



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

ARTÍCULO ACADÉMICO

TÍTULO:

“Mejoramiento de la cadena del valor del pulpo de la Asociación pesquera
buzos de Salango”

AUTORA: Baque Lino Keysi Karolina

Facultad de ciencias administrativas contables y comercio

Carrera de administración de empresas

TUTOR: Ing. García Loor Ana del Rocío PhD

Manta – Manabí – Ecuador

 Uleam <small>UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ</small>	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **Keysi Karolina Baque Lino**, legalmente matriculada en la carrera de Administración de empresas, período académico 2024, cumpliendo el total de 348 horas, cuyo tema del proyecto es "**Mejoramiento de la cadena de valor del pulpo de la Asociación Pesquera Artesanal Buzos de Salango**".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 11 de diciembre del 2024

Lo certifico,



Docente Tutor(a)
Área:

CERTIFICADO DE COMPILATIO



Avance Artículo Keysi Baque Lino final

2%
Textos
sospechosos

2% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes
mencionadas
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: Avance Artículo Keysi Baque Lino final.docx
ID del documento: 5052a99e17357bd3bafc9c1f48ff7fd0a63b9e11
Tamaño del documento original: 152,03 kB
Autores: []

Depositante: Ana García Loor
Fecha de depósito: 6/12/2024
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 6/12/2024

Número de palabras: 8124
Número de caracteres: 52.111

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	scielo.sld.cu La cadena de valor como una herramienta de gestión para la producc... http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=52310-340X2022000100091	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (80 palabras)
2	www.redalyc.org Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éx... https://www.redalyc.org/journal/280/28065077034/html/ 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (45 palabras)

Fuente con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #812b5e El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Keysi Karolina Baque Lino**, con cedula de identidad N. **1313201061**, declaro que el presente trabajo de titulación: **“Mejoramiento de la cadena de valor del pulpo de la asociación pesquera artesanal buzos - Salango”** cumple con los requisitos que la Universidad Laica ‘Eloy Alfaro’ de Manabí y la Facultad Administración de empresa sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de si misma.



Keysi Karolina Baque Lino

C.I.:1313201061

E-mail: e1313201061@live.uleam.edu.ec

Telf:0988043040

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: **"Mejoramiento de la cadena de valor del pulpo de la asociación pesquera artesanal buzos - Salango"**, elaborado por la egresada Keysi Karolina Baque Lino, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

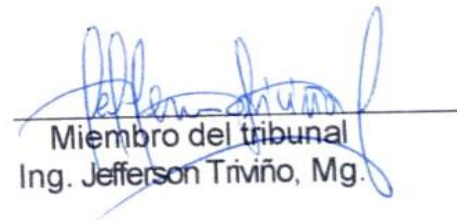
Por constancia firman:



Presidente del tribunal
Ing. Karla Marcillo Pin, Mg



Miembro del tribunal
Ing. Paola Balseca, Mg



Miembro del tribunal
Ing. Jefferson Triviño, Mg

RECONOCIMIENTO

Con profunda gratitud, dedico estas líneas a todas las personas que fueron parte de este importante proceso.

Agradezco a Dios, mi guía y fortaleza, cuya luz y sabiduría han iluminado cada paso de este camino. Sin Él, este logro no habría sido posible.

A mis amados padres, Alexandra y Rosendo, quienes con su ejemplo de vida me han enseñado a luchar con valentía y perseverancia. Ustedes son el pilar de mis sueños, los arquitectos de mi carácter y mi mayor inspiración. Gracias por su amor incondicional, por creer en mí incluso en los momentos más difíciles y por darme alas para volar hacia mis metas. Este logro es tan suyo como mío.

A mi tutora, Ing. Ana García Loor, quiero expresar mi mas profundo agradecimiento por su guía, paciencia y dedicación en el desarrollo de mi artículo académico. Su conocimiento y experiencia fueron fundamentales para superar cada desafío y alcanzar los objetivos planteados.

Finalmente, a todas las personas que, con un consejo, un gesto o una palabra de aliento, han dejado una huella imborrable en este camino. Cada uno de ustedes forma parte de esta historia, y por ello siempre les estaré agradecida.

Gracias.

DEDICATORIA

A Dios, quien ha sido mi guía en cada paso de este camino. Gracias por las bendiciones, por darme sabiduría cuando más la necesitaba y por recordarme que con fe todo es posible.

A mi papá Galecio por enseñarme el valor del esfuerzo, la honestidad y el sacrificio. Gracias por ser mi ejemplo de trabajo y dedicación, por siempre querer lo mejorar para mí.

A mi mamá Alexandra, por su amor infinito, por sus palabras de ánimo y por ser mi refugio cuando lo necesitaba. Todo lo que soy es gracias a ti.

A mi hermano Robin, por ser mi cómplice, mi apoyo y mayor motivación para seguir adelante. Gracias por creer en mí y por recordarme siempre que los sueños se alcanzan con perseverancia.

Este trabajo lo dedico con todo mi corazón a ustedes, quienes son mi razón de ser y el mayor regalo que Dios me ha dado.

RESUMEN

El siguiente artículo investigó y evaluó estrategias con el fin de poder mejorar la cadena de valor del pulpo en la asociación pesquera artesanal buzos de Salango, siendo su objetivo principal implementar estrategias para mejorar la cadena de valor del pulpo en la asociación pesquera artesanal buzos de Salango. Se realizó una investigación de enfoque mixto, de diseño no experimental – transversal, se emplearon encuestas basadas en la escala de Likert a 20 pescadores buzos y entrevistas al administrador miembro de la asociación, de tal manera se logró identificar las oportunidades y desafíos para poder implementar las correctas estrategias que se llevarían a cabo para poder incrementar sus ingresos por medio de la venta directa del pulpo. Como resultado de la investigación, la implementación de ventas directas incrementaría notablemente la rentabilidad de la Asociación, siempre y cuando se evite las pérdidas ocasionadas por los intermediarios. A pesar de ello, se distinguió la necesidad de poder fortalecer las habilidades comerciales de los pescadores y la necesidad de crear una estrategia de marca para capturar nuevos mercados. Este estudio permitió conocer cada etapa de la cadena de valor de la Asociación y facilitó encontrar estrategias para mejorar la rentabilidad, con el fin de poder ser líderes en el mercado del pulpo.

Palabras Clave: cadena de valor, pesca artesanal, comercialización directa, sostenibilidad económica, asociación pesquera.

ABSTRACT

The following article investigated and evaluated strategies to improve the octopus value chain in the asociación pesquera artesanal buzos de Salango, with the main objective of increasing the profitability of their activities through the elimination of intermediaries and the adoption of direct marketing practices. Surveys based on the Likert scale were used with fishermen divers and interviews with the administrator member of the Association, in order to identify the opportunities and challenges to implement the correct strategies to increase their income through the direct sale of octopus. Secondly, as a result of the research, the implementation of direct sales would significantly increase the Association's profitability, as long as the losses caused by intermediaries are avoided. Nevertheless, the need to strengthen the commercial skills of the fishermen and the need to create a branding strategy to capture new markets was identified. This study allowed us to understand each stage of the Association's value chain and helped us to find strategies to improve profitability in order to be leaders in the octopus market.

Key words: Value chain, artisanal fishing, direct marketing, economic sustainability, fishing association.

INTRODUCCIÓN:

Según (Fienco & Cevallos, 2023) en Ecuador la pesca artesanal es una actividad ancestral que ha sido practicada por comunidades costeras en todo el mundo, desempeñando un papel importante tanto en la seguridad alimentaria como en la conservación de los recursos marinos'. La pesca artesanal en general es una actividad que está relacionada por millones de familias en lo que son las zonas costeras. Esta clase de modelo de pesca se identifica por la exclusividad del uso de técnicas tradicionales que son practicadas por pescadores.

