

COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS CON IDENTIDAD TERRITORIAL: UN ESTUDIO DE CASO EN ECUADOR

PRODUCTION COSTS OF PRODUCTS WITH TERRITORIAL IDENTITY: AN ECUADORIAN CASE STUDY

Iván Rodolfo Jacho Sánchez ^{1*}

¹ Unidad de Admisión y Nivelación, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5175-7132>. Correo: ijacho@uteq.edu.ec

Margarita Clemencia Ullon Perez ²

² Unidad de Estudios a distancia, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4302-8874>. Correo: mullon@uteq.edu.ec

Jimmy Rafael Landaburu Mendoza ³

³ Facultad Ciencias Sociales Económicas y Financiera, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0327-343X>. Correo: jlandaburu@uteq.edu.ec

Lorena Vanessa Arboleda Castro ⁴

⁴ Facultad Ciencias Empresariales, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5684-3734>. Correo: lorewal26@gmail.com

* Autor para correspondencia: ijacho@uteq.edu.ec

Resumen

La investigación se realizó en la Asociación Agro-productiva “Las Güaijas”, de la Parroquia Puerto Pechiche, cantón San Francisco de Pueblo Viejo, perteneciente a la Provincia de los Ríos, Ecuador. Se aplicó una encuesta a los habitantes del Recinto Las Güaijas para determinar los productos con mayor identidad territorial. A partir de esta información se procedió a determinar los costos de producción del producto percibido como el de mayor identidad territorial según la muestra encuestada. Los alimentos regionales se conceptualizan como una forma de capital cultural con el potencial de aprovechar beneficios sociales y económicos más amplios para las áreas rurales locales, y varios estudios empíricos han indicado que los

alimentos regionales pueden desempeñar este papel. El mecanismo de influencia clave empleado en este enfoque es un esquema de calificación o certificación de base territorial, que define los estándares de producción y suministro que son beneficiosos para el estatus socioeconómico del área, señalados claramente a los compradores por medio de una marca. Nuestros resultados permiten concluir que desde el punto de vista económico es factible crear una marca arroceras asociada con la identidad territorial del cantón San Francisco de pueblo viejo que se convierta en un motor impulsor de la economía local.

Palabras clave: desarrollo local; economía local; activación económica; alimentos; arroz.

Abstract

The investigation was carried out in the Agro-productive Association "Las Güaijas", of the Puerto Pechiche Parish, San Francisco de Pueblo Viejo canton, belonging to the Los Ríos Province, Ecuador. A survey was applied to the inhabitants of the Las Güaijas Campus to determine the products with the greatest territorial identity. Based on this information, we proceeded to determine the production costs of the product perceived as the one with the greatest territorial identity according to the sample surveyed. Regional foods are conceptualized as a form of cultural capital with the potential to harness broader social and economic benefits to local rural areas, and several empirical studies have indicated that regional foods can play this role. The key influencing mechanism employed in this approach is a land-based qualification or certification scheme, which defines production and supply standards that are beneficial to the socio-economic status of the area, clearly signaled to buyers by branding. Our results allow us to conclude that from the economic point of view it is feasible to create a rice brand associated with the territorial identity of the San Francisco de Pueblo Viejo canton that becomes a driving force for the local economy.

Keywords: local development; local economy; economic activation; food; rice.

Fecha de recibido: 03/01/2022

Fecha de aceptado: 05/05/2022

Introducción

En la actualidad a partir de distintas experiencias se presentan tendencias desarrollistas, que están en función de promover las relaciones económicas y sociales, la innovación y el crecimiento de la producción a nivel local. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible presenta una visión hacia la necesidad del desarrollo sostenible en lo económico, social y ambiental, que pone en el centro al hombre dentro de un crecimiento económico inclusivo (Naciones Unidas, 2018). El desarrollo económico local ha encontrado espacios para la adecuación y reproducción de sus capacidades y prácticas productivas y distributivas. Al mismo tiempo, el desarrollo local no está exento de una serie de amenazas y limitantes derivadas de las transformaciones productivas, institucionales y de explotación de los territorios” (Hernández y Vejar, 2016, p.10). El desarrollo

local ha traído consigo que los distintos territorios se transformen en los centros de gestión para el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes que allí residen. Este proceso permite explorar el potencial de cada lugar, desarrollarlo y propiciar la inserción de la economía local en la economía nacional (Diez et al., 2014).

