

LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE TRUCHA, UN NEGOCIO RENTABLE

Autor: Marilyn Villalva

Resumen: La crianza y comercialización de trucha en el Ecuador, ha sido una actividad muy poco explorada; según la Superintendencia de Compañías en la actualidad existen 3 empresas legalmente constituidas que se dedican a esta actividad; aunque no es desconocido para muchos, en el país existe pequeños criaderos que mantienen la actividad y donde predomina la informalidad en cuanto a aspectos tributarios y de constitución de sociedades o compañías. Muchos países alrededor del mundo se encuentra esbozando planes de soberanía alimentaria, entendiéndolo como el derecho de los países para decidir que producir, distribuir y consumir permitiendo el abastecimiento de alimentos tanto local como nacional, de tal manera que se fomenta el buen vivir de las personas. El Ecuador también se encuentra inmerso en esta tendencia creando planes adecuados y ayudas gubernamentales al sector agrícola. Una investigación de mercados realizada en la Ciudad de Quito, permitió conocer la acogida y la rentabilidad que tiene la comercialización de trucha y los beneficios que la misma trae para el inversionista.

Palabras clave: Trucha, Superintendencia de Compañías, investigación de mercados, gobierno.

Abstract: The breeding and commercialization of the trout industry in Ecuador (South America), has not been thoroughly explored; according to the Ecuadorian Superintendence of Companies, there currently are three legally established companies that operate within this industry in Quito, the Ecuadorian capital. Although unknown to the general public, there are other small hatcheries throughout the country, which are unregulated by the Superintendence of Companies. Thus, there are illegally operated hatcheries throughout the nation. Around the world, many countries are outlining plans to implement Food Sovereignty- the right to decide what to produce, distribute, and consume which permits the free distribution of food at the local and national level. Food Sovereignty will indeed promote higher living standards for the people. At the same time, the Ecuadorian government is deeply immersed in creating strategies to properly implement this trend into the agricultural sector. Market research held in the city of Quito, publicized information that concludes that the city's trout business is very profitable. The study also yielded information on the benefits to investors brought on by the industry.

Key words: Trout, Superintendencia of Companies, market research, government.

I. Introducción

Existen actualmente aspectos de preocupación mundial que exigen la pronta respuesta de los gobernantes de cada país, ya que son problemas que en un futuro atentarán contra el buen vivir de las personas.

El calentamiento global está repercutiendo en la estabilidad del clima, ocasionando problemas en el sector de la agricultura, con este hecho en particular se estima que en el futuro existirá un desabastecimiento de alimentos a nivel mundial.

Otro de los problemas que está afectando al mundo tiene que ver con la obesidad, según lo declarado por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2013), ha catalogado como una epidemia global presente en el siglo XXI, la obesidad ha sido

considerada un problema únicamente en países con ingresos altos pero en el último siglo se registra un aumento en países con ingresos bajos y medios.

Los hábitos alimenticios en las familias, carece de una dieta rica en proteínas, fibra y leguminosas que ayuden al cuerpo para su correcto desarrollo y funcionamiento.

En el Ecuador según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2013) estima que para el 2015 exista un 58.3 por ciento de sobrepeso y un 21,7 por ciento de obesidad en las mujeres y un 46,5 y 8,9 por ciento en los hombres respectivamente.

Con relación al posible desabastecimiento en el futuro de alimentos a consecuencia del calentamiento global, el Ecuador ha definido como un objetivo principal mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos dentro del Plan Nacional del Buen Vivir, y una de las formas de cumplir este objetivo es tratando de tener producción nacional de calidad para que la alimentación en los consumidores esta debe de ser excelente, bajo en grasas y de alto contenido proteico.

La trucha arco iris proviene de América del Norte en vertientes que dan al Pacífico (desde Alaska hasta Baja California). Su introducción al Ecuador se la realiza alrededor de la década de los años veinte. La trucha es considerado un pez con alto contenido nutricional y su uso es principalmente en actividades culinarias, su consumo se lo puede realizar entera o fileteada, ahumada, entre otras.

Un estudio realizado en un negocio familiar ubicado en las afueras de Quito el cual se dedica a la comercialización de trucha desde el año 2009, ha permitido conocer que existen ciertas falencias en su proceso productivo pero al mismo tiempo permitió determinar una demanda insatisfecha alta del producto y la rentabilidad que tendría la producción en un nivel mayor al actual.