De acuerdo con (Fienco & Cevallos, 2023) este tipo de pesca artesanal es practicada generalmente por pequeñas embarcaciones, los cuales utilizan la pesca una parte para el autoconsumo y la pesca restante para la comercialización en los mercados, no usa métodos destructivos con el entorno como el arrastre, lo que permite seleccionar especies de peces y evitar capturas de especies sobreexplotadas o peces pequeños. (cap. II)

Hoy en día en la parroquia de Salango, ubicada en la provincia de Manabí en la costa ecuatoriana, existen 21 embarcaciones, de las cuales 6 pertenecen a la asociación pesquera Artesanal Buzos de Salango llamada 'Asosalan', la cual se dedican a la captura del pulpo utilizando el método de pesca Hookah, este método de pesca es una modalidad de buceo donde se utiliza un compresor que se encuentra en una embarcación en la superficie, cien metros de mangueras para poder sumergirse, al mismo tiempo utilizan un arpón, vara y gancho para la captura de peces selectivos, dando como resultado una buena práctica ambiental.

(Benito, 2022) menciona que el recurso hidrobiológico como el Pulpo científicamente llamado *Octopus mimus* se encuentra en todo el litoral costero de nuestro país como comercializadores se ha alcanzado que no solamente se pueda comercializar en la parte local, sino también alcanzar en la parte de exportación a nivel mundial. (pág. 1)

Hoy en día la asociación representa un papel fundamental en la captura y comercialización del pulpo, un molusco con alta demanda, por iniciativa propia, ellos implementaron una regla donde se tendría que respetar el peso mínimo para la comercialización del pulpo que puede ser alrededor de 1 kg, respetando la pulpa ovada, ante todo para poder llegar a la conciencia de los demás que no son miembros de la asociación, este grupo de pescadores buzos, bajo un convenio establecen su trabajo fuera y dentro de las áreas protegidas como lo que es el parque nacional Machalilla, La Reserva Marina Canta Gallo y la Reserva Marina bajo Copé.

(Bernardo, 2024) menciona que, al tratarse la pesca artesanal de una actividad económica, cuyo conocimiento ancestral se hereda generalmente dentro del entorno familiar durante generaciones, el ejercicio de estas labores se encuentra garantizado por el Estado a través del referido derecho que tienen todos los ecuatorianos, de conformidad con los mandatos constitucionales, y que además se encuentra instaurado en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (pág. 284)

Gracias a esto, en el año 2018 la asociación obtuvo ayuda por medio del instituto NAZCA, por colaborar con la limpieza del fondo marino. Por consiguiente, en el año 2020 Asosalan, participó en un concurso de un proyecto llamado 'Programa de Cooperación Técnica Ecuatoriano-alemán' a nivel internacional, la cual se llevó a cabo en el país de Perú, esta Asociación obtuvo el segundo lugar del proyecto, asegurando un financiamiento de \$49.992. Sin embargo, el acceso de fondos no fue inmediato; fue en el año 2023 cuando Asosalan se convirtió en el titular de los recursos mediante la firma de un contrato con la GIZ, una organización alemana de cooperación internacional.

Sin embargo, la cadena de valor actual presenta ineficiencias que limitan la rentabilidad y crecimiento de la asociación. Este suceso se manifiesta por la dependencia que los pescadores buzos tienen con los intermediarios, quienes son los que generalmente tienen el control del valor del mercado. A pesar de todos sus esfuerzos el desconocimiento de estrategias que le ayudaran a buscar nuevos mercados donde puedan reconocer sus esfuerzos diarios, han limitado que los pescadores buzos maximicen el valor de su producto.

Esta problemática implica analizar de forma completa los procesos de la cadena de valor de la asociación, desde la captura hasta su comercialización, para así poder identificar puntos donde se pueda aprovechar los recursos de forma justa, por otra parte, un enfoque que valore no solamente los recursos económicos, sino que también considere las dinámicas sociales y culturales que caracteriza a la comunidad pesquera.

(Gonzalez, Pozo, Gomez, & Hidalgo, 2022) mencionan que, con el paso de los años, la humanidad en general ha experimentado un significativo avance en la ciencia y la tecnología, lo cual trae consigo que un número considerable de investigadores se centren en la búsqueda de alternativas que contribuyan a disminuir los costos, generando valor en los productos y con ello aumentar las ganancias (pág. 93).

Existen sin números de comerciantes que llevan a cabo el proceso de venta, a medida del tiempo ha generado un grave problema para la situación económica de los pescadores buzos artesanales. De manera que se plantea la siguiente interrogante, ¿La eliminación de intermediarios en la cadena de valor de comercialización del pulpo permitirá a la Asociación pesquera artesanal buzos de Salango incrementar sus ingresos y mejorar la competitividad en el mercado?

(Laínez & Edison, 2023) manifiestan que la cadena de valor del pulpo científicamente llamado *Octopus mimus* es el conjunto de actividades que se desarrollan desde la captura de este hasta su comercialización y consumo final, estas actividades incluyen la captura, distribución y venta del producto. (pág. 11).

Resultó fundamental llevar a cabo una evaluación de la cadena de valor del pulpo en ese momento porque la asociación enfrentaba limitaciones significativas que afectaban directamente su sostenibilidad económica y social. La dependencia de los intermediarios para la comercialización generaba una pérdida considerable de ingresos, lo que impactaba negativamente la calidad de vida de los pescadores y reducía los recursos disponibles para invertir en prácticas sostenibles y tecnologías que optimizaran su labor. Además, dado el contexto en el que la demanda global de productos pesqueros sostenibles estaba en aumento, era necesario aprovechar la oportunidad para posicionar el pulpo como un producto de alta calidad en mercados más rentables.

El objeto de dicha evaluación fue la cadena de valor del pulpo (**Octopus mimus**), abarcando desde la captura hasta la comercialización y consumo final. Este análisis se enfocó en identificar ineficiencias y proponer estrategias que permitieran mejorar la rentabilidad y competitividad de la asociación. Aunque previamente se habían implementado iniciativas como la capacitación en prácticas sostenibles y la obtención de financiamiento internacional, estas acciones no lograron superar las barreras estructurales relacionadas con la comercialización, evidenciando la necesidad de una evaluación integral que abarcara todos los eslabones de la cadena de valor.

Las evaluaciones anteriores, si bien fueron valiosas, resultaron insuficientes porque no abordaron aspectos fundamentales como la eliminación de intermediarios ni la creación de canales de venta directa, elementos clave para aumentar los ingresos de los pescadores. La evaluación llevada a cabo en ese momento atendió esta problemática específica, respondiendo tanto a una demanda implícita de la comunidad pesquera como a una iniciativa de la asociación para mejorar sus condiciones económicas y sociales. Este esfuerzo también reflejó la necesidad de fortalecer las capacidades técnicas y operativas de los pescadores, asegurando la sostenibilidad ambiental y la calidad del producto.

Por último, esta evaluación no se consideró un fin en sí misma, sino una parte integral de un proceso más amplio y a largo plazo. Se esperaba que los resultados sirvieran como base para implementar un modelo de comercialización más justo y eficiente, que no solo beneficiara a la asociación, sino que también contribuyera al desarrollo socioeconómico de la comunidad de Salango. Con ello, se buscó garantizar que las generaciones futuras pudieran seguir practicando esta actividad ancestral de manera sostenible y rentable.

Objetivo general

Implementar estrategias para mejorar la cadena de valor del pulpo en la asociación pesquera artesanal buzos de Salango.

Objetivo específico

- Fortalecer las capacidades técnicas y operativas de los pescadores artesanales mediante la capacitación en prácticas sostenibles para optimizar la eficiencia y calidad del producto.
- Indagar puntos de venta directos que permitan una relación más cercana entre pescadores y consumidores finales.
- Conocer los canales de comercialización hacia nuevos mercados, priorizando zonas turísticas y restaurantes de alta demanda, para incrementar la rentabilidad de la asociación.