Las tendencias en la búsqueda de soluciones a problemas del desarrollo dentro del contexto global actual encuentran en el modelo de desarrollo local una respuesta alternativa a la activación económica y la necesaria subsanación de las problemáticas sociales inherentes a su coexistencia (Olazabal et al., 2021, p.29). El modelo de desarrollo local se adapta a las características internas de cada territorio con el objetivo de transformar el sistema económico productivo de la localidad, diversificarlo y hacerlo competitivo a partir de un aumento de la producción y el fomento de una cultura emprendedora (Segura y Ortega, 2019).

Los avances del modelo de desarrollo que se implemente en el territorio dependerán en gran medida de la adecuada integración de elementos culturales autóctonos y de la potenciación de los productos con identidad territorial que se pongan a disposición de la estrategia de desarrollo (Olazabal et al., 2021). El territorio ha sido enmarcado como categoría cuando se trata de un enfoque regional de desarrollo. En dicho enfoque se combinan los elementos sociales y su dimensión dependerá del control y la apropiación que se tenga sobre los recursos territoriales (Agwen, 2018). La tierra constituye sin dudas la base material del desarrollo de los diferentes proyectos que se quieran establecer como identidad. Es importante destacar que un espacio por sí solo no constituye un territorio. Un espacio solo adoptará la categoría de territorio cuando las personas se apropien de este, lo controlen y organicen en función de satisfacer sus necesidades (Raffestin y Butler, 2012).

La identidad en los espacios rurales se puede alimentar de la conservación de ciertas formas de relacionamiento familiar que sirven como instrumento de defensa del territorio. La identidad cultural de un territorio conlleva consigo misma la defensa de la propiedad y estructura de la tierra, así como de las prácticas de producción agrícola más favorables para los involucrados (Pérez y Avendaño, 2021, p. 82). Varias organizaciones campesinas ingresan a diferentes programas que ofrece el gobierno nacional con el fin de obtener ayuda para sus socios. Sin embargo, en la mayoría de los casos los miembros de dichas organizaciones tienen inconvenientes al momento de vender su producción, entre otras razones porque sus productos carecen de una identidad que los haga competitivos. Para dar valor a un producto mediante la identidad cultural del territorio donde este se produce se hace necesario estimular lazos de identidad y cooperación basados en el interés común de proteger, valorizar y capitalizar lo que un determinado territorio tiene (Flores, 2008). Dentro de los determinantes identitarios de un territorio están sus especificidades culturales, tipicidades, sus recursos naturales y su patrimonio ambiental, las prácticas productivas y potencialidades económicas.

En ese espacio de relaciones sociales, en el cual se ha creado un sentido de pertenencia sobre su identidad territorial, debe existir el control como una forma participativa de la comunidad para hacer un uso eficiente y efectivo de sus recursos. En este sentido es necesaria la generación de informes contables para que de esta manera el control en la organización territorial sea responsabilidad de todos (Gil, 2019). Flores (2008) enfatiza en el impacto que tienen los procesos control contable en la resolución de los problemas productivos siempre y cuando este esté amparado en el compromiso colectivo de los actores y se convierta en un proceso de gestión

territorial sostenible. Como resultado del control, la gestión colectiva y sostenible del territorio emerge lo local como estrategia y se obtienen productos diferenciados y que pasan a ser la base de la competitividad del territorio. El inmenso potencial que tiene el modelo de desarrollo local basado en productos agrícolas diferenciados y ligados a una identidad territorial ha propiciado que en los últimos años varios autores estudien y analicen la economía de proximidad que se da entre productores y consumidores en dichos escenarios. Estos estudios han mostrado cómo se produce un tránsito de actividades rutinarias arraigadas a los territorios hacia formas institucionales de valoración de los productos, tanto en sus aspectos económicos, como en los referentes a su identidad (Torres, 2018, p. 63).