II. Metodología

Según Malhotra Naresh, indica que la investigación descriptiva, es un método de la investigación concluyente, y permite la descripción de algo por lo regular las características o funciones del mercado, por tal motivo en la investigación realizada en la Ciudad de Quito, se aplicó este método.

En primer lugar se realizó el análisis de datos secundarios de importancia clave para el estudio, donde se enfatizó en factores sociales y económicos, así como también las fortalezas y debilidades actuales de la empresa en estudio.

En una segunda fase se aplicaron entrevistas a profundidad a personas claves, las cuales aportaron con información importante y que sirvió de base para continuar con la investigación.

Además se diseñó un cuestionario que permitió conocer características y preferencias de la población objeto de estudio.

Para la aplicación del cuestionario, la selección de la muestra se basó en información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el cual indica que en la Provincia de Pichincha existen 2'239.191 habitantes, de estos 1'609.418 se encuentran ubicados en el área Urbana de la Ciudad de Quito; aplicando un nivel de confianza del 95% el número de encuestados a quienes se les aplicó la encuesta fue de 385.

Se procedió a aplicar la encuesta de manera personal a través de la selección aleatoria simple en los lugares de mayor concurrencia, tales como supermercados, mercados, centros comerciales entre otros; esta información fue ingresada en el sistema estadístico SPSS, con el fin de realizar los análisis estadísticos necesarios para identificar aspectos relevantes del mercado.

III. Evaluación, resultados y Discusión

Con los resultados obtenidos en esta investigación se pudo deducir que el negocio de comercialización de truchas es realmente atractivo y que existe una demanda alta del mismo; ya que el 77.4% de los encuestados indico que actualmente consume trucha, y de los que no consumen el 13.8% estaría interesado en consumirlo.

En datos referentes al consumo, precio y cantidad de truchas por kilo el mercado contesto consumir mensualmente 1,16 kilos lo cual indica que al año una familia promedio (de 4 integrantes) consumen 14 kilos y que el número de unidades por kilo de preferencia debe de ser 3; en cuanto al precio que estarían dispuestos a pagar el valor promedio fue de \$ 4.65 dólares por kilo, pero cabe indicar que el mercado estaría dispuesto a pagar hasta 6 usd por kilo.



Figura 1. precio kilo de trucha

El producto sustituto que la mayoría de personas adquiere es la tilapia, seguida por mariscos de toda especie.

En cuanto a factores claves de compra el mercado informó tener preferencia en cuanto a presentación de la trucha de manera fileteada y empaquetado por kilo; además indican favoritismo en poder adquirir el producto en supermercados de la ciudad.

Es necesario también hablar de las características principales que debe tener un proveedor de truchas y lo cual permitirá de mejor manera posicionar una marca en el mercado, los encuestados dijeron preferir en primer lugar la Calidad, seguida por Puntualidad y Servicio.

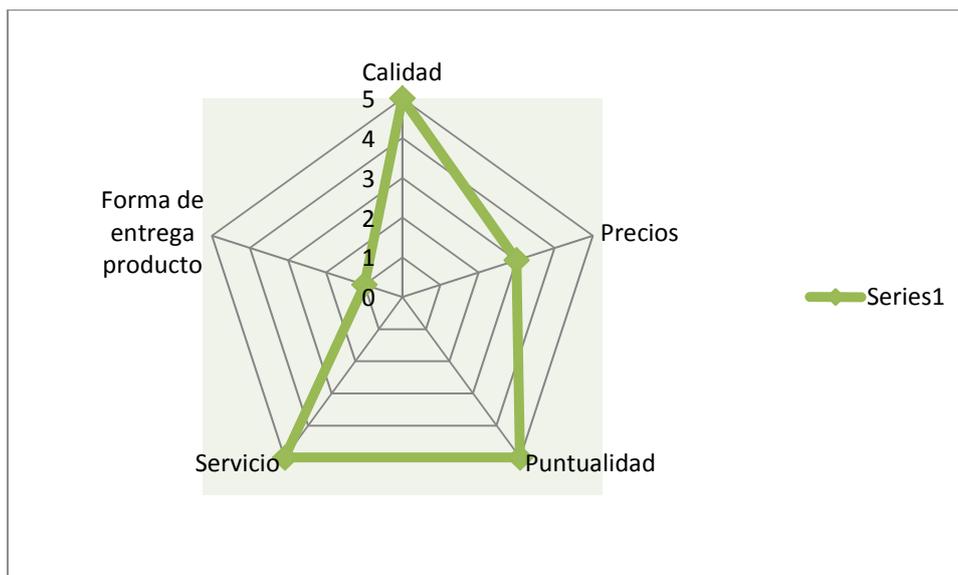


Figura 2. Características de preferencia en forma de entrega del producto

No se pudo obtener información actualizada de la producción actual de truchas en el país; ya que el último censo realizado data del año 2006, sin embargo al proyectar las cifras de ese censo, se pudo concluir que la misma no satisface en su totalidad la demanda del mercado y el nivel de demanda insatisfecha al año es alto.

