 de Junio de 2017). *El Comercio Justo y los objetivos del desarrollo sostenible. Un camino en común*. Andalucía, España: IDEAS Comercio Justo, Cooperativa de interés social. Recuperado el 25 de julio de 2019. Obtenido de International Centre for trade and Sustainable Development.

CONAVE. (7 de MAYO de 2019). *www.maizsoya.com*. Recuperado el 30 de julio de 2019. Obtenido de [www.maizsoya.com](http://www.maizsoya.com): <http://www.maizsoya.com/lector.php?id=20190507&tabla=articulos>

Corrales, J. (Marzo de 2017). *Maíz Soya*. Recuperado el 2 de agosto de 2019. Obtenido de Maíz Soya: <http://www.maizsoya.com/lector.php?id=20170307&tabla=articulos>

Economía Solidaria . (19 de Febrero de 2019). *Portal Economía Solidaria*. Recuperado el 2 de agosto de 2019, Obtenido de Portal Economía Solidaria: [https://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo)

EDP. (4 de JULIO de 2016). Recuperado el 6 de agosto de 2019. *EDP*. Obtenido de EDP: <https://www.sostenibilidadedp.es/pages/index/Qu%C3%A9%20es%20sostenibilidad>

Espinosa, B. (junio-noviembre de 2007). «Comercio justo: Traducción y cooperación en Ecuador. *Pueblos y Fronteras digital*, 4(7), 115. Recuperado el 6 de agosto de 2019. Obtenido de

[https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1284656305.espinosa\\_003.pdf](https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1284656305.espinosa_003.pdf)

FAO. (2019). DESARROLLO AVICOLA-PRODUCCION Y PRODUCTOS AVICOLAS. *ORGANIZACION DE LA NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA*. Recuperado el 7 de agosto de 2019. Obtenido de <http://www.fao.org/poultry-production-products/socio-economic-aspects/poultry-development/es/>

García, A. (enero de 2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Scielo*, 7(1). Recuperado el 9 de agosto de 2019. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-23332011000100005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005)

Garcia, I. (14 de noviembre de 2017). *economiasimple.net*. Recuperado el 13 de agosto de 2019. Obtenido de *economiasimple.net*: <https://www.economiasimple.net/glosario/organizacion>

Guayaquil, B. d. (2019). *Global Ratings*. Recuperado el 14 de agosto de 2019. Obtenido de Global Ratings:  
[https://www.bolsadevaloresguayaquil.com/sigcv/Opciones%20de%20Inversion/Renta%20Fija/Prospectos/Reproecsa%20S.A/Obligaciones/Califi%20\(1\)%20Reproecsa%2029-03-2019.pdf](https://www.bolsadevaloresguayaquil.com/sigcv/Opciones%20de%20Inversion/Renta%20Fija/Prospectos/Reproecsa%20S.A/Obligaciones/Califi%20(1)%20Reproecsa%2029-03-2019.pdf)

Gutierrez, M. d. (27 de marzo de 2018). *aviNews*. Recuperado el 16 de agosto de 2019. Obtenido de *aviNews*: <https://avicultura.info/industria-avicola-de-ecuador-en-proceso-de-reactivacion-este-2018/#>

Hernández Sampieri, D. C. (2010).. *Metología de la investigación*. México.

INEC. (2010). *INEC*. Recuperado el 23 de agosto de 2019. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Lopez, H. (24 de abril de 2017). *Banrepcultura*. Recuperado el 11 de septiembre de 2019. Obtenido de *Banrepcultura*:  
[http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Factores\\_de\\_producci%C3%B3n](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Factores_de_producci%C3%B3n)

