



Sede Guayaquil

Carrera de Administración de Empresas

Artículo Académico previo a la obtención de título en Ingeniería Comercial

Tema:

“Incidencia socioeconómica del precio del camarón en las empresas camaroneras de Machala durante las temporadas bajas de consumo”

Autor:

Enrique Adrián Vivanco Moreno

Tutor:

Ing. Juan Pablo Moreno Delgado, MBA.

Guayaquil - Ecuador

2017

Incidencia socioeconómica del precio del camarón en las empresas camaroneras de Machala durante las temporadas bajas de consumo

Socioeconomic incidence of the price of shrimp in the shrimp companies of Machala during the low consumption seasons

Enrique Adrián Vivanco Moreno
Universidad Politécnica Salesiana
evivancom@est.ups.edu.ec

Ing. Juan Pablo Moreno, MBA.
Universidad Politécnica Salesiana
jmorenod@ups.edu.ec

Resumen

En el siguiente artículo se analizan datos e investigaciones sobre la tendencia de precios para los consumidores en las temporadas de bajo consumo del camarón, así como un análisis de la incidencia socioeconómica de las camaroneras de la ciudad de Machala, es decir, como se desenvuelven en las temporadas donde el consumo de camarón se reduce significativamente. Para este estudio se utilizó un enfoque cuantitativo con un método de análisis – síntesis, por otro lado, la investigación corresponde a un nivel descriptivo, además se utilizó como herramienta de recolección de datos la encuesta. Los resultados arrojaron importantes conclusiones sobre las leyes de oferta y demanda, donde se establece que en los periodos de noviembre a enero, el consumo de camarón disminuye por el aumento de productos sustitutos como pavo, pollo o cerdo, aumento justificado en tradiciones y eventos de fin de año. Además las empresas camaroneras de Machala conocen y planifican con anterioridad sobre estas bajas de consumo, mediante el uso de calendarios o planes de contingencia.

Abstract

This article presents data and research on the trend of prices for consumers in shrimp low consumption seasons, as well as an analysis of the socioeconomic impact of shrimp farms in the city of Machala, that is, the seasons where shrimp consumption is significantly reduced. For this article we used the quantitative method and the descriptive level of the research, in addition it was used as a data collection tool to the survey. The results yielded important conclusions on the laws of supply and demand, which establishes that in the periods from November to January, shrimp consumption decreases due to the increase of substitute products such as turkey, chicken or pork, justified increase in traditions and events of end of the year. In addition, shrimp companies of Machala previously knew and planned on these consumption drops, through the use of calendars or contingency plans. In general, most shrimp farmers in Machala have stable economy, although the study indicates that many shrimp producers feel the need to improve both their financial and operational planning.

Descriptores

Camaroneras de Machala, incidencia socioeconómica, precio del camarón, temporadas de bajo consumo

Keywords

Shrimp farms in Machala, socioeconomic impact, shrimp prices, low consumption seasons

Introducción

En la actualidad, la cría del camarón o llamada también por su nombre científico carídea, es un negocio muy rentable que cada día está creciendo aceleradamente. Desde sus inicios la producción de este crustáceo se debía principalmente a la utilización de los distintos recursos naturales como el tipo de suelo, alcalinidad de agua, tipo de larva y postlarva, muchas veces se ubicaban embalses seminaturales, entre otros artificios para su producción, lo que ha cambiado en los últimos años debido al crecimiento de esta industria, a la utilización de técnicas y herramientas industriales que han logrado mejorar la sostenibilidad, control y eficiencia progresivamente (FAO, 2017).

Pero todo el incremento en el índice de producción, sea a nivel local como internacional, ha provocado que existan tendencias económicas que favorezcan a la disminución sostenida de precios, todo ello causado por la presencia de competencia perfecta en los mercados y por ende, a la pérdida de poder de negociación en la fijación de precios por parte de los productores de camarón. Este argumento tiene su base en la ley de oferta demanda del consumidor donde se expresa que “a mayor cantidad demandada menor será el precio del producto” y a “mayor cantidad ofertada mayor será el precio del producto”.

Esta ley de oferta y demanda de precios es importante analizar debido a que si los precios están altos, el operario de la camaronera incrementará sus ganancias y podrá recuperar la inversión, aunque existe la creencia de que se puede ganar por volumen de venta, si bien es cierta esta afirmación, en la práctica muy poco se da, por el hecho de que cada operación de venta tiene su punto de equilibrio específico y sobrepasarse de este no traería ganancia sino pérdida.

Por otro lado, los bajos precios desde el punto de vista del productor de camarón son considerados como pérdidas económicas, siempre y cuando no se pueda mejorar operativamente las funciones de la camaronera, es decir, no se utilicen procesos adecuados de calidad que utilicen óptimamente los recursos y por ende el ahorro de ciertos gastos. Si la camaronera logra equilibrar sus ingresos frente a los gastos operativos sin descuidar la calidad del producto, entonces se podría obtener rendimientos menores sin caer en el estado de pérdidas.

A todos estos escenarios, se enfrenta diariamente el personal de las camaroneras, donde por sus largos años en este segmento del mercado conoce los tiempos específicos de variaciones de precios, aquellos que son negociados con los exportadores o mayoristas antes de ser puestos a la venta para el consumidor final. Si se diera el caso de una sobreproducción local de camarón, los precios comenzarían a sufrir variaciones, desencadenando pérdidas para el inversionista, sea por el excedente de camarón que se pierde en las piscinas o por el bajo precio del mismo.

Todos estos análisis son realizados desde la perspectiva del productor de camarón; es decir, de la oferta que se realiza en los mercados, sin embargo el consumidor también tiene un poder en la fluctuación de precios, sobre todo en ciertas épocas del año. Si el consumidor no adquiere el producto, el mayorista deja de comprar al empresario camaronero por lo que se incurre nuevamente en pérdidas, mientras que si existe una sobredemanda del mismo, el inversionista obtendría mayor beneficio por la adquisición de su producto, tanto en venta por volumen como en venta por precio.

Es por ello, que mediante investigaciones se establece los meses del año que son importantes para la venta de este crustáceo, de acuerdo a su reproducción, ciclo, tipo de camarón y zona comercial. Además, los meses del año que deben ser tomados como ciclo de consumo de acuerdo a cada país, por las costumbres de los ciudadanos a fin de utilizar los recursos ganados por la alta demanda y minimizar los costos por la baja temporada.

Antecedentes

El camarón para ser consumido debe pasar por un proceso de maduración de aproximadamente tres meses, en los cuales los productores de camarón realizan inversiones para satisfacer la demanda tanto local como internacional, sin embargo existen periodos de tiempo donde el camarón no es consumido debido a costumbres propias de la época del año.

Las épocas de mayor consumo del camarón son dadas, para las personas de la región costa, por los meses de febrero, marzo, abril o mayo; épocas donde se disfruta de la calidez de la temporada playera y los consumidores adquieren el producto en los balnearios que visitan. Sin embargo, para meses de noviembre, diciembre y enero, la demanda del camarón sufre un importante descenso debido al consumo de productos sustitutos como el pavo o pollo que tienen mayor acogida en estas fechas por tradición.

Justificación

Esta investigación busca conocer las implicaciones económicas que conlleva una disminución del consumo del camarón en temporadas bajas del producto, para orientar alternativas que mejoren el calendario de cultivo de camarones, evitando así pérdidas innecesarias para las empresas productoras de camarón y la baja incidencia económica que presenta en este periodo.

Es decir, mediante calendarios y planificaciones estratégicas de producción del camarón sugeridas por este artículo, los empresarios camaroneros podrán elaborar calendarios donde la producción del camarón será potencializada y no incurrirá en excesos debido a una alta oferta o baja demanda.

Los beneficios que aporta esta investigación están orientados a proporcionar medidas específicas tanto de producción como de fijación de precios del camarón a fin de que los productores mantengan equilibradas sus ganancias y puedan crecer sostenidamente, planificando periodos de pesca y venta del crustáceo.

Los beneficiarios de esta investigación son aquellas empresas productoras camaroneras de la ciudad de Machala, además aquellos pequeños productores que diariamente realizan operaciones de compra y venta a empresas distribuidoras de camarón o exportadoras del mismo y que requieren conocer métodos para lograr equilibrar los periodos de bajo consumo del camarón.

Objetivos

Objetivo general

Establecer la incidencia socioeconómica en las empresas camaroneras de Machala por los niveles de precio del camarón en las temporadas bajas de consumo.

Objetivos Específicos

- Identificar la realidad socioeconómica de las empresas camaroneras de Machala en los meses de febrero a octubre.
- Descubrir las tendencias de los precios mediante encuestas a pequeños productores de camarón de la ciudad de Machala.
- Analizar el impacto de las temporadas bajas de consumo en la realidad socioeconómica de las empresas camaroneras de Machala.

Hipótesis

Hipótesis General:

H: Existe una incidencia socioeconómica para el empresario camaronero al momento de la fijación de precios del camarón en las temporadas bajas de consumo.

Hipótesis Específica:

H1: La temporada baja de consumo del camarón genera un movimiento de precios con tendencia alcista para el consumidor.

H2: Los precios del camarón presentan una tendencia definida dependiendo de la temporada o ciclo.

H3: Es evidente que las temporadas bajas de consumo del camarón incide en la fijación de precios de venta para los productores de camarón.

Marco Teórico

Historia del sector camaronero

El sector camaronero comenzó a industrializarse con la utilización de la piscicultura comercial aproximadamente en el año de 1968. A partir de esta fecha se mantuvo relativamente estable hasta el año de 1992 pasando por altibajos para la industria camaronera de América Latina por la presencia de nuevas técnicas, consumos y auges para los primeros meses de 1994. Es a partir de allí donde se buscaron alternativas para mejorar los procesos de producción y distribución de este crustáceo (Álvarez, 2016).

Como se conoce, un aumento progresivo en la producción mundial de este crustáceo genera una disminución de los precios, por lo que los operarios de las camaroneras reducen sus costos con mucha frecuencia para mantenerse competitivos en el mercado. (Janvry & Glikman, 2014). Es decir, en mi criterio, la fluctuación de precios puede comprenderse mediante el desplazamiento de las curvas de oferta y demanda, donde una excesiva oferta genera precios bajos por la alta competitividad del bien comercializado (Cubillo & Blanco, 2014).

Por ello las empresas establecieron estrategias para mejorar sus operaciones, con varios años de estudio en el comportamiento de las fluctuaciones de precios y tendencias de consumo. Para los primeros criaderos de camarón, las operaciones se realizaban sin un pleno conocimiento técnico sobre demandas, ofertas y sobreofertas, dado a un limitado ambiente natural que tenían para producir (Escudero, 2014).

Analizando un poco el panorama histórico del criadero y pesca del camarón, es lógico que las empresas dedicadas a esta actividad, desde sus inicios, no conocieran bien las técnicas a utilizar para lograr una eficiencia operativa y financiera, lo que generaba poca rentabilidad o pérdidas, estancando el desarrollo económico de este sector. Sin embargo, tras años y esfuerzos, lograron aprender a reducir pérdidas y costos originados por enfermedades del camarón o por desequilibrios en el mercado (Marín, Montiel, & Netelhon, 2014).

Es decir, el aumento tanto de producción del camarón como de inversionistas del mismo, ha generado desde los inicios de esta actividad, una tendencia alcista de productos, sin considerar que otros países a nivel internacional no producen este bien. Si todos los países del mundo llegan en algún momento a producir y exportar la cantidad de camarones que el Ecuador logra poner al mercado, el precio inmediatamente caería por la gran oferta internacional del producto, tal como sucede con la sobreproducción de petróleo y la tendencia decreciente de precios del mismo (Segovia & Sánchez, 2014).

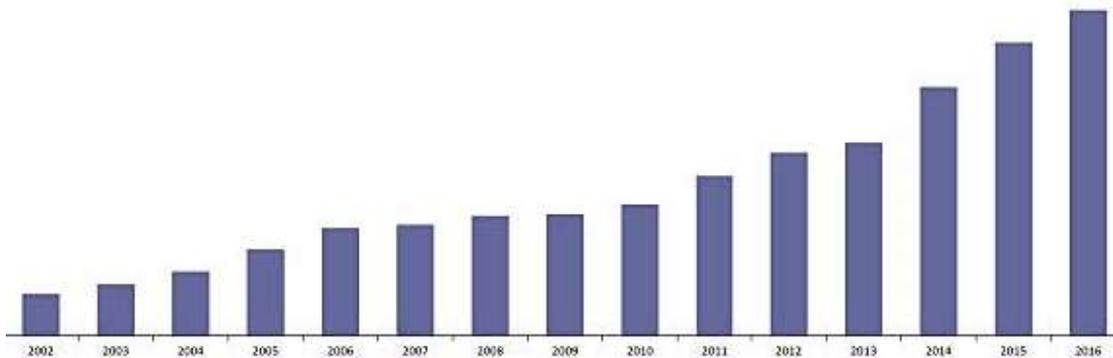
Estos desequilibrios han generado especulaciones con respecto a la fijación de precios de este crustáceo. En general, los precios de comercialización del camarón en los mercados internacionales como son Nueva York o Tokio, dependen mucho del origen del producto, así como el tipo, especie o talla (Gali, 2014).

Para el producto que se exporta en forma congelada, las fluctuaciones de estos precios son semanales o diarias dependiendo de la interacción de la oferta y demanda global del crustáceo y no por la calidad del mismo (Moreira, 2016).

