



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN INGENIERIA COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO

**ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y SU INFLUENCIA EN EL
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN DE LOS PRODUCTORES CACAOTEROS
DE LA ZONA AGRÍCOLA DEL CANTÓN NARANJAL, 2012 – 2014.**

CARRERA:
INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORES:
KARINA YULEISY GONZÁLEZ VÁZQUEZ
IRMA JACQUELINE TENE SUMBA

TUTORA:
ECO. ROSA AURORA ESPINOZA TOALOMBO, MAE.

MILAGRO, NOVIEMBRE DEL 2015
ECUADOR

ACEPTACIÓN DE LA TUTORÍA

ACEPTACIÓN DE LA TUTORÍA

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las Señoritas. González Vázquez Karina Yuleisy y Tene Sumba Irma Jacqueline, para optar al Título de "Ingenieras Comerciales" y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Octubre de 2015

Tutor:



Msc. Rosa Aurora Espinoza Toalombo
C.I. 0910453406

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Octubre de 2015



González Vázquez Karina Yuleisy
CI: 0706252459



Tene Sumba Irma Jacqueline
CI: 0925580920

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingenieras Comerciales otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

| | | |
|--------------------|---|---|
| MEMORIA CIENTÍFICA | (|) |
| DEFENSA ORAL | (|) |
| TOTAL | (|) |
| EQUIVALENTE | (|) |



ECON. ESPINOZA TOALOMBO ROSA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



LIC. MUÑOZ BERNAL MERCEDES
PROFESOR DELEGADO



ING. CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA
PROFESOR SECRETARIO

AGRADECIMIENTO

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar Mi agradecimiento infinito es para Dios.

A mi Mamá, que es la persona más importante en mi vida, mi mejor amiga, la mejor mamá, gracias por acompañarme en este proceso, por compartir conmigo alegrías y tristezas, por tus sabios consejos que me han ayudado mucho, por enseñarme a no rendirme ante nada, gracias; por la confianza que depositaste en mí.

Papá, este logro también es por ti, quiero decir que ocupas un lugar importante en mi corazón.

A mis queridos hermanos, Mariela, Jonathan y Omaní, son los mejores hermanos que la vida me pudo dar, gracias por los bellos sobrinos que me dieron, son quienes llenan mi corazón de felicidad cada día.

A mi querida UNEMI por prestarme sus aulas para adquirir nuevos conocimientos; a mis profesores quienes fueron guía en este proceso académico.

A la MSc. Rosa Espinoza, por su apoyo incondicional durante el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A mis amigos, por su amistad, soporte y ánimos para continuar en las diferentes etapas de mi vida, algunos están conmigo y otros en mis recuerdos pero a cada uno quiero dar las gracias por formar parte de mi vida.

KARINA GONZÁLEZ VÁZQUEZ.

AGRADECIMIENTO

Día a día vivo agradecida con las bondades infinitas que nos otorgas mi Dios, una de ellas permitirme despertar cada mañana con el brillo en mi mirada y mis ganas de cumplir mis metas y seguir adelante. Gracias Madre Santísima por cuidar cada paso que doy, por custodiar mis sueños y estar a mi lado para que nada ni nadie me quite la posibilidad de cumplir mis anhelos más deseados.

Mami Mary es Ud. la dueña de mis logros, con su ayuda, educación, perseverancia hemos logrado juntas atravesar los obstáculos llenos de dificultades que se nos han presentado, agradezco infinitamente aquellas noches de desvelo de acompañó al cursar mi vida estudiantil. Papá de todo corazón agradezco toda la confianza que deposita en mí, este es un logro que nunca podré pagar, pero pagaré con mi cordura de seguir siendo la persona valiente y luchadora, son Uds. mis pilares fundamentales a quienes admiro por su valentía de permanecer juntos a pesar de la distancia.

Mi campeón, mi Cristhian mi único hermano. A medida que fuimos creciendo por circunstancias de nuestras vidas tuvimos que separarnos, y doy gracias a Dios por ser una persona incomparable aquella que siempre me escucho en todo momento sin importar la hora ni lugar, a Ti que siempre buscaste la manera de dar lo mejor por mi gracias por ayudarme a cumplir una de mis metas propuestas.

A mis abuelitos, mis tíos, mis primos, mis amigos y todas aquellas personas que llevo en mi corazón y otras en mis recuerdos de una forma u otra que supieron brindarme apoyo incondicional, fuerzas, ánimo, consejos, cariño y confianza son Uds. que con buen ejemplo me dieron todo el valor de nunca vencerme.

Mi Unemi por más lejos que me encuentre te llevo en mi corazón, gracias a todos mis docentes por compartir sus conocimientos y brindarnos sus enseñanzas.

MSc. Rosita Espinoza le doy mis más sinceras gratificaciones por su paciencia, enseñanza y dedicación a lo largo de este proyecto.

Con Amor....

IRMA JACQUELINE TENE SUMBA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi familia quienes por ellos soy lo que soy; A mi madre, por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil dándome ejemplos dignos de superación y entrega. A mi padre por su apoyo incondicional, A mis hermanos por estar siempre presentes.

Va por ustedes familia, por lo que valen, por las cosas buenas que me inculcaron como persona; principios, valores, carácter, perseverancia, y coraje para conseguir mis objetivos; admiro su fortaleza y lo que han hecho por mí, gracias a eso hoy puedo ver alcanzada una de mis metas.

Karina González Vázquez.

DEDICATORIA

A Dios.

Que me dio fortaleza para emprender mis metas, porque me levanta con pie firme para seguir en la batalla por instruirme con su palabra para actuar con sabiduría por mantenerme segura de que junto a Él logre vencer las adversidades.

A mis padres.

Son Uds. quienes merecen todo, son la razón de mi vida y lo más valioso que Dios me ha dado. Dedico este proyecto a Uds. Por ayudarme en mi formación profesional por ser unos padres llenos de comprensión en todo momento e infinitamente me dan su amor y me brindan motivación. Uds. Han sembrado en Mí las virtudes que se necesitan para vivir con anhelo y felicidad. Todo lo que soy se lo debo a Uds.

A mi hermano.

Cristhian Danny Tú quien me das aliento en cada uno de mis retos, te dedico lo más importante mi reto universitario ya que siempre me diste aquellas palabras de no rendirnos.

Con cariño....

IRMA JACQUELINE TENE SUMBA

CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Ing. Fabricio Guevara Viejó, MAE.
Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y SU INFLUENCIA EN EL RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN DE LOS PRODUCTORES CACAOTEROS DE LA ZONA AGRÍCOLA DE CANTÓN NARANJAL, 2012 – 2014, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, Octubre de 2015



González Vázquez Karina Yuleisy
CI: 0706252459



Tene Sumba Irma Jacqueline
CI: 0925580920

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|------------|
| ACEPTACIÓN DE LA TUTORÍA..... | II |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | III |
| CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA | IV |
| AGRADECIMIENTO | V |
| DEDICATORIA | VII |
| CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR..... | IX |
| RESUMEN | XV |
| ABSTRACT..... | XVI |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPITULO I..... | 2 |
| EL PROBLEMA | 2 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.1.2 <i>Delimitación del problema</i> | 3 |
| 1.1.3 <i>Formulación del problema</i> | 3 |
| 1.1.4 <i>Sistematización del problema</i> | 4 |
| 1.1.5 <i>Determinación del tema</i> | 4 |
| 1.2 OBJETIVOS..... | 4 |
| 1.2.1 <i>Objetivo general</i> | 4 |
| 1.2.2 <i>Objetivos específicos</i> | 4 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN | 5 |
| CAPITULO II..... | 8 |
| MARCO REFERENCIAL | 8 |
| 2.1 MARCO TEÓRICO..... | 8 |
| 2.1.1 <i>Antecedentes Históricos</i> | 8 |
| 2.1.2 <i>Antecedentes Referenciales</i> | 11 |
| 2.1.2 <i>Fundamentación Científica</i> | 15 |
| 2.2 MARCO LEGAL..... | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3 MARCO CONCEPTUAL | 36 |
| 2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES..... | 38 |
| 2.4.1 Hipótesis General | 38 |
| 2.4.2 Hipótesis Específicas | 38 |
| 2.4.3 Declaración de variables | 38 |
| 2.4.4 Operacionalización de las variables | 39 |
| CAPÍTULO III | 41 |
| MARCO METODOLÓGICO | 41 |
| 3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 41 |
| 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 44 |
| 3.2.1 Características de la población | 44 |
| 3.2.2 Delimitación de la población..... | 45 |
| 3.2.3. Tipo de muestra | 45 |
| 3.2.4 Tamaño de la muestra | 45 |
| 3.2.5 Procesos de selección..... | 46 |
| 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS | 46 |
| 3.3.1. Métodos Teóricos..... | 46 |
| 3.3.2 Métodos Empíricos..... | 48 |
| 3.3.3 Técnicas e Instrumentos..... | 48 |
| 3.4. PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN | 48 |
| CAPÍTULO IV..... | 49 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 49 |
| 4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL..... | 49 |
| 4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS | 61 |
| 4.3. RESULTADOS | 64 |
| 4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 65 |
| CONCLUSIONES | 67 |
| RECOMENDACIONES | 68 |
| BIBLIOGRAFÍA | 69 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1. Precios del cacao año 2012..... | 20 |
| Cuadro 2. Exportaciones de cacao en grano y semielaborados..... | 22 |
| Cuadro 3. Variables de Investigación..... | 38 |
| Cuadro 4. Operacionalización de las variables..... | 39 |
| Cuadro 5. Estimación de población dedicada al cultivo de cacao en el Cantón Naranjal..... | 44 |
| Cuadro 6. Tiempo de dedicación a la actividad agrícola..... | 49 |
| Cuadro 7. Nivel de veces que se ha requerido enfrentar problemas que afectan a la economía de este sector agrícola..... | 50 |
| Cuadro 8. Determinación del nivel problemático de los agricultores cacaoteros causa del actual sistema de comercialización..... | 51 |
| Cuadro 9. Nivel de perjuicio sobre la inversión, ocasionado por los problemas del sistema de comercialización actual del cacao..... | 52 |
| Cuadro 10. Opinión acerca de la intermediación comercial y su efecto negativo en los precios que se paga por estas cosechas..... | 53 |
| Cuadro 11. Opinión acerca de la eliminación de intermediarios para mejorar los precios del cacao en el mercado..... | 54 |
| Cuadro 12. Nivel de conocimiento de los mercados donde se puede comercializar el cacao..... | 55 |

| | |
|---|----|
| Cuadro 13. Opinión sobre la pérdida de oportunidades de ventas de cacao como consecuencia del desconocimiento del mercado y nuevos sistemas de comercialización..... | |
| | 56 |
| Cuadro 14. Nivel de conocimiento sobre los Centros de Acopio..... | |
| | 57 |
| Cuadro 15. Opinión sobre formar parte de un proyecto encaminado a crear un centro de acopio..... | 58 |
| Cuadro 16. Opinión acerca del debilitamiento de intermediación del sector cacaotero como respuesta a un trabajo aislado..... | 59 |
| Cuadro 17. Opinión sobre la necesidad de organización entre los integrantes del sector cacaotero..... | |
| | 60 |
| Cuadro 18. Precios del cacao CCN-51 seco en los Centro de Acopio AÑO-2012..... | 61 |
| Cuadro 19. Precios del cacao CCN-51 seco en los Centro de Acopio AÑO-2013..... | 61 |
| Cuadro 20. Precios del cacao CCN-51 seco en los Centro de Acopio AÑO-2014..... | 62 |
| Cuadro 21. Datos para el sembrío, cultivo y cosecha de cacao..... | 62 |
| Cuadro 22. Verificación de Hipótesis..... | 66 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----------|
| FIGURA 1. Formas de comercialización de cacao..... | 19 |
| FIGURA 2. Exportaciones de cacao | 21 |
| FIGURA 3. Modelo de centro de acopio | 25 |
| FIGURA 4. Tiempo de dedicación a la actividad agrícola | 49 |
| FIGURA 5. Nivel de veces que se ha requerido enfrentar problemas que afectan a la economía de este sector agrícola | 50 |
| FIGURA 6. Determinación del nivel problemático de los agricultores cacaoteros causa del actual sistema de comercialización..... | 51 |
| FIGURA 7. Nivel de perjuicio sobre la inversión, ocasionado por los problemas del sistema de comercialización actual del cacao..... | 52 |
| FIGURA 8. Opinión acerca de la intermediación comercial y su efecto negativo en los precios que se paga por estas cosechas..... | 53 |
| FIGURA 9. Opinión acerca de la eliminación de intermediarios para mejorar los precios del cacao en el mercado..... | 54 |
| FIGURA 10. Nivel de conocimiento de los mercados donde se puede comercializar el cacao..... | 55 |
| FIGURA 11. Opinión sobre la pérdida de oportunidades de ventas de cacao como consecuencia del desconocimiento del mercado y nuevos sistemas de comercialización..... | 56 |
| FIGURA 12. Nivel de conocimiento sobre los centros de acopio..... | 57 |
| FIGURA 13. Opinión sobre formar parte de un proyecto encaminado a crear un centro de acopio..... | 58 |
| FIGURA 14. Opinión acerca del debilitamiento de intermediación del sector cacaotero como respuesta a un trabajo aislado | 59 |
| FIGURA 15. Opinión sobre la necesidad de organización entre los integrantes del sector cacaotero..... | 60 |
| FIGURA 16. Evolución de la cosecha de cacao ccn-51 | 63 |

RESUMEN

La presente investigación se basa en el estudio de la comercialización de cacao y su influencia en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros, siendo el cacao uno de principales fuentes de ingreso para las familias del Cantón Naranjal de la Provincia del Guayas, el problema surge al momento de realizar la comercialización de sus cosechas ya que optan por vender a intermediarios donde se les ofrece precios bajos en consideración de los precios de los mercados.

Esta investigación busca dar a conocer cómo afecta el exceso de intermediarios en la comercialización de los agricultores de tal manera que en el capítulo I se presenta la formulación del problema que consiste en ¿De qué manera la comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal, 2012 – 2014? junto con la sistematización y justificación. Posteriormente se da a conocer en el capítulo II la parte teórica con información relevante al tema, como es la fundamentación de tipo histórica, antecedentes investigativos, marco conceptual, hipótesis y variables, en el Capítulo III se exponen el tipo y diseño de la investigación, las técnicas de recolección de datos como es la encuesta. En el Capítulo IV se presenta los resultados de las encuestas aplicadas a los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal, juntos con la verificación de hipótesis, resultados de la investigación, conclusiones y recomendaciones de la investigación planteada.

Palabras claves: Comercialización, Cacao, Rendimiento sobre la inversión, Producción agrícola.

ABSTRACT

This research is based on studying the marketing of cocoa and its influence on the return on investment of cocoa producers, being the cocoa one of main sources of income for families in Naranjal, Guayas Province. The problem arises at the time of merchandising the product. People prefer to sell it to intermediaries who offer lower prices in consideration of market ones.

This research seeks to publicize how it affects to many intermediaries in the marketing of farmers. So, in Chapter I the problem formulation consisting of: How the cocoa marketing influences the return on investment presented on cocoa producers in the agricultural area of Naranjal, 2012 - 2014? Subsequently disclosed in chapter II the theoretical part is presented with relevant information of the topic, such as the historical foundation, research background, conceptual framework, assumptions and variables. In chapter III, the type and design of the investigation and the data collection techniques like the surveys are set. In Chapter IV, the results of surveys of the cocoa farmers, with the testing of hypotheses, research findings, conclusions and recommendation of proposed investigation is presented.

Key words: Merchandise, Cocoa, return of investment, farming production.

INTRODUCCIÓN

Naranjal es un Cantón perteneciente a la provincia del Guayas donde por su espacio geográfico se cultiva en grandes producciones el cacao. El cacao es uno de los productos de mayor versatilidad, es considerado por el gobierno nacional y los agricultores un producto emblemático en todo el país, de él se obtiene pasta, polvo, pulpa, manteca, chocolate y cacao en grano los cuales son de gran acogida en mercados nacionales e internacionales.

Hoy en día la comercialización de cacao fomenta un desarrollo económico de gran importancia. La transformación de cacao, presentación e inocuidad, y los subproductos de cacao como son: mermeladas, licor, vinos, cremas, entre otros, constituyen una fuente de ingresos y bondades que brinda el cacao para percibir sus sabores y aromas que en la actualidad ha generado un reconocimiento nacional e internacional reflejando su calidad. A su vez también presentan problemas en el cuidado de las plantaciones como la incidencia de la enfermedad, ataque de plagas, deficiencia del manejo pos cosecha, falta de trabajadores en el proceso de secado los mismos que pueden afectar en la cosecha de la producción.

En las fincas de los productores existen cacao nacional y cacao CCN-51 que son altamente productivos que vinculan al desarrollo sostenible de las familias dando valor al trabajo y generando fuentes de empleo y riqueza. Compone un sistema de vida fructífero de miles de agricultores que viven de los frutos que se obtiene de sus cosechas del esfuerzo por mejorar los niveles de producción y comercialización.

Este proyecto tiene como objetivo analizar el sistema de comercialización que se lleva a cabo mediante los intermediarios, el cual hemos indagado la problemática y su efecto radica en el valor monetario que tiene como valor el cacao y llegamos a la resolución que no se perciben precios justos que justifiquen el coste de la inversión, se pagan precios bajos por sus cosechas las mismas que requieren un importe agregado a la producción.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El sector agrícola cacaotero del Cantón Naranjal se ve afectado debido a que no se han generado rendimientos esperados sobre las inversiones de los agricultores, el mismo que surge por la variación de los precios del mercado al vender sus cosechas a los intermediarios ya que obtienen un bajo rendimiento por su cosecha.

Día a día el sector se enfrenta a altos costos de producción lo que incide en que la inversión que realizan no sea rentable, a esto podemos agregar que la presencia de intermediarios en el proceso de comercialización afecta el precio del producto y por ende los beneficios finales del productor.

