



OSCAR RENÉ LOMAS REYES

Ingeniero Comercial Mención Finanzas y Licenciado Contador Público y Autorizado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra. Egresado de Maestría en Gerencia y Liderazgo Educativo por la Universidad Técnica Particular de Loja. Certificación en Formación a Potenciadoras y Operadoras de Negocios e Innovación, Competitividad, Productividad, Desarrollo de Unidades Productivas y Mejora de Gestión por la USAID. Docente Ocasional TC en la ECEYNCI de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)

Los Centros de Acopio de leche y las directa hacia las industrias lecheras de la provincia del Carchi-
Ecuador

(Entregado 31/10/2012 - Revisado 28/11/2012)

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

oscar.lomas@upec.edu.ec

Resumen

En la provincia del Carchi, la agricultura y la ganadería son actividades que se encuentran afianzadas y caminan en forma conjunta gracias a las condiciones físicas y climáticas que esta bella tierra mantiene; la producción lechera en este sector ha crecido impresionantemente arrojando resultados que han superado las expectativas de los pequeños y grandes productores de leche, trayendo consigo incertidumbre, angustia y hasta desesperación de como comercializar el producto, inclusive dando paso al apareamiento de grandes pérdidas por desperdicio, o por el simple aprovechamiento de los famosos salvadores de la crisis como son los intermediarios, que hacen uso de su poder económico y ofrecen precios de compra ínfimos a todos quienes se dedican a esta labor; sin embargo gracias a lo capacitación permanente de un grupo de estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, se crean mejores posibilidades de

capacidad organizativa como es la creación de centros de acopio, mismo que servirán como un punto de partida para realizar estrategias de comercialización directa a las industrias lecheras de la provincia, generando en las familias carchenses que se dedican a esta actividad lechera, mejores márgenes de utilidad, por ende mejores condiciones de vida.

Palabras clave: centros de acopio, comercia industrias lecheras, mejores condiciones de vida.

Abstract

In the county of Carchi, the agriculture and the cattle raising they are activities that are secured and they walk in combined form thanks to the physical and climatic conditions that this beautiful earth maintains; the production milkmaid in this sector has grown throwing results impressively that they have overcome the expectations of the small and big producing of milk, bringing gets uncertainty, it anguishes and until desperation of as marketing the product, inclusive opening the way to the emergence of big losses for I waste, or for the simple use of the famous saviors of the crisis like they are the middlemen that make use of its economic power and they offer tiny purchase prices to all who are devoted to this work; however thanks to the permanent qualification of a group of students of the Polytechnic State University of Carchi, feel better possibilities of organizational capacity as it is the creation of storing centers, themselves to serve as a starting point for direct marketing's dairies in the province, generating carchenses families engaged in this activity dairy, better profit margins, thus better conditions.

Keywords: collection centers, direct marketing's, dairies, better living conditions.

Introducción

Uno de los problemas más notorios que aquejan a los productores de leche de la provincia del Carchi-Ecuador, es el desconocimiento y la falta de capacitación por parte de los organismos gubernamentales y no gubernamentales, en lo que es estrategias de comercialización directa las industrias lecheras se refiere, ocasionando sobre producción de leche y pérdidas económicas muy significativas en las familias que se dedican a esta actividad, esto demuestra que existe una debilidad angustiosa en capacidad organizativa.

Existe la necesidad imperiosa de la creación de centros de acopio, de estrategias de comercialización directas, capacitaciones; que permitan la inserción de la cultura organizativa y de la asociatividad en la comunidad, mismo que genera crecimiento sustancial en el aspecto socioeconómico y político. Una vez detectadas las necesidades del sector motivo de la investigación, nace la iniciativa de un grupo de jóvenes estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi – UPEC, con un proyecto de vinculación donde acogen todas las dificultades detectadas, y es así que se propone la temática “Los centros de acopio de leche y las estrategias de comercialización directa hacia las industrias lecheras de la provincia del Carchi-Ecuador”.

El principal objetivo de este apartado es poner en práctica todo lo aprendido como: las estrategias de comercialización en forma directa hacia las industrias lecheras desde los centros de acopio establecidos en los sectores investigados, elevando el estatus de vida y por ende estado anímico y bienestar personal y familiar de quienes se dedican a esta actividad comercial.