Entre los competidores directos de camarón a nivel internacional se encuentran los países asiáticos, que han logrado crear un sistema completo de producción del camarón, aunque de baja calidad en comparación con el nuestro. Para ellos, la inversión necesaria para producir el camarón fue fundamental al igual que la planificación de temporadas de consumo debido a que esta región no posee las mismas costumbres y tradiciones que el occidente y por lo tanto este conocimiento es fundamental (Cáceres, 2014).

De acuerdo a la Cámara Nacional de Acuicultura de Ecuador, las exportaciones por mercado hasta febrero de 2017 han crecido paulatinamente desde el año 2000, lo que ha originado que más empresas criadoras de camarón ingresen a este mercado para exportar a la Unión Europea y Norteamérica, mercados favoritos de este producto. En la siguiente tabla presentada por la misma organización se puede observar la tendencia creciente de la oferta nacional ecuatoriana (CNA, 2017):

Ilustración 1: Tendencia creciente de exportaciones de camarón ecuatoriano

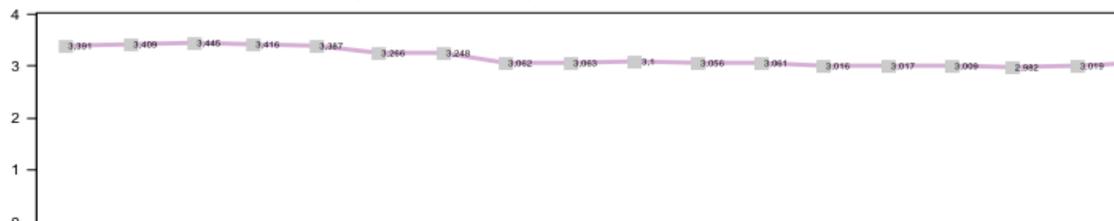


Fuente: Cámara Nacional de Acuicultura de Ecuador, (2017)

En el gráfico atribuido a la Cámara Nacional de Acuicultura del Ecuador, las exportaciones de camarón han crecido aceleradamente, esto es debido a las excelentes políticas y apoyo a los pequeños empresas criadoras de camarón y al establecimiento de leyes que favorezcan el consumo interno, clasifiquen el producto por calidad y direccionen a los departamentos de gestión de calidad a mejorar sus procesos (Gudynas, 2015).

Del mismo modo, la Cámara Nacional de Acuicultura de Ecuador presenta una tendencia relativa de precios de camarón en el periodo comprendido de Diciembre 2014 a 2016 (CNA, 2017):

Ilustración 2: Evolución de precios de exportaciones de camarón ecuatoriano



Fuente: Cámara Nacional de Acuicultura de Ecuador, (2017)

En el gráfico anterior se puede evidenciar como el precio promedio del camarón por libra en el periodo comprendido 2014 a 2016 ha fluctuado hasta casi estabilizarse, cuyas variaciones no son tan significativas como para el resto de productos de la canasta básica, esto es porque las normas de

producción han logrado mantener stocks de camarón en rangos óptimos sin pasar a la sobre oferta (El Telégrafo, 2017).

De manera local, en el Ecuador, de acuerdo a datos actualizados a 2016, existen aproximadamente unas 210.000 hectáreas destinadas a la producción de camarón, entre las que se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 1: Distribución del camarón por provincias y por hectáreas

Provincia	Hectáreas	Porcentaje
Guayas	126.000	60,00%
El Oro	31.500	15,00%
Esmeraldas	18.900	9,00%
Manabí	18.900	9,00%
Santa Elena	14.700	7,00%
Total	210.000	100%

Elaboración: El autor, 2017

Es decir, la Provincia del Guayas presenta la mayor distribución de camaronerías de todo el país, con un 60% de estas, debido a su cercanía con el mar, ríos y sectores comerciales y portuarios (Galán, 2014).

Por otro lado, de acuerdo a las estimaciones que se han generado por los estudios del FAO, en el mundo existe un déficit en la demanda del camarón de un 25%, esto debido a que Asia el principal comercializador de este crustáceo ha sufrido una disminución en la producción por problemas internos con el producto, lo que origina que el precio pase de 2 dólares en promedio registrado en el año 2016 a 4 dólares (FAO, 2017).

Como es previsible, un aumento en la oferta mundial generó precios elevados y sobreproducción del crustáceo, sin embargo a su vez una disminución de este mismo producto logró que la demanda del bien aumente y el precio del camarón se eleve en casi un 100%. Por lo tanto, es muy probable que en temporadas bajas de consumo el precio del camarón se eleve por la sobreproducción y la baja demanda en el mismo tiempo (Vargas, 2014).

Temporadas bajas y producción del camarón

Para los consumidores, el camarón es un alimento importante dentro de su grupo alimenticio ya sea por su sabor, elaboración de platos o su valor nutritivo. Sin embargo, existen importantes fechas en el calendario donde el consumo del camarón decrece, esto influenciado por épocas de consumo, festividades, tradiciones y más. Por lo que los inversionistas acuicultores sienten los efectos económicos del bajo consumo sobre todo en el precio y en la inversión realizada para producir el crustáceo.

Estas temporadas bajas de consumo son periodos comprendidos entre los meses de Noviembre a Enero, debido a que en el Ecuador y el resto del mundo existe por tradición comer productos sustitutos como el pavo, relleno, pollo y dulces. Todos estos alimentos son insignia para las temporadas de navidad y fin de año; por lo tanto el camarón queda en un segundo plano y es allí donde baja su demanda (Martí, 2014).

Los inversionistas al realizar inversiones logísticas en larvas, piscinas, alimentos, suministros y más pueden verse afectados cuando no pueden recuperar la inversión o el retorno de la misma es negativo, influyendo en su economía y en el normal desempeño de las camaronerías.

Por otra parte, en la zona del estuario, 8.000 de las 13.000 hectáreas dedicadas a la actividad camaronera ocupan espacios declarados como territorio patrimonial. Estos se encuentran sobre la playa y la bahía y no pueden ser enajenados o recibir títulos de propiedad (El Telégrafo, 2017).

Ecuador posee alrededor de 3.000 fincas de camarón extendidas en aproximadamente 210.000 hectáreas. Estas camaronerías que están localizadas en zonas agrícolas sí tienen escrituras. De acuerdo con el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, ProEcuador, Guayas es la principal provincia productora de camarón (El Telégrafo, 2017)

Aquí se cultivaron 138.000 hectáreas en 2015, equivalentes al 65,23% del total nacional. A continuación están El Oro, con 19,05%; Manabí, con 8,77%; y Esmeraldas, con 6,94%. En 2016 el país vendió \$ 2.580 millones en camarón, 13% más que en 2015, convirtiéndolo en el segundo producto de exportación no petrolera, según el Banco Central del Ecuador (El Telégrafo, 2017).

Oferta y demanda del precio del camarón

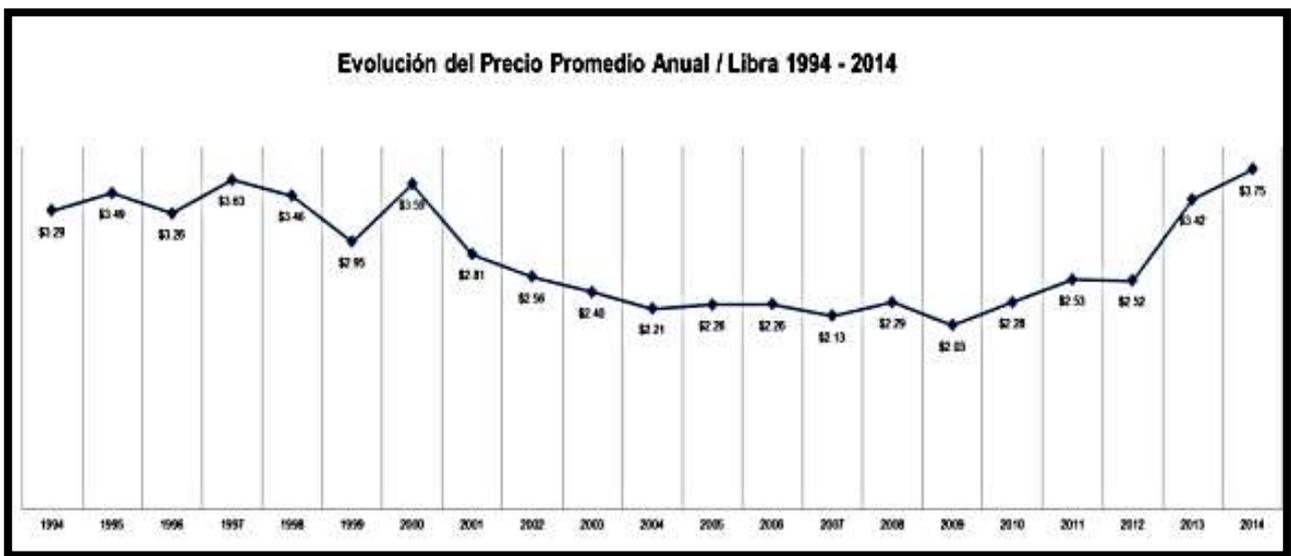
De acuerdo a los estudios de Rodrigo Laniado (2012), el precio del camarón es determinado por la ley de oferta y demanda. Este tipo de fluctuación tiene diversos puntos de vista, los cuales afectan la manera de ver la producción del camarón y su distribución local o internacional. Entre las formas en las que se puede presentar la oferta de camarón están:

De acuerdo a este gráfico, existe una gran demanda de camarón con respecto a su oferta, cabe destacar que en el Ecuador somos tanto productores como consumidores de forma local y no incurrimos en importaciones de este producto por nuestra producción nacional.

Evolución del precio del camarón

El precio del camarón ha sufrido importantes fluctuaciones a nivel mundial. Esto debido a la presencia de factores como la apertura de nuevos oferentes, plagas en el crustáceo o la entrada de nuevos consumidores del mismo. A inicios del siglo XXI eran pocos los países productores del camarón, sean pescadores de ríos o grandes laboratorios de larvas y piscinas, sin embargo, en la última época entró al mercado de productores la República popular de China, con su enorme infraestructura y capacidad para satisfacer la demanda mundial. Esto trajo enorme repercusión en el precio, que estuvo con tendencia bajista por la sobreproducción del camarón y que por tanto, lograba cerrar pequeñas camaroneras competidoras que no podían sostener sus negocios con los bajos precios y los pocos ingresos que estos producían (Pérez, 2016). En la siguiente tabla se puede observar la tendencia de precios del camarón desde 1994 hasta 2014.

Ilustración 5: Evolución del precio del camarón en el mundo



Fuente: David Pérez (2016)

En el gráfico se puede apreciar que desde 1994 hasta 1999 la tendencia del precio del camarón fue muy fluctuante, sin embargo en el año 2000 se incrementó fuertemente el precio por la baja producción del camarón, debido a plagas que mermaron la producción mundial del mismo. Al recuperarse gran parte de la producción para el 2001 y con la entrada del nuevo competidor que fue China el precio comenzó a caer y fluctuar en toda la década desde 2000 al 2010. Una vez que entraron nuevos compradores y se abrieron otros mercados, el precio tuvo una tendencia alcista como fue para los años 90.

Factores que han afectado a la industria del camarón

Para John Filose (2015), han sido varios factores que han afectado a la industria del camarón, entre los que se cita:

- Una sobreoferta de camarón, preferentemente de los parámetros establecidos por la acuicultura. Esto debido la entrada del crustáceo en los mercados europeos y norteamericanos.
- Efectos negativos e información falsa en internet sobre el comercio de alimentos del mar por el fracaso en los negocios de empresas desorganizadas, aumentando la volatilidad del mercado hacia la baja.
- Nuevas y agresivas producciones de camarón, entre los que se pueden mencionar las cosechas en Vietnam, China y Brasil con las especies de vannamei.
- Falla de las estrategias de producto con valor agregado. Esto refiere a la saturación de las bodegas de las empresas con productos con baja calidad pero con ciertas modificaciones que mejoran su valor, como es el caso de camarones pelados, desvenados o precocidos, lo que genera rechazo al ingresar a mercados internacionales que prefieren la calidad del producto en vez de su presentación.

- Continuos ataques de las organizaciones no gubernamentales hacia la industria del camarón, por temas como la destrucción de los manglares, la actividad no sustentable, que ha generado rechazo en ciertos sectores y consumidores.
- Los brotes de epidemias en la acuicultura que hacen muy volátil los precios del camarón. Este proceso se origina cuando se filtra información y rumores sobre enfermedades del crustáceo, lo que genera que las empresas cosechen más temprano e inunden los mercados con grandes cantidades de producto, generando así una baja de precios por la excesiva sobreoferta (Filose, 2015).