Este cantón no cuenta con empresas y centros de acopio constituidas legalmente que puedan pagar precios justos a su producción y darle un valor agregado al producto, para de esta manera maximizar la creación de valor el cual permita generar una ventaja competitiva sostenible con la finalidad de obtener ingresos razonables.

Los ingresos que reciben los agricultores cacaoteros a penas les permite cubrir sus costos y en ocasiones llegan a obtener pérdidas en estas actividades, lo que los desmotiva, generalmente esto se debe a la presencia de los intermediarios que son quienes se encargan de comercializar las cosechas y termine afectando a los productores quienes se ven obligados a entregar sus productos para que se comercialicen.

Pronóstico.- El rendimiento sobre la inversión de quienes integran el sector cacaotero del Cantón Naranjal se verá afectado cada día sino se toman medidas correctivas en lo que corresponde a la comercialización que actualmente se ve afectada por el exceso de intermediarios que manipulan el precio del cacao y otorgan una ganancia mínima y hasta nula a sus agricultores.

Control del Pronóstico.- Con la investigación planteada se conocerá la situación de este sector económico y se podrá efectuar un análisis a profundidad cuyos resultados terminarán en diversas opciones para mejorar el sistema de intermediación y comercialización del cacao del sector de Naranjal. Provincia del Guayas.

1.1.2 Delimitación del problema

Campo: Comercialización

Objeto de estudio: Agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal

Delimitación Espacial

País: Ecuador

Región: Cinco - Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjal

Sector: Rural

Delimitación Temporal

El presente estudio toma como base el análisis de los años 2012 y 2014. A su vez los datos obtenidos serán procesados y analizados y su uso tendrán mayor aportación a futuras investigaciones en un tiempo de 3 años, posteriormente deberán ser actualizados.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera la comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal, 2012 – 2014?

1.1.4 Sistematización del problema

¿En qué medida los intermediarios que participan en la comercialización de cacao afectan a los precios que se pagan a los productores cacaoteros por su cosecha?

¿Cómo el desconocimiento de mercados influye en la pérdida de oportunidades de venta de las cosechas de los productores cacaoteros?

¿En qué medida los centros de acopio influyen en la distribución de las cosechas cacaoteros?

¿Cómo la asociatividad influye en la organización comercial de los productores cacaoteros?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de la comercialización de cacao y su influencia en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Establecer de qué manera la comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal 2012 – 2014, llevando a cabo una investigación para contribuir con el desarrollo económico del sector.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar en qué medida los intermediarios que participan en la comercialización de cacao afectan a los precios que se pagan a los productores cacaoteros por su cosecha.
- Analizar cómo el desconocimiento de mercados influye en la pérdida de oportunidades de venta de las cosechas de los productores cacaoteros.
- Analizar en qué medida los centros de acopio influyen en la distribución de las cosechas cacaoteros.
- Establecer cómo la asociatividad influye en la organización comercial de los productores cacaoteros.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El cacao en la actualidad es el tercer rubro más importante del país el cual requiere un estudio de comercialización y transformación al incorporar un valor agregado al producto. En su mayoría se realizan las ventas a través de intermediarios con precios bajos esto causa la baja rentabilidad de los agricultores cacaoteros del sector.

Estudiar los problemas del sector cacaotero dan paso a buscar alternativas que mejoren el sistema de comercialización del cacao, especialmente cuando este ha tenido un reapunte a nivel nacional e internacional, siendo muy requerido por todos para sus derivados.

La nueva modalidad de enfocar el desarrollo productivo en nuestro país propone alternativas de mejora a los sistemas agrícolas, entre ellas se encuentra la asociatividad que consiste en un mecanismo de cooperación, medida que organizará a sectores agrícolas para que ellos puedan cosechar y comercializar sin la intervención de terceras empresas o personas que afecten sus rentabilidades.

A continuación se expone las bases del estado que fundamentan la investigación. Según (Secretaría nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017) establece:

“El Plan Nacional del Buen Vivir expone en su objetivo No. 10: **Impulsar la transformación de la matriz productiva.**- Consiste en impulsar el desarrollo y la asociatividad como medida para garantizar el trabajo digno en todas las formas con un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo”.

Este objetivo se podrá cumplir al trabajar en base a las siguientes políticas y lineamientos:

(Secretaría nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017) Establece:
“10.4 **Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero**

10.4. a. Fortalecer la producción rural organizada y la agricultura familiar campesina, bajo formas de economía solidaria, para incluirlas como agentes económicos de la transformación en matriz productiva, promoviendo la diversificación y agregación de valor y la sustitución de importaciones, en el marco de la soberanía alimentaria.

10.4.b. Fortalecer la institucionalidad y establecer mecanismos para viabilizar el tránsito progresivo hacia patrones de producción agrícola basados en principios agroecológicos, que contribuyan a aumentar la productividad y los niveles de ingreso, así como la diversificación productiva y generación de valor agregado.

10.4.c. Impulsar la experimentación local, el desarrollo y acceso al conocimiento, el intercambio de técnicas y tecnologías, la capacidad de innovación social, la sistematización de experiencias e interaprendizaje, para mejorar los procesos productivos, especialmente de la agricultura familiar campesina, de la Economía Popular y Solidaria y las Mipymes en el sector rural.

10.4.h. Fortalecer las organizaciones comunitarias y disminuir la formación de minifundios y la precarización de la tierra, debidos principalmente al fraccionamiento por herencias, a través del acceso al crédito y la organización de formas asociativas, comunitarias, mancomunadas, bajo principios solidarios.

10.5 Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas – Mipymes– en la estructura productiva

10.5.a. Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

10.5.b. Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

10.5.c. Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local.

10.8 Articular la gestión de recursos financieros y no financieros para la transformación de la matriz productiva

10.8. a. Fortalecer el marco jurídico y regulatorio del sistema financiero nacional y popular y solidario, de manera que se profundice su rol de canalizador de recursos para la transformación de la matriz productiva.

10.8. e. Impulsar créditos a la producción mediante la profundización de las finanzas populares con pertinencia territorial, como alternativa a la banca privada tradicional.

10.9 Impulsar las condiciones de competitividad y productividad sistémica necesarias para viabilizar la transformación de la matriz productiva y la consolidación de estructuras más equitativas de generación y distribución de la riqueza

10.9. a. Ampliar y mejorar la provisión, acceso, calidad y eficiencia de los servicios públicos de agua potable, riego y drenaje, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, gas natural y el servicio postal.

10.9.b. Fomentar la inversión en logística, transporte e infraestructura y telecomunicaciones, para fortalecer la comercialización de la producción nacional, fomentar las actividades encadenadas a las industrias básicas y crear condiciones locales a nivel tecnológico y organizacional, con pertinencia cultural y ambiental, garantizando la inclusión y sostenibilidad.

10.9. c. Fomentar un sistema integral logístico de comercialización y transporte de carga pesada, bajo consideraciones de eficiencia energética y alternativa al sistema tradicional de transporte terrestre.

Al conocer las nuevas modalidades de organización para los agricultores se podrán recomendar medidas de apoyo como es el caso de un centro de acopio; los beneficiarios de estas propuestas serán para los agricultores del sector de Naranjal y se dará paso a organizar a los diversos productores de la zona”

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Cacao proviene del maya Kaj que quiere decir amargo y Kab que quiere decir jugo. El cacao *Theobroma cacao* L, es una planta de origen americano; debido al sistema de vida nómada que siempre llevaron los primeros habitantes, es imposible decir a ciencia cierta cuál es el lugar de origen.

De acuerdo con los estudios de Pound, Cheeseman y otros, el Cacao es originario de América del Sur, en el área alto Amazonas, que comprenden países como Colombia, Ecuador, Perú y Brasil. Es definitivamente en esa área donde se ha encontrado la mayor viabilidad de la especie. (CALDERON, 1989)

El fruto de este árbol contiene entre treinta y cuarenta semillas de color marrón-rojizo en el exterior y están cubiertas de una pulpa blanca dulce y comestible. El embrión está formado por dos grandes cotiledones y las sustancias que se encuentran en éstos constituyen el producto comercial. En los tejidos de parénquima de los cotiledones se encuentran los principios estimulantes la teobromina y la cafeína en porcentajes de 1 a 0,5% respectivamente. (MORALES, QUINTERO, & Katty, 2004)

“Los orígenes del cacao empezaron hace unos 2.000 años por los mayas, aztecas y toltecas; los primeros en cultivar el cacao fueron los mayas al sudeste de México Chiapas en Soconusco, sin embargo se muestra que hace 5.000 años se presentó una gran variedad de cacao en la Alta Amazonia. Luego en 1519 se presentó la llegada de los españoles en México y es ahí donde se reconoce el valor que le daban los aztecas, estos oriundos conocían la gran importancia curativa, el poder económico los mismos que utilizaban los granos de cacao como moneda y los beneficios alimenticios como la bebida aromática que daba el cacao, las semillas eran trituradas mezcladas con agua el mismo que surgía una

pasta que se combinaban con granos tostados o con flores aromatizadas e incluso se añade como un rito religioso que en aquel tiempo los rituales sagrados se centralizaban alrededor de la planta de cacao. Según sus antecedentes históricos prevalece un hecho significativo el cual se dio en un banquete que le ofreció Moctezuma a Hernán Cortez y es ahí donde despertó el gran interés por el cacao en los españoles y fue así donde Hernán Cortez envió sus cartas al emperador Carlos I donde destaca la apreciación que tuvo por los cacao y de tal manera en 1528 llegó el cacao a España donde se originaron recetas nutritivas añadidas con dulce y vainilla. Luego se produjo el chocolate de leche a finales del siglo XIX lo cual después de varias experimentaciones lo originaron producir los suizos y es así como surge una empresa de industria en el mundo. Hoy en la actualidad en su mayoría se sigue cultivando en los países de gran producción, como son Ecuador, Brasil, África, Malasia, Costa de Marfil, Camerún e Indonesia. El comercio internacional tiene entre sus finalidades permitir la conexión entre la oferta y la demanda de un producto determinado, propiciando el intercambio entre países. En el caso particular del cacao, tomando en cuenta una visión sistémica correspondiente al análisis de circuitos agroalimentarios, se identifican diversos actores distribuidos en diferentes fases o niveles (producción, transformación, comercialización y consumo final). En el nivel de comercialización de cacao en grano se pueden distinguir diferentes actores y procesos de comercialización; intervienen así productores, intermediarios (brokers), casas de bolsa, empresas consumidoras (transformadoras y comercializadoras de productos con base de cacao) y organizaciones como la organización internacional del cacao ICCO. Los precios internacionales del cacao en grano se establecen de acuerdo con la oferta y la demanda del rubro en el mercado mundial. Sin embargo, el cultivo del cacao y sus precios se comportan de forma cíclica. Las tendencias al alza y baja de los precios por períodos determinados, afectan directamente las condiciones de oferta y demanda del grano. Existen factores determinantes de los precios mundiales del grano relacionados con la oferta y la demanda. Entre ellos los más importantes son los factores climáticos adversos al cultivo, las expectativas de los productores y consumidores sobre el comportamiento del mercado del grano, los niveles de inventarios de las empresas consumidoras y los requerimientos del mercado. Además existen factores en el entorno del mercado relacionados con aspectos políticos, económicos, desastres naturales, entre otros, que eventualmente puedan desestabilizar el mismo" (MORALES, QUINTERO, & Katty, 2004)

El cacao nacional arriba símbolo de desarrollo del Ecuador, presenta la exquisita sensación de variedades que produce el consumo de los más deliciosos y finos chocolates, se equiparon a la riqueza y exuberancia histórica, junto con la genética asociada a la producción y comercialización. Este cacao fino es considerado por el gobierno nacional y los agricultores un producto emblemático, que está integrado de manera tradicional al sistema de vida productivo de miles de agricultores que viven

de los frutos que se obtiene de sus pequeñas fincas de los esfuerzos por mejorar los niveles de producción renovando y rehabilitando huertas. El cacao nacional arriba es distintivo por su calidad está asociado al medio en que crece y reproduce premiando a la tierra ecuatoriana con su característica de sabor y aroma.

Según datos proporcionados por investigaciones sobre el cacao, expone (Guerrero, 2014) "El Cacao ecuatoriano su historia empezó antes del siglo XV, el cacao es una fruta tropical, sus cultivos se encuentran mayormente en el Litoral y en la Amazonía, es un árbol con flores pequeñas que se observan en las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar, la producción de cacao se concentra principalmente en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos, en el país se cultivan dos tipos de cacao: el Cacao CCN-51 y el denominado Cacao Nacional, es un Cacao Fino de Aroma conocido como 'Arriba', desde la época colonial, Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento del mercado mundial (un 63% de acuerdo con las estadísticas de Pro Ecuador), otro dato muy importante es que en el 2011 Ecuador recibió el premio como "mejor cacao por su calidad oral" y "mejor grano de cacao por región geográfica" en el Salón du Chocolat en París, Francia".

"Por muchos años, el cacao fue comercializado clandestinamente hasta que en 1789, el Rey Carlos IV permitió mediante cedula real, el cultivo y la exportación del cacao desde Guayaquil. Muchas familias adineradas de Naranjal, adquirieron grandes propiedades y las destinaron al cultivo del cacao, de igual forma lo hicieron en Balao y Tenguel. En las primeras décadas del siglo XIX, (1800) aumentan los latifundios en Naranjal, dedicados al cultivo del cacao, liderando por su alta producción. Entre 1880-1890, el Ecuador fue el mayor exportador mundial de cacao especialmente por su aroma floral, exclusivo de esta Región el ya famoso "cacao de arriba". Lamentablemente entre 1915 y 1920, aparece y se expande en toda la zona cacaotera, enfermedades conocidas como "la escoba de bruja" y la "moniliasis" a esto se sumó la Primera Guerra Mundial, y la depresión económica de esos años. El Ecuador comenzó a perder el sitio de mercado internacional del cacao, cuando la producción de Ghana, país africano, lo supero en producción. Naranjal, pueblo cacaotero por tradición este a su vez se ha constituido como un producto agrícola símbolo del Cantón, esto se debe por su alta productividad y calidad que lo caracteriza, dentro de la Provincia del Guayas. La gran producción del cacao que se

inició a mediados del siglo XIX, continuo hasta mediados del siglo XX, experimentando dos bajas, la primera por la enfermedad de las plantas, y la segunda a comienzo de la década de los años 60, cuando gran parte de sus tierras destinadas al cacao, se reemplaza con el cultivo de banano. A comienzos del siglo XX, aumentó la gran demanda del cacao para su exportación, y esto motivó la creciente necesidad de mano de obra, para la producción del cacao. Las haciendas y grandes fincas contrataron a miles de trabajadores agrícolas, especialmente en épocas de la cosecha del cacao. Estos fueron factores que estipularon a muchos campesinos y agricultores, especialmente de la sierra (Cañar y Azuay) que, para cada cosecha vinieran a Naranjal, en busca de oportunidades de trabajo, adaptándose a las labores del agro costeño. Muchos de estos esforzados y laboriosos ciudadanos, se afincaron en estas tierras, convirtiéndose muchos de ellos, en prósperos agricultores, camaroneros, ganaderos y exitosos comerciantes”. (RODRIGUEZ ANDRADE, 2009).

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Título:

Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cacao (*Theobroma cacao* L.) variedad CCN-51, Jama-Manabí (CARRIÓN SANTOS, 2012)

Año:

2012

Autor:

Julián Carrión Santos

Situación problemática:

Desde hace varios años atrás, el problema radica en el sector agrícola cacaotero del Cantón Jama-Manabí que afecta directamente a la producción y comercialización del mismo, los agricultores de este Cantón ven afectada su producción específicamente en lo que se relaciona a la calidad del cacao y que es indispensable para su

comercialización tanto para nivel nacional e internacional, de lo contrario pierde valor en el mercado.

Objetivo de la investigación:

(CARRIÓN SANTOS, 2012) El objetivo de esta investigación es: Determinar la factibilidad de la explotación comercial de cacao de calidad “CCN-51” en el cantón Jama-Provincia de Manabí.

Metodología de la investigación:

El tipo de metodología que se aplicó en esta investigación es de tipo descriptiva, de campo, exploratoria y cuantitativa también utilizo métodos analíticos, históricos y su técnica fue la encuesta dirigida a los agricultores del Cantón Jama-Manabí.

Conclusiones:

- La gran variedad de CCN-51 en comparación con el cacao nacional presenta mayor productividad y mayor resistencia, comienza a cosechar su cultivo al año y medio de la plantación, la producción más fuerte se presenta al cuarto año, mediante un estudio financiero se puede medir que el cultivo de cacao presenta rentabilidad a partir del cuarto año de producción los mismos que recuperan sus ingresos estimados, mientras que en el año y medio no se percibe el valor de la inversión.

URL:

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2533/1/104270.pdf>

El estudio que se analizó, permitió conocer la metodología más precisa para obtener información viable y menos sesgada por parte de agricultores de esta manera tomaron como base la manera la forma en que fue redactada el documento que fue recolección de datos. Además otro aporte de gran importancia fue el análisis del problema que sigue un sector cacaotero de una Provincia que hace similitud con la del Guayas.

Título:

Análisis del nivel de producción del cacao y su influencia en el estatus de vida de los pequeños productores del Recinto Venecia de Chimbo de la Parroquia Roberto Astudillo (Milagro). (HERNÁNDEZ ALVARDO & ROMÁN SOLÓRZANO, 2014)

Año:

2014

Autor:

Gloria Hernández Alvarado

Jessica Román Solórzano

Situación problemática:

El siguiente proyecto se pretende determinar la baja productividad de la zona agrícola y la influencia de intermediarios al momento de realizar la comercialización, ya que no se percibe un precio justo por sus cosechas, el cual no permite mantener cultivos de cacao rentables, efectuando así un análisis de costos de producción, calidad y precios de ventas.