En la comunidad pesquera de Salango, los pescadores buzos diariamente enfrentan un problema que es muy común, aunque su esfuerzo es grande sin importar poner en riesgo su vida, los ingresos que actualmente tienen son muy bajos. Esto normalmente ocurre porque los intermediarios absorben la mayor parte de ganancia.

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CADENA DE VALOR

De acuerdo con (Maria, 2022) la estrategia es una acción orientada al logro de un objetivo, que otros competidores también buscan; de allí que, la misma lleva a la empresa a definir una ventaja competitiva que le garantice la supremacía en el mercado y por consiguiente el éxito empresarial.

- **Métodos de conservación**

Se pondrá en práctica tecnologías avanzadas, como la congelación rápida para así mantener la frescura del pulpo entre 0°C y 4° C.

- **Logística**

Transporte desde el puerto hasta el centro de procesamiento

Invertir en vehículos para transportar el producto, son unas de las etapas más importantes donde se garantizará la calidad del producto recién capturado. Esta etapa debe asegurar la continuidad de la cadena de frío y minimizar cualquier deterioro del producto capturado.

- **Patente**

Técnicas de conservación

Es muy importante evaluar las técnicas de conservación y procesamiento del pulpo que puedan ser patentadas, con el fin de asegurar derechos exclusivos de la Asociación sobre innovaciones que mejoren la calidad y la sostenibilidad. Para obtener una patente se tendrá que proceder al registro formal de las patentes identificadas para proteger la propiedad intelectual de los miembros de la Asociación pesquera artesanal buzos de Salango.

- **Desarrollo de marca**

Creación de identidad de marca

Se podrá desarrollar una identidad de marca que incluya logotipo, empaque y mensajes claves que resalten la calidad y sostenibilidad del pulpo.

-**Venta**

Ventas online

Crear una tienda en línea de venta directa al consumidor final. Utilizando plataformas de comercio electrónico y redes sociales para proporcionar y vender el producto, ampliando más allá de los mercados locales.

Establecimiento de punto de ventas directos:

Crear puntos de ventas donde los consumidores puedan comprar pulpo fresco directamente de los pescadores promoviendo un enfoque de 'de la mar a la mesa'

- **Social Selling**

Estrategias de redes sociales

Se logrará mantener una presencia activa en plataformas de redes sociales, promoviendo el pulpo a través de contenido atractivo, recetas y el valor de la pesca del pulpo sostenible.

Interacción con la comunidad

Fomentar una comunidad en línea a través de interacciones, comentarios y la creación de contenido generado por el usuario, que refuerce el compromiso con la sostenibilidad y la calidad.

Facebook e Instagram

Crear estas plataformas de redes sociales para llegar a consumidores finales. Chef, restaurantes y tiendas gourmet.

LinkedIn

La creación de esta plataforma conecta con compradores mayoristas, distribuidores y socios comerciales potenciales.

WhatsApp Businnes

Con la creación de esta plataforma ayudara a gestionar la comunicación con tus clientes de manera más eficiente y profesional.

Investigación de Mercado:

Se realizará un estudio de mercado donde se podrá identificar las tendencias del consumo del pulpo, de igual manera que características posee el consumidor y analizar la competencia, evaluando como los competidores fijan sus precios en relación con sus costos de producción, también se podrá implementar encuestas donde se evaluará la demanda del producto en diferentes segmentos de mercado, enfocándose en preferencias de calidad, precios y sostenibilidad.

- Mejora de la infraestructura

Infraestructura en almacenamiento:

Este es una estrategia donde se invertirá en instalaciones adecuadas de almacenamiento y procesamiento para mantener la calidad del producto. Esto incluye cámaras frigoríficas y equipos de procesamiento que aseguren que el pulpo se conserve en condiciones óptimas.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación científica se realizó en la Parroquia Salango, ubicada en el canto Puerto López, provincia de Manabí. La duración total del estudio se llevó a cabo aproximadamente en nueve meses, los cuales fueron distribuidas en dos etapas; la primera consistió en la planificación del artículo, búsqueda y delimitación de las variables de estudio, finalmente la segunda se enfocó en el desarrollo de este.

Enfoque de la Investigación

El enfoque de la presente investigación es mixto, se integró métodos cuantitativos y cualitativos para abordar de manera integral el mejoramiento de la cadena de valor del pulpo en la asociación pesquera buzos de Salango. A través del enfoque cuantitativo, se analizaron indicadores como la productividad, los costos y los ingresos antes y después de implementar las estrategias, lo que proporcionó datos objetivos y medibles. La evaluación cuantitativa sirve de complemento a la evaluación formativa o cualitativa, a través de técnicas y herramientas útiles para la obtención y procesamiento de la información para otorgar mayor objetividad y precisión (Muñoz & Solis, 2021).

Por otro lado, el enfoque cualitativo permitió explorar las percepciones, experiencias y desafíos de los pescadores artesanales, así como la opinión de los consumidores y potenciales clientes sobre la pesca sostenible. Esta combinación ofreció una comprensión más completa del problema y facilitó la formulación de estrategias más efectivas y contextualizadas. Para (Valle, Lileya, & Revilla, 2022), el marco contextual es especialmente importante en la investigación descriptiva con enfoque cualitativo, porque da cuenta de las condiciones y los aspectos sociales, legales, políticos, económicos, geográficos y culturales en los que se enmarca nuestro objeto de estudio.' (pág. 30)

Tipo de Investigación

El estudio se clasificó como no experimental debido a que no se manipularon las variables, sino que se observaron en su contexto natural. Este tipo de investigación permitió analizar el problema tal como ocurre, respetando la realidad del entorno investigado.

Alcance de la investigación

El alcance fue descriptivo, con el fin de analizar y comprender a detalle las actividades que los buzos pesqueros realizan dentro de la asociación, así mismo, se logró describir detalladamente los procesos de captura, hasta su comercialización, y los factores que influyen negativamente en sus procesos, tales como la dependencia de los intermediarios.

Método de Investigación

Se utilizó un método observacional, adecuado para recopilar información sin alterar el comportamiento de las variables. Este método permitió documentar de forma objetiva las dinámicas y realidades dentro de la asociación.

Diseño de la investigación

El diseño de investigación es de tipo no experimental-transversal. No experimental porque no se manipularon las variables, sino que se observaron tal como ocurren en su entorno natural. Transversal porque los datos se recopilaron en un único momento durante el periodo de nueve meses de estudio. De acuerdo con (Manterola, Hernandez, Tamara, Maria, & Luis, 2023) seleccionar el diseño de un estudio es una de las fases más complejas, este debe ser capaz de responder de la mejor manera posible el problema clínico a resolver.' (pág. 146).

Este diseño de investigación fue conveniente para poder obtener opiniones asertivas para mejorar la cadena de valor gracias al apoyo de los miembros de la asociación pesquera artesanal buzos de Salango.

Población y muestra

La población objetivo está conformada por los 20 pescadores buzos que son el universo de Asosalan. Según (Mucha, Chamorro, Oseda, & Alania, 2020) la determinación de la población y la muestra, parte del tipo de investigación que se aplica para enfrentarse a la realidad problemática, por ello es importante dar una mirada al enfoque de los tipos de investigación, según la naturaleza de las variables. (pág. 50)

La muestra utilizada para la entrevista fue de cinco personas, aunque representativamente, es relativamente pequeña por lo que se limitó a ser generalizada a otras asociaciones, con el fin de poder proporcionar una mejor comprensión integral de la cadena de valor del pulpo de Asosalan.