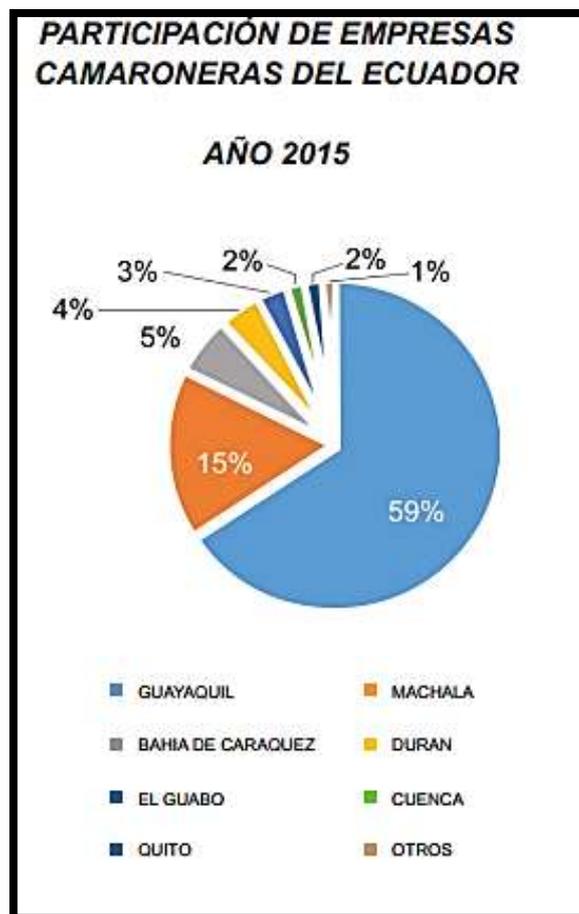
Teorías de los precios

Para Edith Klimovsky (2000) es muy importante conocer la teoría de los precios para comprender la realidad socioeconómica de las empresas, sus fluctuaciones y las razones por las que para ciertos negocios es beneficioso un nivel de precios bajos y para otros no. La teoría de los precios representa el centro de la teoría económica. La noción del conocimiento del precio es el concepto eje de la ciencia en la sociedad de mercado, no existe nada en esta sociedad que no esté conceptualizada por términos de precios. El equilibrio, por su parte, es usado por los economistas para designar situaciones de compatibilidad en las decisiones económicas. Las diferentes teorías de precios conciben de forma diferente el equilibrio de acuerdo a su propia concepción de problema económico y de mercado. La teoría clásica de precios de producción conceptualiza el equilibrio como un conjunto de precios tanto positivos y de asignaciones de mercaderías de los medios de producción. Por otro lado, la teoría neoclásica define al equilibrio como un conjunto de precios no negativos que maximizan la utilidad de cada agente bajo una restricción presupuestaria (Klimovsky, 2000).

Situación socioeconómica del sector camaronero del Ecuador

De acuerdo a la Subsecretaría de Acuicultura del MAGAP (2014) las camaroneras en el Ecuador están concentradas en cinco provincias, las cuales abarcan toda la producción. Entre estas cinco provincias, se identifica que la más importante en producción es Guayas. En el siguiente gráfico se detalla el número de camaroneras existentes en el país.

Ilustración 6: Camaroneras en el Ecuador 2015



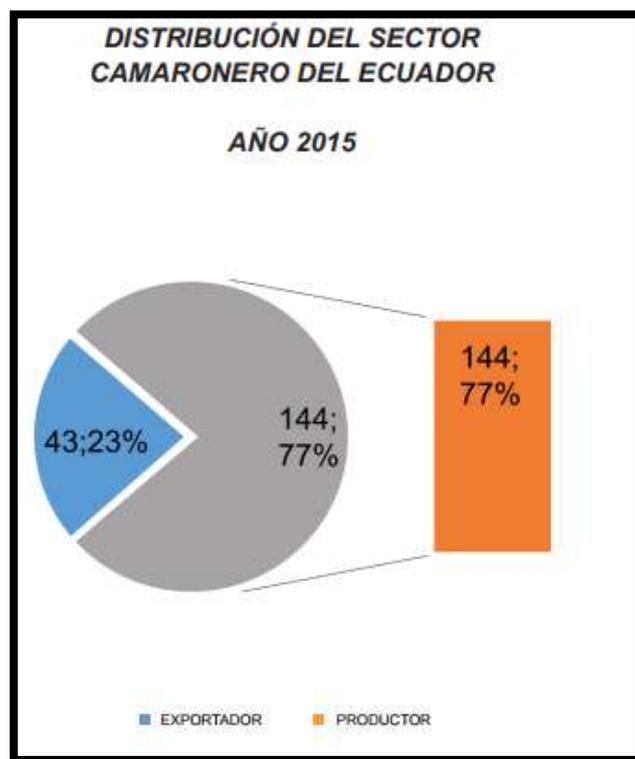
Fuente: Lorena Bernabé (2015)

Como es evidente, la mayor parte de las camaronerías se encuentra en la provincia de Guayas, seguido por la provincia de Machala. Es en esta zona donde se desarrollan las actividades de pesa de camarones o cultivo de larvas en laboratorios o piscinas de camarón, fomentando el comercio por la venta y producción de este crustáceo (Bernabé, 2015). El camarón es actualmente el segundo producto no petrolero de mayor exportación, después del banano.

El sector camaronero ecuatoriano exportó en el 2016 unas 20 000 toneladas de producto; y en el primer semestre del 2017 se cerró con unas 25 000 toneladas, de acuerdo con ProEcuador. El volumen de producción en la actualidad en Ecuador es de 1 800 libras por hectárea, como promedio nacional. Con el incremento en la productividad en las piscinas en todo el país y luego de que se cerraron las negociaciones para un acuerdo comercial con la Unión Europea, los camaroneros aseguraron que el producto entrará sin pagar arancel, lo que les da confianza de que habrá estabilidad a futuro.

Además, según el MAGAP existen 40 empresas registradas como emparadoras y exportadoras de camarón, a pesar de que la mayor parte de productores comercializan de forma directa sin intermediarios, sobre todo los camaroneros de la Provincia de El Oro (Alvarado, 2017). A continuación se presenta un gráfico con la distribución por sectores del camarón.

Ilustración 7: Distribución del sector camaronero del Ecuador (2015)



Fuente: Lorena Bernabé (2015)

En el gráfico se puede apreciar que la mayor parte de la producción del camarón está a cargo de las camaronerías o pequeños productores de camarón, con un 77% mientras que el resto se encuentra en las empresas exportadoras de camarón, las cuales tienen como función comprar o producir por grandes piscinas y laboratorios de larva, los camarones que van a exportar, cuidando la calidad y características solicitadas por los compradores.

Aspectos positivos y negativos para los camaroneros del Ecuador

Los camaroneros del Ecuador enfrentan varios escenarios en sus actividades de producción, entre los que se señalan:

Aspectos positivos para Ecuador

- La siembra de camarón en tierras agrícolas ha dado buenos resultados en el Ecuador, permitiendo la cría del camarón sin presencia de virus o enfermedades, para ello utilizando reproductores y larvas certificadas.
- El desarrollo y comprobación de la efectividad de la tecnología de “invernaderos” permite una forma efectiva y posible de aplicar para combatir los efectos del virus de la mancha blanca.

- Temperaturas elevadas del agua beneficiará cultivos incrementando volumen de producción y supervivencia del crustáceo.
- Mejoras genéticas a larvas reproductoras de camarón por parte del CENAIM de la ESPOL, que tienen una resistencia mayor a los virus

Aspectos negativos para Ecuador

- Falta de financiamiento o elevado costo del mismo (tasas de interés sobre el 16% en créditos no mayores a 180 días). Esto influye fuertemente en la posibilidad de aplicación de sistemas de invernadero ya que la inversión inicial es fuerte, y sin apoyo del sector financiero no puede ser llevada a cabo.
- Problemas en la aplicación del “drawback – CAT” (devolución de impuestos y aranceles de exportación – Certificado de abono tributario) a los exportadores.
- Bajo precio de venta en el mercado internacional, debido principalmente a la sobreoferta de Brasil, China, Taiwán y Vietnam.
- Barreras arancelarias impuestas por China para proteger su producción local.
- Programa de expansión de actividad camaronera en China para lograr primer lugar en producción de camarón.
- Apoyo gubernamental a la actividad camaronera en Brasil que actualmente posee alrededor de 10.000 Ha de piscinas camaroneras, pero que se estima tiene una capacidad de hasta 200.000 Ha.
- Pérdida de dinamismo de la economía mundial que ha afectado a países compradores como Japón, Estados Unidos, y algunos miembros de la Comunidad Europea, que son nuestros principales compradores (Vélez, 2015).

Situación socioeconómica del sector camaronero de Machala

Geográficamente la Provincia de El Oro se encuentra ubicada en el extremo sur occidental del Ecuador. Se encuentra entre las siguientes coordenadas geográficas: 3°02' y 3°53' de Latitud Norte y 80°20' y 79°21' de Latitud Oeste; Latitud 9°570.500N 9°661.000 S y Longitud 576.000E, 682.000W. Una parte del territorio provincial se localiza en las faldas de las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes y la otra mayoritaria en la Región Costa y una tercera, la Región Insular.

El patrón de comportamiento de la economía provincial y su estructura ocupacional permite apreciar que El Oro tradicionalmente ha sido una provincia con economía de base primaria, tendiente a la exportación. Su estructura productiva, por el potencial agrícola, ha estado orientada a atender la demanda externa.

La provincia se asienta en 5.791,85 Km²; que tiene varios pisos climáticos que van desde el seco costanero, hasta el Tropical Monzón y por ello se encuentra una vasta variedad de productos que se distribuyen tanto para el consumo de los mercados locales, los internos del país y al exterior del país. La superficie de suelo que se ocupa en la actividad agropecuaria es de 455.567 has., está distribuida en: 9.936 has., de cultivos transitorios; 243.833 has., pastos (cultivables y naturales), 56.506 has. bosques; 61.482 has., otros usos, descanso y páramos. También existen yacimientos para la explotación minera tales como el oro, feldespatos y materiales pétreos que se utilizan en la construcción.

Análisis sobre la economía Orense, en base a datos de producción, permiten observar algunos cambios en el esquema productivo. Por ejemplo, en lo que tiene que ver con la producción agrícola se nota una débil tendencia hacia la diversificación productiva orientándose al cultivo de productos de exportación no tradicionales como el mango, melón, maracuyá, piñas, flores, etc. Inclusive en los productos para consumo interno, se han fomentado el cultivo de arroz en la zona baja, y el cultivo de la caña de azúcar en la parte alta.

En la actividad camaronera se encuentran restricciones en cuanto al área productiva y a los volúmenes de producción y rendimiento debido al deterioro ecológico. Los procedimientos tecnológicos con fuerte carga de químicos, ya sea en la preparación de las piscinas como en el aceleramiento del crecimiento y engorde del camarón, cuyos residuos van al mar, del cual se toma agua para las piscinas, provoca el surgimiento de enfermedades como la mancha blanca, etc. En la actualidad la actividad camaronera está en tratando de recuperarse (SENPLADES, 2013).

En el siguiente cuadro se resume la actividad camaronera, con el número de productores hasta el 2012:

Ilustración 8: Cuadro informativo con las características de las camaroneras de Machala

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS		TOTAL
CAMARONERAS	NÚMERO	921
	HECTÁREAS	44.432
PISCINAS		
TOTAL PISCINAS	NÚMERO	4.726
	HECTÁREAS	32.435
PISCINAS CON CULTIVO	NÚMERO	3.960
	HECTÁREAS	26.508
PISCINAS SIN CULTIVO	NÚMERO	766
	HECTÁREAS	5.926
ESPECIES DE CAMARÓN		
BLANCO	CAMARONERAS	*
	PRODUCCIÓN EN Tm.	*
	VENTA EN DÓLARES	8.509
VANNAMEL	CAMARONERAS	838
	PRODUCCIÓN EN Tm.	9.239
	VENTA EN DÓLARES	48.150,870
OTROS CAMARONES	CAMARONERAS	63
	PRODUCCIÓN EN Tm.	505
	VENTA EN DÓLARES	3.140,452
PRINCIPAL TIPO DE LARVA		
SILVESTRE	CAMARONERAS	166
	HECTÁREAS	4.095
DE LABORATORIO	CAMARONERAS	755
	HECTÁREAS	28.339
CAMARONERAS CON EMPACADORAS	NÚMERO	33
	HECTÁREAS	3.100
ENFERMEDADES		
MANCHA BLANCA	CAMARONERAS	875
	HECTÁREAS	31.336
OTRAS ENFERMEDADES	CAMARONERAS	26
	HECTÁREAS	777

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario de El Oro, resultados provinciales y cantonales, (2017)

Como se puede observar, en el año 2011 existían 921 camaroneras productoras, lo que para la actualidad ha generado un enorme incremento de productores, por el progreso del sector y por la caída de los competidores internacionales como China y Vietnam. Es indudable que la actividad acuícola es uno de los principales pilares de desarrollo socioeconómico tanto para El Oro como para el cantón Machala en específico.

La mayoría de camaroneras del sector son pequeñas y medianas, cuyos puestos de trabajo por unidad de área son mayores que en camaroneras grandes que trabajan con economías de escala. Además, del hecho de que la mayoría de propietarios habitan cerca o en la zona de producción, lo que ha influido en que la mayor parte de la riqueza generada se reinvierta en la zona, fomentando un efecto multiplicador que en otras actividades económicas (León & Martínez, 2012).

Las fortalezas y debilidades del sector acuícola de Machala se resumen en el siguiente gráfico:

Ilustración 9: Fortalezas y debilidades del sector acuícola de Machala

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Disponibilidad de insumos e industria de soporte	D1. Falta de financiamiento para pequeño y mediano productor.
F2. Facilidades de acceso permanente por vía terrestre, marítima y aérea	D2. Dependencia del monocultivo
F3. Es el centro económico de la provincia	D3. Falta de inversión de los productores.
F4. Acceso a centros de producción en toda la provincia	D4. Infraestructura susceptible a fenómenos climáticos
F5. Inicio de organización entre productores.	D5. Competencia por desarrollo urbano
F6. Mano de obra calificada y disponibilidad de oferta laboral.	D6. Inseguridad.
F7. Frecuencias marítimas y de vuelos	D7. Bajas en la capacidad de carga por calidad de agua
F8. Cercanía a clientes y proveedores	
F9. Vías de acceso en buen estado	
F10. Centros de investigación y formación	

Fuente: León y Martínez (2012)

Como es evidente, el sector acuícola de la provincia de El Oro presenta mayores fortalezas al momento de enfrentar el día a día. Sus debilidades están basadas en el poco apoyo del sector financiero privado o público, que no les brindan las facilidades para acceder a créditos y mejora sus operaciones, no obstante el Gobierno del Ecuador a través de sus subsecretarías y Ministerios, está constantemente innovando estrategias para apoyar este sector. A continuación se presenta un gráfico con las oportunidades y amenazas del sector camaronero de Machala.