Metodología

Una vez aprobado el proyecto “Los centros de acopio de leche y las estrategias de comercialización directa hacia las industrias lecheras de la provincia del Carchi-Ecuador”; se procedió a estructurar una agenda de y trabajo por parte de los estudiantes de la UPEC, para la intervención

directa en los lugares y personas identificados como productores de leche en la provincia del Carchi, que para el caso de vinculación eran 22 hombres y 4 mujeres, denominados como beneficiarios. (Observar el GRÁFICO N° 1)

Como parte de la metodología también se elaboró una matriz de planificación de vinculación por parte de los estudiantes del décimo nivel: 2 mujeres y 3 hombres (observar el GRÁFICO N° 2), del período académico tarde, de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, misma que hace referencia a las actividades a realizarse durante todo el proceso de vinculación con la colectividad, con sus respectivas horas de ejecución que para el caso de estudio fueron 320.

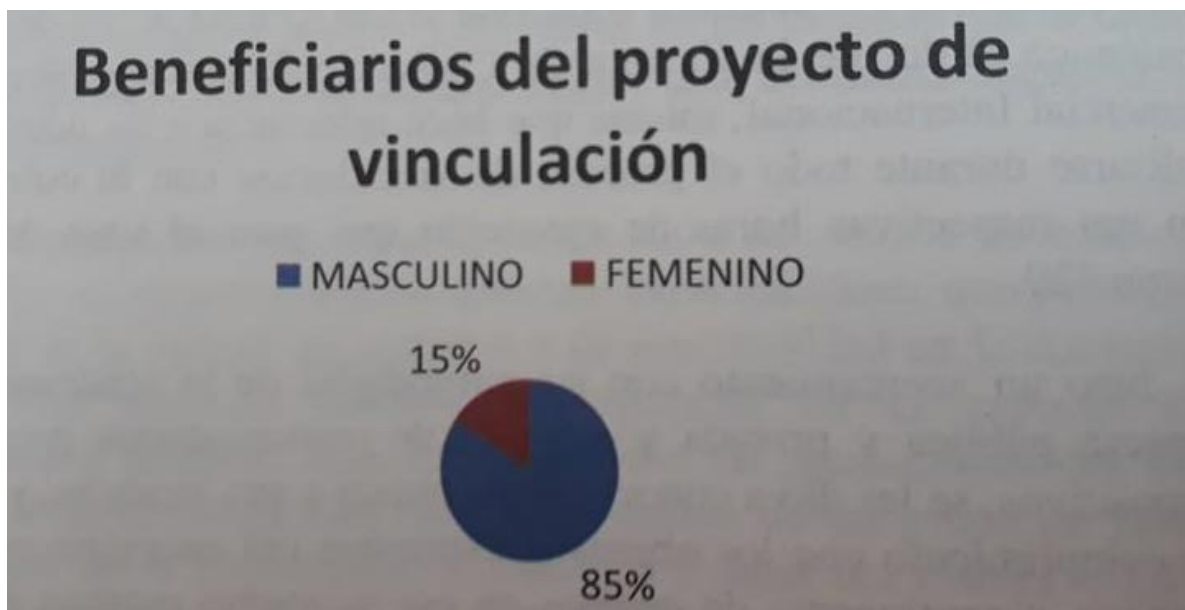
Se hizo un acercamiento con las autoridades de la academia, de la empresa pública y privada y a través de conversatorios proactivos y propositivos, se les dio a conocer la propuesta y sus alcances, y que para dar cumplimiento con los objetivos expuestos era necesario contar con el apoyo y contingente de quienes en ese momento estaban dirigiendo las instituciones. La capacidad organizativa de los productores con miras a la busca de estrategias de comercialización era nula, por lo que se arrancó con la puesta en marcha de la conformación de una directiva entre los beneficiarios, que es el punto de partida hacia el sentido de trabajo en equipo y en asociatividad, que conducen a las buenas prácticas de negociación y por ende al establecimiento de estrategias de comercialización.

Se realizaron varios talleres comunitarios, que iban fortaleciendo los conocimientos en lo que respecta a: organización, asociatividad, trabajo en equipo, estrategias de comercialización, el mercado, la oferta y demanda, y las oportunidades que genera la información precisa, veraz y oportuna en tiempos y espacios adecuados. Todo el proceso de capacitación se encuentra sustentado y abalizado por Constancia, Técnicas Utilizadas en las Asociaciones.