A partir de este contexto, el presente trabajo propone determinar los costos de producción de productos con identidad territorial como parte de un asesoramiento financiero y tributario a productores de los sectores rurales del cantón San Francisco de Pueblo Viejo y las zonas de influencia de la Universidad Técnica de Quevedo (UTEQ), Ecuador en la Parroquia Puerto Pechiche. Las encuestas realizadas a los habitantes del Recinto Las Guaijas permitieron determinar que los productos con mayor identidad territorial son el arroz y el maíz, reconocidos por el 54% y 27% de los encuestados, respectivamente. A partir de esta información se procedió a determinar los costos de producción del producto percibido como el de mayor identidad territorial según la muestra encuestada. Los resultados arrojaron que la utilidad neta por quintal de arroz vendido puede estar alrededor de los 9,14 USD sobre lo cual podría obtenerse hasta un 2% por valor asociado a la identidad (valor de la marca).

Materiales y métodos

La investigación se realizó en la Asociación Agro-productiva “Las Güaijas”, de la Parroquia Puerto Pechiche, cantón San Francisco de Pueblo Viejo, perteneciente a la Provincia de los Ríos. El estudio responde a un enfoque cuantitativo desarrollado a partir de la recolección y análisis de datos cuantitativos con el propósito de caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. En nuestro caso, dicho fenómeno estuvo relacionado con los costos de producción de productos agrícolas con le objetivo de que la evidencia recabada sirva de base para la implementación de una estrategia de desarrollo local basada en la identidad territorial.

La muestra se calculó para un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %. A partir de una población de 355 habitantes del recinto, se obtuvo un tamaño muestral de 186 habitantes, a los cuales se les aplicó una encuesta que estuvo conformada por un cuestionario de preguntas estructuradas y cerradas para determinar el producto agrícola con mayor potencial para impulsar un modelo económico basado en la identidad territorial. Sobre la base de los resultados obtenidos se realizó un análisis de costos de producción del producto agrícola identificado. En los costos se incluyeron: el arriendo del terreno, las labores culturales, insumos agrícolas, mano de obra y gastos en transportación. Estos costos fueron correlacionados con los beneficios obtenidos a partir de la venta de la producción.

Resultados y discusión

Caracterización sociodemográfica de la muestra

En este apartado se describen las características sociodemográficas de la muestra encuestada (186 habitantes del recinto). En la Figura 1 se muestra la distribución de género dentro de los encuestados. Es importante destacar la importancia de que el género femenino haya estado representado en un 39%. De acuerdo a Sanchez y Davis (2010), las mujeres tienen a prestar más atención a los aspectos de identidad territorial que los hombres. Este elemento es de vital importancia a la hora de juzgar la veracidad de los resultados sobre la percepción de la identidad territorial por cultivos que se presenta más adelante en este trabajo.

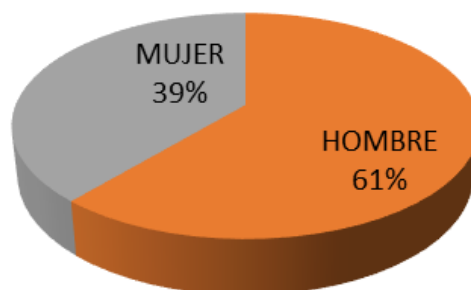


Figura 1. Distribución del género de los encuestados.

En la Figura 2 se muestra la distribución de edades de los encuestados. Como se observa en la figura, fue posible contar con la participación de lugareños de los distintos rangos etarios dentro de la población económicamente activa.

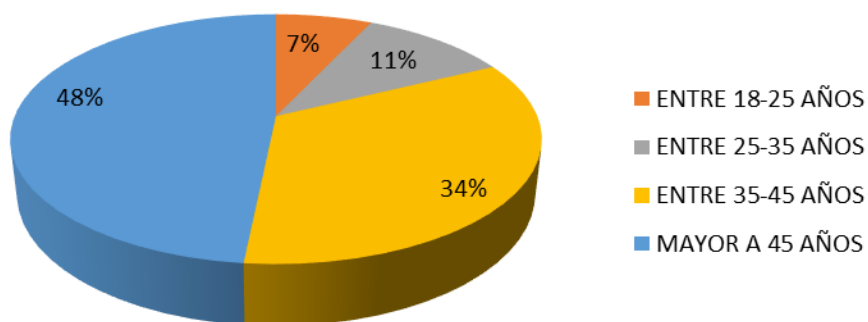


Figura 2. Distribución de las edades de los encuestados.