Ilustración 10: Oportunidades y fortalezas del sector camaronero de Machala

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Exportación directa	A1. Disminución de la rentabilidad por caída de precios internacionales.
O2. Desarrollo de nuevas técnicas de cultivo.	A2. Aparición de nuevas enfermedades.
O3. Interés de Organismos del estado para ayudar a PYMES	A3. Contaminación del medio por actividades productivas de sectores aledaños.
O4. Economía del sector dependiente de la industria	
O5. Percepción de la marca "Ecuadorian White"	
O6. Acreditación a Certificaciones de Calidad, inocuidad y medio ambiente	
O7. Infraestructura de apoyo a nivel nacional.	
O8. Interés del gobierno por fomentar la exportación directa de camarón mediante la marca Socio camarón	

Fuente: León y Martínez (2012)

Como se puede apreciar, las debilidades del sector acuícola son aquellas que ya han venido sucediendo a través de los años y que como se mencionó anteriormente, han provocado grandes caídas de los precios del camarón. Mientras que las oportunidades en el sector se encuentran el crecimiento tecnológico, nuevos métodos y parámetros de calidad, así como el establecimiento de una marca nacional que es sinónimo de frescura y altos estándares de calidad.

Todo ello es beneficioso para el productor camaronero de Machala, el cual representa una parte importante de inversionistas que invierten todo su capital a fin de crear valor y estabilidad económica del sector. A continuación se presenta un cuadro donde se muestra los porcentajes de gastos de las camaroneras de Machala.

Ilustración 11: Cuadro con los porcentajes de gastos de las camaroneras de Machala

RUBROS	RANGOS %
Costos directos	
Larvas	11,75%
Alimento balanceado	16,17%
Mano de obra directa	15,67%
Costos indirectos de Operación	
Seguridad	0%
Energía/combustible	7,83%
Transporte/logística	7,83%
Mantenimiento y reparaciones	12,54%
Materiales varios	9,40%
Gastos de administración, ventas y financieros	18,80%

Fuente: Wilson Quirola (2012)

En el cuadro anterior, claramente se muestra que la mayor parte de los gastos que incurren los productores de camarón son los alimentos para el crustáceo, las larvas de laboratorio y la mano de obra. Esto quiere decir que, dentro de la realidad socioeconómica, favorece al sector de Machala la presencia de camaroneras debido a que estas generan empleo y prosperidad al sector (Quirola, 2012).

Metodología de la Investigación

Tipo de Investigación

La presente investigación a realizar tiene un enfoque cuantitativo debido a que se analizarán impresiones y opiniones del sector afectado mediante la utilización de herramientas estadísticas; es decir, se conocerá la realidad del sector camaronero en las temporadas de bajo consumo. Por otro lado, se realizará una investigación documental y de campo, debido a que la investigación se desarrollará en el lugar donde se presenta el fenómeno de consumo, es decir, la ciudad de Machala. Además, la investigación corresponde a un nivel descriptivo, por lo que busca dar explicación a la influencia de los niveles de precio en las fluctuaciones de la demanda del camarón y su importancia en la realidad socioeconómica del sector.

Método

Esta investigación presenta un método de análisis – síntesis debido a que se descompondrán todos los factores que inducen al bajo consumo y como afectan estos en la realidad socioeconómica de los camaroneros de la ciudad de Machala. Una vez realizado el respectivo análisis se sintetizarán los resultados en conclusiones, dando así explicación al problema estudiado.

Técnicas de investigación

Se utilizarán las siguientes herramientas de investigación:

- Encuesta: se encuestarán a los productores camaroneros de la ciudad de Machala, los que expondrán la producción y el consumo de camarón de acuerdo a los pedidos por exportaciones, proveedores y por familias locales, así como las variaciones entre los distintos meses y como fluctúa el precio de este consumo. Las encuestas serán previamente analizadas y aprobadas determinando su pertinencia en el tema investigado. Una vez encuestada la muestra de estudio se procederá a tabular los resultados y contrastarlos con las hipótesis para determinar su validez o rechazo.

Población

La población para esta investigación corresponde a todas las empresas acuicultoras de la ciudad de Machala, los cuales de acuerdo a cifras proporcionadas por el Instituto Nacional de Pesca se encuentran entre 1340 productores de camarón, tomando este valor oficial emitido por el INP como población objeto de estudio.

Muestra

Para obtener la muestra para este estudio se utilizó la fórmula del muestreo probabilístico, la cual determinó el número de personas a las que se les aplicará las distintas herramientas para obtener información, siguiendo la siguiente fórmula detallada a continuación:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

En Machala existen 1340 camaroneras, que son potenciales criaderos del camarón por lo cual se tiene lo siguiente:

$N= 1340$
 $1-\alpha= 95\%$,
 $(Z_{\alpha}= 1.96)$
 $e= 0.05$
 $p= 0.5$
 $q= 0.5, (q=1-p)$

Utilizando la fórmula para obtener el número de personas a encuestar, quedaría:

$$n = \frac{(1,96)^2(1340)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(1340 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)} = 298,7386 \cong 299$$

El tamaño de la muestra sería de 299 expertos en criaderos de camarón en la ciudad de Machala.

Análisis de los Resultados

Los resultados presentados a continuación muestran las tendencias recogidas en las encuestas efectuadas a 299 operarios de criaderos de camarón de la ciudad de Machala, los cuales fueron tabulados de acuerdo a la frecuencia obtenida. La evaluación con las distintas hipótesis se revisarán en la discusión.

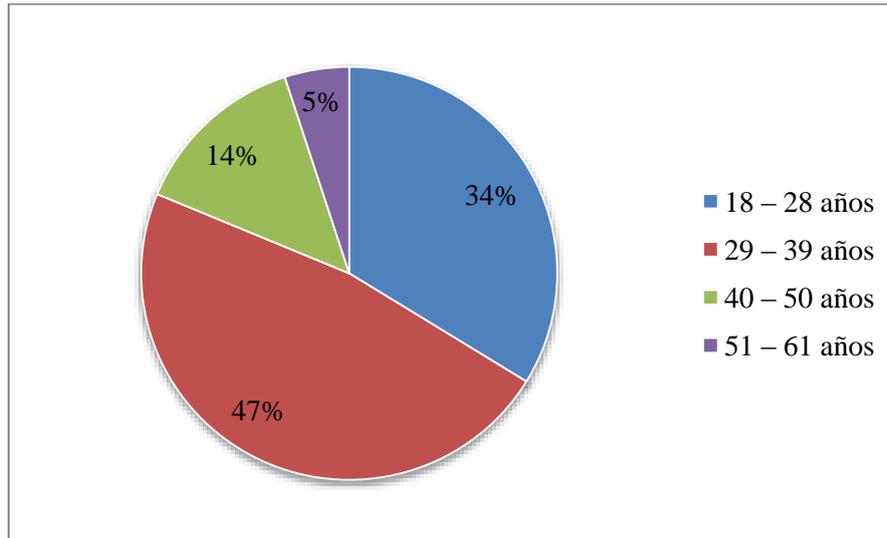
Edad

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayor distribución de productores camaroneros por edad en la ciudad de Machala se encuentra entre 47,49% representados por 142 personas entre el rango de 29 a 39 años, en segundo lugar, con un 33,78% se ubica 101 personas dentro del rango de 18 a 28 años. Esto quiere decir, que la mayor cantidad de productores camaroneros corresponden a personas jóvenes y con conocimientos del sector en el cual están produciendo, tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 2: Distribución por edad

Rango de edad	Frecuencia	Valor porcentual
18 – 28 años	101	33,78%
29 – 39 años	142	47,49%
40 – 50 años	41	13,71%
51 – 61 años	15	5,02%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 1: Distribución edad

Elaboración: El Autor, 2017

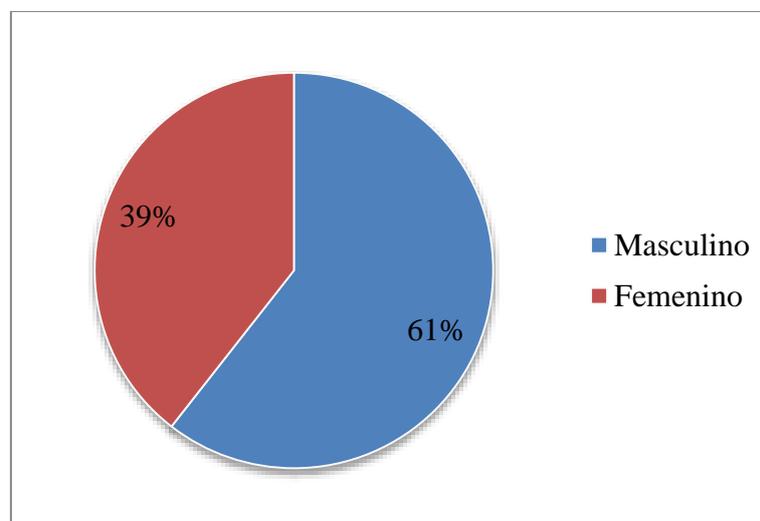
Género

Con respecto al género, los resultados arrojaron que un 60,54% de los operadores acuícolas son de género masculino frente a un 39,46% que son de género femenino, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3: Distribución por género

Categoría	Frecuencia	Valor porcentual
Masculino	181	60,54%
Femenino	118	39,46%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 2: Distribución por género

Elaboración: El Autor, 2017

1.- ¿Conoce usted sobre las temporadas de bajo consumo del camarón?

Con respecto a la primera pregunta, el 85,95% de los encuestados afirmaron conocer las diferentes temporadas o ciclos del camarón, en especial la temporada baja de consumo frente a un 14,05% de los encuestados que desconoce sobre las temporadas de bajo consumo. Este resultado muestra que los acuicultores de Machala conocen las temporadas de bajo consumo, saben que meses tienen mayores ventas y que meses presentan un importante descenso económico, muy probablemente por la experiencia que tienen en el sector. A continuación se muestra la distribución por resultados:

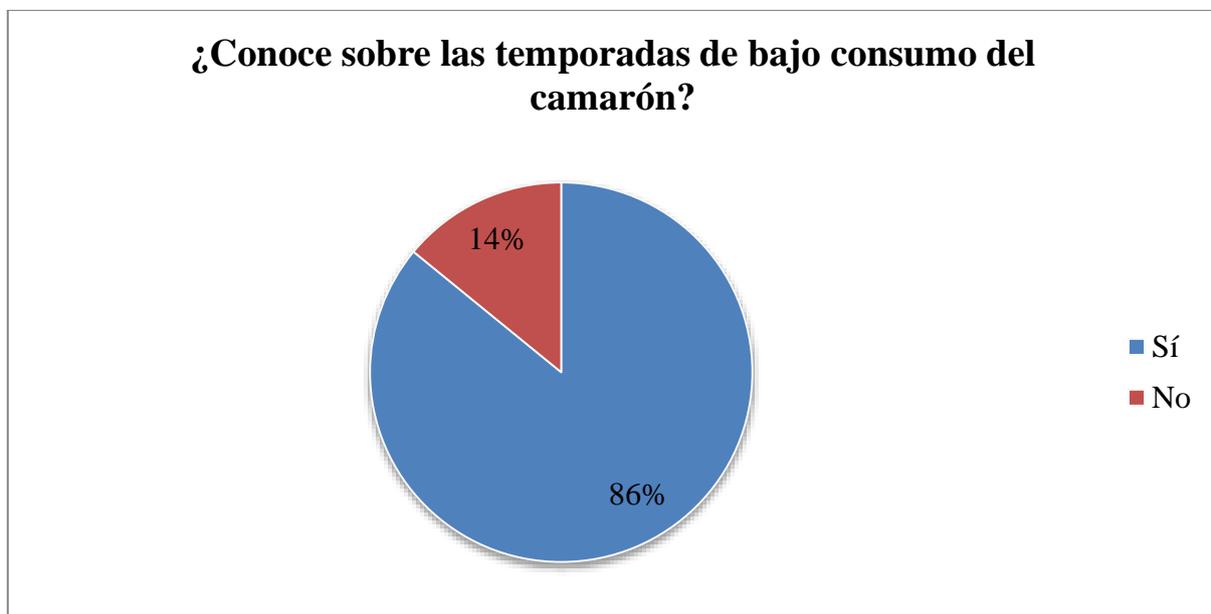
Tabla 4

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	257	85,95%
No	42	14,05%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

A continuación, se presenta de manera gráfica el cuadro descrito anteriormente:

Gráfico 3



Elaboración: El Autor, 2017

2.- ¿En qué periodo de tiempo es más evidente el bajo consumo de camarón?