Entregado al MAGAP, Informe de Actividades. Matriz de Evaluación

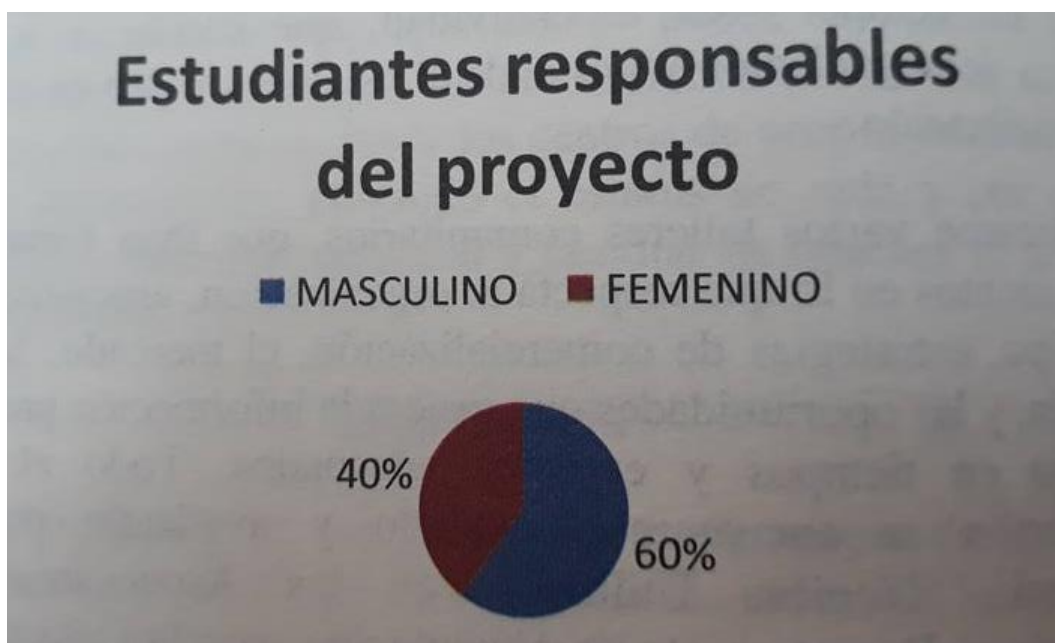
de Vinculación con la Colectividad, Proyecto Final y Certificado de Participación; documentación que pude ser verificada en la Secretaria de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal de Carchi.

GRAFICO N° 1



FUENTE: DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO DE VINCULACIÓN ELABORADO POR: Ing. OSCAR LOMAS REYES

GRÁFICO N°2



FUENTE: DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO DE VINCULACIÓN ELABORADO POR: Ing. OSCAR LOMAS REYES



Foto N°1: Presentación de los estudiantes responsables de la vinculación



Foto N°2: Capacitación sobre la comercialización.