Técnicas e instrumentos

Las técnicas son los procedimientos concretos las cuales se utilizaron para poder obtener la información necesaria, por otro lado, los instrumentos son las herramientas específicas que se utilizaron para poder ser ejecutadas.

Técnicas cuantitativas: Encuestas utilizadas para la obtención de información, se implementaron preguntas de tipo cerradas basadas en la escala de Likert mediante Forms, dirigidos a 20 pescadores buzos.

Técnicas cualitativas: Entrevista semiestructurada, el instrumento utilizado fue un formulario de preguntas abiertas para lograr obtener una mayor profundidad en la información, dirigida al administrador de la asociación.

Instrumentos de Investigación

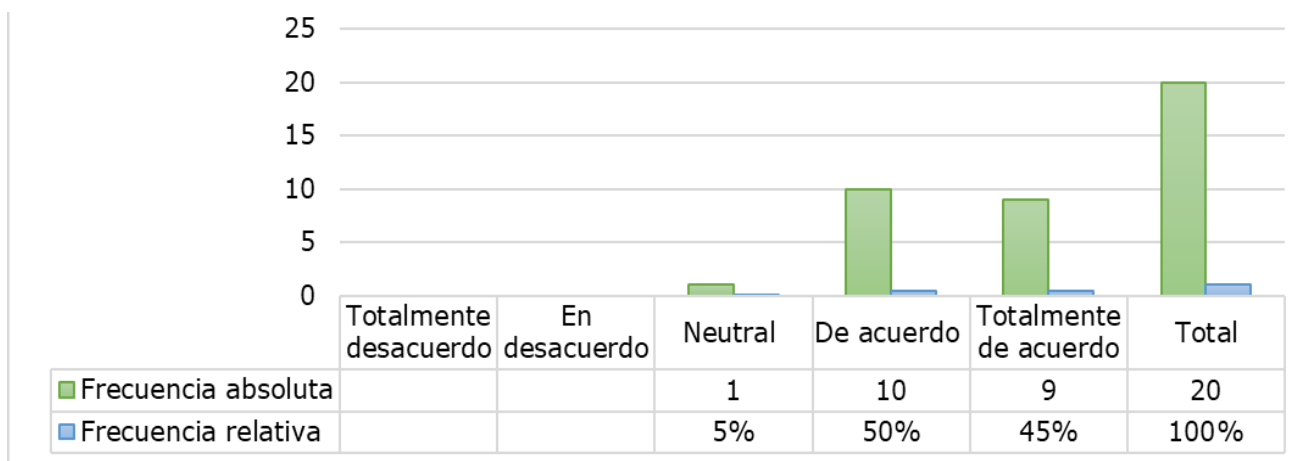
Entrevista: Para el desarrollo de esta entrevista se obtuvo una muestra representativa de la Asociación Pesquera Artesanal, la cual fue el administrador. Es decir, se implementó un cuestionario de 5 preguntas elaboradas y validadas. La entrevista es una herramienta poderosa para obtener descripciones del mundo vivido por los entrevistados (Villarreal & Cid, 2022). La posibilidad de así, comprender e interpretar la experiencia de los sujetos participantes desde su propia perspectiva emerge desde la aproximación del entrevistador y el entrevistado. (pág. 53)

Encuesta: Teniendo en cuenta a (Sánchez, y otros, 2021) 'Este tipo de encuesta tiene como objetivo conocer la opinión de los usuarios sobre un tema específico y se puede administrar mediante el correo electrónico o a través de una web'. (pág. 53). En esta sección se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a partir del levantamiento de la información realizado entre el 4 y el 20 de junio del presente año. Durante este periodo, se aplicaron encuestas que constaban de 10 preguntas, dirigidas a 20 pescadores buzos que son el universo de la Asociación Pesquera Artesanal.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

Ilustración 1

Percepción sobre eliminación de intermediarios

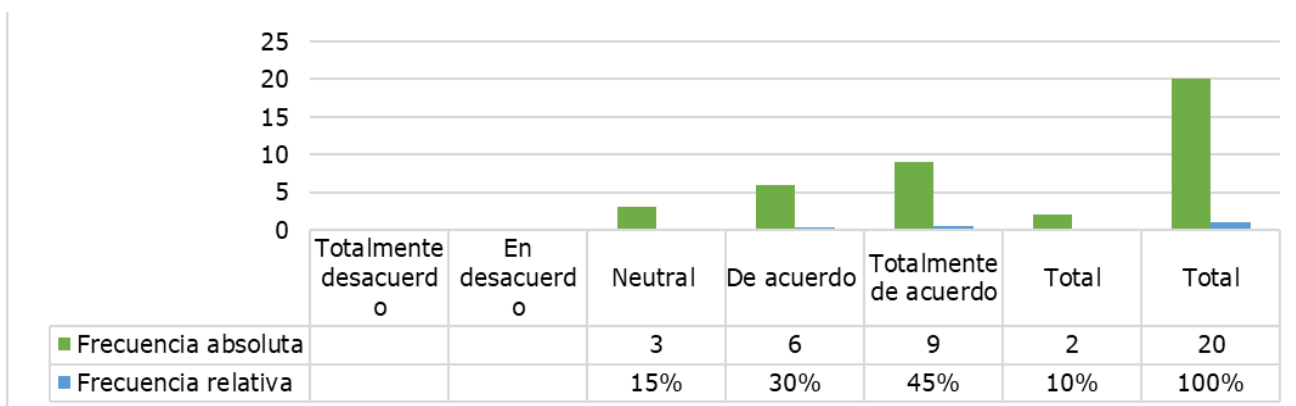


Análisis: El 45% de los encuestados esta 'totalmente de acuerdo' con la idea de que los intermediarios actuales no pagan un precio justo por el pulpo, mientras que un 50% está 'de acuerdo'. Solo un 5% se mostró neutral y ninguno está en desacuerdo.

Esto indica que una gran mayoría de los encuestados percibe que los intermediarios no ofrecen precios justos, lo que sugiere que eliminar a los intermediarios podría ser una estrategia beneficiosa para mejorar los ingresos de la asociación.

Ilustración 2

Opinión sobre los precios justos pagados por los intermediarios

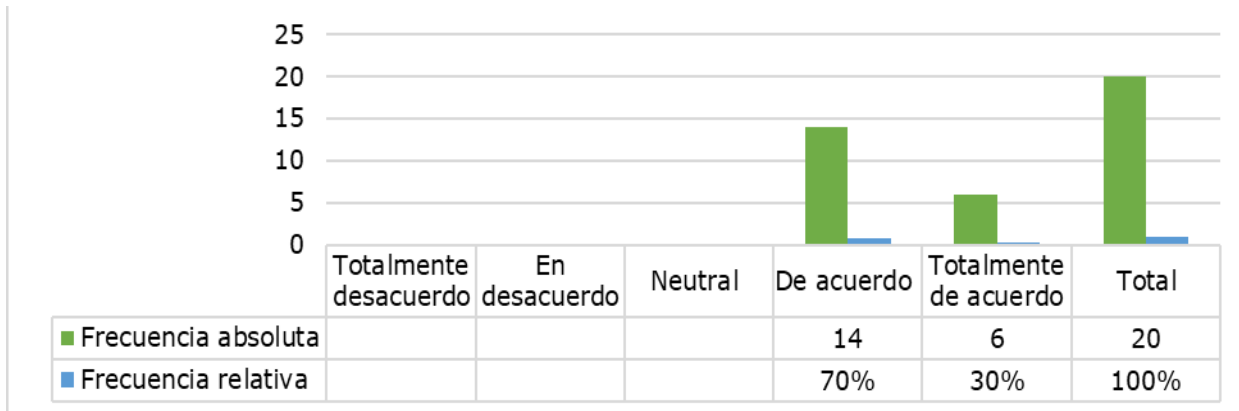


Análisis: El 45% de los encuestados esta 'totalmente de acuerdo' con la idea de que los intermediarios actuales no pagan un precio justo por el pulpo, mientras que un 30% está 'de acuerdo'. Solo un 15% se mostró neutral.