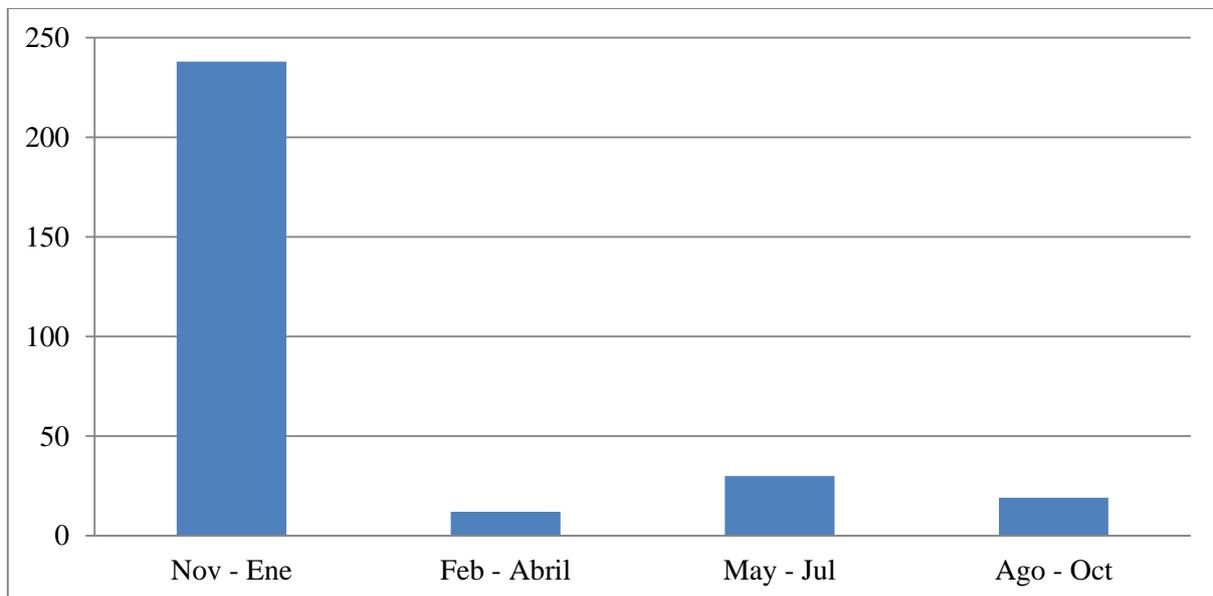
Los resultados de la pregunta 2 indican que el 79,60% de los encuestados, es decir, 238 trabajadores acuicultores, considera al intervalo entre los meses de Noviembre a Enero como épocas de bajo consumo del camarón. Las demás distribuciones se encuentran por debajo del 10%, es decir, que no solo conocen que existe un descenso en sus ventas sino que también han detectado de acuerdo a su experiencia que durante los meses de noviembre a enero existe una baja en sus transacciones, muy presumiblemente por las temporadas festivas que se desarrollan en esos meses o por alguna otra razón de exportación, mercados internacionales o entrada de nuevos competidores por temporadas, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5: Periodo de tiempo de bajo consumo del camarón

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Nov – Ene	238	79,60%
Feb – Abril	12	4,01%
May – Jul	30	10,03%
Ago – Oct	19	6,36%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

A continuación, se presenta de manera gráfica el cuadro descrito anteriormente:

Gráfico 4: Periodos de bajo consumo de camarón

Elaboración: El Autor, 2017

3.- ¿Tiene un calendario de planificación de cultivo y pesca del camarón?

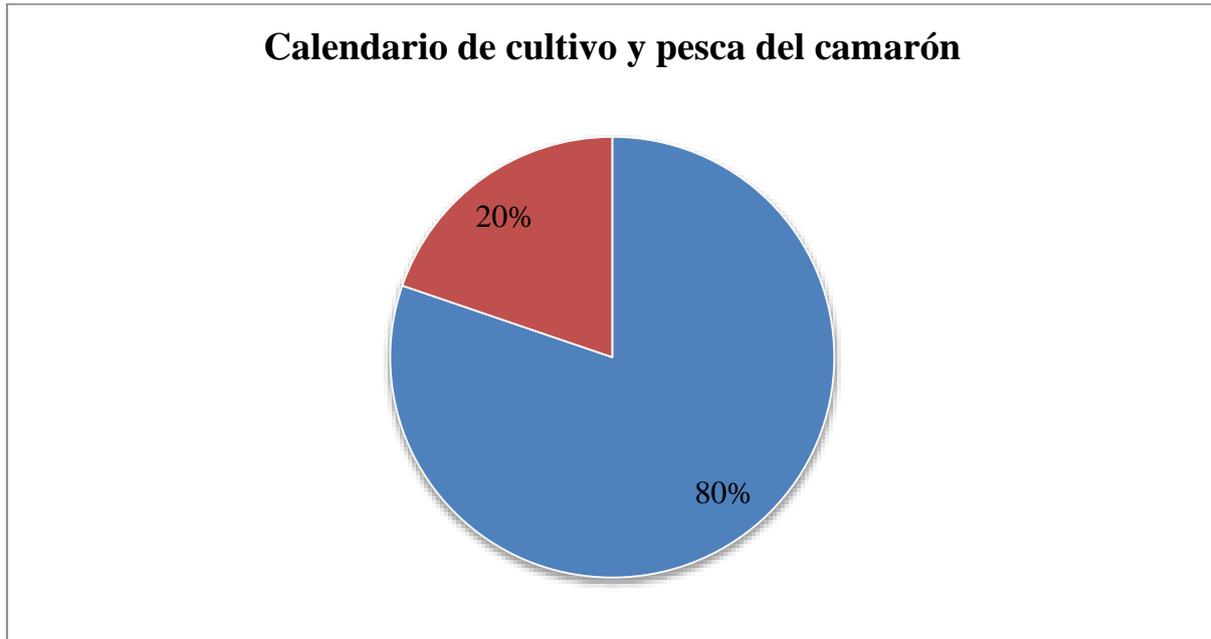
El 80,27% de los encuestados afirmó elaborar un calendario de pesca y cultivo del camarón, para determinar cuáles eran los periodos que se consideraban como de bajo consumo frente a un 19,73% que no planifica ni elabora calendario alguno, es decir, que la experiencia en el sector ha favorecido para que los productores de camarón de Machala elaboren calendarios identificando los meses con mayor consumo o los meses con menor consumo, todo ello para ajustar la producción y evitar desequilibrios y pérdidas económicas, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 6: ¿Elabora calendario de pesca y cultivo de camarón?

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	240	80,27%
No	59	19,73%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 5:



Elaboración: El Autor, 2017

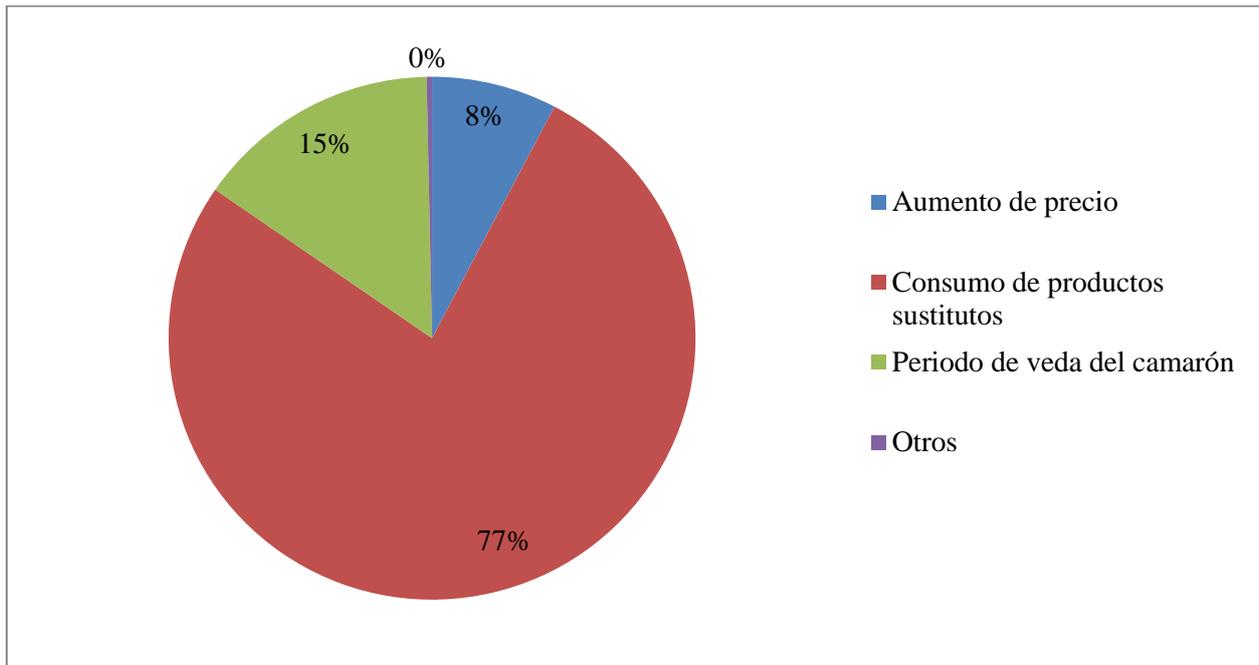
4.- ¿Este bajo consumo de camarón por parte de los consumidores, por qué se da?

De acuerdo a los resultados, el 76,92% de los productores camaroneros encuestados señala que el bajo consumo de camarón es causado por el consumo de productos sustitutos en determinados periodos, mientras que el 15,05% afirma que es causado por la veda. Es por ello, que al analizar productos sustitutos como el pavo, chanco y complementos, establecieron que estos son consumidos en su mayoría en las temporadas antes mencionadas de noviembre a diciembre, en fiestas de fin de año, navidad, entre otros, lo que afecta seriamente a la producción y a la venta en estas épocas, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 7: Causas del bajo consumo del camarón

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Aumento de precio	23	7,69%
Consumo de productos sustitutos	230	76,92%
Periodo de veda del camarón	45	15,05%
Otros	1	0,33%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 6: Causas del bajo consumo de camarón

Elaboración: El Autor, 2017

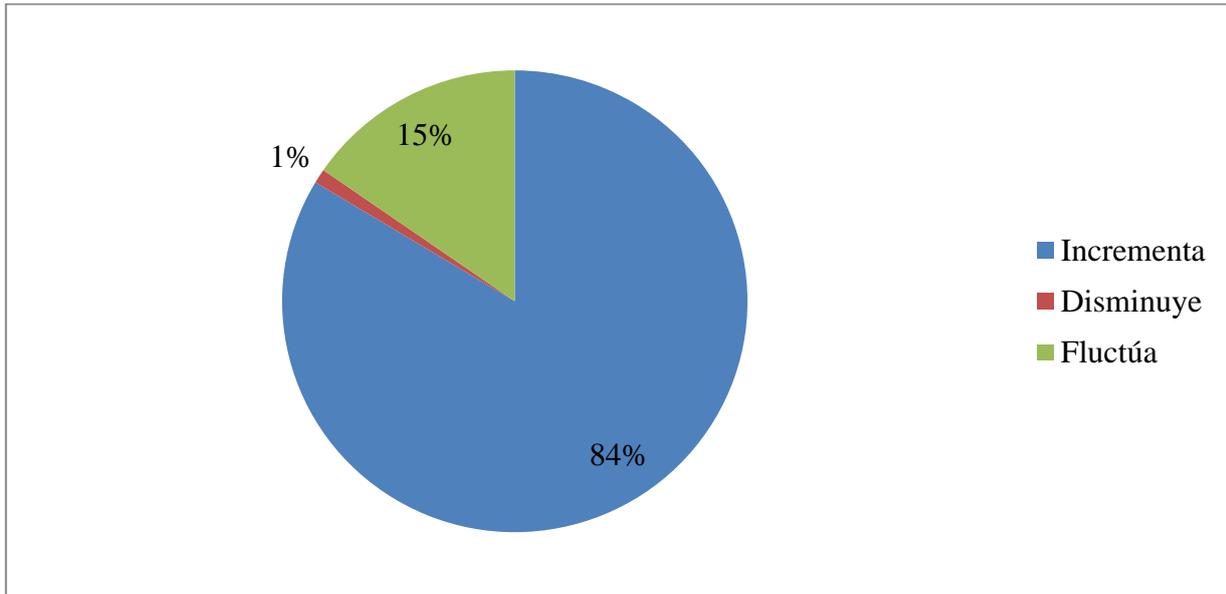
5.- Durante este periodo de bajo consumo del camarón, ¿Qué le sucede al precio del camarón?

De acuerdo a los encuestados, el 83,61% considera que el precio del camarón se incrementa durante las temporadas de bajo consumo, frente a un 15,36% que considera que el precio es muy fluctuante, esto debido a que el camarón no es consumido con normalidad en los meses de noviembre a diciembre, por lo que se vuelve más caro al no existir una demanda del producto por parte de los consumidores, a diferencia de que exista una sobreproducción donde los precios tienden a caer por un exceso de productos que cada vez se vuelve más barato, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 8: Precio del camarón en temporadas de bajo consumo

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Incrementa	250	83,61%
Disminuye	3	1,00%
Fluctúa	46	15,39%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 7: Variación del precio del camarón en periodos bajos

Elaboración: El Autor, 2017

6.- Por el contrario, durante el periodo regular de consumo del camarón ¿Qué le sucede al precio?