Marinelli et al. (2014) en un estudio sobre las percepciones respecto a la identidad territorial del cultivo de la uva en Toscana, Italia observaron que los aspectos territoriales tales como la identidad, el valor de los productos y la actitud a emprender en estos varía con la edad de los encuestados. Estos autores encontraron que con el paso de los años las personas tienden a percibir de mayor manera el valor territorial de los productos y por consiguiente su voluntad a pagar por estos aumenta. La mayor percepción sobre el valor territorial se encontró en el grupo etario de 35 a 45 años (Marianelli et al., 2014).

Percepción sobre la identidad territorial de los cultivos de la zona

Al preguntarle a los encuestados sobre cuál es el producto que consideran encierra de mayor manera la identidad de su territorio, el 54% de esto coincidió en que ese producto es el arroz tal y como se muestra en a Figura 3.

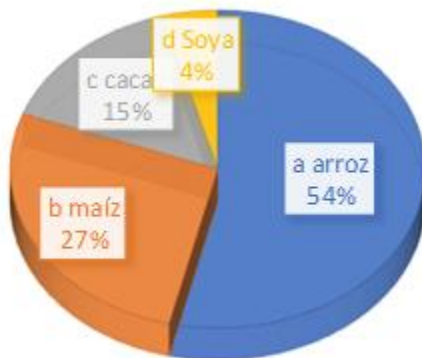


Figura 3. Percepción de los encuestados sobre el producto con mayor identidad territorial para la Asociación Agro-productiva “Las Güaijas”.

Dentro del marco teórico de los distritos industriales, clusters y Sistemas de Producción Local surgió en Francia, en la década de los años noventa, un nuevo enfoque de análisis de la organización nombrado Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL). El SIAL plantea una clara y profunda interrelación entre el territorio y los alimentos y la evolución del anclaje territorial de las actividades productivas (Tolentino, 2014). En varios lugares del mundo se han implantado SIALs con base en la producción arroceras, tal es el ejemplo de Sevilla en España (Aguilar et al., 2012), Vietnam y México (de la Vega et al., 2019). Con base a esas experiencias, el próximo paso en nuestra investigación fue realizar un análisis de costo de la producción arroceras en para en base a el cantón San Francisco de pueblo viejo y con ello explorar la factibilidad de implantar un SIAL.

Análisis de costos para la producción del producto con mayor identidad territorial: el arroz

En la Tabla 1 se muestra el análisis de la estructura de costos asociados con la producción arroceras en el cantón San Francisco de pueblo viejo.

Tabla 1. Análisis de los componentes de la estructura de costos de la producción arroceras en el cantón San Francisco de pueblo viejo.

Tarea	Ítem	Cantidad/ Ha	Unidad	Valor Unitario (\$)	Sub Total (\$)
Preparación de suelo	Barbecho químico	3.5	Lt	\$ 3.00	\$ 10.50
	T./Barra fumigadora	1.0	Ha	\$ 8.00	\$ 8.00
	T./Rastra discos	2.0	Ha	\$ 20.00	\$ 40.00
	T./Vibro-cultivador	1.0	Ha	\$ 9.00	\$ 9.00