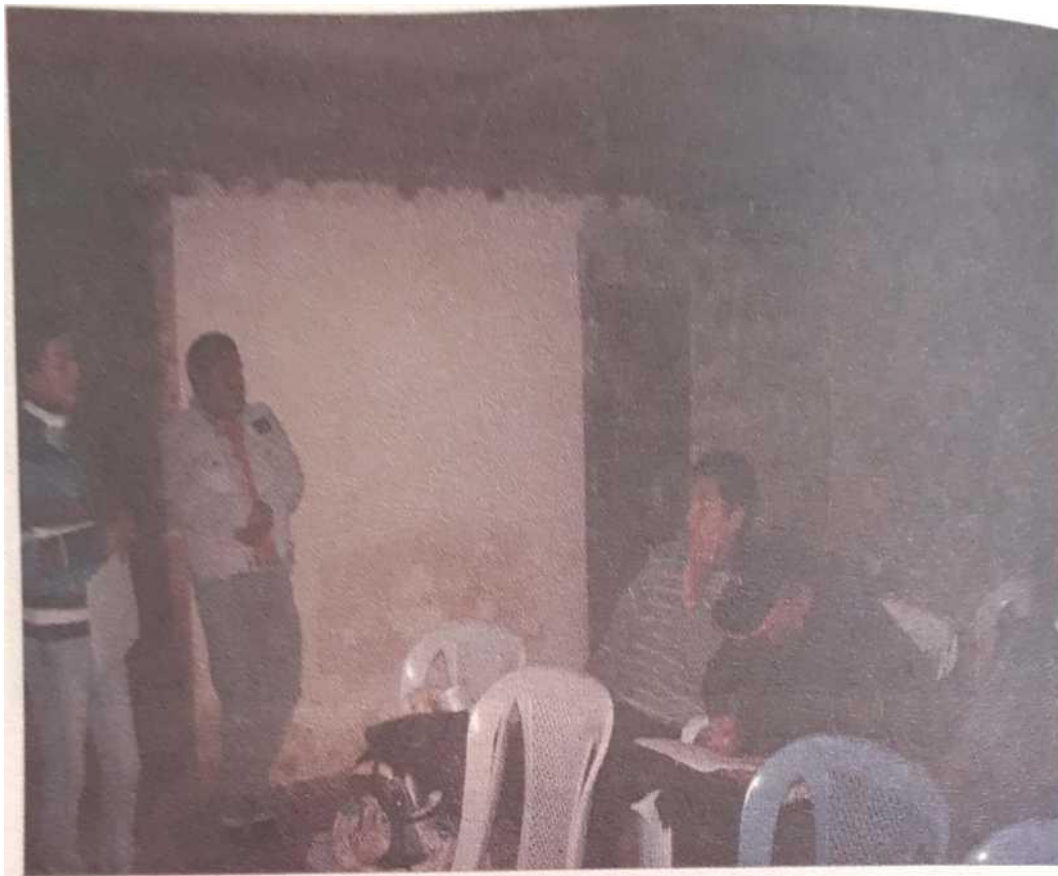


Foto N° 3: Firmas de respaldo que abalizan la asistencia de los beneficiarios a la capacitación.



Foto N ' 4: Grupo de trabajo en acción



Foto N° 5: Utilización de las TICs en las capacitaciones





Foto N°6 y 7: Entrega de las invitaciones para la capacitación.



Foto N° 8 En la Asociación PRODUCTORA Y COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA DE TAYA (URBINA).



Imagen N°1:

Certificado de participación

Resultados

Los resultados que arroja producto de la investigación fueron: 26 productores capacitados de las Asociaciones: Productora y Comercialización Agropecuaria de Taya, 20 de marzo, Sendero de Campo Fértil, en la aplicación de Estrategias de Comercialización de forma directa desde los Centros de Acopio hacia las Industrias Procesadoras de Leche de la Provincia del Carchi. (Ver TABLA N° 1 y GRÁFICO N° 3).

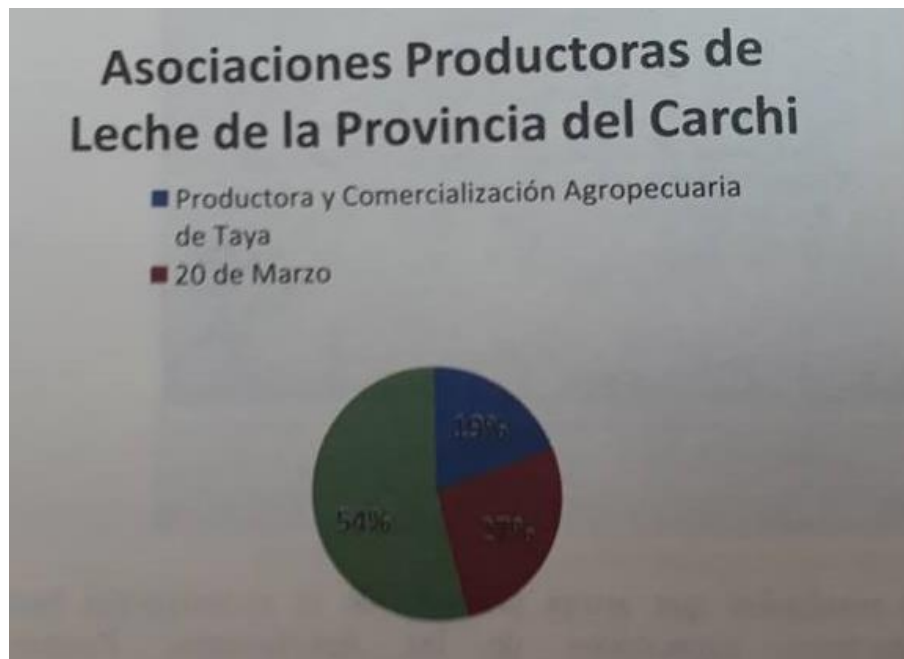
N°	Nombre de las Asociaciones	Número de Personas Capacitadas
1	Productora y Comercialización Agropecuaria de Taya	5
2	20 de marzo	7
3	Sendero de Campo Fértil	14