Según el 58,86% de los encuestados, consideraron que el precio disminuye cuando existe un consumo regular de camarón, frente a un 38,46% que lo considera fluctuante y que por ende depende mucho de negociaciones con proveedores, en este caso el efecto es contrario al que se plantea en la pregunta anterior, debido a que al existir un incremento de la demanda del producto el precio tiende a la baja por ser muchos los compradores que requieren del producto, tal como lo muestra la siguiente tabla:

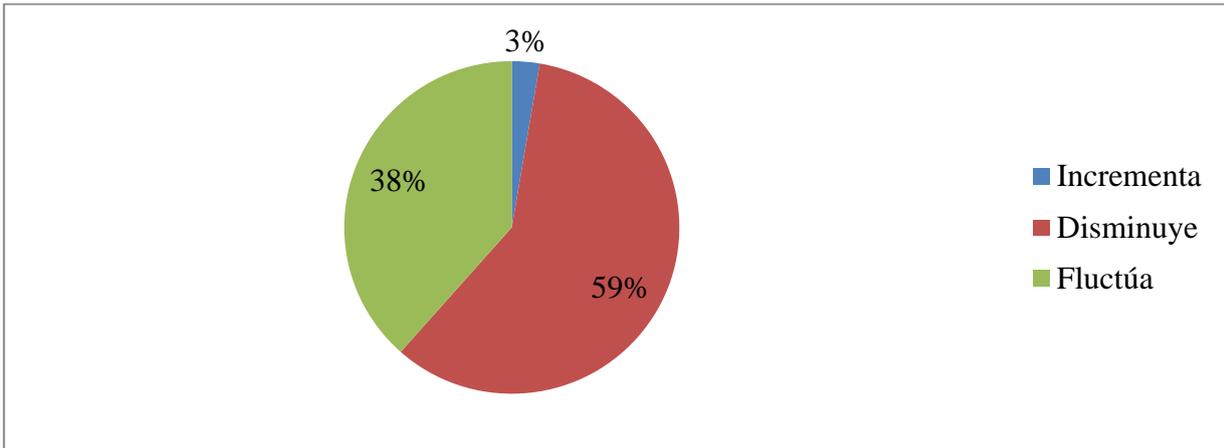
Tabla 9: Precio del camarón en épocas regulares de consumo

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Incrementa	8	2,68%
Disminuye	176	58,86%
Fluctúa	115	38,46%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

A continuación, se presenta de manera gráfica el cuadro descrito anteriormente:

Gráfico 8: Variación de precio del camarón en periodo regular



Elaboración: El Autor, 2017

7.- ¿La camaronera durante este periodo puede reducir sus costos con el fin de disminuir el precio del camarón para fomentar su consumo?

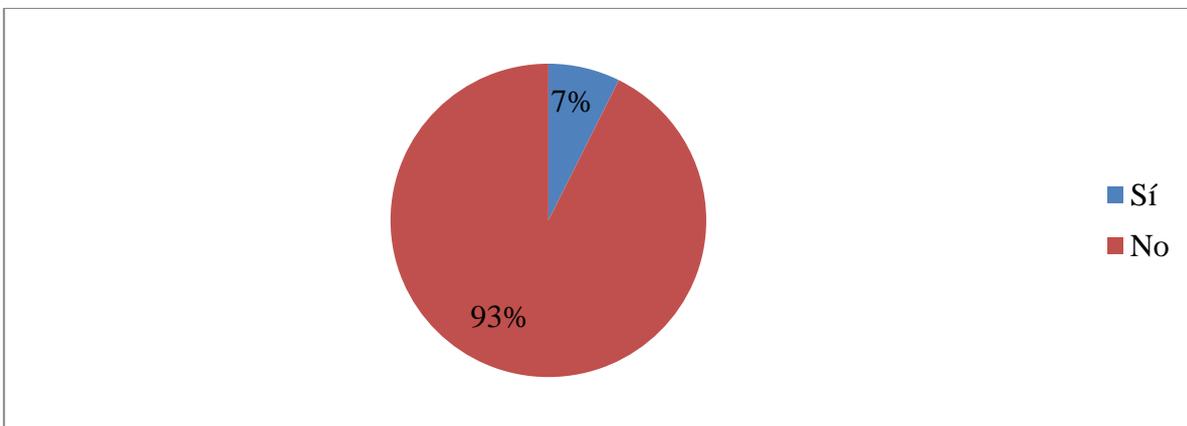
El 92,64% de los encuestados considera que no es posible reducir costos operativos. Esto demuestra lo planteado en las teorías del marco referencial donde los acuicultores tienen sus mayores gastos en la compra de alimentos para el crustáceo, larvas de laboratorio y pago de sueldos a sus trabajadores, rubros que son muy importantes para el manejo de esta industria y que no pueden reducirse por ningún motivo, de lo contrario puede caer la calidad o incurrirse en problemas legales. En la siguiente tabla se muestran los resultados presentados:

Tabla 10: Reducción de costos para fomentar el consumo por bajos precios

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	22	7,36%
No	277	92,64%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 9: Reducción de costos durante el periodo bajo de consumo



Elaboración: El Autor, 2017

8.- ¿La camaronera tiene planes de contingencia en sus operaciones para hacer frente a esta problemática de bajo consumo?

El 83,28% de los productores de camarón encuestados consideran que si han elaborado planes de contingencia para hacerle frente a los periodos de bajo consumo, frente a un 16,72% que no elabora ninguna planificación, es decir, así como elaboran los respectivos calendarios para hacer frente a las temporadas de poco consumo, los productores camaroneros tienen presente varios planes operativos y de contingencia en el supuesto de que existan problemas con la producción, distribución o consumo del crustáceo, tal como lo muestra la siguiente tabla:

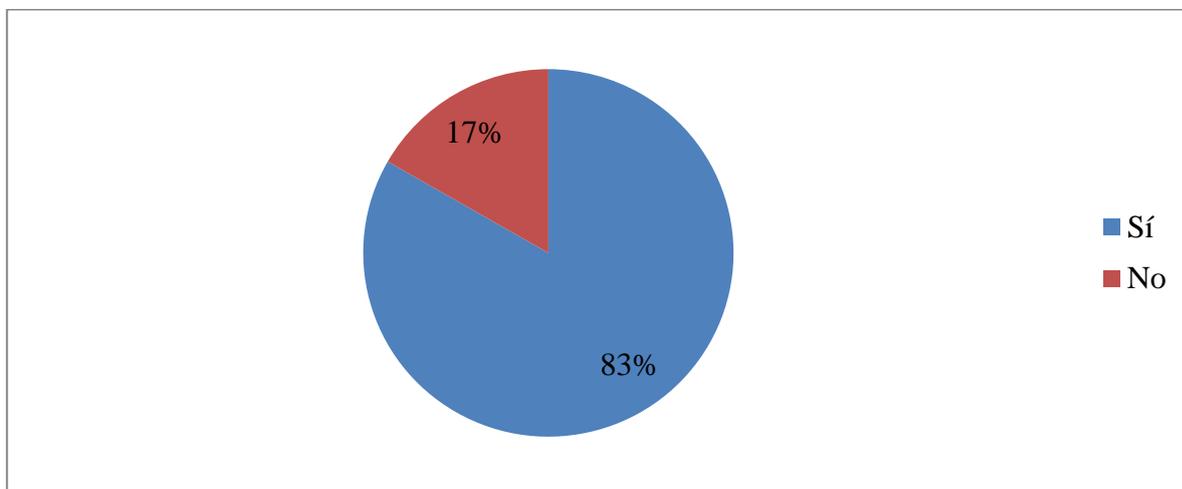
Tabla 11: Planes de contingencia en periodos de bajo consumo

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	249	83,28%
No	50	16,72%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

El plan de contingencia del sector encuestado de productores de camarón de la ciudad de Machala consiste en elaborar un presupuesto del 30% de la utilidad anual para poder solventar los gastos que se deben cubrir en el mes de febrero y marzo del año siguiente. La razón de realizar esta reserva es porque las estadísticas que presenta el Instituto Nacional de Pesca se ven afectadas por las variables macro y microeconómicas que afectan al país.

Gráfico 10: Planes de contingencia de las camaroneras



Elaboración: El Autor, 2017

9.- ¿La camaronera presenta pérdidas económicas durante este periodo de bajo consumo?

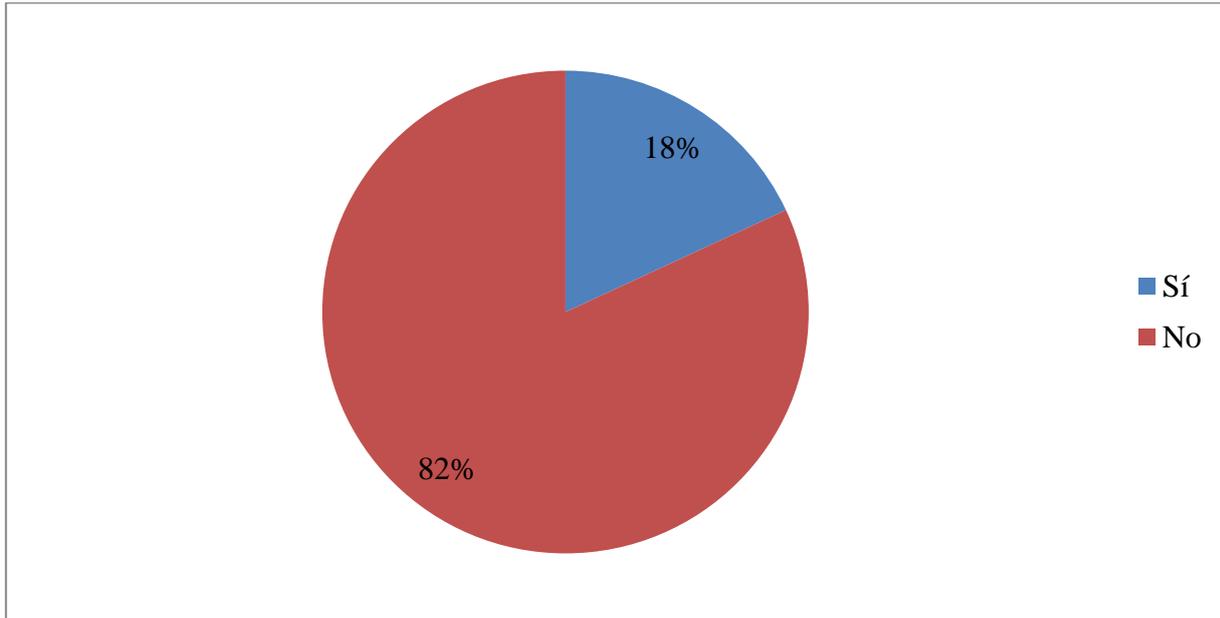
El 81,94% de los encuestados considera que en sus camaroneras no presentan pérdidas económicas en las épocas de bajo consumo de camarón, esto puede ser debido a la debida planificación que realizan, esto puede ser presumiblemente por la elaboración de calendarios para determinar las temporadas de poco consumo como por los planes de contingencia en determinados eventos negativos para la camaronera, lo que se traduce en su mayoría en buena salud económica, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 12: Pérdidas económicas durante el periodo de bajo consumo

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	54	18,06%
No	245	81,94%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

A continuación, se presenta de manera gráfica el cuadro descrito anteriormente:

Gráfico 11: Pérdidas económicas en temporadas de bajo consumo

Elaboración: El Autor, 2017

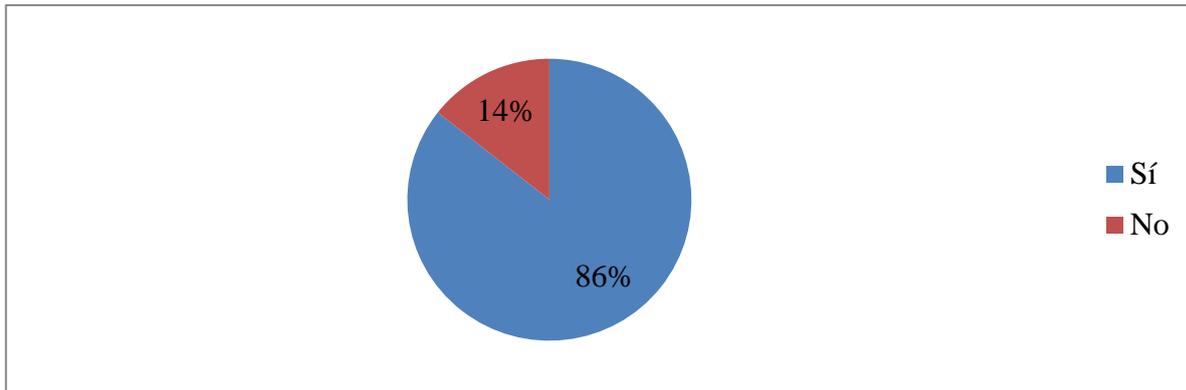
10.- En las épocas de apogeo del camarón, ¿La camaronera logra recuperar lo invertido en las temporadas de bajo consumo?

El 85,62% de los productores camaroneros encuestados consideran que recuperan la inversión realizada en las piscinas de cultivo del camarón durante las épocas de bajo consumo. Si bien es cierto que existen periodos de poco consumo que merman las ventas y por ende los ingresos a la camaronera, los productores y empresarios han manifestado que sí recuperan su inversión, debido a la planificación realizada o también al repunte de ventas en meses con mayor consumo, como son los registrados en las temporadas playeras de febrero, marzo, abril y mayo, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 13: Recuperación de la inversión

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	256	85,62%
No	43	13,38%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 12: Recuperación de inversiones en el camaronera

Elaboración: El Autor, 2017

11.- ¿De acuerdo a su experiencia en el sector, puede describir la realidad socioeconómica del sector camaronero en las épocas de baja demanda?