	T./Rodon	1.0	Ha	\$ 35.00	\$ 35.00
Siembra	Semilla corriente	1.0	Kg	\$ 18.00	\$ 18.00
	Desinfectante semilla: Vincit	0.3	Lt	\$ 5.00	\$ 1.50
	Mezcla	4	Kg	\$ 2.00	\$ 7.60
	Maq. Sembradora	1.0	ha	\$ 20.00	\$ 20.00
	Mano de obra	2.0	j/h	\$ 9.00	\$ 18.00
	Aplicación de Herbicida emergencia	Herbicida hoja ancha (MCPA 750 SL)	0.8	lt	\$ 6.00
Herbicida hoja ancha (Ajax)		2.00	gr	\$ 8.00	\$ 16.00
Surfactante (Silwett L-77 AG)		0.3	lt	\$ 14.40	\$ 4.32
T./Barra fumigadora		1	ha	\$ 8.00	\$ 8.00
Aplicación acortador entrenudos	Modus	0	lt	\$ 30.50	\$ 12.20
	T./Barra fumigadora	1	ha	\$ 8.00	\$ 8.00
	Mano de obra	0.3	j/h	\$ 10.00	\$ 3.00
Fertilización	Urea granulada 1ª aplicación	11.5	kg	\$ 15.60	\$ 179.40
	Urea granulada 2ª aplicación	11.5	kg	\$ 18.50	\$ 212.75
	T./Trompo Abonador	2.0	ha	\$ 8.00	\$ 16.00
Aplicación fungicida	Tacora Mas	0.8	lt	\$ 10.00	\$ 8.00
	T./Barra fumigadora	1.0	ha	\$ 7.43	\$ 7.43
	Mano de obra	0.2	j/h	\$ 10.00	\$ 1.50
Cosecha	Mano de obra	1.0	j/h	\$ 10.00	\$ 10.00
	T./cosecha	15.0	ha	\$ 10.00	\$ 150.00
Flete (70 km)	Flete venta local	1	kg	\$ 6.00	\$ 6.00
TOTAL COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN (\$/HA.)					795.00

En base a los resultados que se muestran en la Tabla 1, fue posible obtener la relación costo utilidad neta por kilogramo de arroz vendido que se muestra en la Tabla 2. Como se puede apreciar, el margen de utilidad máxima puede llegar a representar el 48,6% de las ventas totales cuando los volúmenes de ventas alcanzan

los 91 kg. Estos valores demuestran que el sistema de producción arrocerero en el cantón San Francisco de pueblo viejo es altamente rentable y que supera los márgenes de beneficio reportado para otros sistemas locales de producción agrícola. En el caso de Perú por ejemplo se reporta un margen de utilidad neta del 11,8 para ventas que sobrepasan los 50 kilogramos (Panduro, 2018).

Tabla 2. Utilidad neta por kilogramo de arroz comercializado según los costos de producción establecidos para el cantón San Francisco de pueblo viejo.

Unidades (kg)	Ventas (USD)	Costo de producción (USD)	Margen de utilidad (%)	Utilidad neta (USD)
26	650,00	640,86	1,4%	9,14
39	975,00	746,29	23%	228,71
52	1.300,00	851,72	34,4%	448,28
65	1.625,00	957,15	41,1%	667,85
78	1.950,00	1.062,58	45,5%	887,42
91	2.275,00	1.168,01	48,6%	1.106,99

Es importante destacar que varios estudios muestran que el margen de utilidad neta puede incrementarse en hasta un 2% en productos con identidad territorial gracias a la valorización de la marca (Daldanise, 2020).

Conclusiones

Las particularidades culturales alguna vez podrían haber sido consideradas una desventaja en el mundo estandarizado modernista; pero los bienes culturales ahora se ven cada vez más como todo lo contrario: una fuente para nuevas economías regionales, impulsadas por el mundo actual impulsado por los medios para presentar diferencias y alternativas. Los alimentos regionales se conceptualizan como una forma de capital cultural con el potencial de aprovechar beneficios sociales y económicos más amplios para las áreas rurales locales, y varios estudios empíricos han indicado que los alimentos regionales pueden desempeñar este papel.

El mecanismo de influencia clave empleado en este enfoque es un esquema de calificación o certificación de base territorial, que define los estándares de producción y suministro que son beneficiosos para el estatus socioeconómico del área, señalados claramente a los compradores por medio de una marca.

Nuestros resultados permiten concluir que desde el punto de vista económico es factible crear una marca arrocerera asociada con la identidad territorial del cantón San Francisco de pueblo viejo que se convierta en un motor impulsor de la economía local.