Objetivo de la investigación:

(HERNÁNDEZ ALVARDO & ROMÁN SOLÓRZANO, 2014) Definen el siguiente objetivo: Analizar la producción del cacao de los pequeños productores del Recinto Venecia de Chimbo, Parroquia Roberto Astudillo y su incidencia en el status de vida que mantienen, mediante la aplicación de encuestas, para diseñar estrategias que contribuyan al buen vivir de quienes integran este sector productivo.

Metodología de la investigación:

El tipo de investigación que se aplicó a la investigación es de tipo descriptiva, de campo, exploratoria y cuantitativa, también utilizo métodos analíticos, históricos y su técnica fue la encuesta dirigida a los productores cacaoteros del Recinto Valencia-Milagro.

Conclusiones:

- En la actualidad el precio de los insumos afecta a la rentabilidad de la producción cacaotera en el Recinto Valencia-Milagro debido a que estos precios son altos y el valor recibido por su producción no es la adecuada, esto se ve reflejado en la calidad de vida de los agricultores cacaoteros.

URL:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/663/3/AN%C3%81LISIS%20DE%20NIVEL%20DE%20PRODUCCI%C3%93N%20DEL%20CACAO%20Y%20SU%20>

[20INFLUENCIA%20EN%20EL%20ESTATUS%20DE%20VIDA%20DE%20LOS%20PEQUE%C3%91OS%20PRODUCTORES%20DEL%20RECINTO%20VENECIA%20DE%20CHIMBO%20DE%20LA%20PARROQUIA%20ROBERTO%20ASTUDILLO%20%28MILAGRO%29.pdf](#)

El estudio que se analizó dentro de esta investigación permitirá medir el nivel de producción del cacao, el mismo que tiene como finalidad ayudarnos en nuestro proyecto para contrastar dicha información referente a la baja productividad.

Título:

Nuevos mercados para la exportación del cacao fino de aroma producido en los Cantones Portoviejo y Santa Ana y su incidencia en el desarrollo local. (CRESPO CARRERO & SALVATIERRA PÉREZ, 2012)

Año:

2012

Autor:

Ing. Jimmy Crespo Carrero

Ing. Patricia Salvatierra Pérez

Situación problemática:

En este Cantón existe inapropiada comercialización de cacao, el cual no genera rendimiento a los agricultores del sector, el mismo que no permite desarrollarse nacional e internacional y en el área de los exportadores se manifiesta la necesidad de ubicar nuevos destinos para el grano de cacao fino de aroma Ecuatoriano.

Objetivo de la investigación:

(CRESPO CARRERO & SALVATIERRA PÉREZ, 2012) Expresan su objetivo: Identificar nuevos mercados externos para la comercialización del cacao fino de aroma, mediante un análisis del cultivo y la comercialización actual en los Cantones Portoviejo y Santa Ana de la Provincia de Manabí.

Metodología de la investigación:

Las modalidades a aplicar durante el proceso investigativo son de campo y documental, la investigación se aplicaran los métodos inductivo y deductivo, y su técnica fue la entrevista y la encuesta dirigida a los cacaoteros, comerciantes y exportadores.

Conclusiones:

- Existe un gran número de intermediarios que afectan a la economía de los agricultores, el mismo que surge del escaso conocimiento de los agricultores de los mecanismos de comercialización de la manera que mejore la competitividad de estos Cantones Manabitas al efectuar las exportaciones en forma asociada y no individualmente, para así incrementar los ingresos provenientes de la venta.

URL:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2352/14/UPS-GT000259.pdf>

Con este proyecto de investigación servirá a los cantones Portoviejo y Santa Ana para indagar sobre los mercados de comercialización que ayuden a obtener un mayor rendimiento a los agricultores cacaoteros, para adquirir un mejor desarrollo económico de la zona que será para beneficio de dichos Cantones.

2.1.2 Fundamentación Científica

2.1.3.1 LA AGRICULTURA

La agricultura es el cultivo de tierra y producción de alimentos provenientes de cada país, es la plantación de hortalizas, vegetales, cereales, frutas y tratamiento del suelo agrícola. Comprende el trabajo del hombre en la transformación del medio ambiente, es decir es la explotación de los recursos que proporciona la tierra generando un desarrollo económico que satisface las necesidades del hombre e incrementa la riqueza del mundo.

La importancia de la agricultura

La importancia e impacto de la agricultura en nuestras vidas no puede subestimarse. Alimenta y sostiene a los seres humanos y es vital tanto para la estabilidad y crecimiento de cualquier economía, como para la seguridad de cualquier país. La

agricultura es una fuente vital de vida, representa el 40% del Producto Interior Bruto (PIB), implica 5.000 millones de hectáreas de tierra cultivada en todo el mundo (1,5 para la agricultura y 3,4 para ganaderos y pastos); da puestos de trabajo a 1,3 mil millones de personas, lo que suma casi el 1/5 de la población mundial. La población rural es aproximadamente 3,4 mil millones de personas. (ROCHE, 2012)

Agricultura en Ecuador

En nuestro país el suelo agrícola se divide a nivel regional, debido a los cambios climáticos que son aptos para la zona agrícola.

En la Región Costa se cultiva un 21,38% de producción de arroz, maíz, yuca, algodón y frutas tropicales de cosechas de ciclo corto, un 26,99% se destina la producción de cacao, banano, café, palma africana y caña de azúcar, se considera que el 51,62% es dedicado para pastos. Están destinadas 4 millones de ha para los cultivos, debido a las condiciones climáticas existen lugares como Santa Elena y otras áreas cerca de la frontera con Perú que no son aptas para la zona agrícola.

En la Región Sierra considerando su altitud se destina un porcentaje mayor de 42,88% para las áreas pastizales, para la producción de ciclo corto se cosecha un 38,26% de hortalizas, papa, haba y maíz teniendo en cuenta los 2400 y los 3000 metros sobre el nivel del mar se produce trigo y fréjol. En las áreas subtropicales se origina la producción de café, caña de azúcar y para la frutas se destina un 18,86% de cultivos.

En la Región Amazónica posee cultivos de caña de azúcar, palma africana y cítricos ocupando un 19,22% de superficie. En un gran porcentaje de 63,12% la población se dedica al pasto, y un 17,66% produce yuca, maíz y naranjilla considerando que el terreno es fértil y para la producción es necesario rotar permanentemente las cosechas.

La evolución contemporánea de la agricultura

En el año 2000 en nuestro territorio se determinó un 44% de la población que se dedicaba a las actividades de la zona agrícola y un 56% a los cultivos de vegetación debido a la aceleración de la deforestación en los años de 1990 y 2000 se obtuvo 74.300 ha por año y en el año 2000 y 2008 surge el cambio de 61.800 ha. Del

periodo de los años desde el 2000 al 2010 existen 618.000 ha por extensión de las actividades mineras y petroleras.

Factores de deterioro de la agricultura

- Cambios climáticos, fuertes o escasas lluvias que deterioran el suelo.
- Enfermedades, virus, bacterias en las plantas.
- Emigración de los campesinos a otras ciudades.
- Enfoque en otras actividades, como puede ser mineras y petroleras.
- Que afecten las políticas de exportación e importación.
- Por las leyes que gravan al campesino en la tenencia de la tierra.

2.1.3.2. Un producto emblemático del Ecuador: Según (ANECACAO, s.f.) “El cacao fino y de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor buscadas por los fabricantes de chocolate. Representa únicamente 5% de la producción mundial de cacao. Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de Cacao Arriba fino y de aroma (63% de la producción mundial) proveniente de la variedad Nacional cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional. Este tipo de grano es utilizado en todos los chocolates refinados. Sin embargo, los que muchos no saben que el chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que el cacao tiene. Éste es el tipo de cacao que promueve Anecacao. Del total de la exportación ecuatoriana se estima que un 80% es cacao fino de aroma mientras que el restante 20% pertenece a otras variedades como el CCN51, Ecuador se posiciona como el país más competitivo de América Latina en este campo, seguido de lejos por Venezuela, Panamá y México, que son países que poco a poco han incrementado su participación en el mercado mundial del cacao fino en grano.

Tipos de cacao que produce Ecuador En Ecuador existen sobre todo dos variedades de cacao: Sabor Arriba y CCN51.

Sabor Arriba: También conocido como Fino y de Aroma. Es el producto tradicional y emblemático del Ecuador. Por sus fragancias y sabores frutales y florales, se volvió famoso entre los extranjeros y poco a poco lo fueron llamando Cacao Arriba. Por su

organoléptica tiene un valor agregado que es reconocido por la industria de la confitería.

CCN – 51: Es el resultado de varias investigaciones, el agrónomo ambateño Homero Castro Zurita, logró en 1965 el denominado cacao clonal CCN-51 que significa Colección Castro Naranjal. Este cacao tiene los frutos una coloración rojiza en su estado de desarrollo y en su madurez. Contienen grandes cantidades de grasa, por lo que define sus propios nichos de mercados. Es una variedad que se caracteriza por su capacidad productiva, siendo esta cuatro veces mayor a las clásicas producciones y a su vez por ser resistente a las enfermedades”.

La producción cacaotera en naranjal

El Cantón Naranjal ubicado en la provincia del Guayas es pionero en el cultivo de cacao Nacional Fino y de Aroma en el Ecuador, de tradición en tradición y durante décadas los pobladores se han dedicado al cultivo de este tan preciado grano al nivel internacional. El Cantón Naranjal también es reconocido por ser la cuna del cacao CCN-51 reconocido internacionalmente como la variedad de mayor potencial productivo del mundo. La actividad agrícola dedicada al cultivo de cacao tiene una historia relevante en la economía nacional; este producto conocido además como la pepa de oro, dominó varios siglos en la generación de divisas para el país, dando lugar al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, la industria y el comercio. (LEÓN M, 2015)

2.1.3.3. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción. (OROZCO, 2011)

La comercialización de cacao se da hacia el mercado interno o externo, en distintas presentaciones: en grano (crudo, tostado, o residuos) o industrializado (pasta de cacao, manteca, grasa y aceite de cacao, cacao en polvo, chocolate y demás preparaciones alimenticias). En lo que se refiere al mercado externo, el cacao industrializado se comercializa básicamente bajo cuatro presentaciones: licor, manteca, polvo y torta. (VILLAMAR, 2012)

Figura 1. Formas de comercialización de cacao



Fuente: Ecuador_costa_aventura_productos_06
Responsable: Karina González-Irma Tene.

Sistema de comercialización

Vincula a los aspectos productivos, con los relacionados a la transferencia de la propiedad de los productos, articulándose así con el sistema agroindustrial y, fundamentalmente, con el consumidor de esos productos, de forma directa o indirecta. Básicamente, la comercialización, entendida en un sentido amplio, opera como un mecanismo de coordinación de las transferencias entre los distintos integrantes de la cadena productor – consumidor. Esto implica considerar los subsistemas de los productos, los canales de distribución, las leyes, normas y reglamentaciones, las políticas, programas y actividades gubernamentales y no gubernamentales vinculadas con la comercialización de cacao. (MÓDULO 4, Comercialización)

Cuadro 1. Precios del cacao año 2012

| MES | PRECIO PRODUCTOR USD | PRECIO INTERNACIONAL USD |
|----------------|----------------------|--------------------------|
| Enero | 88 | 104,67 |
| Febrero | 89 | 106,88 |
| Marzo | 80 | 107,02 |
| Abril | 85 | 102,82 |
| Mayo | 82 | 104,96 |
| Junio | 92 | 102,7 |
| Julio | 86 | 106,59 |
| Agosto | 85 | 113,96 |
| Septiembre | 83 | 118,86 |
| Octubre | 81 | 111,74 |
| Noviembre | 82 | 112,41 |
| Diciembre | 81 | 109,33 |
| Promedio anual | 84,5 | 108,5 |

Fuente: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/quienes-somos/109-cadenas-agroproductivas-comercializacion/comercializacion-modulo/costos-de-producci%C3%B3n/ca-cacao-comercializacion/158-ca-precios-de-la-cadena-del-cacao>

Elaboración: MAGAP/SC/DETC

Estrategias de comercialización

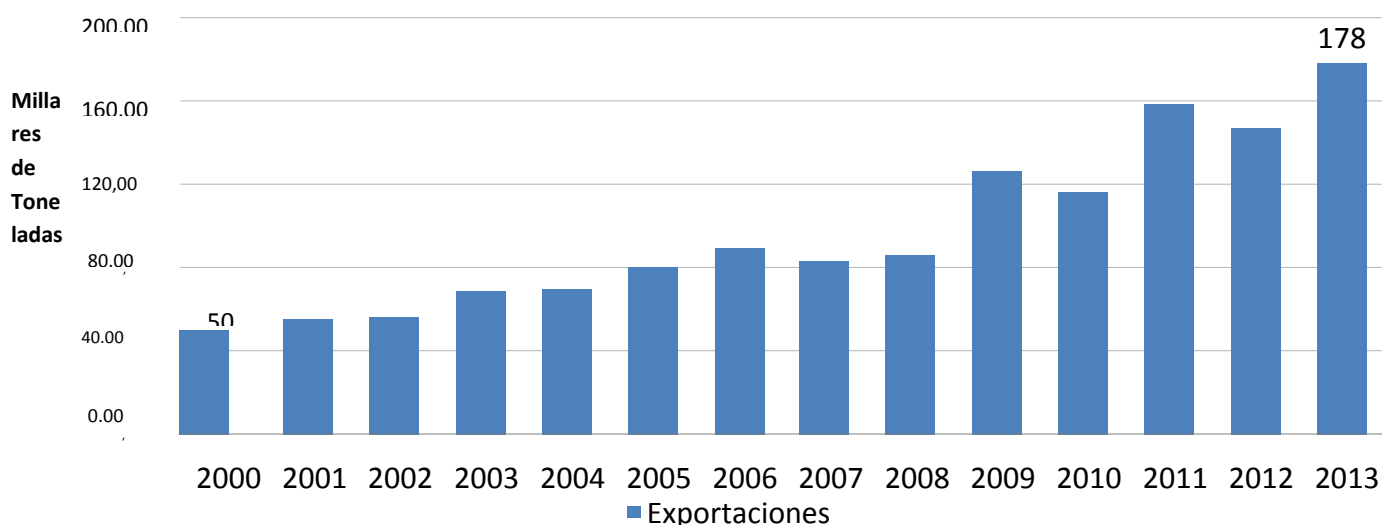
Las estrategias se especifican en el mercado meta y una mezcla comercial, en el mercado meta se crean un grupo homogéneo de clientes a los que se deben atraer. En la mezcla comercial son variables controladas en la empresa para satisfacer a los consumidores. En la comercialización por metas es una mezcla comercial para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, estas estrategias pueden satisfacer a grandes mercados y ganancias. Se pueden tener grupos para las variables de la mezcla comercial, las cuales son plaza en alcanzar las metas del producto adecuado en la plaza del mercado meta, todo producto comprenderá un bien físico, también se debe de abordar en la distribución del producto transportes, las promociones de los productos en el mercado es la información y la venta al cliente esto se refiere la venta personal que es la comunicación de los vendedores y clientes o las ventas masiva que es una comunicación en la cantidad de los clientes al mismo tiempo. El precio debe ser el indicado para que sea accesible a los consumidores, pero también tomar en cuenta a la competencia que está en el mercado. (GARCÍA, HERNÁNDEZ, & SAMANIEGO, 2012)

Canales de comercialización

Existen múltiples alternativas en el mercado internacional para escoger el canal de distribución y comercialización más efectivo, que garantice el éxito de los productos de exportación. Los canales de comercialización en el país de destino son agentes importadores, distribuidores, mayoristas, minoristas, consumidores o usuarios finales y los canales de comercialización en el país de origen son industrial-exportador, comerciante-exportador, exportación conjunta y empresas contratistas de proyectos. (CURVELO, 2010)

El comercio internacional del Ecuador en el rubro cacao, presenta una tendencia al alza en las exportaciones, registrando un incremento de 257% en el periodo 2000 - 2013. En el inicio de este período, Ecuador exportó 50 mil toneladas y 178 mil toneladas en el 2013, siendo de esta manera uno de los principales proveedores de este producto a nivel mundial. Estados Unidos es el principal destino del cacao ecuatoriano, seguido por los Países Bajos (Holanda). Desde el año 2009 las exportaciones se han incrementado a una tasa de crecimiento anual promedio de 18%. En el 2013 las exportaciones estuvieron distribuidas durante todo el año, concentrándose el 36% de estas en el primer cuatrimestre del año y el 45% en el último cuatrimestre del año. Los principales países de destino fueron Estados Unidos, México y los Países Bajos (Holanda). (MORILLO & MERA, 2013)

Figura 2. Exportaciones de Cacao



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: MAGAP/SC/DETC

Cuadro 2. Exportaciones de cacao en grano y semielaborados

| DETALLE | 2012 | | 2013 | | Partic. 2012 % |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|----------------|
| | TONELADAS MÉTRICAS | MILES FOB USD | TONELADAS MÉTRICAS | MILES FOB USD | % |
| Cacao en grano | 147.053,89 | 345.306,22 | 87.772,70 | 193.817,76 | 85% |
| Cascara de cacao | 1.246,84 | 448,27 | 359,34 | 289,76 | 1% |
| Pasta de cacao | 8.189,05 | 27.107,55 | 4.873,83 | 14.242,12 | 5% |
| Manteca de cacao | 7.651,13 | 23.666,13 | 3.323,16 | 12.932,96 | 4% |
| Cacao en polvo | 6.507,79 | 29.416,54 | 2.551,94 | 9.893,92 | 4% |
| Chocolates y preparaciones | 1.530,45 | 26.211,84 | 722,20 | 13.311,44 | 1% |
| TOTAL | 172.179,15 | 452.156,55 | 99603,17 | 244.487,96 | 100% |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: MAGAP/SC/DETC

2.1.3.4 LOS INTERMEDIARIOS

Ante la necesidad de ejercer exitosamente el proceso de distribución de productos, las empresas deben acudir a otras empresas que realicen dichas funciones de manera especializada. En muchas ocasiones, las empresas deben cubrir necesidades de logística, embalaje o empaque para desarrollar correctamente sus actividades. (JÁUREGUI, 2008)

Importancia de los intermediarios

Los productores tienen en todo la libertad de vender directamente a sus consumidores finales, pero no lo hacen y utilizan a los intermediarios por diversas causas, entre las cuales se incluyen las siguientes:

- Muy pocos productores cuentan con la capacidad económica para realizar un programa de comercialización directa para su producto.
- Muy pocos productores cuentan con el capital necesario para esto. Los productores que cuentan con los recursos necesarios para crear sus propios canales de distribución prefieren destinarlos hacia otros aspectos de la producción, en donde su utilidad incrementada en mayor grado. (RODRIGUEZ, 2011)

Función de los intermediarios

La función básica de los intermediarios es entregar productos a los consumidores cuando y donde estos los requieran. Para lograrlo compran los productos a los

productores, los almacenan mientras se consigue la viabilidad en el mercado y luego los transportan a los consumidores. En el proceso, los intermediarios asumen los riesgos que enfrentan los bienes como son por ejemplo, el robo, la descomposición y otros peligros potenciales. Además, los intermediarios son los encargados de hacer la promoción los bienes para los consumidores en nombre de los productores. (ADAMS, 2015)

Beneficios de los intermediarios

- **Para el fabricante:** Muchos fabricantes no disponen de los recursos necesarios para establecer sus propios canales de distribución, por lo que necesitan llegar a acuerdos con intermediarios para vender sus productos. En algunos casos, aunque la empresa disponga de recursos, pueden preferir concentrarse en la actividad principal antes de gastar energías en la planificación de distribución.
- **Para los consumidores:** El desarrollo eficiente de las funciones de distribución por parte de los intermediarios hace que los consumidores también se beneficien. Los canales de distribución aportan valor a los consumidores por medio de cuatro tipos de utilidades:
 - La utilidad del tiempo: disponer del bien cuando lo necesitan.
 - La utilidad del lugar: donde el consumidor lo desee.
 - La utilidad de forma: hacer el bien más atractivo y adecuado al consumidor
 - La utilidad de posesión: esfuerzos para que el consumidor adquiriera la posesión del bien. (DMTRENDS, s.f.)