Esto indica que una gran mayoría de los encuestados percibe que los intermediarios no ofrecen precios justos, lo que sugiere que eliminar a los intermediarios podría ser una estrategia beneficiosa para mejorar los ingresos de la asociación.

Ilustración 3

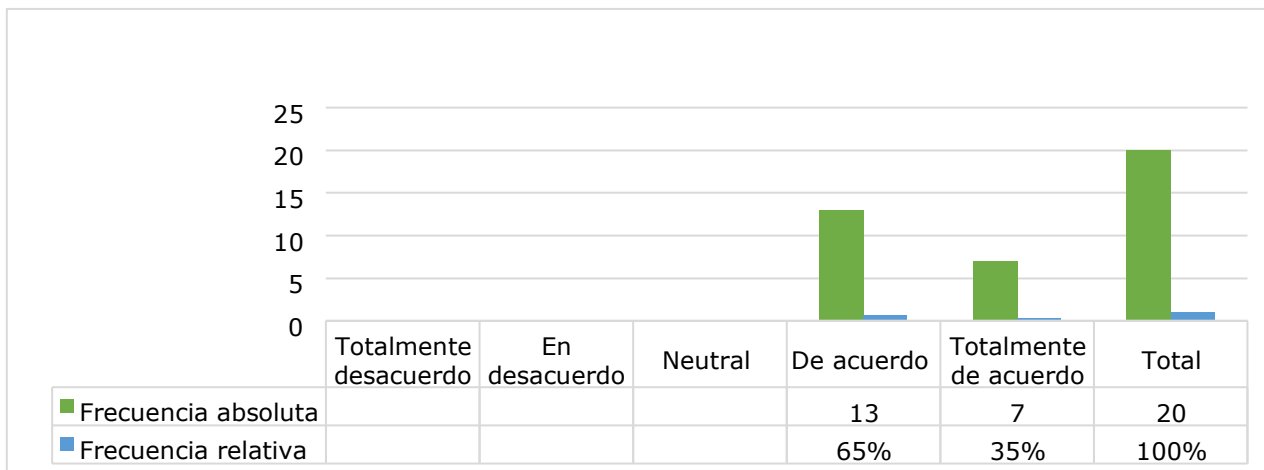
Importancia de la capacitación en comercio nacional para la venta directa



Análisis: El 70% de los encuestados está 'de acuerdo' en que la capacitación en comercio nacional es esencial para la venta directa a nuevos mercados, y un 30% está 'totalmente de acuerdo'. No hubo respuestas negativas o neutrales, lo que muestra un fuerte consenso en la importancia de la capacitación para cumplir con las expectativas de sostenibilidad de los nuevos mercados que valoran productos sostenibles, especialmente en sectores de alto valor como la gastronomía de lujo y los minoristas que promueven la conservación ambiental.

Ilustración 4

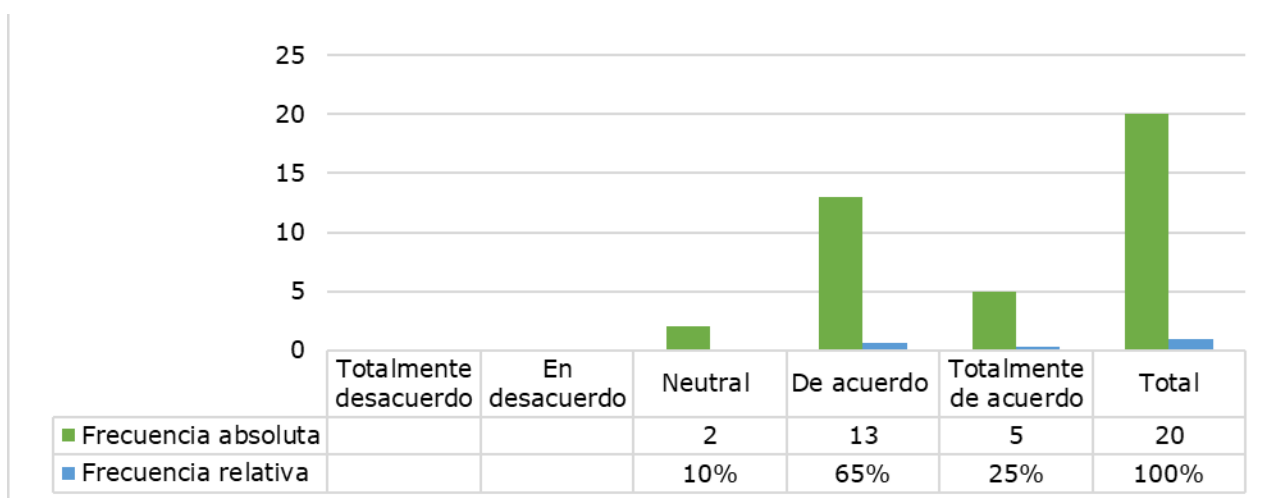
Impacto de la venta directa en las ganancias comparado con las actuales.



Análisis: el 65% de los encuestados 'está de acuerdo' en que la venta del pulpo aumentaría las ganancias en comparación con el sistema actual, mientras que un 35% está 'totalmente de acuerdo'. Estos resultados indican que una mayoría significativa de los encuestados percibe un claro beneficio en la implementación de venta directa del pulpo. Esta percepción refuerza la propuesta de eliminar intermediarios, lo que podría resultar un incremento sustancial de las ganancias de la Asociación pesquera artesanal buzos de Salango.

Ilustración 5

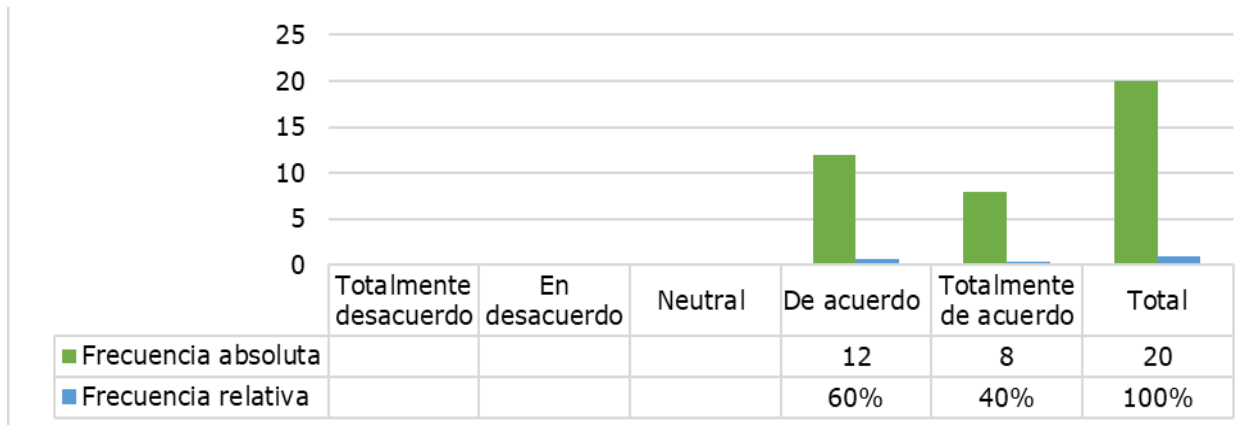
Importancia de crear una marca reconocida para competir en nuevos mercados.