Referencias

- Agnew, J. (2018). Evolution of the Regional Concept. In: Paasi *et al.* (2018). Handbook on the Geographies of Regions and Territories. Editorial Edward Elgar. ISBN: 178536797. p. 23-33. <https://es.b-ok.lat/book/3629577/e9fa19Cheltenham>, uk y Northampton, ma, usa: Edward Elgar Publishing.
- Aguilar C., E., Felizón R., P., & Navarro L., J. (2012). Parques naturales y sistemas de producción de calidad: el caso del arroz en la Comarca de Doñana (Sevilla). En: Baena *et al.* (2012). Investigando en rural, ISBN 978-84-92870-81-3, p. 271-279. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6120244>
- Daldanise, G. (2020). From place-branding to community-branding: A collaborative decision-making process for cultural heritage enhancement. *Sustainability*, 12(24),10399. <https://doi.org/10.3390/su122410399>
- de la Vega L., A. C., Rodríguez L., B., & Clausing, P. (2019). Sistemas productivos campesinos y la integración al mercado en un mundo neoliberal: estudios de caso del delta del Mekong (Vietnam) y Veracruz (México). En: Durán, L., Nygren, A., de la Vega L. (2019). Naturaleza y neoliberalismo en América Latina. ISBN: 978-607-30-2223, México. https://www.academia.edu/42962882/Ecologia_y_neoliberalismo_en_America_Latina
- Diez, J., Gutiérrez, R., & Pazzi, A. (2014). ¿De arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba? Un análisis crítico de la planificación del desarrollo en América Latina. Geopolítica(s). *Revista de Estudios sobre Espacio y Poder*, 4(2), 199-235. https://doi.org/10.5209/rev_GEOP.2013.v4.n2.41460
- Flores, M. (2008). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *OPERA*, 7, 35-54. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/download/1183/1122/4204>
- Gil, J. (2019). Aportes introductorios para un enfoque crítico sobre la auditoría de cuentas en la gobernabilidad neoliberal. *Contabilidad Y Auditoría*, (49). <https://ojs.econ.uba.ar/index.php/Contyaudit/article/view/1338>
- Hernández, J., & Vejar, D. J. (2016). Presentación: Desarrollo Económico Local en América Latina: Desafíos, perspectivas y tensiones. *Revista CUHSO*, 26(2), 9-13. <https://doi.org/10.7770/cuhs0.v26i2.1153>
- Marinelli, N., Fabbrizzi, S., Sottini, V. A., Sacchelli, S., Bernetti, I., & Menghini, S. (2014). Generation Y, wine and alcohol. A semantic differential approach to consumption analysis in Tuscany. *Appetite*, 75, 117-127. DOI: 10.1016/j.appet.2013.12.013
- Naciones Unidas (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf

- Olazabal A., M. A., Rodríguez M., V. & González F., R. (2021). La identidad cultural como recurso local y su integración a la gestión del desarrollo territorial. *Retos de la Dirección*, 15(1), 27-60. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552021000100027&lng=es&tlng=es
- Panduro V., L. A. (2018). Plan de negocios para determinar la viabilidad de una marca propia de arroz para la Empresa Molino Imperio SAC dentro del mercado peruano. Tesis de Maestría. Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/168642>
- Pérez S., J. S., Avendaño A., J. A. (2021). Claves desde lo rural sobre desarrollo territorial. Una mirada al municipio de Jesús María en Santander, Colombia. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 30 (1),66-85. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v30n1.82561>.
- Raffestin, C., & Butler, S. A., (2012). Space, Territory, and Territoriality. *Environment and Planning D Society and Space*, 30 (1): 121-141. <https://doi.org/10.1068/d21311>.
- Sanchez H., J. V., & Davis, D. D. (2010). Women and women of color in leadership: Complexity, identity, and intersectionality. *American Psychologist*, 65(3), 171. <https://doi.org/10.1037/a0017459>
- Segura, C. M., & Ortega, R. S. (2019). El Desarrollo Local en la Globalización. *Revista Economía y Desarrollo*, 138(2), 11-31. <http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/529>
- Tolentino M., J. M. (2014). La producción de arroz del estado de Morelos: una aproximación desde el enfoque SIAL. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 22(44), 39-61. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572014000200002&lng=es&tlng=es