- López, J. (12 de Octubre de 2016). *Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio*. Recuperado el 11 de septiembre de 2019. Obtenido de Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio: <http://fepp.org.ec/?p=1327>
- Macedo, B. (2015). Sostenibilidad. 4. Recuperado el 19 de septiembre de 2019. Obtenido de <http://tallerdesustentabilidad.ced.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/UNESCO-El-concepto-de-sustentabilidad.pdf>
- MAIZ%SOYA. (MARZO de 2017). Tungurahua, centro productor de huevo de mesa. *MAIZ&SOYA*. Recuperado el 5 de OCTUBRE de 2019, de <http://www.maizsoya.com/lector.php?id=20170307>
- Marchal, N. (2016). Las 4 P's del Marketing. Recuperado el 5 de octubre de 2019, de <https://www.nicolasmarchal.com/marketing/las-4-p-del-marketing/>
- McCarthy, J. (2 de febrero de 2017). *AgustinGrau*. Obtenido de AgustinGrau: Recuperado el 8 de octubre de 2019. <https://agustingrau.com/las-4-p-del-marketing/>
- Mena, M. (4 de ABRIL de 2012). *Luismiguelmanene*. Obtenido de Luismiguelmanene: Recuperado el 8 de octubre de 2019. <http://www.luismiguelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>
- Montes, A. (15 de MAYO de 2017). *universidad EAFIT*. Recuperado el 17 de octubre de 2019. Obtenido de <http://www.eafit.edu.co/escuelas/economiaayfinanzas/departamento-finanzas/acerca-del-departamento/Paginas/que-son-las-finanzas.aspx>
- Montoya, D. (24 de Julio de 2016). *Actividades Economicas*. Obtenido de Actividades Economicas: Recuperado el 21 de octubre de 2019. <https://www.actividadeseconomicas.org/2014/06/que-es-el-mercado-y-sus-tipos.html>
- Moya, J. R. (4 de marzo de 2017). *www.researchgate.net*. Recuperado el 24 de octubre de 2019. Obtenido de [www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/319698247\\_Factores\\_que\\_afectan\\_la\\_incubabilidad\\_de\\_huevo\\_fertil\\_en\\_aves\\_de\\_corral](https://www.researchgate.net/publication/319698247_Factores_que_afectan_la_incubabilidad_de_huevo_fertil_en_aves_de_corral)

MPRGA. (s.f.). Bioseguridad y Bienestar animal. En D. D. MVZ, *MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO SANITARIO DE CONTROL OFICIAL DE GRANJAS AVÍCOLAS*,. Recuperado el 24 de octubre de 2019.Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/MANUAL-DE-PROCEDIMIENTOS-PARA-CERTIFICACION-DE-CONTROL-OFICIAL-DE-GRANJAS-AVICOLAS-02-02-2012-REVERSION-4.pdf>

Navarrete, E. (7 de mayo de 2019). *www.maizsoya.com*. Recuperado el 25 de octubre de 2019. Obtenido de [www.maizsoya.com](http://www.maizsoya.com): <http://www.maizsoya.com/lector.php?id=20190507&tabla=articulos>

Navarrete, É. (5 de Mayo de 2019). *Maiz Soya* . Recuperado el 31 de octubre de 2019.Obtenido de Maiz Soya: <http://www.maizsoya.com/lector.php?id=20190507&tabla=articulos>

ODS. (5 de ENERO de 2017). *undp.org*. Recuperado el 6 de noviembre de 2019.Obtenido de undp.org: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Rodriguez, D. (14 de agosto de 2016). *www.engormix.com*. Recuperado el 6 de noviembre de 2019. Obtenido de [www.engormix.com](https://www.engormix.com): <https://www.engormix.com/avicultura/articulos/industria-avicola-ecuatoriana-t28083.htm>

Salazar, F. (4 de marzo de 2019). *Enciclopedia Económica*. Recuperado el 13 de noviembre de 2019. Obtenido de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/administracion-financiera/>

Sanclemente, J. C. (29 de Julio de 2017). *Dinero*. Recuperado el 8 de noviembre de 2019. Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/la-sostenibilidad-es-un-concepto-muy-amplio-juan-sanclemente/248006>

Sevilla, A. (5 de octubre de 2015). *economipedia*. Recuperado el 15 de noviembre de 2019.Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>

SOCÍAS SALVÁ, A., & DOBLAS, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*,(51). Recuperado el 25 de noviembre de 2019.

Socias, A., & Doblas, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas solidarias. *CIRIEC*, 724. Recuperado el 16 de noviembre de 2019. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405101.pdf>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2011). *SEPS*. Recuperado el 16 de noviembre de 2019. Obtenido de SEPS: <http://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>

Tapia, S. R. (2017). Estudio de Mercado Avícola enfocado a la Comercialización del Pollo en Pie, año 2012-2014. *Superintendencia de control del poder de mercadeo*. Recuperado el 16 de noviembre de 2019. Obtenido de <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/ESTUDIO-AVCOLA-VERSION-PUBLICA.pdf>

Telégrafo, E. (31 de Mayo de 2019). Los productos certificados en comercio justo llegan a 80 países. *El Telégrafo*, pág. 10.

Tungurahua, G. P. (2015). Agenda Tungurahua 2015-2017. *Agenda Tungurahua 2015-2017*. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Mundo Gráfico..

# ANEXOS





# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

## CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo de investigación fue desarrollado por las señoritas **PAREDES MORALES, SANDY RENEÉ Y PATIÑO NAVEDA, ALEXANDRA ELIZABETH.**

En la ciudad de Latacunga a los 4 días del mes de Diciembre de 2019.

Aprobado por:

Ing. Xavier Fabara Zambrano  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**

Dra. Ana Quispe Otacoma  
**DIRECTORA DE CARRERA**

Ab. Freddy Jaramillo  
**SECRETARIO ACADEMICO**