Con la información obtenida en esta investigación se pudo determinar la existencia de un mercado potencialmente alto para atender en cuanto a la comercialización de trucha, esto dio pauta para ahondar aún más con la investigación, llegando a evaluar la factibilidad financiera de la producción en una escala mayor sin dejar de ser negocios PYMES; con una producción de 124.000 truchas aproximadamente, y con la obtención de financiamiento de instituciones del estado se pudo definir niveles de utilidad desde el primer año de producción en el proyecto.

Indicadores de valoración de proyectos tales como el Valor Actual Neto (VAN), el cual se le conoce como una herramienta de valoración que permite conocer a valor presente si el proyecto es atractivo o no, todo valor en positivo que arroje este cálculo define al proyecto como atractivo, en esta investigación dio como VAN aproximadamente \$ 6.600.

Otro método de valoración de proyectos es el conocido como Beneficio Costo que se obtiene de la división del valor actual neto para la inversión monetaria realizada, este proyecto dio como relación B/C 1,1018.

Estos análisis se dieron con el precio promedio que la investigación de mercados arrojó, sin embargo y como se explicó en los resultados el valor más alto que el mercado estaría dispuesto a pagar hace que la comercialización de trucha sea aún más atractivo.

IV. Trabajos relacionados

Una investigación comparable a este trabajo, ha sido descrita por Molina Amango, Christian Vladimir. Aquí el investigador expone sobre la Producción y comercialización de Trucha para exportación, además exhibe las características necesarias de producción así como también las formas de comercialización nacional e internacional de la trucha, haciendo mayor énfasis en la exportación a mercados no atendidos. Presenta varias características básicas dignas de ser tomadas en cuenta para la producción de trucha arco iris, así como también la evaluación del nivel de aceptación que tiene el mismo. Es

importante analizar dichas características que pueden ser una fuente rica en conocimientos para el desarrollo del presente tema de tesis.

Otra investigación que guarda similitud, es la realizada por Molina Narváez, Nelson Rodolfo, el cual trata de la creación de una empresa de crianza y comercialización de trucha en el Barrio Cerro Azul del cantón Sigchos perteneciente a la Provincia de Cotopaxi, con el fin de proporcionar fuentes de empleo aprovechando el clima de la región andina.

V. Referencias Bibliográficas

- Barfield J., Raiborn C., Kinney M. (2005). Contabilidad de Costos Tradiciones e Innovaciones. Pag 451.
- Banco central del Ecuador BCE. Consultado el 10 de mayo del 2013 en <http://bce.gob.ec>
- Fernández S. (2002). Análisis y Segmentación de mercado. Pag 12
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos INEC. Consultado el 15 de mayo del 2013 en <http://inec.gob.ec>
- Kotler P., Armstrong G. (2005). Fundamentos de Marketing.
- Landeau, R. (2007). Elaboración de trabajos de Investigación. Investigación. P. 66.
- Malhotra N. (2008). Investigación de Mercados, Pag. 7
- Marketing Publishing Center . (1990). Instrumentos de Análisis del Marketing Estratégico. Pag 50.
- Martinez D., Milla A. (2012) Elaboración del plan estratégico a través del cuadro de mando integral. Pag 25.
- Muñiz, L. (2007). Guia practica para mejora un plan de negocios. Plan de Marketing. P 79
- Organización Mundial de la Salud (2013). Consultado el 4 de febrero del 2013 en <http://www.who.int/topics/obesity>.
- Rodriguez I. (2006) Principios y Estrategias de Marketing. Marketing Mix. Pag 64-79
- Sainz J. () El plan de marketing en la practica. Pag 214-220
- SENPLADES (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Consultado el 4 de febrero del 2013 en <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-3>.
- Superintendencia de Compañías (2013). Consultado el 15 de septiembre del 2013 en <http://sepercias.gob.ec> .
- Vicuña J. (2012) El plan estratégico en la practica. Pag 187-194.