Análisis: El 65% de los encuestados está de acuerdo, lo que indica un reconocimiento significativo de esta estrategia como un factor relevante para la competitividad. Además, el 25% está totalmente de acuerdo, reforzando el consenso sobre la necesidad de posicionar una marca fuerte en mercados nuevos. Solo un 10% se mantiene neutral, lo que sugiere que una mínima parte de los participantes no tiene una postura definida sobre el tema. En conjunto, estos datos muestran que la mayoría percibe la creación de una marca reconocida como un aspecto clave para el éxito en la expansión de mercados.

Ilustración 6

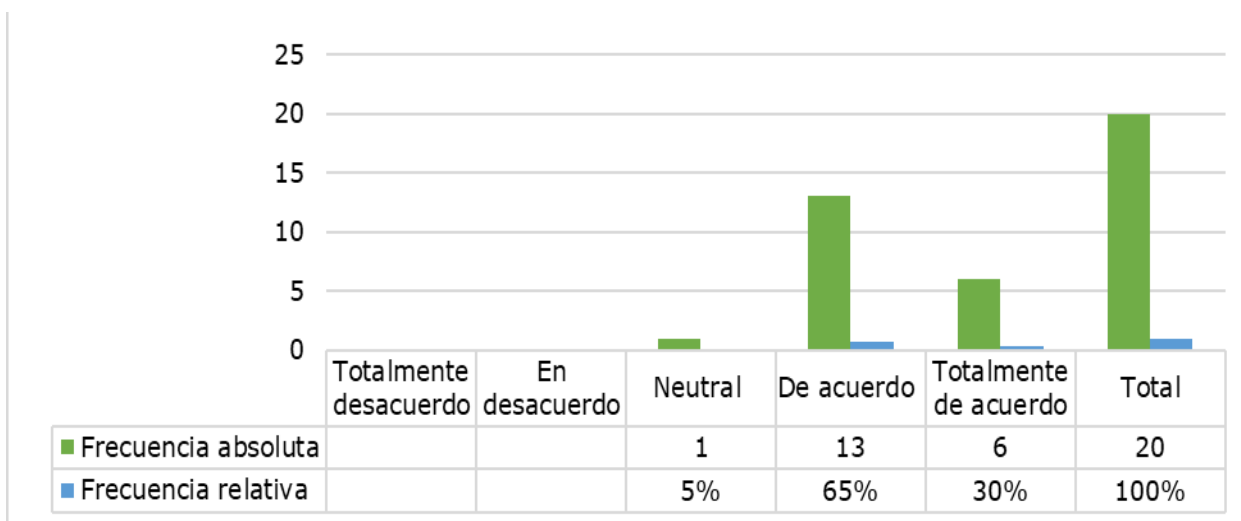
Percepción sobre la venta de pulpo a través de redes sociales.



Los resultados de la encuesta reflejan un alto nivel de aceptación hacia el uso de redes sociales como herramienta para ampliar los mercados en la comercialización de pulpo. En particular, el 60% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 40% restante muestra un nivel aún mayor de convencimiento, indicando que están totalmente de acuerdo. Este consenso, donde el 100% de los participantes manifiesta una postura positiva, evidencia el reconocimiento de las redes sociales como un canal estratégico para potenciar el alcance comercial.

Ilustración 7

Conexión con consumidores a través del social Selling valorando la sostenibilidad

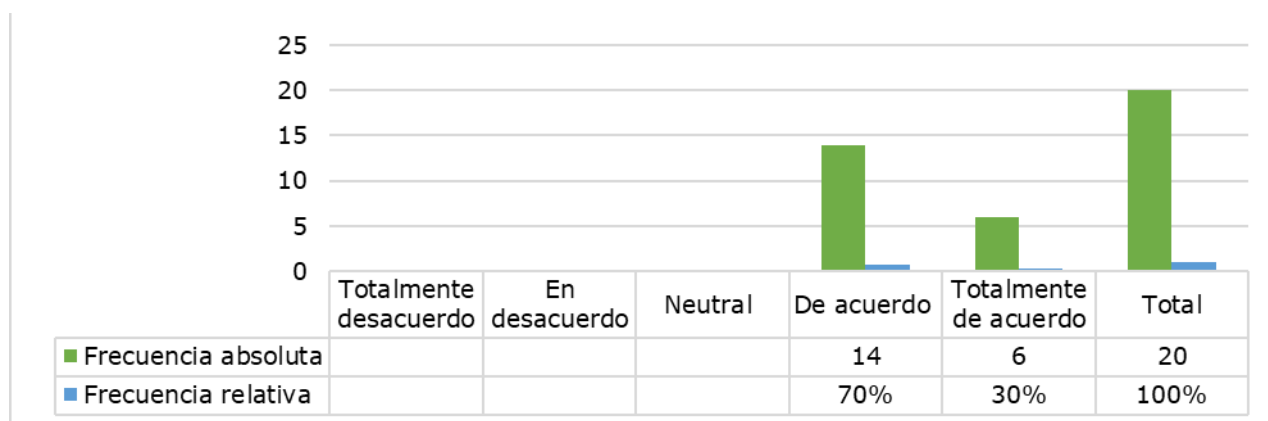


Análisis: Un 65% expresó estar de acuerdo, mientras que un 30% manifestó estar totalmente de acuerdo, lo que sugiere un alto nivel de confianza en esta estrategia como herramienta eficaz para llegar a este segmento de consumidores. Por otro lado, solo un 5% optó por una postura neutral, lo que indica que casi no hay

indiferencia hacia el tema. Estos datos reflejan un consenso generalizado acerca de la relevancia del social Selling en la mejora de la comercialización del pulpo, particularmente en mercados con interés en prácticas responsables y productos auténticos.

Ilustración 8

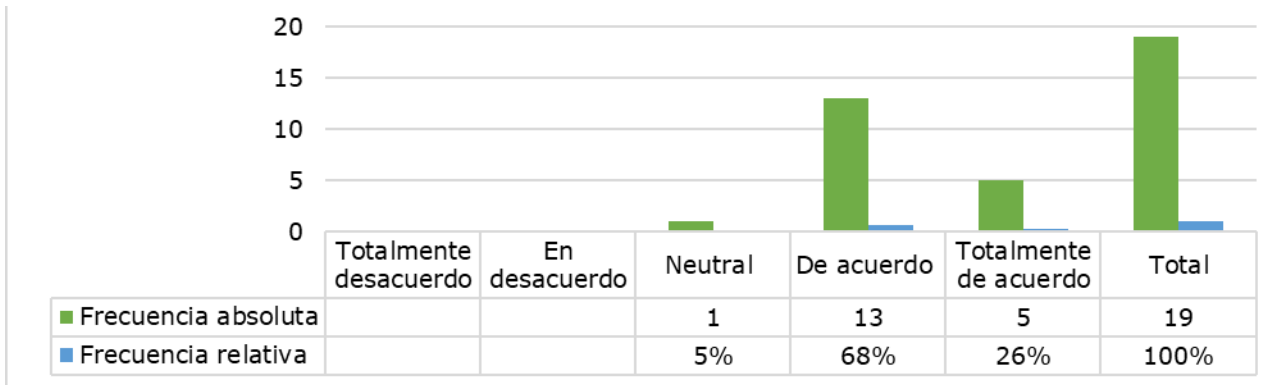
Beneficios económicos a largo plazo de patentar las técnicas de pesca.



Análisis: 70% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que patentar las técnicas empleadas beneficiaría económicamente a la organización a largo plazo, mientras que el 30% expresó acuerdo sin llegar a la máxima intensidad. Este resultado indica que existe una percepción positiva generalizada respecto a la posibilidad de incrementar la rentabilidad y sostenibilidad financiera a través de la implementación de patentes, lo cual podría motivar a la organización a profundizar en el análisis de esta estrategia y considerar su aplicación práctica como parte de su modelo de negocio.