Diferentes tipos de intermediarios

Según (UREÑA, 2012) Existen cuatro grandes categorías de intermediarios que una empresa puede incluir en la red distributiva de su producto como son:

Mayoristas

“Estos intermediarios venden principalmente a otros vendedores, tales como minoristas o clientes institucionales, más que a los consumidores individuales. Compran bienes que almacenan y pueden abastecer una rápida provisión de productos en el momento en que se ordenan, porque usualmente se localizan más cerca de los clientes y los fabricantes.

Existen dos tipos de mayoristas: las tiendas mayoristas en régimen de autoservicios, que operan de manera similar a los almacenes y donde se venden comida y bebidas sobre todo a los minoristas tradicionales y a los hoteles, restaurante y servicios de banquetes. Los clientes seleccionan y llevan sus compras por sí mismos, y;

Los mayorista de entrega, por el contrario reparten sus mercancías desde los almacenes hasta sus clientes, que generalmente son operadores de mediano o gran tamaño.

Minoristas

Los minoristas venden bienes y servicios en forma directa a los consumidores para su uso personal. Toman posesión de los bienes que transportan, y como compensación tienen el margen entre lo que pagan por los productos y el precio que cargan a sus clientes, existen varios esquemas de clasificar a los minoristas.

Una clasificación tradicional hace una distinción entre tres tipos de minoristas independiente: los minoristas de alimentación general, los minoristas especializados y los minoristas artesanos.

Agentes

Se trata de intermediarios funcionales que no adquieren la propiedad del producto, pero que negocian las ventas o compras de los mismos por cuenta de los clientes o un mandatario, son compensados bajo la forma de comisiones sobre ventas o compras, son personas físicas o sociedades comerciales independientes, que representan a una empresa o a una organización cliente.

Los tipos comunes de esta clase de intermediarios incluyen a las sociedades importadoras o exportadoras, los corredores y los distribuidores industriales. Estos últimos trabajan, en general, para varias empresas y representan productos que no compiten en un territorio o país determinado.

Sociedades de servicios

Las sociedades de servicios son sociedades comerciales que asisten a las empresas en las funciones de distribución o en las funciones de compra y venta y de transferencia de posesión. Para la empresa, se trata de subcontratistas que ejercen ciertas tareas de distribución en razón de su especialización o de su experiencia.

Entre estas sociedades comerciales se encuentran las sociedades de transporte y de almacenamiento, las agencias de publicidad, las agencias de investigación de mercados, los intermediarios financieros, las compañías de seguros, etc. Estas agencias intervienen en un canal de marketing basado en la demanda, y son remuneradas por comisiones o por honorarios fijos”. (UREÑA, 2012)

2.1.3.5 CENTRO DE ACOPIO

Figura 3. Modelo de Centro de Acopio



Fuente: Internet - <http://www.ccd1.ccd.ec/>
Responsable: Karina González-Irma Tene.

Se entiende como Centro de Acopio una construcción que permite reunir los productos de varios agricultores, para alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles.

La idea de Centros de Acopio, debe entenderse como uno de los medios de mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercadeo en que actúen estos centros. Esto implica que los Centros de Acopio deben entenderse como una red orgánica, que abarque cierta zona, si se pretende impactar los mercados rurales y los mercados mayoristas urbanos. (OBALIA, TORRES, & TORREALBA, 1974)

Un centro de acopio permitirá reunir más cantidad de producción y separarla por calidad para proceder a una comercialización con precios justos.

Características de un Centro de Acopio

Organizar a los productores para la comercialización del centro de acopio. Elevar los niveles de ingreso de los productores a través del desarrollo del poder de negociación de los productores del centro de acopio.

Racionalizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales.

Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos. (REINOSO, RAMOS, & TORRES, 1979)

Las características ayudaran a los productores a tener ingresos considerables debido a que se les pagaran precios justos por su producción, entre otras características que podemos mencionar acerca del centro de acopio están en tener un espacio físico, acceso fácil, que sea ventilado y estacionamiento amplio para las descarga de lo producción.

Funciones de las unidades operativas del Centro de Acopio

- Anticipar la oferta y demanda a nivel nacional para poder orientar la mayor o menor cobertura en área del cultivo a nivel de productores organizados.
- Desarrollar canales directos de comercialización entre el centro de acopio y el comercio minorista organizado.
- Ampliar y promocionar mercados.
- Promocionar y divulgar el funcionamiento y propósito del centro de acopio en el sector minorista.
- Divulgar entre los productores de la zona la estrategia de comercialización del centro de acopio.
- Iniciar programas de venta de otros productos producidos en la zona de influencia.
- Desarrollar programas de capacitación necesarios en colaboración con el Ministro de agricultura.
- Prestar asesoría y asistencia técnica a las organizaciones de productores conjuntamente con el ministerio de agricultura. (REINOSO, RAMOS, & TORRES, 1979)

2.1.3.6 ASOCIATIVIDAD

El término asociación surge como uno de los mecanismos de cooperación mediante el cual las pequeñas y medianas empresas unen sus esfuerzos para enfrentar las dificultades derivadas del proceso de globalización bajo esta perspectiva, los pequeños agricultores para adecuarse a la realidad imperante se ven obligadas, en muchos casos, no sólo a encarar un proceso de introspección sino además a interactuar con el medio a través de la conformación de redes o asociaciones que los ubique en posiciones más sólidas para afrontarlas amenazas y aprovechar las oportunidades. (QUIMÍ MÉNDEZ, 2012)

Características básicas de una empresa asociativa son:

- La asociación es voluntaria.
- Los socios tienen intereses comunes tan fuertes que superan sus intenciones particulares.
- Los socios son dueños del negocio, por cuanto son propietarios de los bienes materiales, como también los bienes intangibles.
- Los socios son solidariamente responsables ante la sociedad por el comportamiento y actuación de la empresa.
- Hay una vocación de permanencia; se pretende que la empresa exista por un largo periodo de tiempo o indefinidamente. (MÓDULO 2, 2006)

Ventajas de la Asociatividad

El modelo asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes, trayendo como ventajas las siguientes:

- Resolver y enfrentar problemas de manera conjunta manteniendo la autonomía de los participantes.
- Mejora la competitividad y la productividad, ya que permite:
 - Economía de recursos.
 - Incorporación de tecnología.
 - Aumento del poder de negociación con clientes y proveedores.
 - Amplia la cobertura de la negociación.
 - Reducción de costos.
 - Mejora el posicionamiento en los Mercados.

- Adopta diversas modalidades jurídicas, organizaciones y/o empresariales, es decir que existen diferentes tipos de asociatividad, tales como franquicias, subcontratación, etc.
- Aprovecha las oportunidades, neutraliza las amenazas, pone a su disposición sus fortalezas y disminuye sus debilidades.
- Promueve el uso y el desarrollo de la complementariedad.
- Amplia la cobertura de la promoción.
- Más oportunidades
- Aprendizaje por intercambio de experiencias
- Se genera en las empresas y en los empresarios varios "Efectos Secundarios":
 - Mentalidad más abierta
 - Mayor confianza
 - Una visión a más largo plazo
 - Mayor integración
 - Mayor positivismo
 - Más dinamismo (ABALO, s.f.)

Los diferentes tipos de asociatividad pueden agruparse atendiendo a varios criterios, a saber:

- En función de las diferentes fases del proceso empresarial: del diseño a la comercialización.
- En relación a cada una de las funciones básicas que existen en cualquier empresa: financiamiento, aprovisionamiento, recursos humanos, servicios, etc.
- Según el alcance de la asociatividad: geográfico, sectorial, especializado, diversificado, integral, etc.

Las relaciones asociativas pueden tener su origen en una amplia gama de objetivos que van desde simples uniones para operaciones concretas hasta uniones perdurables en el tiempo para operaciones recurrentes. En la práctica según la profundidad y duración de la asociación, la relación puede ir desde la informalidad hasta la constitución de figuras jurídicas específicas. (QUIMÍ MÉNDEZ, 2012).

Según (VEGAS RODRÍGUEZ, 2008) **los Tipos de asociatividad son:**

Redes de Cooperación Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación. Mantienen diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas.

Articulación Comercial Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, broker o gestor de negocios.

Alianza en Cadenas Productivas En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.

Alianza en Clusters De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.

Joint Venture Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.

2.2 MARCO LEGAL

El estudio se enmarcará dentro de la constitución política del Ecuador y será aporte al plan nacional de desarrollo del “Buen Vivir de su objetivo no. 10 que se refiere sobre la importancia de impulsar el desarrollo y la asociatividad como medida para garantizar el trabajo digno en todas las formas.

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Capítulo séptimo

Derechos de la naturaleza

(Constitución de la República del Ecuador, 2014) Establece en los:

“Art. 71.- La naturaleza o Pachamama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el

mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 74.-Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Capítulo noveno

Responsabilidades

Art. 83.-Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.
2. Ama killa, ama llulla, ama shwa. No ser ocioso, no mentir, no robar.
3. Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
4. Colaborar en el mantenimiento de la paz y de la seguridad.
5. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.
6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.
9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.
10. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.
12. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética
13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.
14. Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual.
15. Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.
16. Asistir, alimentar, educar y cuidar a las hijas e hijos. Este deber es corresponsabilidad de madres y padres en igual proporción, y corresponderá también a las hijas e hijos cuando las madres y padres lo necesiten.
17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

TÍTULO VI RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo primero

Art. 275.-El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del *sumak kawsay*.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 276.-El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Sección séptima

Política comercial

Art. 304.-La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y

se reduzcan las desigualdades internas.

5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.-Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

Art. 336.-El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley”

LEY DE DESARROLLO AGRARIO

CAPITULO I

DE LOS OBJETIVOS DE LA LEY

(Ley De Desarrollo Agrario, 2014) Establece en los:

“Art. 1.- ACTIVIDAD AGRARIA.- Para los efectos de la presente Ley, entiéndase por actividad agraria toda labor de supervivencia, producción o explotación fundamentada en la tierra.

Art. 3.- POLITICAS AGRARIAS.- El fomento, desarrollo y protección del sector agrario se efectuará mediante el establecimiento de las siguientes políticas:

a) De capacitación integral al indígena, al montubio, al afro ecuatoriano y al campesino en general, para que mejore sus conocimientos relativos a la aplicación de los mecanismos de preparación del suelo, de cultivo, cosecha, comercialización, procesamiento y en general, de aprovechamiento de recursos agrícolas;

- b) De preparación al agricultor y al empresario agrícola, para el aprendizaje de las técnicas modernas y adecuadas relativas a la eficiente y racional administración de las unidades de producción a su cargo;
- c) De implementación de seguros de crédito para el impulso de la actividad agrícola en todas las regiones del país;
- d) De organización de un sistema nacional de comercialización interna y externa de la producción agrícola, que elimine las distorsiones que perjudican al pequeño productor, y permita satisfacer los requerimientos internos de consumo de la población ecuatoriana, así como las exigencias externas del mercado de exportación;
- e) De reconocimiento al indígena, montubio, afro ecuatoriano y al trabajador del campo, de la oportunidad de obtener mejores ingresos a través de retribuciones acordes con los resultados de una capacitación en la técnica agrícola de preparación, cultivo y aprovechamiento de la tierra o a través de la comercialización de sus propios productos, individualmente o en forma asociativa mediante el establecimiento de políticas que le otorguen una real y satisfactoria rentabilidad;
- f) De garantía a los factores que intervienen en la actividad agraria para el pleno ejercicio del derecho a la propiedad individual y colectiva de la tierra, a su normal y pacífica conservación y a su libre transferencia, sin menoscabo de la seguridad de la propiedad comunitaria ni más limitaciones que las establecidas taxativamente en la presente Ley. Se facilitará de manera especial el derecho de acceder a la titulación de la tierra. La presente Ley procurará otorgar la garantía de seguridad en la tenencia individual y colectiva de la tierra, y busca el fortalecimiento de la propiedad comunitaria orientados con criterio empresarial y de producción ancestral;
- g) De minimizar los riesgos propios en los resultados de la actividad agraria, estableciendo como garantía para la equitativa estabilidad de ella, una política tendiente a procurar las condiciones necesarias para la vigencia de la libre competencia, a fin de que exista seguridad, recuperación de la inversión y una adecuada rentabilidad;
- h) De estímulo a las inversiones y promoción a la transferencia de recursos financieros destinados al establecimiento y al fortalecimiento de las unidades de producción en todas las áreas de la actividad agraria especificadas en el artículo 1;
- i) De fijación de un sistema de libre importación para la adquisición de maquinarias, equipos, animales, abonos, pesticidas e insumos agrícolas, así como de materias primas para la elaboración de estos insumos, sin más restricciones que las indispensables para mantener la estabilidad del ecosistema, la racional conservación del medio ambiente y la defensa de los recursos naturales;
- j) De protección al agricultor de ciclo corto que siembra productos de consumo interno, a fin de que exista confianza y seguridad en la recuperación del capital, recompensando el esfuerzo del trabajo del hombre de campo mediante una racional rentabilidad;

- k) De perfeccionamiento de la Reforma Agraria, otorgando crédito, asistencia técnica y protección a quienes fueron sus beneficiarios o aquellos que accedan a la tierra en el futuro, en aplicación de esta Ley; y,
- l) De promoción de la investigación científica y tecnológica que permita el desarrollo de la actividad agraria en el marco de los objetivos de la presente Ley.

CAPITULO II

DE LOS MEDIOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Art. 4.- CAPACITACION.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería deberá arbitrar las medidas para que en la infraestructura física existente en las áreas rurales del país, y en las del Ministerio de Educación y Culturas, se desarrollen cursos prácticos para indígenas, montubios, afro ecuatorianos y

campesinos en general, relativos a la preparación del suelo, selección de semillas, cultivo, fumigación, cosecha, preservación o almacenamiento y comercialización de productos e insumos agrícolas, en orden a mejorar sus niveles de rendimiento en cantidad y calidad.

Art. 5.- PLANES DE CAPACITACION.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería deberá, en el plazo improrrogable de seis meses contados a partir de la promulgación de esta Ley, poner en marcha un programa nacional de capacitación y transferencia de tecnología que incluya además la potenciación e innovación de los conocimientos y técnicas ancestrales..

Art. 6.- COORDINACION INSTITUCIONAL.- El Instituto Nacional de Capacitación Campesina, creado como dependencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería coordinará para que la capacitación del campesino ecuatoriano se realice preferentemente a través de empresas o entidades del sector privado preparadas para el cumplimiento de este objetivo y de las organizaciones indígenas y campesinas.

Art. 7.- ADIESTRAMIENTO ADMINISTRATIVO.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería organizará conforme al artículo 5, un programa nacional de capacitación y transferencia tecnológica para el empresario agrícola, comunas, cooperativas y otras organizaciones de autogestión, tendiente a divulgar técnicas modernas de cultivo, acceso a líneas de crédito agrícola, familiarización con mecanismos de venta de productos en el mercado local y de oportunidades de comercialización de sus productos en el exterior.

Art. 14.- POLITICA DE PRECIOS.- Respecto a los productos señalados en el artículo 9, el Ministerio de Agricultura y Ganadería fijará las políticas y arbitrará los mecanismos de comercialización y regulación necesarios para proteger al agricultor contra prácticas injustas del comercio exterior.

Art. 16.- LIBRE IMPORTACION Y COMERCIALIZACION.- Garantizase la libre importación y comercialización de insumos, semillas mejoradas, animales y plantas mejorantes, maquinarias, equipos y tecnología, excepto de aquellos que el Estado o el país de origen los haya calificado como nocivos e inconvenientes para la

preservación ecológica o del medio ambiente que pueda poner en riesgo el desarrollo sustentable del ecosistema.

Art. 17.- USO DE LOS SUELOS.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería formulará un plan de uso, manejo y zonificación de los suelos. El Estado estimulará la ejecución de estos planes y velará por su cumplimiento.