Aspecto 1: tipos de trabajadores

Según el 93,65% de los encuestados, en sus camaroneras el personal se mantiene igual durante las épocas de bajo consumo del camarón, esto significa que existe estabilidad laboral para los trabajadores, esto va acorde a lo presentado en el marco referencial donde para los camaroneros, sus trabajadores son una parte vital en las operaciones, además de los planes de contingencia y calendarios que elaboran perfectamente pueden afrontar los bajos ingresos sin necesidad de recurrir al despido de personal, tal como muestra la siguiente tabla:

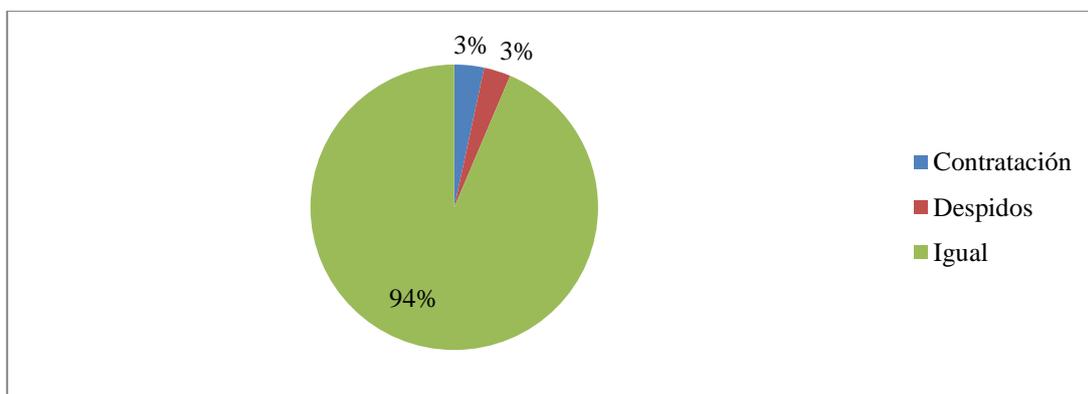
Tabla 14: Manejo de trabajadores de las camaroneras

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Contratación	10	3,34%
Despidos	9	3,01%
Igual	280	93,65%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

La producción de camarón necesita personal dispuesto a trabajar en turnos rotativos, su grado de preparación no es muy alta en cuanto a estudios, principalmente los mismos pescadores y habitantes de la ciudad de Machala con el objetivo de aportar económicamente a sus familias acepta la condición de trabajar sin necesidad de tener beneficios sociales, lo que más buscan es la estabilidad.

Gráfico 13: Manejo de recursos humanos en temporadas bajas



Elaboración: El Autor, 2017

Aspecto 2: Características de las temporadas altas y bajas

El negocio camaronero en el tiempo de febrero a octubre que corresponde al alto consumo, en donde las exportaciones van dirigidas a países como Estados Unidos y países de Europa, es sin duda la mejor época de periodo de recuperación, tomando en cuenta que los lugares mencionados tienen una alta población y su propio camarón es relativamente pequeño, al mismo tiempo su sabor no es el mismo debido a que el camarón ecuatoriano es criado en perfectas condiciones que brinda el clima de la costa.

Tabla 15: precio y demanda por temporadas

Empresa camaronera	Precio normal	Precio temporada alta	Demanda estimada en libras	Demanda real consumida	Precio temporada baja	Demanda estimada en libras	Demanda real consumida
Marsur	2.00	2.50	50000	100%	1.20	25000	75%
Salsipuedes	2.10	2.80	100000	100%	1.05	15000	70%
Dalger	1.95	2.65	65000	100%	1.00	16000	80%
Lunamar	1.90	2.85	80000	100%	1.10	20000	65%
Morecam	2.00	2.65	70000	100%	1.02	25000	70%

Elaboración: El Autor, 2017

Aspecto 3: Principales compradores extranjeros

Las principales ciudades que compran el camarón ecuatoriano son: Orlando, New York, Miami, Washington, New Jersey, Philadelphia, San Francisco, Las Vegas, París, Barcelona, Madrid, London. El precio de exportación es dado en libras y el valor promedio con que se negocia es de 2 dólares por libra, si tomamos en cuenta los diferentes tipos de atracciones y lugares turísticos, el camarón ecuatoriano tiene excelente acogida no solamente por su precio, se destaca también su sabor y tamaño. Es así, que el camarón extranjero es pequeño y un plato promedio sencillo es de 20 dólares, cuando se pide un plato con camarón más sofisticado como el ecuatoriano, el mismo tiene un precio promedio de 55 dólares. Para complementar este análisis, se detalla los 10 principales restaurantes americanos y europeos que consumen camarón ecuatoriano.

Tabla 16: características compradores extranjeros

Cadena alimenticia	Ubicación	Tipo de lugar	Precio	Perfil del cliente
Bubba Gumbo's	Orlando, New York, Miami	Parque de diversiones	Entre 19 a 70 dólares	Turistas
Bubba Gump	Orlando, New York, Miami, Washington, New Jersey	Parque de diversiones	Entre 25 a 65 dólares	Turistas
Charlie's Fish House	Philadelphia, San Francisco, Las Vegas	Centro comercial	Entre 20 a 55 dólares	Turistas
Crawfish Town	USA	Hotel	Entre 20 a 60 dólares	Residentes de la zona
Killer shrimp	Las Vegas, París, Barcelona	Resort	Entre 24 a 65 dólares	Turistas
Moby Dick's	Las Vegas, París, Barcelona	Hotel	Entre 22 a 55 dólares	Turistas
Legal Sea Foods	Barcelona, Madrid, London	Outlet	Entre 20 a 50 dólares	Turistas
Just Shrimp Restaurant	Barcelona, Madrid, London	Centro comercial	Entre 22 a 64 dólares	Turistas
Mr. Shrimp	Philadelphia, San Francisco, Las Vegas	Resort	Entre 28 a 50 dólares	Residentes de la zona
Seafood express	Orlando, New York, Miami, Washington	Restaurante	Entre 20 a 58 dolares	Turistas

Elaboración: El Autor, 2017

12.- ¿Incorre en préstamos bancarios para hacerle frente a las temporadas de baja demanda?

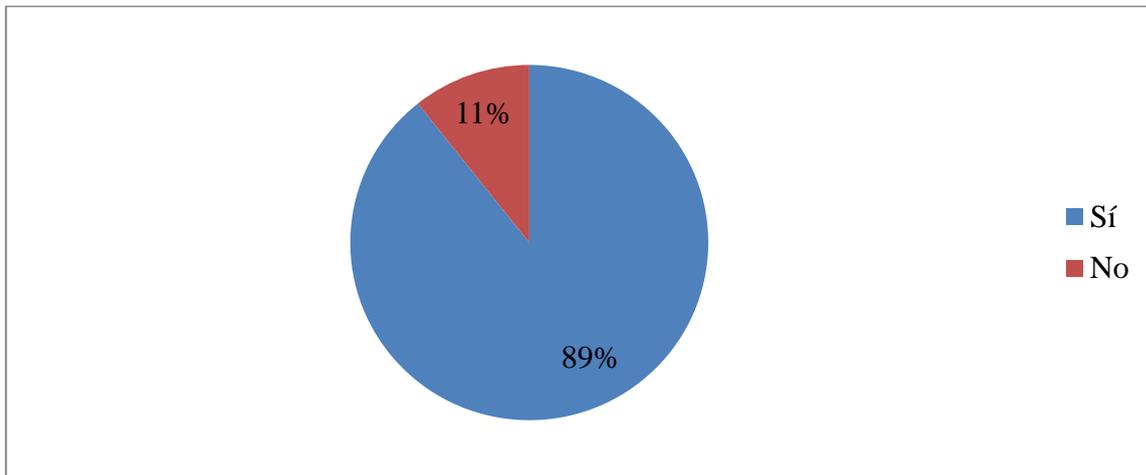
El 89,30% de los encuestados afirman que sí realizan préstamos bancarios durante las temporadas de bajo consumo, lo que puede originarse en un movimiento para inyectar liquidez en su economía, todo para poder seguir operando o reinvertiendo sus utilidades en pro de mejorar la producción, cabe recalcar que si bien muchos camaroneros pueden acceder a préstamos bancarios, esto se da por el largo historial crediticio de este sector y por los altos volúmenes de ventas que realizan todos los meses, los que los vuelve candidatos óptimos para un préstamo, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 17: Préstamos bancarios en las temporadas de poca demanda del camarón

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	267	89,30%
No	32	10,70%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 14: Préstamos bancarios en las camaroneras



Elaboración: El Autor, 2017

13.- ¿Con una mejor planificación, cree usted que se mejoraría el proceso, almacenamiento y distribución del camarón en las temporadas de bajo consumo?

El 98,66% de los encuestados cree que con una mejor planificación de operaciones, costos, negociaciones y calendarios sería posible mejorar la eficiencia en la camaronera. Los encuestados manifestaron que si bien no tienen problemas económicos aún existen muchos campos que corregir y mejorar, como por ejemplo el utilizar estas zonas o meses de poco consumo como una oportunidad de expandir el negocio, sea cambiando la matriz productiva del sector o buscando otros mercados que sí consuman el crustáceo en estas épocas, tanto por su valor exótico como por su estado natural, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

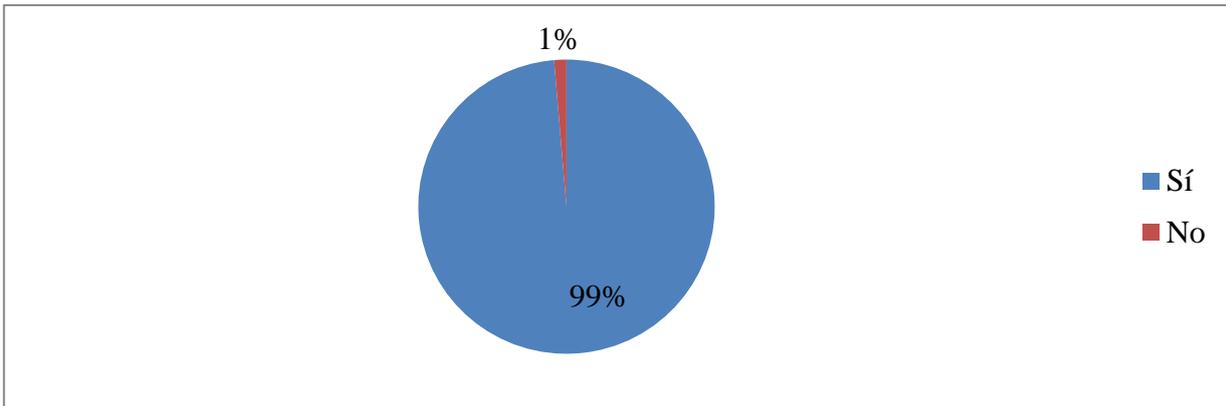
Tabla 18: Uso de la planificación como mejora del proceso productivo

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	295	98,66%
No	4	1,34%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

A continuación, se presenta de manera gráfica el cuadro descrito anteriormente:

Gráfico 15: Planificaciones financieras en la camaronera



Elaboración: El Autor, 2017

14.- ¿Usted realiza alguna planificación financiera para hacerle frente a las temporadas de baja demanda del camarón?

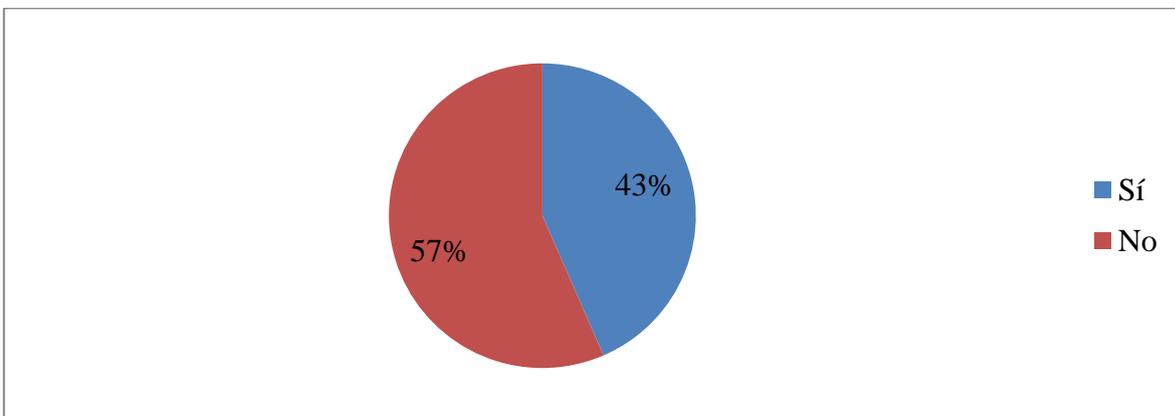
El 56,52% de los encuestados afirmó no realizar ninguna planificación financiera a largo plazo para hacerle frente a las temporadas de bajo consumo del camarón. Técnicamente existe una zona muy pequeña entre ambas respuestas, esto debido a que muchos camaroneros solo se financian con los préstamos bancarios o con los excedentes en las utilidades, por lo que no consideran necesaria una planificación en sí, no obstante el solo hecho de realizar transacciones con el sistema financiero y planificaciones operativas ya dan muestras de querer mejorar sus estrategias operativas con la aplicación de campos que no conocían en el pasado y debido a que se promueve capacitaciones financieras en el sector, están comenzando a interesarse, tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 19: Uso de la planificación durante las temporadas de bajo consumo

Respuesta	Frecuencia	Valor porcentual
Sí	130	43,48%
No	169	56,52%
Total	299	100%

Elaboración: El Autor, 2017

Gráfico 16: Planificaciones en temporadas de bajo consumo



Elaboración: El Autor, 2017

Discusión

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos en la recolección de información por medio de encuestas a los productores camaroneros de la ciudad de Machala se debe puntualizar lo siguiente:

Del objetivo específico “Identificar la realidad socioeconómica de las empresas camaroneras de Machala en los meses de febrero a octubre.” se puede analizar que las camaroneras de Machala tienen una economía estable debido a que realizan planificaciones, determinando las épocas de bajo consumo con las épocas regulares. El 85,95% indicó que conocen perfectamente las temporadas de bajo consumo por lo que ya están preparados de forma operativa para incrementar o reducir sus producciones cuando existe un bajo consumo del camarón. De acuerdo a los mismos encuestados, los meses entre noviembre y diciembre son intervalos de tiempo que se consideran de bajo consumo, debido al incremento de consumo de productos sustitutos.