Ilustración 9

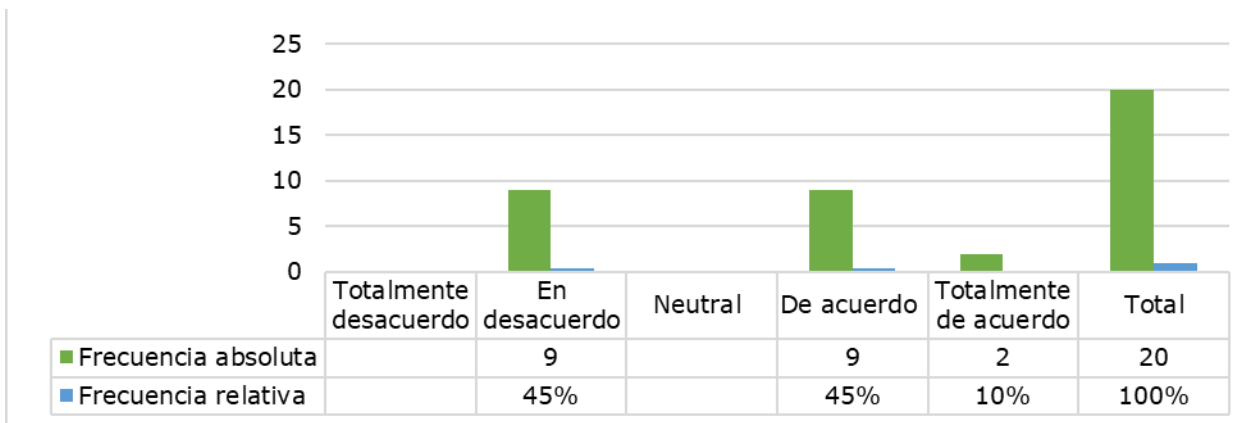
Importancia de proteger las técnicas con patentes para mantener competitividad



El análisis de la encuesta sobre la percepción de la importancia de proteger las técnicas con patentes para mantener la competitividad refleja una tendencia claramente positiva. El 68% de los encuestados manifestó estar de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 26% expresó estar totalmente de acuerdo, evidenciando un alto nivel de consenso respecto a la relevancia de las patentes en la estrategia competitiva. Solo el 5% adoptó una postura neutral, lo que sugiere que la mayoría reconoce el valor estratégico de esta medida para el fortalecimiento de la competitividad en la Asociación.

Ilustración 10

Acceso a recursos financieros de la asociación



Análisis: Los resultados muestran una distribución interesante de opiniones entre los encuestados. De un total de 20 participantes, 9 se manifiestan en desacuerdo, 9 están de acuerdo y 2 están totalmente de acuerdo. La falta de acuerdo sobre el acceso a recursos financieros puede señalar la necesidad de una evaluación más profunda de la situación financiera actual de la asociación. Podría ser beneficioso explorar las razones detrás de esta percepción, así como considerar estrategias para mejorar el acceso a financiamiento, ya sea a través de la búsqueda de

subvenciones, la colaboración con entidades gubernamentales o la exploración de nuevas oportunidades de inversión.

En conjunto, los resultados obtenidos de las encuestas recomiendan que la implementación de una estrategia integral que contemple la eliminación de intermediarios, el fortalecimiento de la capacitación, la creación de una marca, y el uso de herramientas digitales mejoraría significativamente la competitividad de la cadena de valor del pulpo para la Asociación pesquera artesanal buzos de Salango.

DISCUSION

La implementación de estrategias para mejorar la cadena de valor del pulpo de la Asociación pesquera Artesanal Buzos de Salango transmite una buena perspectiva, debido a que tiene una orientación hacia la sostenibilidad, calidad del producto, y por ende la eficiencia de cada proceso en la comercialización. El método de conservación y logística es importante debido a que este método garantiza la continuidad de la cadena de frío por ende garantiza la calidad y transporte del producto.

Los resultados obtenidos en las encuestas reflejan un consenso significativo entre los encuestados sobre la importancia de eliminar intermediarios para facilitar el acceso a nuevos mercados. Esto coincide con estudios como el de García et al. (2021), quienes destacan que la comercialización directa puede aumentar significativamente los ingresos de los productores al eliminar barreras económicas impuestas por los intermediarios.

En particular, el 95% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta estrategia, lo que respalda la percepción de que los intermediarios actuales no pagan precios justos. Esta problemática ha sido ampliamente documentada en sectores agrícolas y pesqueros, donde los intermediarios suelen apropiarse de una gran parte del valor agregado (Rodríguez & Pérez, 2020).

En cuanto a la capacitación en comercio nacional como requisito para acceder a nuevos mercados, el 100% de los encuestados destacó su importancia. Este hallazgo coincide con investigaciones como la de López y Sánchez (2022), quienes argumentan que la capacitación en aspectos comerciales y sostenibilidad no solo mejora la capacidad de negociación, sino también aumenta la posibilidad de establecer relaciones comerciales sostenibles a largo plazo. De hecho, mercados internacionales y minoristas están cada vez más interesados en productos provenientes de cadenas de valor éticas y sostenibles, lo que resalta la necesidad de esta formación.

La posibilidad de aumentar las ganancias a través de la venta directa también fue apoyada por el 100% de los encuestados. Estos resultados están alineados con el trabajo de Morales et al. (2021), quienes encontraron que los productores pueden capturar mayores márgenes de ganancia al comercializar directamente con el consumidor final, especialmente en sectores donde el producto tiene un alto valor agregado, como el pulpo en mercados de alta gama.

En relación con la creación de una marca reconocida para competir en nuevos mercados, el 90% de los participantes consideró esta estrategia relevante, una opinión que encuentra respaldo en estudios previos. Por ejemplo, Torres y Martínez (2020) subrayan que la construcción de una marca fuerte no solo mejora la percepción de calidad del producto, sino que también permite diferenciarse en mercados saturados. Esto es particularmente relevante en el contexto de productos artesanales, donde los consumidores valoran la autenticidad y la sostenibilidad, factores que una marca bien posicionada puede comunicar efectivamente.

Finalmente está la implementación del social Selling que no tan solo amplía las ventas del producto, si no que a su vez promueve una interacción más transparente con el consumidor.

La percepción positiva sobre el uso de redes sociales y estrategias de Social Selling como herramientas para expandir el alcance del mercado refuerza tendencias observadas en investigaciones recientes. Según Pérez y Gómez (2023), las redes sociales son fundamentales para conectar a productores con consumidores interesados en prácticas sostenibles, facilitando la comunicación directa y la construcción de relaciones de confianza. En este caso, el 100% de los encuestados valoró estas herramientas como claves para acceder a consumidores conscientes de la sostenibilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antonio, M. C. (2021). Bienestar, identidad y agencia en 3 comunidades de pescadores artesanales en el norte de Manabí, Ecuador, desde una perspectiva de Red de Actantes. *Antropica*, *XIII*(14). Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de www.redalyc.org/pdf/7238/723878165009.pdf
- Benito, M. (2022). COMERCIALIZACIÓN DEL RECURSO PULPO *Octopus mimus* EN EL MERCADO INTERNO POR LA EMPRESA PESQUERA E.I.R.L. *UNAM*, 1. Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de <https://repositorio.unam.edu.pe/items/9829a9f4-6595-438b-976e-a9e2d973e906>
- Bernardo, M. R. (Febrero de 2024). La Pesca Artesanal como Derecho Cultural, Económico y de Representación en el Cantón Jaramijó, Período 2021. *Dialnet*, *IX*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de [file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-LaPescaArtesanalComoDerechoCulturalEconomicoYDeRep9263020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-LaPescaArtesanalComoDerechoCulturalEconomicoYDeRep9263020%20(1).pdf)
- Fienco, A., & Cevallos, G. (21 de Septiembre de 2023). Conocimiento tradicional asociado a la pesca artesanal en Manta. *UNESUM*. Recuperado el 27 de Mayo de 2024, de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5878>

MEJORAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR

- Gonzalez, O., Pozo, A., Gomez, I., & Hidalgo, Y. (2022). La cadena de valor como una herramienta de gestión para la producción de arroz consumo. *COODES*, 93. Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de <chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v10n1/2310-340X-cod-10-0191.pdf>
- Laínez, K., & Edison, B. (28 de Diciembre de 2023). Modelado de cadena de valor para el mejoramiento productivo de la asociación ASOPESCHUBA, del barrio Chullupe, provincia de Santa Elena. *UPSE*. Recuperado el 6 de Junio de 2024, de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10604>
- Lia, M. (2021). Recursos marinos costeros: moluscos y bioeconomía en la provincia de Santa Elena. *UPSE*, 24. Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6635>
- López, D., & Hernandez, M. (3 de Mayo-Junio de 2024). Maravillas del océano: secretos de la reproducción y desarrollo del pulpo. *Revista digital universitaria*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de https://www.researchgate.net/profile/Diana-Lopez-Peraza-2/publication/381003940_Wonders_of_the_ocean_secrets_of_octopus_reproduction_and_development/link/s/665910d222a7f16b4f650d5a/Wonders-of-the-ocean-secrets-of-octopus-reproduction-anddevelopment.pdf
- Manterola, C., Hernandez, M., Tamara, O., Maria, E., & Luis, G. (Febrero de 2023). Estudios de Corte Transversal. Un Diseño de Investigación a Considerar en Ciencias Morfológicas. *Scielo*, XLI, 146. Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de <https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v41n1/0717-9502-ijmorphol-41-01-146.pdf>
- Maria, P. (2022). Estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 28. Recuperado el 07 de Junio de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8598067>
- Martinez, J., Gloria, P., & Olvida, B. (Enero-Junio de 2023). Guía para la revisión y el análisis documental: propuesta desde el enfoque investigativo. *Ra Ximhai*, IXX(1). Obtenido de <https://raximhai.uaim.edu.mx/index.php/rx/article/view/219/199>
- Mucha, L., Chamorro, R., Oseda, M., & Alania, R. (28 de Enero de 2020). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *UDH*, XII. Recuperado el 07 de Junio de 2024, de <http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/253e>
- Muñoz, E., & Solis, B. (2021). Enfoque Cualitativo y Cuantitativo de la Evaluación Formativa. *Scielo*. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.5512591>
- Rojas, D., Espinosa, E., & Pelegrin, A. (28 de Diciembre de 2021). Propuesta de cadena de valor en la fabricación de paneles fotovoltaicos. *XII(2)*, 70. doi:<https://doi.org/10.52292/j.eca.2021.2654>
- Rojas, D., Espinosa, E., & Pelegrin, A. (28 de Diciembre de 2021). Propuesta de cadena de valor en la fabricación de paneles fotovoltaicos. *XII(2)*, 70. Recuperado el 12 de Noviembre de 2024, de <https://ojs.uns.edu.ar/eca/article/view/2654/1772>
- Sanchez, A., Diana, R., Alayza, M., Sime, L., Trelles, L., & Rosa, T. (2021). *Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación*. Recuperado el 28 de Octubre de 2024, de <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/195750/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2-2.pdf?sequence=1#page=51>
- Valle, A., Lileya, M., & Revilla, D. (2022). La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación. *PUCP*, 30. Recuperado el 13 de Noviembre de 2024, de <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/184559>
- Villarreal, J., & Cid, M. (Marzo-Junio de 2022). La Aplicación de Entrevistas Semiestructuradas en Distintas Modalidades Durante el Contexto de la Pandemia. *Dialnet*, VII(1). Recuperado el 11 de Noviembre de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8474986>
- Vivian, C., Ingrid, B., & Andres, P. (2020). Simulación de mejoras en el sistema productivo de una curtiembre basada en el mapeo de su cadena de valor. *UTP*, 394. Obtenido de <https://moodle2.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/24231/16428>

PhD. Rocío Piguave Pérez

Directora Revista REFCALÉ-ULEAM www.refcale.uleam.edu.ec

ANEXOS

Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
Problema general	Objetivo general	Hipotesis general	V. Independiente
La Asociación Pesquera Buzos de Salango enfrenta una baja competitividad y rentabilidad en la comercialización del pulpo, debido a la dependencia de los intermediarios.	Desarrollar e implementar estrategias que mejoren la cadena de valor del pulpo de la Asociación Pesquera Buzos de Salango, con el fin de incrementar su competitividad y rentabilidad.	La implementación de una estrategia integral que elimine los intermediarios fortalezca la capacitación en comercio, impulse la creación de una marca y adopte herramientas digitales incrementara la competitividad y la rentabilidad de la Asociación Pesquera Buzos de Salango en la comercialización del pulpo.	Estrategias de la mejora de cadena de valor del pulpo. -Eliminación d intermediarios, capacitación, marca, herramientas digitales
Problemas específicos	Objetivo específico	Hipotesis específica	V. Dependiente
-Dependencia de intermediarios -Falta de capacitación en comercio. -Ausencia de una marca reconocida -Limitado uso de herramientas digitales	Desarrollar e implementar una estrategia de eliminación de intermediarios para que la Asociación Pesquera Buzos de Salango puede comercializar el pulpo de manera directa, aumentando sus márgenes de ganancia y control sobre los precios.	La eliminación de intermediarios en la cadena de comercialización del pulpo permitirá a la Asociación Pesquera Buzos de Salango incrementar sus ingresos y mejorar su competitividad en el mercado, al obtener mayores márgenes de ganancia y acceder de manera directa a mercados rentables.	Competitividad y rentabilidad de la Asociación Pesquera Buzos de Salango. -Incremento en los márgenes de ganancia - Participación en nuevos mercados. -Control de precios

Operacionalización de variable X

Variable x	Dimension	Indicadores	Items
Cadena de valor	Comercialización directa	Acceso a nuevos mercados sin intermediarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera que la eliminación de intermediarios facilitara el acceso a nuevos mercados? 2. ¿Considera que los intermediarios actuales no pagan un precio justo por el pulpo que pescan? 3. ¿Considera que la capacitación en comercio nacional es esencial para la venta directa a nuevos mercados? 4. ¿Cree que la venta directa del pulpo aumentaría las ganancias en comparación con la ganancia actual? 5. ¿Considera importante crear una marca reconocida para competir en nuevos mercados? 6. ¿Considera que la venta de pulpo a través de redes sociales podría aumentar el alcance de los mercados a los que accede actualmente? 7. ¿Considera que el social Selling nos ayudara a conectar con consumidores que valoran la sostenibilidad y autenticidad del pulpo? 8. ¿Patentar nuestras técnicas beneficiara económicamente a nuestra organización a largo plazo? 9. ¿Proteger nuestras técnicas de pesca con patentes es esencial para mantener nuestra competitividad? 10. ¿Considera que la asociación tiene acceso suficiente a recursos financieros?

Operacionalización de variable Y

Variable Y	Dimension	Indicadores	Items
Cadena de valor	Comercialización directa	Acceso a nuevos mercados sin intermediarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la Asociación con los intermediarios en términos de rentabilidad y precios justos? 2. ¿Qué beneficios cree que traería la eliminación de intermediarios en la comercialización del pulpo? 3. ¿Qué apoyo externo (Financiero, logístico, tecnológico) necesitan para eliminar a los intermediarios de manera efectiva? 4. ¿Cómo perciben los pescadores la implementación de estrategias y venta directa, como redes sociales y comercio digital? 5. ¿Qué rol jugaría las marcas propias y el uso de patentes en la comercialización directa del pulpo?