CAPITULO III

DE LA INVESTIGACION AGROPECUARIA

Art. 26.- FORMAS DE TRABAJO.- El Estado garantiza el trabajo de la tierra realizado por los propietarios, sean éstos personas naturales o jurídicas. El trabajo directo implica que el propietario asume los riesgos y costos de la producción, personalmente o a través de las formas contractuales establecidas en el Código Civil, Código del Trabajo, Ley de Cooperativas, Ley de Compañías, Ley de Comunas y más leyes pertinentes.

CAPITULO V

DE LA ORGANIZACION EMPRESARIAL CAMPESINA PARA LA PRODUCCION AGROPECUARIA

Art. 32.- ORGANIZACION EMPRESARIAL CAMPESINA.- Es deber fundamental del Gobierno Nacional promover las organizaciones empresariales campesinas de producción agropecuaria, para el mejoramiento integral del campesino como beneficiario preferencial de su acción directa.

Art. 33.- PARTICIPACION CAMPESINA.- El Gobierno Nacional promoverá la efectiva participación de la población campesina, a través de sus respectivas organizaciones empresariales legalmente establecidas, en la elaboración, ejecución y evaluación de programas y proyectos de desarrollo agropecuario relacionados con su área de interés empresarial.

Art. 34.- FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL.- Para el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo anterior, el Ministerio de Agricultura y Ganadería fortalecerá la organización de las cooperativas agropecuarias, comunas, asociaciones y más agrupaciones empresariales”.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, OBJETIVO NO. 10

Se refiere sobre la importancia de impulsar el desarrollo y la asociatividad como medida para garantizar el trabajo digno en todas las formas

(Secretaría nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017) : “Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión

privada, la constitución establece la construcción de un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo”(art. 276), en el que los elementos de transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional; a asegurar la soberanía alimentaria; a incorporar valor agregado con eficiencia y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; a lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; a propiciar el intercambio justo en mercados y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos (art. 284)”.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Agricultura: Es la actividad, arte, pasión, esfuerzo de trabajar y cultivar la tierra, importante para la subsistencia, involucra la transformación y producción para satisfacer necesidades.

Asociatividad: Cooperación voluntaria entre dos o más productores para alcanzar objetivos en común.

Barreras de entrada: Obstáculos que tiene una persona o empresa para acceder a una nueva industria, entre las barreras de entrada se pueden detallar las económicas, sociales y políticas.

Cacao: Fruto que crece en el árbol cacaotero, de origen tropical elemento básico con el cual producimos el chocolate.

Centros de acopio: Instalación administradas por comités donde les permiten almacenar sus productos y separarlos de acuerdo a su calidad y cantidad, de esta manera los pequeños productores pueden competir con mercados grandes.

Comercialización: Conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir objetivos de una empresa, comercializar es hacer llegar bienes o servicios desde el productor al consumidor desarrollando estrategias.

Cooperación: Intercambio de conocimientos entre un grupo de personas para desarrollar actividades y cumplir objetivos en común.

Cosecha: Se refiere a la recolección de la producción de frutos de un terreno.

Desarrollo económico: Capacidad que tienen los países para crear mayor riqueza con la finalidad de promover el desarrollo económico y social.

Intermediación: Es el proceso de crear mediadores, líneas llamados vendedores que tienen como objetivo vender el producto o servicio.

Inversión: Una inversión es un ente económico que espera obtener una ganancia futura, en las empresas se requiere invertir para generar mayor productividad en la misma.

Mercado: Se define como el lugar físico o virtual, donde intercambiamos bienes o servicios. También consiente a los compradores y vendedores obtener un vínculo comercial entre ambos.

Políticas de comercio: Las políticas son generadas mediante acuerdos con la organización que busca tratados para mantener, vincular o modificar las relaciones comerciales.

Precios: Valor monetario que se paga por un bien mueble e inmueble o servicio, que expresa su valor de materia prima, mano de obra y cualquier tipo de inversión que haya surgido para generar el precio.

Producción: Es el medio por el cual se produce, se crea bienes o servicios para el consumo de una población, el mismo que requiere satisfacer a las necesidades de los clientes.

Rendimiento sobre la Inversión: Es una medida que analiza el rendimiento de ganancia o pérdida de una inversión. Esta herramienta es ventajosa para evaluar diferentes inversiones.

Rentabilidad: Es un lucro económico que se obtiene del trabajo y los recursos de la organización. Es la forma de generar ingresos mediante acciones.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal 2012 – 2014.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- Los intermediarios que participan en la comercialización de cacao afectan a los precios que se pagan a los productores cacaoteros por su cosecha.
- El desconocimiento de mercados influye en la pérdida de oportunidades de venta de las cosechas de los productores cacaoteros.
- Los centros de acopio influyen en la distribución de las cosechas cacaoteros.
- La asociatividad influye en la organización comercial de los productores cacaoteros.

2.4.3 Declaración de variables

Cuadro 3. Variables de Investigación

| Variables Independientes | Variables Dependientes |
|---------------------------------|------------------------------------|
| Comercialización | Rendimiento sobre la inversión |
| Intermediarios | Precios |
| Desconocimiento de mercados | Pérdida de oportunidades de ventas |
| Centros de acopio | Distribución |
| Asociatividad | Organización Comercial |

Fuente: Hipótesis
Elaborado por: Karina González - Irma Tene.

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 4. Operacionalización de las variables

| Variables Independientes | Definición | Indicadores | Técnicas | Instrumentos |
|---------------------------------|--|---|-----------------|---------------------|
| Comercialización | Conjunto de actividades para llegar desde el productor hacia el consumidor. | Número de toneladas de cacao provenientes del Cantón Naranjal que se comercializan en el exterior. | Encuesta | Cuestionario |
| Intermediarios | Personas que enlaza a los productores y consumidores con un mismo objetivo. | Número de intermediarios que participan en la comercialización del cacao que se produce en el Cantón Naranjal. | Encuesta | Cuestionario |
| Desconocimiento de mercados | Falta de información acerca de los mercados de comercialización de cacao. | Numero de investigaciones de mercado que se han efectuado sobre los destinos del cacao que se producen en el Cantón Naranjal. | Encuesta | Cuestionario |
| Centros de acopio | Los centros de acopio unen la producción de pequeños productores de tal manera que compitan en el mercado dependiendo de su calidad. | Números de centros de acopios existentes en el Cantón Naranjal para productos como el cacao. | Encuesta | Cuestionario |
| Asociatividad | Es asociarse a desarrollar un tipo de encargo o responsabilidad. | Número de agricultores de cacao del Cantón Naranjal que están dispuestos a formar parte de asociaciones. | Encuesta | Cuestionario |

Elaborado por: Karina González - Irma Tene

| Variables Dependientes | Definición | Indicadores | Técnicas | Instrumentos |
|------------------------------------|--|---|-----------------|---------------------|
| Rendimiento sobre la inversión | Cantidad ganada o perdida en una inversión. | Monto obtenido como rendimiento al capital que invierten los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal. | Encuesta | Cuestionario |
| Precios | Valor monetario que se paga por un bien mueble e inmueble o servicio. | Valor monetario que se fija por cada saco de cacao comercializado de los productores del Cantón Naranjal. | Encuesta | Cuestionario |
| Pérdida de oportunidades de ventas | Esto surge por desconocimiento sobre mercados de comercialización. | Numero de negociaciones fallidas que han tenido los productores cacaoteros del Cantón Naranjal. | Encuesta | Cuestionario |
| Distribución | Es la manera en que el producto llega al consumidor o punto de venta. | Números de intermediarios que participan en la distribución del Cacao. | Encuesta | Cuestionario |
| Organización Comercial | Es la unión de un grupo de personas que tienen un objetivo en común desarrollando sus habilidades estrategias entre otros. | Número de agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal que cuentan con una organización para el comercio de sus productos. | Encuesta | Cuestionario |

Elaborado por: Karina González - Irma Tene

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación efectuada ha sido de campo, histórica, bibliográfica y exploratoria; con un diseño descriptivo, cualitativo y cuantitativo que permitió la relación de sus variables de investigación, A continuación se especifican la forma en que se empleó ese tipo y diseño investigativo:

Investigación de Campo

La investigación de campo reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente al contacto directo con los hechos o fenómenos que se encuentran en estudio, ya sea que estos hechos y fenómenos estén ocurriendo de una manera ajena al investigador o que sean provocados por éste con un adecuado control de las variables que intervienen; en la investigación de campo, si se trata de recabar datos, se recurre directamente a las personas que los tienen, si se trata de buscar explicación para un fenómeno, el investigador y sus auxiliares se ponen en contacto con el mismo para percibir y registrar las características, condiciones, frecuencia con que el fenómeno ocurre, etc., en otras palabras, es la realidad misma la principal fuente de información en la investigación de campo y la que proporciona la información clave en la que se fundamenta las conclusiones del estudio. (BAYARDO MORENO, 1987)

Se empleó una investigación de campo porque se recogieron datos precisos sobre los afectados, es decir, sobre quienes hacían parte directa de la problemática, esto es lo agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal.

Investigación Histórica

“Es un procedimiento de investigación y esclarecimiento de los fenómenos culturales que consiste en establecer la semejanza de dichos fenómenos, infiriendo una conclusión acerca de su parentesco genético, es decir, de su origen común”.
(BERNAL, 2006)

Empleamos esta investigación para presentar el pasado del problema de la manera más objetiva y exacta de modo sistemática por el cual recolectamos, evaluamos, verificamos y sintetizamos evidencias que nos permitan obtener conclusiones.

Investigación Bibliográfica

La reconstrucción biográfica emerge esencialmente de una persona y de su testimonio, ya sea oral u escrito y, de su interacción con el que lo retoma, interpreta y rehace (aun cuando este sea el mismo protagonista de los hechos que asume el rol de escritor como en el caso de las autobiografías), de modo que el juego de intersubjetividades va a ser una dinámica inherente y permanentemente presente.
(BEHAR, 2008)

Se realizó la investigación bibliográfica, ya que ocupa un lugar importante, al garantizar la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación, para identificar el libro, autor, año y lugar.

Investigación Exploratoria

(HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, & BAPTISTA, 2010) Define: “La investigación exploratoria sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados, esta clase de estudios son comunes en la investigación, sobre todo en situaciones donde existe poca información”.

Esta investigación ayuda a encontrar los aspectos relevantes por lo cual surge la problemática a estudiarse, el mismo que a partir de sus resultados genera nuevos tipos de investigación.

Investigación Descriptiva

(HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, & BAPTISTA, 2010) Expresa: “La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas, los estudios descriptivos son útiles para expresar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación”

Se utilizó este método para determinar las características o rasgos del objeto de estudio e identificar los hechos y situaciones que se presentan en el sector que se estudiara.

Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad. (HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, & BAPTISTA, 2010)

Se utilizó este método para medir el comportamiento de los agricultores el mismo que se adquirió información del método cuantitativo comprobando así las hipótesis previamente establecidas.

Investigación Cuantitativa

(HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, & BAPTISTA, 2010) Expresa: “La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos, así mismo, nos brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares, esta investigación debe ser lo más “objetiva” posible, evitando que afecten las tendencias del investigador u otras personas, la

meta principal de los estudios cuantitativos es la construcción y la demostración de teorías”.

Se aplicó este método para determinar los datos numéricos que estipuló el número de agricultores a encuestar y analiza los resultados de la encuesta mediante la verificación de hipótesis.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población está formada por los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal, la misma que de acuerdo a datos proporcionados por el MAGAP asciende a 11352 (LEÓN M, 2015)

3.2.1 Características de la población

La población se obtuvo del informe técnico de población del Cantón Naranjal dedicada al cultivo de cacao proporcionado por el Ing. Hugo León M. A continuación se presenta el cuadro correspondiente:

Cuadro 5. Estimación de población dedicada al cultivo de cacao en el Cantón Naranjal

| PARROQUIAS | POBLACIÓN | PORCENTAJE PROYECTADO DE POBLACIÓN ECONÓMICA MENTE ACTIVA | ESTIMACIÓN PROYECTADA A DE POBLACIÓN ECONÓMICA MENTE ACTIVA | PORCENTAJE ESTIMADO DE HABITANTES DEDICADOS AL CULTIVO DE CACAO (%)* | POBLACIÓN ECONÓMICA MENTE ACTIVA ESTIMADA DEDICADA AL CULTIVO DE CACAO |
|----------------------------------|--------------|---|---|--|--|
| NARANJAL URBANO | 28487 | 40,39 | 11506 | 45 | 5178 |
| NARANJAL RURAL | 11352 | 40,39 | 4585 | 85 | 3897 |
| SANTA ROSA | 5444 | 40,39 | 2199 | 75 | 1649 |
| SAN CARLOS | 6516 | 40,39 | 2632 | 75 | 1974 |
| JESUS MARÍA | 6427 | 40,39 | 2596 | 65 | 1687 |
| TAURA | 10786 | 40,39 | 4356 | 8 | 349 |
| PBLACIÓN TOTAL DEL CANTÓN | 69012 | | 27874 | 353 | 14734 |

Fuente: Informe Técnico de población del Cantón Naranjal

De acuerdo a datos proporcionados por el Técnico del Magap que representa al Cantón Naranjal, los agricultores cacaoteros son el 85% de la población rural. Esto es 9649 agricultores de cacao en el Cantón Naranjal.

3.2.2 Delimitación de la población

Delimitación geográfica:

País: Ecuador

Región: Cinco

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjal

Zona: Rural

Delimitación Demográfica:

Actividad: Agricultores cacaoteros

Género: Masculino y femenino

Edad: Indistinto en la investigación

3.2.3. Tipo de muestra

Para nuestro estudio se aplicará el tipo de muestra no probabilística, al considerar una característica específica, esta es el ser agricultores de cacao de un Cantón específico o zona geográfica Naranjal.

3.2.4 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$

Simbología:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q= 0,5

E: error, se considera el 5%; E= 0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95% Z= 1,96

$$n = \frac{9649 (0.5) (0.5)}{\frac{(9649 - 1) 0.05}{1.96^2}} + (0.5)$$

$$n = \frac{2412.25}{\frac{24.12}{3.8416}} + 0.25$$

$$n = \frac{2412.25}{6.279 + 0.25}$$

$$n = \frac{2412.25}{6.529} = 369.4$$

$$n = 369$$

3.2.5 Procesos de selección

Se efectuará la selección por medio de muestras que serán sujetos voluntarios que cuenten con la categoría de agricultores cacaoteros.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1. Métodos Teóricos

Entre los métodos teóricos empleados en esta investigación, se encuentran:

Método Inductivo

Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general, el método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (TORRES, 2010)

Este método permitió el estudio particular de cada variable de investigación, a nivel teórico y luego a través de la investigación de campo, para posteriormente generalizar sus efectos en la problemática.

Método Deductivo

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, el método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (TORRES, 2010)

Se aplicó el proceso de conocimiento que se inicia con la observación del problema, con el propósito de señalar las verdades particulares de la situación general que presenta el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros del Cantón Naranjal.

Método Histórico

La investigación histórica, que se orienta a estudiar los sucesos del pasado. Analiza la relación de esos sucesos con otros eventos de la época y con sucesos presentes. En síntesis, busca entender el pasado y su relación con el presente y el futuro. Esta investigación tiene como sus principales fuentes y técnicas de obtención de la información, la revisión documental, los vestigios y objetos reales y, en algunos casos, personas que tuvieron relación directa con los hechos estudiados o quienes, aunque no tuvieron relación directa con esos hechos, cuentan con información válida y confiable sobre los mismos. (TORRES, 2010)

Dentro de la investigación se empleó este método para relacionar los hechos pasados con la situación actual de cómo ha evolucionado la comercialización de cacao.

Método Analítico

Este método es un proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. (TORRES, 2010)

Permitió conocer la importancia y la relación de los elementos que inciden en el rendimiento de la inversión. Para notar de qué manera se originó el problema la misma que consiste en la mala comercialización de cacao.

Método Sintético

El método sintético integra los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiar los en su totalidad. (TORRES, 2010)

Se aplicó este método para realizar las hipótesis relacionando situaciones que no se encontraban esclarecidas y estaban aisladas.

3.3.2 Métodos Empíricos

Entre los métodos empíricos que se emplearon están las técnicas de investigación, que en este caso se relacionaron con la encuesta.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

La Encuesta

Encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. (TORRES, 2010)

El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación. (TORRES, 2010)

En la investigación la encuesta estuvo dirigida a los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal, que en un total fueron 369 los encuestados. El cuestionario que fue el instrumento de la encuesta estuvo integrado por 12 preguntas que emplearon como esquema la escala de Likert, fundamentándose su uso en la amplia información que recoge y su aplicación a nivel de investigaciones doctorales.

3.4. PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El cuestionario fue aplicado a los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal, una vez obtenida la información se dio paso a su procesamiento y tabulación en Excel para de ahí generar cuadros y figuras estadísticas que permitieron una inferencia sobre el comportamiento de las variables de estudio.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Encuestas realizadas a los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal

1. Cuántos años posee en la actividad agrícola relacionada con el cacao:

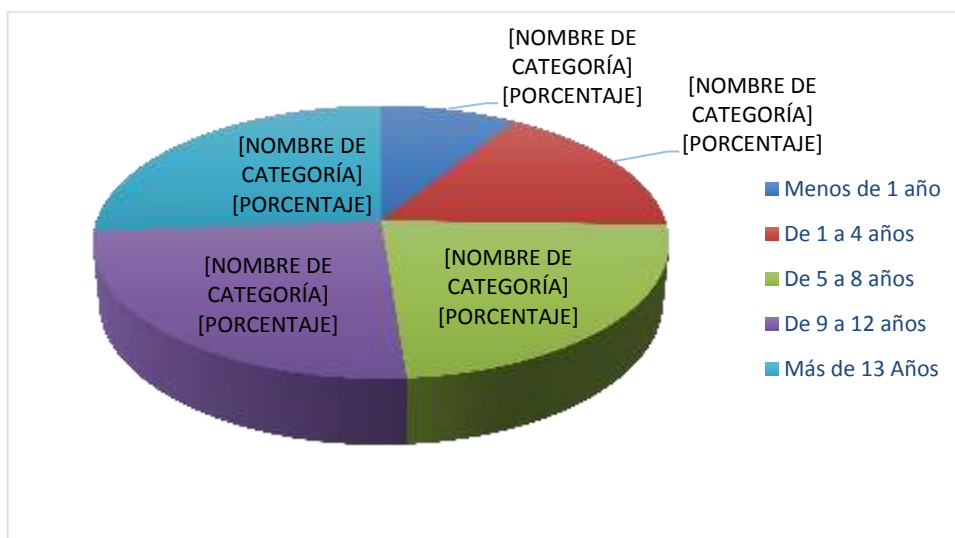
Cuadro 6. Tiempo de dedicación a la actividad agrícola

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|----------------|------------|-------------|
| Menos de 1 año | 33 | 9% |
| De 1 a 4 años | 61 | 17% |
| De 5 a 8 años | 86 | 23% |
| De 9 a 12 años | 92 | 25% |
| Más de 13 Años | 97 | 26% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 4. Tiempo de dedicación a la actividad agrícola



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros del Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura Interpretativa: Observamos en la figura que de la muestra que son 369 agricultores cacaoteros el 9% se dedican a la actividad agrícola hace menos de un años, 17% se dedican de 1 a 4 años, 23% agricultores de 5 a 8 años, y 26% de la figura tienen una actividad agrícola más de 13 años.