FUENTE: Datos informativos del proyecto de vinculación

Elaborado por: Ing. Oscar Lomas Reyes



GRÁFICO N°3



FUENTE: Datos informativos del proyecto de vinculación

Elaborado por: Ing. Oscar Lomas Reyes

Todos los productores de leche de la provincia del Carchi ampliaron conocimientos en las temáticas de: oferta, factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por los fabrica o productores, precio del producto, precio de los factores, la tecnología las expectativas; demanda, ley de la demanda, demandante y oferente, producto; apegado a las realidades, características, y necesidades y cada sector, fortaleciendo así la capacidad de discernimiento y toma de decisiones claras y oportunas, administrando, controlan direccionando de mejor manera su capacidad productiva de leche conduciendo así a una buena práctica de estrategias de comercialización hacia las industrias lecheras de la provincia del Carchi, esto *menos* desperdicio y por ende mayor rentabilidad. (Ver TABLA N° 2

TABLA N° 2

	SUBTEMAS TRATADOS	LOGROS ALCANZADOS
OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> • Factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por los fabricantes o productores, • Precio del producto. • Precio de los factores. • La tecnología. • Las expectativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de discernimiento empresarial. • Toma de decisiones claras y oportunas, • Capacidad organizativa. • Buenas prácticas de estrategias de comercialización hacia las industrias lecheras de la provincia del Carchi.
DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de la demanda. • Demandante y oferente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimización de recursos económicos, financieros.
COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • El producto • Ventajas competitivas • Estrategias • Intercambios comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de rentabilidad • Mejores condiciones de vida.

Elaborado por: Ing. Oscar Lomas

También se consiguió establecer la capacidad organizativa institucional, a través de la conformación de la primera directiva Ínter asociaciones, misma que consta en actas, dando paso al apareamiento de la estructura asociativa y al sentido de trabajo en equipo.

Se logro consolidar el intercambio de experiencias en el campo laboral entre las asociaciones, instituciones como el MAGAP, FLORAL, Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia del Carchi y las Industrias Lecheras reconocidas, enriqueciendo los conocimientos y lo procesos de comercialización.

Discusion

Al iniciar este trabajo de investigación, primaba la practica empírica experiencial por parte de los productores de leche de la provincia del Carchi hacia las Industrias Lecheras, practica que por cierto fortalece lo tecnologia, sin embargo esta, confundía al productor de que se elucubraba, se estima que existía una sobre producción de leche en los sectores investigados misma que la apostre se convertía en pérdidas económicas cuantiosas, debido al desconocimiento de estrategias de comercialización en forma directa hacia las grandes industrias locales ocasionando reacciones en el mudus vivendi de la gente como: desesperación, angustia, impotencia; sintiéndose solo y desprotegidos frente a las exigencias del siglo XXI, como el la innovación, emprendimiento, la globalización, repositorios informativos que se encuentran a un solo clic de innumerables datos que son relevantes en el momento de una toma de decisiones; los productores se encontraban como en un estado catatónico, perdidos en el tiempo y el espacio sin embargo gracias a la gran iniciativa de un grupo de estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, se da un paso significativo en el aspecto informativo, técnico, a través de capacitaciones permanentes en temáticas que van fortaleciendo las relaciones comerciales, interinstitucionales, transformando la sobreproducción de leche en producción óptima, generando ganancias acordes a las inversiones realizadas, el producto ubicado al ciento por ciento en el mercado local, generando aspectos propositivos y cambios sustanciales en lo personal, en lo familiar, en lo institucional, dando paso al buen vivir que no es más que sentirse a gusto y satisfecho con lo que se hace.

Conclusiones

Los productores de leche de la provincia del Carchi a través de capacitaciones recibidas por parte de los estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, mejoraron las relaciones comercial en lo que se refiere a estrategias de comercialización directa hacías las Industrias Lecheras.

El modus vivendi de los productores de la provincia del Carchi tuvo un impresionante a ratz de la aplicación de las estrategias de comercialización, llegando a un mutuo acuerdo de negociación ron h, grandes industrias. "

Se fomentó en los productores de la provincia, la cultura organizativa.

Se evidencia el establecimiento de compromisos interinstitucionales entre los productores de leche y las grandes industrias de la provincia del Carchi