Por otro lado, del objetivo específico “Descubrir las tendencias de los precios mediante encuestas a pequeños productores de camarón.” Se debe indicar que durante las temporadas de bajo consumo, el 83,61% de los acuicultores encuestados consideran que el precio se incrementa mientras que en épocas regulares de consumo, el 58,86% de los encuestados considera que el precio disminuye. Esto a razón de las leyes de oferta y demanda que establecen que mientras la demanda del camarón disminuya, el precio tiende a elevarse y mientras esta misma demanda del camarón aumente, el precio tiende a disminuir, claro está que existen factores importantes como la regulación de precios del Estado o la negociación con proveedores.

De acuerdo al objetivo específico “Analizar el impacto de las temporadas bajas de consumo en la realidad socioeconómica de las empresas camaroneras de Machala.” Se debe indicar que las empresas camaroneras están preparadas mediante planes de contingencia y calendarios de pesca, además a esto, realizan préstamos bancarios para aumentar la liquidez de sus operaciones en estas temporadas de bajo consumo, aunque no realizan una adecuada planificación financiera como lo demuestra el 56,52% de los encuestados. Es decir, las temporadas de bajo consumo de camarón no presentan una mayor incidencia en la realidad socioeconómica de los productores camaroneros de Machala porque se tienen planes de contingencia donde afrontan las posibles pérdidas por las ventajas bajas con los excesos en las ventas de meses que tienen un repunte en sus ingresos, siendo estos meses los que coinciden con la temporada playera.

Con todo este análisis se procede a ejecutar el objetivo general “Establecer la incidencia socioeconómica en las empresas camaroneras de Machala por los niveles de precio del camarón en las temporadas bajas de consumo.” Indicando que la realidad socioeconómica de los acuicultores de la ciudad de Machala es relativamente estable, el 85,62% de los encuestados consideran que recuperan la inversión en materiales y larvas en las temporadas de bajo consumo del camarón, por lo que mediante planificaciones logran diversificar el producto a fin de pausarlo o incrementarlo dependiendo de la época.

Para determinar el objetivo general “Establecer la incidencia socioeconómica en las empresas camaroneras de Machala por los niveles de precio del camarón en las temporadas bajas de consumo.” Se evaluaron las hipótesis planteadas, rechazando o aceptando de acuerdo a los datos analizados. La hipótesis específica “La temporada baja de consumo del camarón genera un movimiento de precios con tendencia alcista para el consumidor.” Es aceptada debido a que, como se ha demostrado en el análisis de los datos de la encuesta, el 83,61% de los encuestados indican que al existir una baja de consumo por parte de los consumidores, el precio comienza a elevarse a medida que el nivel de consumo comienza a disminuir, obedeciendo a las leyes de oferta y demanda. Por lo tanto, un nivel bajo de consumo si tiene una incidencia en los precios del camarón, por lo que estos comienzan a fluctuar hasta elevarse por la disminución de la demanda y como se explicó en el marco referencial, “al existir una disminución de la cantidad demandada el precio comienza a elevarse”.

Conclusiones

Las variaciones del precio, son consideradas como fluctuaciones irregulares por una parte de los encuestados, que indican que se debe a las negociaciones con los proveedores y el poder de mercado que presenten estas, originando un conflicto de intereses por comprar barato y vender caro hacia sus distribuidores mayoristas o detallistas, por lo tanto, en sentido general, los precios del camarón están a voluntad de las leyes de oferta y demanda que presenten en las épocas determinadas.

Desde otro punto de vista, la hipótesis específica “Los precios del camarón presentan una tendencia definida dependiendo de la temporada o ciclo.” Se debe indicar que es aceptada, aunque en los periodos de

consumo regular el 38,46% de los encuestados consideran que los precios son muy fluctuantes debido a las medidas políticas adoptadas por el gobierno o la negociación que realizan con los proveedores, lo que tiende a permitir variaciones en el precio, salvo por estas variables el precio se mantendría fijo de acuerdo a las leyes de oferta y demanda para cada época.

En otro orden de ideas, la hipótesis específica “Es evidente que las temporadas bajas de consumo del camarón incide en la fijación de precios de venta para los criaderos de camarón.” Es aceptada debido a que los resultados muestran que los empresarios de camarón fijan precios dependiendo de la época de consumo y del ciclo de reproducción del camarón, por lo que no pueden fijar un precio único para todo el año.

Por otro lado, se debe mejorar la planificación operativa y la planificación financiera con el fin de mejorar los procesos, hacer más eficiente las operaciones y con ello mejorar la estructura financiera de la camaronera. Además, es evidente que existe una estable situación socioeconómica porque los acuicultores indican que no existen despidos de trabajadores en las épocas de bajo consumo, lo que da lugar al análisis de la verdadera planificación que permita diversificar el gasto en temporadas donde los ingresos son escasos.

Por último, el 85,95% de los encuestados afirmaron conocer las diferentes temporadas o ciclos del camarón, en especial la temporada baja de consumo. Así mismo, el 79,60% considera al intervalo entre los meses de Noviembre a Enero como épocas de bajo consumo del camarón, es decir, periodos que hay que tener en cuenta para mejorar la eficiencia de sus operaciones. También, el 80,27% afirmó elaborar un calendario de pesca y cultivo del camarón lo que mejora y logra alcanzar rentabilidades altas frente a temporadas de bajo consumo local, por ello el 83,61% considera que el precio del camarón se incrementa durante las temporadas de bajo consumo, motivando el consumo de productos sustitutos más baratos, mientras que el 58,86% de los encuestados, consideraron que el precio disminuye cuando existe un consumo regular de camarón.

Bibliografía

1. Aguilar, J., Kapetsky, J., & Soto, D. (2015). *The Potential of Spatial Planning Tools to Support the Ecosystem Approach to Aquaculture*. Indiana: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
2. Alvarado, M. (Octubre de 2017). *Comercio internacional y acuicultura: caso del camarón en Ecuador*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar : <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5510/1/T2198-MRI-Alvarado-Comercio.pdf>
3. Álvarez, A. (2016). Marketing Industrial Vs Marketing de Consumo. *Linkedin*, 5.
4. Argandona, L. (Octubre de 2016). *Sector Camaronero: Evolución y proyección a corto plazo*. Obtenido de Revista Espol: <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/fenopina/article/view/100/107>
5. Arzola, J., Flores, L., Izabal, A., & Gutiérrez, Y. (2012). Crecimiento de camarón blanco (*Litopenaeus vannamei*) en un estanque rústico a baja salinidad. *AquaTIC*, 1-8.
6. Bahamonde, N., & Vila, I. (2012). *Sinopsis de la biología del camarón de Río Norte*. Santiago de Chile: Biología Pesquera.
7. Bernabé, L. (Noviembre de 2015). *Sector Camaronero: Evolución y proyección a corto plazo*. Obtenido de FCSH-ESPOL: <http://www.test.revistas.espol.edu.ec/index.php/fenopina/article/viewFile/100/107>
8. Cáceres, J. (2014). *Consumo inteligente: Todo lo que debes saber para comprar mejor y gastar menos*. Madrid: Penguin Random House Grupo Editorial.
9. Chamberlain, G. (2 de Febrero de 2012). *Cultivo sostenible de camarón: mitos y realidades*. Obtenido de Innovación.gob: <http://innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/287/Mitos%20Realidades.pdf>
10. CNA. (28 de Febrero de 2017). *Exportaciones por Mercado y País Comparativo acumulado a Febrero 2017*. Obtenido de Cámara Nacional de Acuicultura de Ecuador: <http://www.cna-ecuador.com/comercio-exterior/estadisticas/camaron>

11. Cubillo, J., & Blanco, A. (2014). *Estrategias de marketing sectorial*. Kansas: ESOC.
12. El Telégrafo. (16 de Marzo de 2017). 200 camaroneras en Muisne operan bajo concesiones gubernamentales renovables. *El telégrafo*, pág. 6.
13. Escudero, M. (2014). *El Mercado (Marketing en la actividad comercial)*. México: Pearson.
14. Esteves, D., & Romo, J. (21 de Noviembre de 2013). *Efecto de la política tributaria en materia de transferencia de precios en las empresas del sector camaronero ecuatoriano*. Obtenido de Espol: <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/30390/D-P11759.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>
15. FAO. (1 de Marzo de 2017). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura*. Obtenido de FAO.org: <http://www.fao.org/docrep/field/003/ab466s/ab466s03.htm>
16. Fares, M. I. (16 de Enero de 2016). *La comercialización del camarón ecuatoriano en el mercado internacional y su incidencia en el mercado de divisas*. Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduj/10295/1/TEISIS%20CORREGIDA%20MIFA%20fina%201.pdf>
17. Filose, J. (Enero de 2015). *La evolución del mercado del camarón*. Obtenido de Espol: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8747/1/15.pdf>
18. Galán, L. (2014). *Políticas de marketing internacional. COMM0110*. Kanas: IC Editorial.
19. Gali, J. (2014). *Consumicidío: Ensayo sobre el consumo (in)sostenible*. Kansas: Omnia Books.
20. Godínez, D., Díaz, A., & Gallo, M. (2012). Índice de desarrollo y supervivencia de larvas del camarón azul *Litopenaeus stylirostris* (Stimpson, 1871), alimentadas con diferentes concentraciones de *Chaetoceros calcitrans* (Paulsen). *Rccp*, 1-24.
21. Gudynas, E. (2015). *Extractivismos: ecología, economía y política de un modo de entender el desarrollo y la naturaleza*. La paz: CEDIB.
22. Janvry, A., & Glikman, P. (2014). *Encadenamientos de producción en la economía campesina en el Ecuador*. San José de Costa Rica: IICA.
23. Klimovsky, E. (2000). *Modelos básicos de las teorías de precios*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco.
24. Laniado, R. (Diciembre de 2012). *Evolución de los precios de camarón y su repercusión sobre el consumo*. Obtenido de Academia ABAD: http://abccam.com.br/site/wp-content/uploads/2012/01/EVOL_DO_PREO_DO_CAMA_E_REPERC_SOB_A_COMERCIALIZ_Rodrigo_Laniado.pdf
25. León, L., & Martínez, J. (Diciembre de 2012). *Caracterización y propuesta técnica de la acuicultura en parroquias urbanas del sector de Machala*. Obtenido de ESPOL: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/21725/1/Grupo%2003-%20Zona%20Machala%20-%20Tesis%20V6.pdf>
26. Maldonado, M., Rodríguez, J., & De Blas, I. (2012). *El camarón de cultivo frente al WSSV, su principal patógeno*. México: Aqua Tic.
27. Marín, N., Montiel, E., & Netelhon, N. (2014). *Evaluación de inversiones estratégicas*. Bogotá: INCAE.
28. Martí, J. (2014). *Cómo hacer un plan de empresa: Guía práctica para su elaboración y puesta en marcha*. Madrid: Profit Editorial.
29. Mestre, M., Ortega, M., Musoles, L., & Ramos, J. (2015). *Conflictos socio-ambientales de la acuicultura del camarón en Centroamérica*. Bogotá: Fundacio Ent.
30. Moncada, J., & Bilbao, L. (2014). *Integración y globalización: Ecuador, la segunda mitad del siglo XX*. Bogotá: Ediciones La Tierra.

31. Moreira, W. (2016). *Análisis evolutivo de las exportaciones de camarón hacia el mercado europeo desde el 2000 al 2015*. Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11607/1/Moreira%20Blacio%20Wilmer%20Arnaldo.pdf>
32. Odone, N., & Beltrán, C. (2014). *Diagnóstico de la cadena de camarón de cultivo en El Salvador*. México: Cepal.
33. Ordóñez, J. (Diciembre de 2013). *Análisis económico de la producción de tilapia de Ecuador y de la demanda de tilapia de Estados Unidos*. Obtenido de Biblioteca de la Universidad de Zamorano: <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/104/1/AGN-2008-T014.pdf>
34. Páramo, J. P., & Wolff, M. (2014). *Reproducción del camarón rosado Farfantepenaeus notialis(Decapoda: Penaeidae)en el Caribe colombiano*. Madrid: Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.
35. Perez, D. (1 de Septiembre de 2016). *Diseño de un convenio entre el Estado, con el pequeño y mediano productor camaronero, para su comercialización en el mercado internacional*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14146/1/tesis%20comercializacion%20%20de%20camaron%20David%20Perez%20final.pdf>
36. Quirola, W. (Septiembre de 2012). *Análisis de las exportaciones de camarón, atún y pescado, en el período 2003 - 2009*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/2942/T-PUCE-3238.pdf?sequence=1>
37. Segovia, C., & Sánchez, G. (2014). *Casos de marketing y estrategia*. México: EOC.
38. SENPLADES. (Octubre de 2013). *Diagnóstico socioeconómico y territorial de la provincia de El Oro*. Obtenido de Municipalidad del Oro: <http://www.eloro.gob.ec/wp-content/uploads/2013/12/diagsocprov.pdf>
39. Valverde, J., & Montoya, J. (2013). La experiencia del cultivo comercial de camarones marinos en estanques de producción en Costa Rica. *Revmar*, 1-5.
40. Vargas, A. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa. ADGD0210*. México: IC Editorial.
41. Vélez, A. (Noviembre de 2015). *Causas de la recuperación del sector camaronero 2014*. Obtenido de Repositorio digital Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9374/1/Tesis%20-%20Gabriela%20V%C3%A9lez%202.pdf>