Análisis: La mayor parte de la población agrícola cacaotera se dedica a esta actividad desde hace más de 13 años, eso se debe a que varios agricultores cambiaron de tipo de cultivo, considerando que el cacao genera mayor rentabilidad, además de analizar el incremento de su demanda en el mercado nacional e internacional.

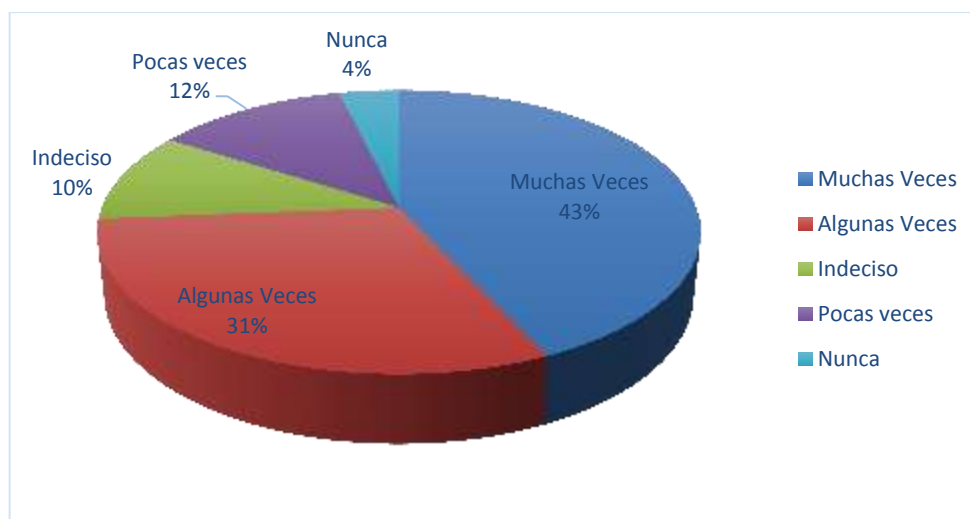
2. Durante el período que tiene como agricultor cacaotero ha enfrentado problemas que han influido negativamente en sus ingresos económicos?

Cuadro 7. Nivel de veces que se ha requerido enfrentar problemas que afectan a la economía de este sector agrícola

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|---------------|------------|-------------|
| Muchas Veces | 159 | 43% |
| Algunas Veces | 113 | 31% |
| Indeciso | 38 | 10% |
| Pocas veces | 45 | 12% |
| Nunca | 14 | 4% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros del Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 5. Nivel de veces que se ha requerido enfrentar problemas que afectan a la economía de este sector agrícola



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: Como se muestra en la figura el 74% de los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal nos dicen que muchas veces y algunas veces han enfrentado problemas que han influido negativamente en sus ingresos económicos, el 4% de los encuestas nunca ha tenido problemas que afecten a sus ingresos.

Análisis: Gran parte de la población cacaotera ha enfrentado problemas agrícolas debido a los cambios climáticos y precipitaciones en el suelo, lo que no permite crecer la producción. Por otra parte la inadecuada comercialización que se realiza mediante intermediarios influye negativamente en los ingresos económicos de los agricultores.

3. Los problemas que ha enfrentado la actividad agrícola se relacionan con la comercialización, en un nivel:

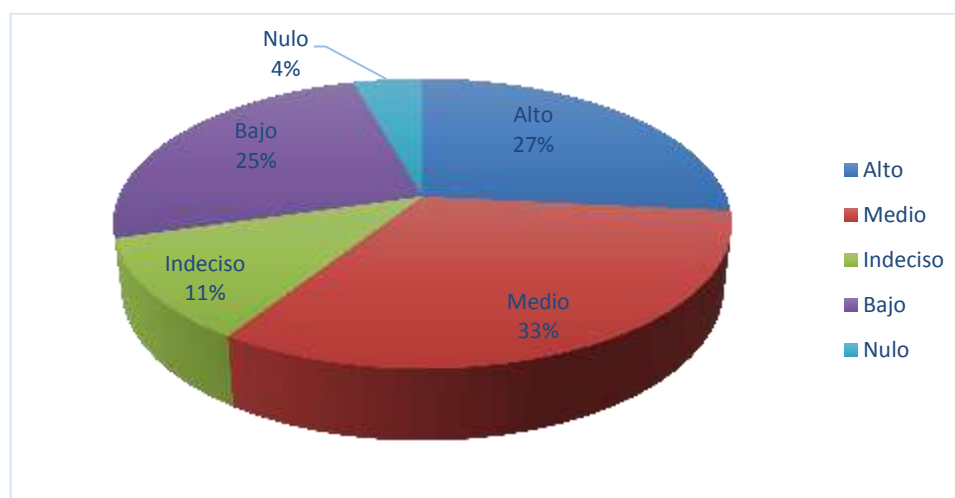
Cuadro 8. Determinación del nivel problemático de los agricultores cacaoteros causa del actual sistema de comercialización

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|--------------|------------|-------------|
| Alto | 98 | 27% |
| Medio | 120 | 33% |
| Indeciso | 42 | 11% |
| Bajo | 93 | 25% |
| Nulo | 16 | 4% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 6. Determinación del nivel problemático de los agricultores cacaoteros causa del actual sistema de comercialización



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: El 27 % de los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal nos indica que los problemas que han enfrentado en sus actividades que se relacionan con la comercialización han sido alto, el 33% nos indica que se encuentra en un nivel medio pero el 24% de los encuestados nos dicen que es bajo.

Análisis: En base al criterio de los encuestados, pocos mercados mayoristas establecen un sistema de comercialización con pequeños y medianos agricultores el cual conlleva que los demás cacaoteros comercialicen su producción mediante intermediarios, tomando en consideración que el precio no es rentable, como consecuencia del exceso de intermediarios.

- Los problemas que ha tenido en relación a la comercialización de sus cosechas de cacao han perjudicado su rendimiento sobre la inversión, en un nivel:

Cuadro 9. Nivel de perjuicio sobre la inversión, ocasionado por los problemas del sistema de comercialización actual del cacao

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|--------------|------------|-------------|
| Alto | 130 | 35% |
| Medio | 78 | 21% |
| Indeciso | 83 | 22% |
| Bajo | 48 | 13% |
| Nulo | 30 | 8% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 7. Nivel de perjuicio sobre la inversión, ocasionado por los problemas del sistema de comercialización actual del cacao



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: El 56% de la población encuestada nos indica que los problemas que se relacionan con la comercialización de sus cosechas han perjudicado a sus ingresos en un nivel alto y medio, pero un 22% está indeciso de que este factor ha perjudicado a sus ingresos.

Análisis: La inversión que requiere el productor cacaotero para el cultivo permite cubrir los costos de mano de obra, insumos y siembra. A su tercer año se empieza a cosechar dicha producción, pero la rentabilidad no es la requerida como respuesta a un sistema de comercialización extenso y lleno de intermediarios.

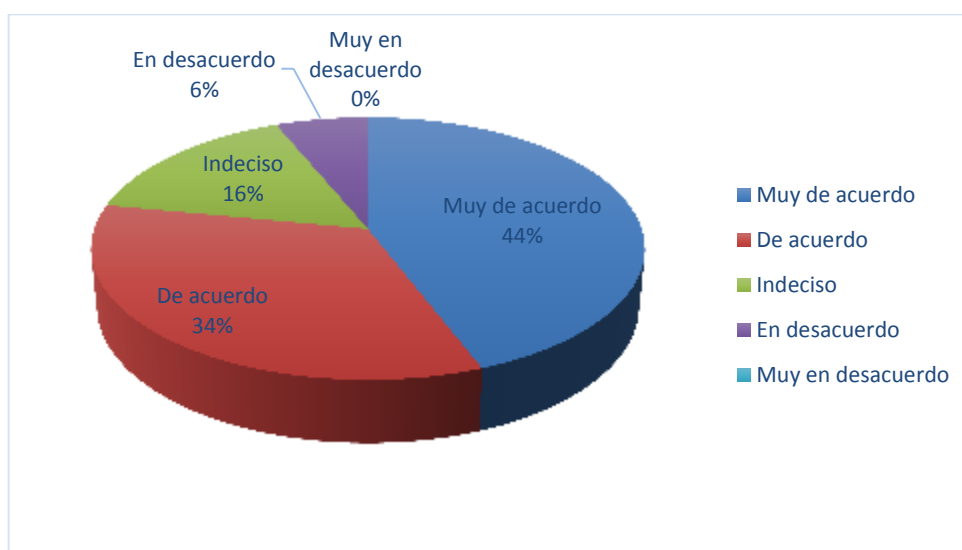
5. Los precios que recibe por su cosecha tienden a ser bajos a medida que se presentan más intermediarios en la comercialización del cacao?

Cuadro 10. Opinión acerca de la intermediación comercial y su efecto negativo en los precios que se paga por las cosechas

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 163 | 44% |
| De acuerdo | 125 | 34% |
| Indeciso | 58 | 16% |
| En desacuerdo | 23 | 6% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 8. Opinión acerca de la intermediación comercial y su efecto negativo en los precios que se paga por las cosechas



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: En la encuesta realizada a los productores cacaoteros del Cantón Naranjal el 44% estuvo muy de acuerdo en que los precios que recibe por su cosecha tienden a ser bajos a medida que se presentan más intermediarios, el 34% dijo que está de acuerdo, pero el 6% indicó que estaba en desacuerdo.

Análisis: Los agricultores cacaoteros expresan que en los últimos años el precio ha sufrido distintas variaciones debido al incremento de la demanda de intermediarios; sin embargo la agregación de demanda pierde su efecto positivo al generarse el fenómeno excesivo de la intermediación, lo que lleva a que cada intermediario se quede con un porcentaje de la rentabilidad y se genere así un efecto negativo en los precios que pagan a las cosechas cacaoteras.

6. Considera usted que con la eliminación de intermediarios, sus cosechas de cacao se comercializarían a mejores precios, generándoles mayores ingresos:

Cuadro 11. Opinión acerca de la eliminación de intermediarios para mejorar los precios del cacao en el mercado

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 137 | 37% |
| De acuerdo | 180 | 49% |
| Indeciso | 40 | 11% |
| En desacuerdo | 12 | 3% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 9. Opinión acerca de la eliminación de intermediarios para mejorar los precios del cacao en el mercado



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: En lo que se refiere a esta interrogante podemos observar que el 37% está muy de acuerdo que con la eliminación de intermediarios, sus cosechas de cacao se comercializarían a mejores precios, un 49% se inclina hacia la opción de acuerdo, el 11% se muestra que existe indecisión en lo que respecta al tema.

Análisis: Una gran parte de agricultores cacaoteros consideran beneficioso la eliminación de intermediarios ya que ellos pagan precios bajos que afectan al rendimiento de la inversión.

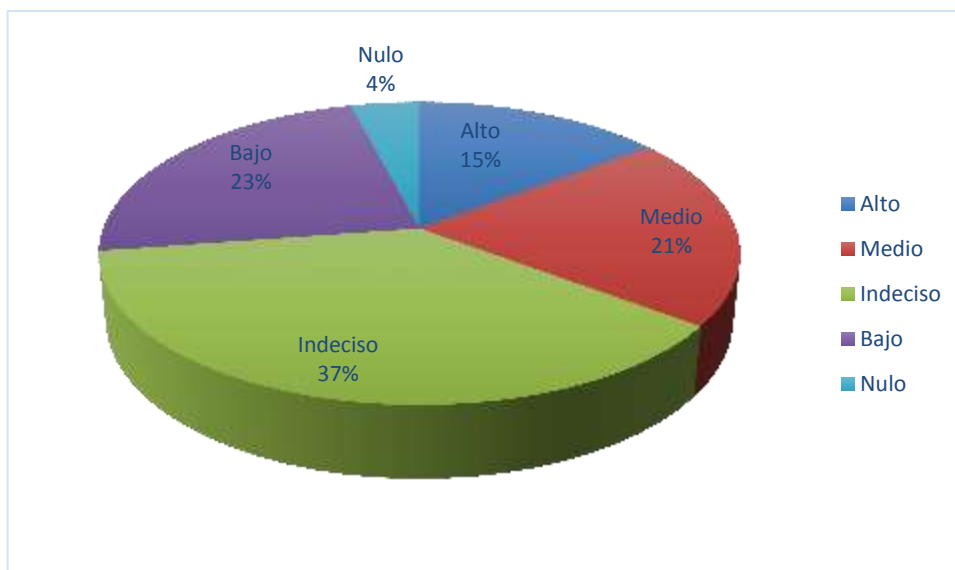
7. Su conocimiento acerca de los mercados donde venden sus productos es:

Cuadro 12. Nivel de conocimiento de los mercados donde se puede comercializar el cacao

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|--------------|------------|-------------|
| Alto | 54 | 15% |
| Medio | 76 | 21% |
| Indeciso | 138 | 37% |
| Bajo | 86 | 23% |
| Nulo | 15 | 4% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 10. Nivel de conocimiento de los mercados donde se puede comercializar el cacao



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: Según la encuesta realizada a los productores cacaoteros del Cantón Naranjal el 15% nos indica que conocimiento acerca de los mercados donde vender sus productos es alto, mientras que un 37% indicaron que están indecisos.

Análisis: Un 37% de la población de agricultores cacaoteros están en un promedio indeciso del conocimiento de mercados de comercialización, ya que en el Cantón Naranjal no existen centros de acopio, y el sistema de comercialización lo realizan mediante intermediarios.

8. Considera usted que el desconocimiento sobre mercados y comercialización de cacao lo ha llevado a perder oportunidades de ventas que generarían gran rentabilidad:

Cuadro 13. Opinión sobre la pérdida de oportunidades de ventas de cacao como consecuencia del desconocimiento del mercado y nuevos sistemas de comercialización

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 95 | 26% |
| De acuerdo | 103 | 28% |
| Indeciso | 123 | 33% |
| En desacuerdo | 32 | 9% |
| Muy en desacuerdo | 16 | 4% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 11. Opinión sobre la pérdida de oportunidades de ventas de cacao como consecuencia del desconocimiento del mercado y nuevos sistemas de comercialización



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: Según la encuesta realizada a los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal el 26% está muy de acuerdo en que el desconocimiento de mercados y comercialización los ha llevado a perder oportunidades de ventas con una mayor rentabilidad, el 33% nos indica que está indeciso, pero el 9% está en desacuerdo.

Análisis: La mayor parte de la población encuestada considera que está de acuerdo que el desconocimiento sobre mercados de cacao los ha llevado a perder oportunidades de ventas, ya que si tuvieran mayor conocimiento venderían su producción a mercados que les proporcionen mayor rentabilidad, obteniendo los beneficios en forma directa.

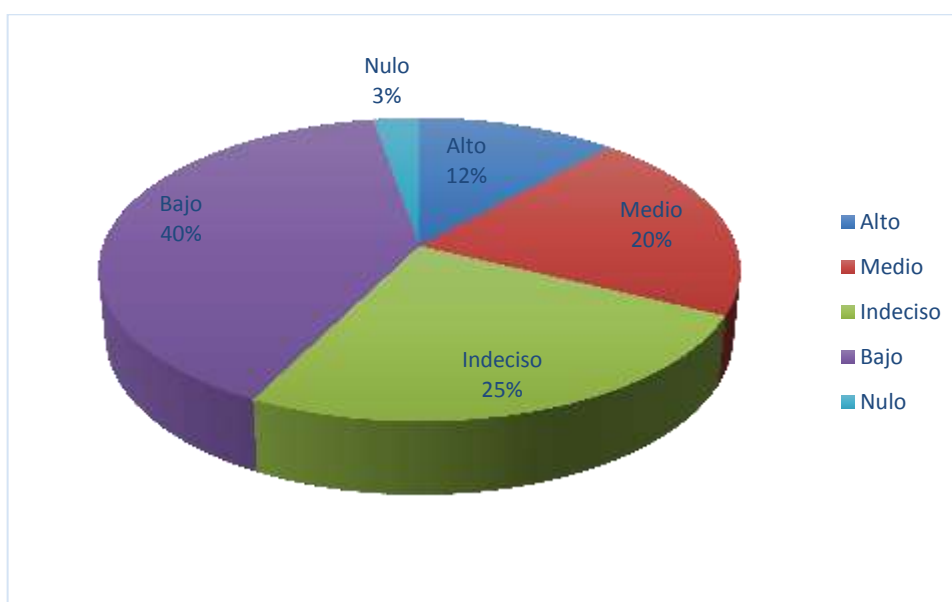
9. Su conocimiento acerca de los centros de acopio es:

Cuadro 14. Nivel de conocimiento sobre los Centros de Acopio

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|--------------|------------|-------------|
| Alto | 43 | 12% |
| Medio | 76 | 21% |
| Indeciso | 93 | 25% |
| Bajo | 147 | 40% |
| Nulo | 10 | 3% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 12. Nivel de conocimiento sobre los Centros de Acopio



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: La figura muestra que según la interrogante acerca del conocimiento que tienen los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal acerca del centro de acopio un 12% es alto, un 25% es indeciso, mientras que un 43% es bajo y nulo.

Análisis: Los habitantes del Cantón Naranjal tienen un conocimiento bajo acerca de los centros de acopio, esto se debe a que los productores o agricultores cacaoteros venden sus cosechas a intermediarios y no se informan sobre mercados que les permitan obtener una mayor rentabilidad por su producción.

10. Si un centro de acopio mejorará la distribución y comercialización de sus cosechas de cacao, estaría dispuesto a formar parte de un proyecto que lo incluya como parte de este sistema:

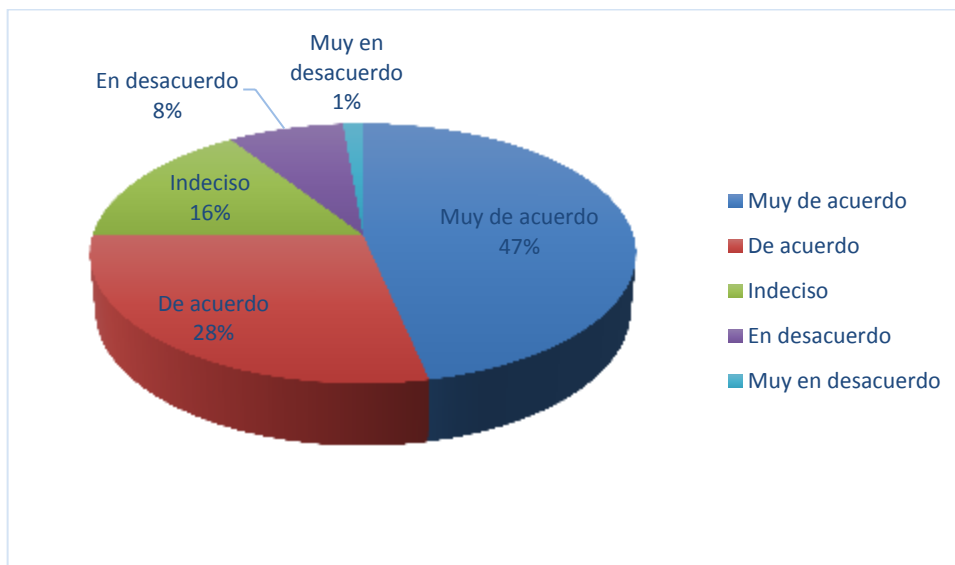
Cuadro 15. Opinión sobre formar parte de un proyecto encaminado a crear un centro de acopio

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 172 | 47% |
| De acuerdo | 105 | 28% |
| Indeciso | 58 | 16% |
| En desacuerdo | 29 | 8% |
| Muy en desacuerdo | 5 | 1% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 13. Opinión sobre formar parte de un proyecto encaminado a crear un centro de acopio



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: Realizada la encuesta en el Cantón Naranjal a los agricultores cacaoteros el 47% indica que está muy de acuerdo en formar parte de un proyecto que mejore la distribución y comercialización de sus cosechas de cacao, 28% indica que está de acuerdo pero un 1% nos da a conocer que está muy en desacuerdo.

Análisis: Una gran parte de la población encuestada asegura que están de acuerdo en formar parte de un proyecto que mejore la distribución y comercialización de sus cosechas de cacao, ya que sería opción de mejorar su calidad de vida al obtener un precio más justo por su producción; sin embargo, un porcentaje mínimo de agricultores indicó que estaban en desacuerdo con la creación de un centro de acopio, esto indica que tiene un cierto grado de miedo al formar parte de proyectos nuevos.

11. Considera que el trabajo aislado de cada productor cacaotero los debilita frente a los intermediarios?

Cuadro 16. Opinión acerca del debilitamiento de intermediación del sector cacaotero como respuesta a un trabajo aislado

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 125 | 34% |
| De acuerdo | 136 | 37% |
| Indeciso | 74 | 20% |
| En desacuerdo | 34 | 9% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 14. Opinión acerca del debilitamiento de intermediación del sector cacaotero como respuesta a un trabajo aislado



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: La figura muestra que según la interrogante de que si los agricultores cacaoteros consideran que el trabajo aislado de cada productor cacaotero los debilita frente a los intermediarios el 34% contestó que está muy de acuerdo, el 20% mostró cierta indecisión, mientras que solo el 9% dijo que está en desacuerdo.

Análisis: De acuerdo a la pregunta planteada a los productores cacaoteros de Naranjal, los encuestados en su mayoría están de acuerdo que el trabajo individual los debilita frente a intermediarios, requiriéndose la integración y asociación entre ellos como medida para comercializar directamente sus cosechas a mercados mayoristas y obtener insumos a un menor costo.

12. Considera que es necesario que los agricultores cacaoteros del Cantón inicien un sistema de organización que los ayude en las labores de comercialización:

Cuadro 17. Opinión sobre la necesidad de organización entre los integrantes del sector cacaotero

| Alternativa | Personas | Porcentajes |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 186 | 50% |
| De acuerdo | 95 | 26% |
| Indeciso | 72 | 20% |
| En desacuerdo | 16 | 4% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Figura 15. Opinión sobre la necesidad de organización entre los integrantes del sector cacaotero



FUENTE: Encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.
Autores: Karina González – Irma Tene.

Lectura interpretativa: De acuerdo a la encuesta realizada a los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal el 50% está muy de acuerdo en que se debe iniciar un sistema de organización que los ayude en las labores de comercialización, el 26% está de acuerdo, mientras que el 4% está en desacuerdo.

Análisis: De los resultados que se adquirieron podemos decir que en su mayoría los agricultores consideran necesario iniciar un sistema de organización que les permita tener una mejor comercialización de sus cosechas y por ende un mejor rendimiento, sin embargo un porcentaje mínimo indicó que está en desacuerdo, eso puede deberse al miedo a cambio y el desconocimiento sobre mercados.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

El sector cacaotero del Cantón Naranjal ha visto un crecimiento en los últimos años; sin embargo, sus problemas también han ido en aumento al no tener una organización que les permita manejarse bajo un sistema de comercialización que elimine el exceso de intermediación que afecta a los ingresos y retorno sobre la inversión de los agricultores.

A continuación se presentan datos estadísticos, especialmente del 2012 al 2014 que demuestran la situación de este sector:

Cuadro 18. Precios del cacao CCN-51 seco en los Centro de Acopio AÑO-2012

| <u>Mercado</u> | <u>Pre. Min.</u> | <u>Pre. Pro.</u> | <u>Pre. Max.</u> | <u>Pre. Pro. Pen.</u> | <u>Pre. Pro. Ult.</u> | <u>% Variación</u> |
|----------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| GUAYAS | 76.00 | 86.48 | 98.00 | 91.00 | 93.00 | 2.15 |

Fuente: Internet- <http://sinagap.agricultura.gob.ec/2012-12-13-15-10-8/ca-precios-acopio-cacao>

Elaborado por: SINAGAP

Cuadro 19. Precios del cacao CCN-51 seco en los Centro de Acopio AÑO-2013

| <u>Mercado</u> | <u>Pre. Min.</u> | <u>Pre. Pro.</u> | <u>Pre. Max.</u> | <u>Pre. Pro. Pen.</u> | <u>Pre. Pro. Ult.</u> | <u>% Variación</u> |
|----------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| GUAYAS | 75.00 | 93.12 | 114.00 | 108.00 | 108.00 | 0.00 |

Fuente: Internet- <http://sinagap.agricultura.gob.ec/2012-12-13-15-10-8/ca-precios-acopio-cacao>

Elaborado por: SINAGAP

Cuadro 20. Precios del cacao CCN-51 seco en los Centro de Acopio AÑO-2014

| <u>Mercado</u> | <u>Pre. Min.</u> | <u>Pre. Pro.</u> | <u>Pre. Max.</u> | <u>Pre. Pro. Pen.</u> | <u>Pre. Pro. Ult.</u> | <u>% Variación</u> |
|----------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| GUAYAS | 108.00 | 127.17 | 142.00 | 113.50 | 116.50 | 2.58 |

Fuente: Internet- <http://sinagap.agricultura.gob.ec/2012-12-13-15-10-8/ca-precios-acopio-cacao>

Elaborado por: SINAGAP

En estos cuadros se aprecian los diversos precios que se han pagado por las cosechas de cacao, se puede observar que el año 2013 se generó un pequeño desequilibrio y decrecimiento en cuanto a los precios del cacao; sin embargo en el 2014, la situación mejoró llegándose a establecer precios mínimos de \$108. La tendencia para el 2015 es de mejora, obteniendo precios mínimos altos, factor que está estimulando la agricultura en el sector cacaotero.

Otro ejemplo de la evolución del sector cacaotero está dado por la comercialización de sus agricultores, tomándose como registro base los correspondientes al Ing. Patricio López, uno de los principales productores del cacao del sector Naranjal.

Cuadro 21. Datos para el sembrío, cultivo y cosecha de cacao

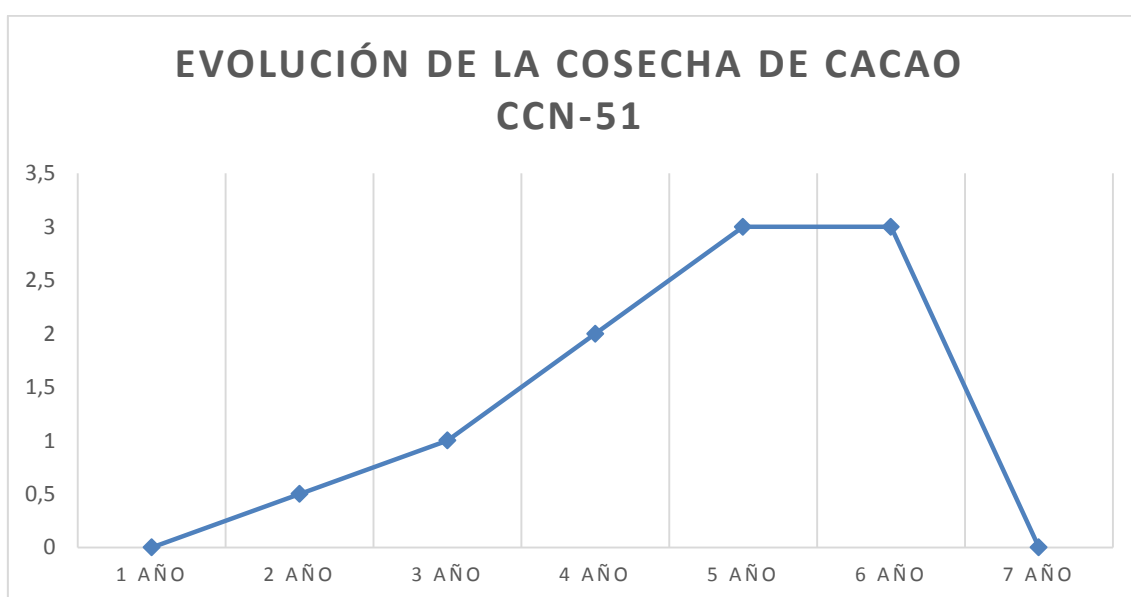
| DATOS NECESARIOS PARA EL SEMBRIO, CULTIVO Y COSECHA DE CACAO | |
|---|--|
| Cacao CCN – 51 | 1 terreno con un costo promedio de \$3,000 a \$10,000 dependiendo su ubicación. |
| | 1420 plantas en una ha. A un precio promedio de \$0,30 y \$0,45 ctvs. por planta. |
| | El costo del riego es de \$3,000 por ha. |
| | Los fertilizantes tienen un costo de \$75.00 por ha. Cada ciclo (se hace dependiendo el agricultor, por lo menos 4 ciclos al año). |
| | Podas de formación tienen el valor de \$0,06 a \$0,07 ctvs. Por planta. |
| | Podas de mantenimiento un precio promedio de \$0,08 a \$0,10 ctvs. por planta. |
| | Trabajador con un sueldo básico de \$354. |
| | Control de malezas cada 6 semanas. |

Fuente: Ing. Patricio López.

Elaborado por: Karina González-Irma Tene.

El cuadro 20 demuestra las necesidades para los sembríos de cacao y obtención de una cosecha que contenga la calidad exigida por el mercado, por ende es necesario hacer que la actividad sea rentable para cubrir costos y ver un retorno sobre la inversión. En base a los datos y a conversaciones con el Ing. Patricio López, agricultor cacaotero de gran importancia y magnitud en el Cantón Naranjal, la actividad cacaotera se vuelve rentable siempre que se logre disminuir el exceso de intermediación y expone que de aquí la preocupación del estado en generar alternativas como la Asociatividad.

Figura 16. Evolución de la cosecha de cacao ccn-51



Fuente: Ing. Patricio López.

Elaborado: Karina González-Irma Tene.

- El cacao CCN-51 se cosecha entre 25 y 60 quintales de cacao por semana.
- El cacao nacional se cosecha entre 10 a 15 quintales de cacao por semana.
- Promedio del costo del quintal de cacao es de \$108.00

En el cuadro se observa como se ha generado una evolución en el comercio del cacao y con ello se puede inferir su importancia en el ámbito agrícola.

Entre los futuros proyectos del MAGAP y por ende del estado a cerca del sector cacaotero se encuentra el proyecto reactivación de la caficultura y el cacao nacional.

En base la información presentada las perspectivas de este sector son positivas, como respuesta a un crecimiento de sus requerimientos en el mercado nacional y extranjero, sumado a ello el hecho de que el cacao ecuatoriano se reconoce a nivel mundial como uno de los de mejor calidad y aroma, esto lleva a una tendencia y

perspectiva de que el sector incremente el número de agricultores y con ello se debe mejorar la forma y sistema de comercialización, buscando opciones de mayor rentabilidad que permiten eliminar a intermediarios excesivos que limitan el retorno de la inversión de quienes se dedican al cultivo de cacao.

4.3. RESULTADOS

Con la información de la encuesta y sumado a ello las estadísticas sobre las perspectivas y tendencias demarcadas para el sector cacaotero, se puede presentar el siguiente resumen sobre su situación en el cantón Naranjal:

En la zona agrícola del Cantón Naranjal existe el 26% de agricultores cacaoteros que se dediquen a la actividad agrícola hace más de 13 años y un 23% de 5 a 8 años. En su gran mayoría el 74% de cacaoteros ha enfrentado dificultades que han influido negativamente en sus ingresos económicos dado a los problemas que surgen del sistema de comercialización, existe un nivel alto de 56% de agricultores que indican que ven perjudicado los ingresos que perciben de las cosechas debido a los problemas de comercialización.

De los productores cacaoteros del Cantón Naranjal, un 44% muestran que los precios que reciben por sus cosechas tienden a ser bajos a medida que se presentan más intermediarios en efecto a esto, dado un 37% de la población cacaotera está muy de acuerdo con la eliminación de intermediarios, los mismos que requieren que sus cosechas de cacao se comercialicen a mejores precios.

Los resultados que se obtuvieron de la encuesta aplicada a los agricultores cacaoteros de Naranjal indican que tienen un conocimiento medio acerca de los centros de acopio, de su funcionamiento y beneficios, Se verifico que el desconocimiento de los mercados de comercialización de cacao los ha llevado a perder oportunidades de venta con una mejor rentabilidad.

La población encuestada considera que el trabajo aislado los debilita frente a los intermediarios, esto se establece en base a resultados de la encuesta donde el 50% de los agricultores afirman que estarían de acuerdo en formar parte de un sistema de organización que les permita obtener una mayor rentabilidad por sus cosechas.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

En base a los resultados de las encuestas, se procedió a verificar hipótesis, tanto la general como las específicas o particulares, demostrando que estas fueron precisas y llegaron a ser probados en base a datos de primer orden.

A continuación se presenta un análisis demostrativo de la comprobación de hipótesis:

Cuadro 22. Verificación de Hipótesis

| HIPÓTESIS | VERIFICACIÓN |
|--|---|
| <p>HG: La comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal 2012 – 2014.</p> | <p>Con la pregunta número 1 de la encuesta que se aplicó a los agricultores cacaoteros del sector Naranjal se logró determinar que el 26% se dedican a la actividad cacaotera hace más de trece años debido a que la producción da mayor rentabilidad. En la pregunta 2, el 43% indicó que ha enfrentado problemas lo que cual se han visto afectados sus ingresos económicos; en la pregunta 3, el 33% indico que esos problemas se relacionan con la comercialización de sus productos; en la pregunta 4, se determinó que los problemas que se dan en relación a la comercialización ha afectado en sus rendimientos en un 35%. Estos resultados permitieron refirmar y probar o verificar la hipótesis general.</p> |
| <p>HP1: Los intermediarios que participan en la comercialización de cacao afectan a los precios que se pagan a los productores cacaoteros por su cosecha</p> | <p>Se corrobora la hipótesis planteada a través de los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los cacaoteros del Cantón Naranjal; la pregunta N°5 indica el 44% de los agricultores cacaoteros que los precios que recibe por sus cosechas tienden a ser bajos a medida que se presentan más intermediarios y la pregunta N°6 define que un 37% de cacaoteros considera la eliminación de intermediarios para que sus cosechas de cacao se comercialicen a mejores precios.</p> |
| <p>HP2: El desconocimiento de mercados influye en la pérdida de oportunidades de venta de las cosechas de los productores cacaoteros.</p> | <p>Se presenta la confirmación de la hipótesis, mediante las pregunta número 7, donde un 37% de cacaoteros indicaron que están indecisos donde vender su producción. Dada a esta afirmación la pregunta número 8 revelan los datos que la población agrícola cacaotera muestra el 26% de desconocimiento de mercados y comercialización el mismo que conlleva a perder oportunidades de ventas que generan rentabilidad.</p> |
| <p>HP3: Los centros de acopio influyen en la distribución de las cosechas cacaoteros.</p> | <p>Se confirma esta hipótesis con las preguntas 9 y 10 de la encuesta que se aplicó a los agricultores cacaoteros, un 21% indicó que sí tienen conocimientos sobre los centros de acopio y un 47% esa muy de acuerdo en formar parte de un proyecto que mejore la comercialización de sus cosechas.</p> |
| <p>HP4: La Asociatividad influye en la organización comercial de los productores cacaoteros.</p> | <p>Con la pregunta número 11 de la encuesta que se aplicó a los agricultores cacaoteros del sector Naranjal se pudo determinar que el 34% consideran que el trabajo aislado de cada productor cacaotero los debilita frente a los intermediarios, en la pregunta 12, el 50% indicó que es necesario un sistema de organización que los ayude a tener una mejor comercialización. Estos resultados permitieron probar o verificar la hipótesis.</p> |

FUENTE: Datos de la encuesta realizada a productores Cacaoteros de Cantón Naranjal.

Autores: Karina González – Irma Ten

CONCLUSIONES

Con los resultados de la investigación se puede inferir que los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal ven que su rendimiento sobre la inversión se ve afectado por el actual sistema de comercialización que presenta un gran nivel de intermediarios que terminan afectando a los precios que se pagan a quienes se encargan de la parte agrícola.

Los intermediarios que participan en la comercialización de cacao conocen del sistema de comercialización y los mercados, además poseen una estructura que les permite la transportación del cacao y su venta. Sin embargo, ellos son quienes llevan la parte más importante en esta cadena comercialización, refiriéndose esto a los valores económicos. Los intermediarios pagan precios bajos a los productores o agricultores y son ellos quienes reciben los mayores beneficios hasta llegar al cliente final.

El desconocimiento de mercado por parte de los agricultores cacaoteros se encuentra en un nivel alto y medio, esto los lleva a tener que entregar sus cosechas a intermediarios, perjudicando la rentabilidad de su actividad económica, al mismo tiempo que pierden oportunidades de vender directamente a mercados rentables y que se encuentran actualmente en expansión.

Los agricultores cacaoteros del cantón Naranjal manejan un sistema de comercialización tradicional y con gran número de intermediarios, esto como respuesta al hecho de no tener donde embodegar su producción y de desconocer sistemas de comercialización y mercados donde vender; por lo tanto, no optan por una estructura organizacional que mejore sus situación; así lo demuestran sus respuestas acerca de los centros de acopio. Estos agricultores desconocen cómo se maneja estos tipos de organizaciones a través de la asociatividad y desperdician oportunidades de mercado que mejoraría su situación económica.

La asociatividad en la actualidad es considerada como el trabajo arduo, responsable, que fortalece un desarrollo grupal, esto permitirá a sus integrantes trabajar en forma ordenada y recibiendo mayores beneficios económicos. Actualmente es una de las opciones que plantea el plan nacional del buen vivir y la nueva matriz productiva del país para mejorar la situación agrícola, comercial y económica de los diversos sectores de la agricultura, por ende debe ser considerada como una opción de gran beneficio.

RECOMENDACIONES

Una opción que ofrece el mercado y que actualmente recibe apoyo del gobierno es el manejo de nuevos sistemas de organización a través de la asociatividad, esta sería una gran opción para que el sector cacaotero de Naranjal no vea afectado su rendimiento sobre la inversión, eliminándose así el excesivo número de intermediarios que participan en la transferencia o comercio del cacao hasta llegar al cliente final.

Los intermediarios que participan en la comercialización de cacao conocen del sistema de comercialización y los mercados, además poseen una estructura que les permite la transportación del cacao y su venta. Sin embargo, ellos son quienes llevan la parte más importante en esta cadena comercial.

El negocio de la agricultura del cacao se vuelve cada día más potencial, pero para mantener el interés en el mismo se deben manejar mecanismos de fijación de precios donde la intermediación no afecta a la parte de la producción agrícola, específicamente a los agricultores, por ello, se vuelve fundamental que el gobierno, a través del MAGAP se organice con proyectos destinados a la asociatividad de los agricultores cacaoteros y organismos que les permitan manejar directamente la comercialización o venta del cacao.

Otra opción para el sector cacaotero de Naranjal, es la intervención del MAGAP con oficinas que asesoren sobre comercialización y procesos de transferencia del producto agrícola. Sin embargo, también puede contar con la participación de las universidades y sus estudiantes a través de los proyectos de vinculación, encaminándose a asesorar y brindar apoyo en los sistemas de comercialización.

Con el apoyo del MAGAP o de las universidades a través de la vinculación con la colectividad, es factible que se busquen propuestas de organización a través de la formación de centros de acopio, recurriendo a financiamientos a través de entidades del estado.

En síntesis se recomienda dar para los sistemas de asociatividad y creación así de centros de acopio para los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal, siendo esto un proyecto que pueda ser todo y desarrollado por entidades del estado (MAGAP y GAD Municipales) y por las universidades a través de sus oficinas de vinculación con la colectividad.

BIBLIOGRAFÍA

- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2014). Recuperado el 17 de Agosto de 2015, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- LEY DE DESARROLLO AGRARIO. (10 de Febrero de 2014). Recuperado el 18 de Agosto de 2015, de <http://diccionario.administracionpublica.gob.ec/adjuntos/ley-de-desarrolloagrario.pdf>
- ABALO, M. D. (s.f.). *Asociatividad Estratégica*. Recuperado el 22 de Agosto de 2015, de http://www.geocities.ws/maria_abalo/e2/Foro4/bmk4_Maria_A.html
- ADAMS, D. (2015). *La Voz de Houston*. Recuperado el 18 de 08 de 2015, de <http://pyme.lavoztx.com/qu-papel-juega-el-intermediario-en-el-mercado-11697.html>
- ANECACAO. (s.f.). Recuperado el 16 de Agosto de 2015, de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>
- BAYARDO MORENO, G. M. (1987). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. México: Progreso Editorial.
- BEHAR, R. D. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.
- BERNAL, T. C. (2006). *Metodología de la Investigación. Para administración, economía, Humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- CALDERON, E. G. (1989). *El Cultivo de Cacao*. San Jose: Uened.
- CARRIÓN SANTOS, J. (2012). *Repositorio de Universidad San Francisco de Quito*. Recuperado el 08 de 09 de 2015, de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2533/1/104270.pdf>
- CRESPO CARRERO, J., & SALVATIERRA PÉREZ, P. (01 de 2012). *Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 11 de 09 de 2015, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2352/14/UPS-GT000259.pdf>
- CURVELO, J. (24 de septiembre de 2010). *blogspot.com*. Recuperado el 11 de 08 de 2015, de <http://jersuscurveo.blogspot.com/2010/09/estudio-de-mercado-por-paises.html>

- DMTRENDS. (s.f.). *Digital Marketing Trends*. Recuperado el 19 de 08 de 2015, de <http://territoriomarketing.es/funciones-de-los-intermediarios/>
- GARCÍA, G., HERNÁNDEZ, M., & SAMANIEGO, E. (07 de 2012). *eumed*. Recuperado el 16 de 08 de 2015, de <http://www.eumed.net/ce/2012/gme.html>
- Guerrero, G. (2014). El Cacao ecuatoriano. Su historia empezó antes del siglo XV. *Revista Líderes*.
- GUERRERO, G. (2014). El Cacao ecuatoriano. Su historia empezó antes del siglo XV. *Revista Líderes*.
- HERNÁNDEZ ALVARDO, G., & ROMÁN SOLÓRZANO, J. (04 de 04 de 2014). *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. Recuperado el 10 de 09 de 2015, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/663>
- HERNÁNDEZ, S. R., FERNÁNDEZ, C. C., & BAPTISTA, L. P. (2010). *Metodología de la Investigación-Quinta Edición*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- JÁUREGUI, A. (17 de Agosto de 2008). *gestiopolis*. Recuperado el 17 de 08 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/clasificacion-intermediarios-proceso-mercadeo/>
- LEÓN M, H. (2015). *Informe técnico de población del Cantón Naranjal*. Guayaquil.
- MÓDULO 2, O. d. (2006). Recuperado el 20 de Agosto de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=wpQOAQAIAAJ&pg=PA32&lpg=PA32&dq=Acuerdo+entre+agricultores+y+empresas+de+procesamiento+y/o+comercializaci%C3%B3n.&source=bl&ots=_6V9QKdA3Z&sig=F7mmAbJw3NS7KRpS2yt1Bn4PAWA&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMly-bE37CRyAIVg1
- MÓDULO 4, *Comercialización*. (s.f.). Obtenido de http://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos_pdf/modulo4.pdf
- MORALES, D., QUINTERO, M. L., & Katty, M. (2004). *El Mercado de Cacao*. Caracas: Agroalimentaria.

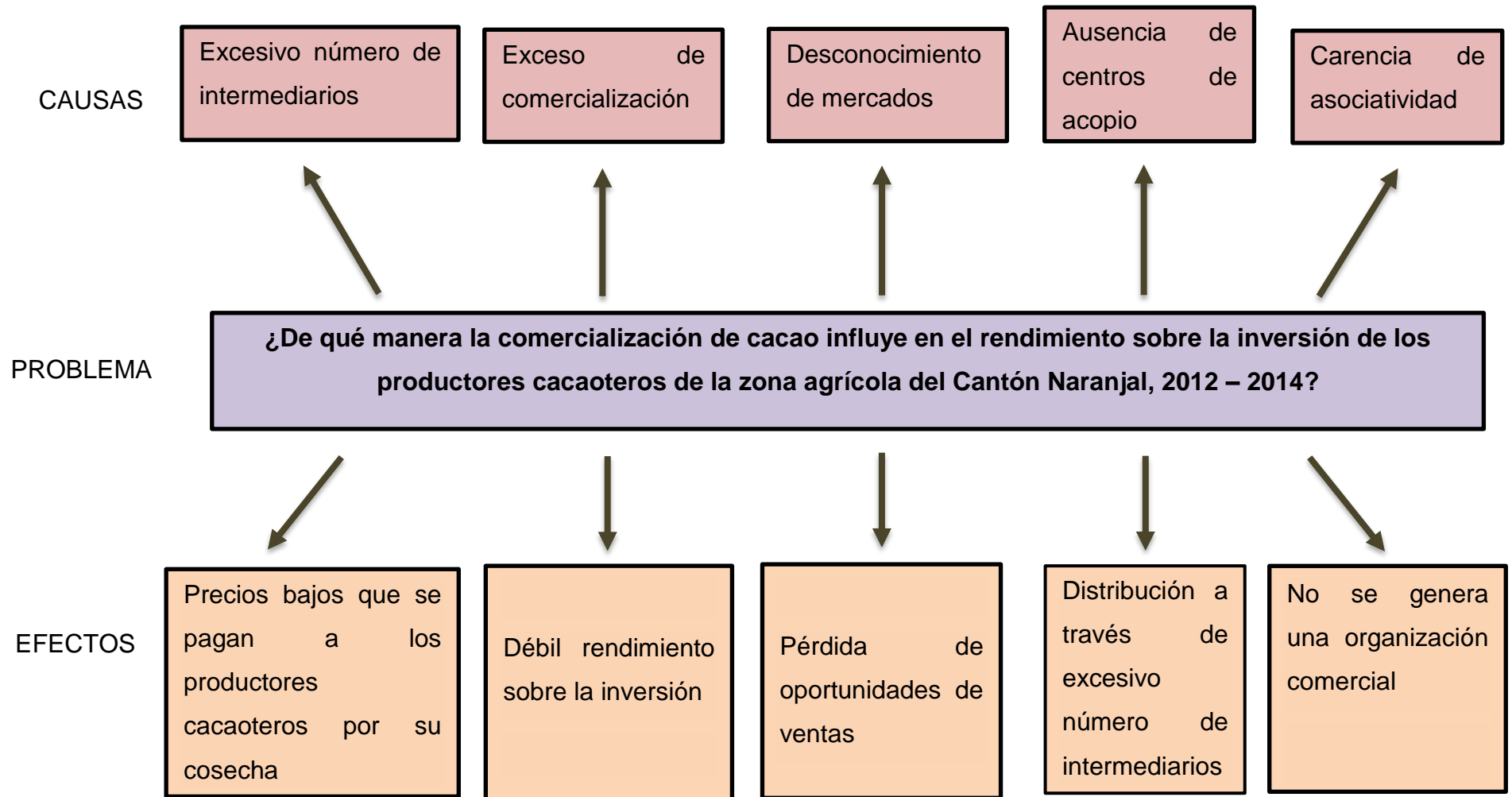
- MORILLO, J. L., & MERA, G. (2013). Recuperado el 01 de 09 de 2015, de <http://sinagap.agricultura.gob.ec/images/flippingbook/2014/cultivos/cacao/files/assets/downloads/publication.pdf>
- OBALIA, A., TORRES, H., & TORREALBA, J. (1974). *Manual Sobre Centro de Acopio*. Lima.
- OROZCO, D. (22 de septiembre de 2011). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/comercializacion/>
- QUIMÍ MÉNDEZ, E. (2012). Recuperado el 22 de Agosto de 2015, de <http://www.gitwym.upse.edu.ec/bitstream/46000/764/1/74.-MANUEL%20QIM%C3%8D%20MENDEZ.pdf>
- REINOSO, J., RAMOS, J., & TORRES, H. (1979). *Centros de Acopio de Quinoa en Puno*. Lima.
- ROCHE, R. J. (09 de Julio de 2012). *Ventana al Campo*. Obtenido de <http://ventanaalcampo.blogspot.com/2012/07/la-importancia-de-la-agricultura.html>
- RODRIGUEZ ANDRADE, A. (2009). *Naranjal en su historia*. Naranjal.
- RODRIGUEZ, M. A. (27 de Abril de 2011). *Slideshare*. Recuperado el 18 de 08 de 2015, de <http://es.slideshare.net/1065596197ana/los-intermediarios>
- SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, (. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 18 de Agosto de 2015, de http://objetivos.buenvivir.gob.ec/pnbv12objetivos/images/descargas/plan_nacional_para_el_buen_vivir2013-2017.pdf
- TORRES, B. C. (2010). *Metodología de la investigación. Tercera edición*. Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- UREÑA, D. (26 de Abril de 2012). *marketingdoor*. Recuperado el 25 de 08 de 2015, de http://marketingdoor.blogspot.com/2012/04/canales-de-distribucion_26.html
- VEGAS RODRÍGUEZ, J. C. (2008). *Asociatividad*. Recuperado el 23 de Agosto de 2015, de

http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf

VILLAMAR, Y. S. (Enero de 2012). *Ecuador Costa AVENTURA*. Obtenido de <http://ecuadorcostaaventura.com/cacao.html>

ANEXOS

ANEXO 1. Árbol de problemas



ANEXO 2. Matriz de problematización

| | PROBLEMA Y SUBPROBLEMA | FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y SISTEMATIZACIÓN | OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS PARTICULAR Y ESPECÍFICAS | VARIABLES INDEPENDIENTES E INDICADORES | | VARIABLES DEPENDIENTES E INDICADORES | |
|------------------|--|---|--|---|--|---|--------------------------------------|--|
| | | | | | VARIABLE | INDICADOR | VARIABLE | INDICADOR |
| PROBLEMA CENTRAL | El sector agrícola cacaotero del Cantón Naranjal se ve afectado debido a que no se han generado rendimientos esperados sobre las inversiones de los agricultores, el mismo que surge por la variación de los precios del mercado al vender sus cosechas a los intermediarios ya que obtienen un bajo rendimiento por su cosecha. | ¿De qué manera la comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal, 2012 – 2014? | Establecer de qué manera la comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal 2012 – 2014, llevando a cabo una investigación para contribuir con el desarrollo económico del sector. | La comercialización de cacao influye en el rendimiento sobre la inversión de los productores cacaoteros de la zona agrícola de Cantón Naranjal 2012 – 2014. | Comercialización | Número de toneladas de cacao provenientes del Cantón Naranjal que se comercializan en el exterior | Rendimiento sobre la inversión | Monto obtenido como rendimiento al capital que invierten los agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal |

| | | | | | | | | |
|---------------------|--|---|---|--|------------------------------------|---|---|---|
| SUBPROBLEMA CENTRAL | <p>El sector se enfrenta a altos costos de producción lo que incide en que la inversión que realizan no sea rentable, a esto podemos agregar que la presencia de intermediarios en el proceso de comercialización afecta el precio del producto y por ende los beneficios finales del productor.</p> | <p>¿En qué medida los intermediarios que participan en la comercialización de cacao afectan a los precios que se pagan a los productores cacaoteros por su cosecha?</p> | <p>Determinar en qué medida los intermediarios que participan en la comercialización de cacao afectan a los precios que se pagan a los productores cacaoteros por su cosecha.</p> | <p>Los intermediarios que participan en la comercialización de cacao afectan a los precios que se pagan a los productores cacaoteros por su cosecha.</p> | <p>Intermediarios</p> | <p>Número de intermediarios que participan en la comercialización del cacao que se produce en el Cantón Naranjal</p> | <p>Precios</p> | <p>Valor monetario que se fija por cada saco de cacao comercializado de los productores del Cantón Naranjal</p> |
| | <p>Los agricultores cacaoteros perciben ingresos que pagan los intermediarios, y al desconocer los mercados no venden su cosecha a centros de acopio establecidos, el mismo que influye a perder oportunidades de venta.</p> | <p>¿Cómo el desconocimiento de mercados influye en la pérdida de oportunidades de venta de las cosechas de los productores cacaoteros?</p> | <p>Analizar cómo el desconocimiento de mercados influye en la pérdida de oportunidades de venta de las cosechas de los productores cacaoteros.</p> | <p>El desconocimiento de mercados influye en la pérdida de oportunidades de venta de las cosechas de los productores cacaoteros.</p> | <p>Desconocimiento de mercados</p> | <p>Numero de investigaciones de mercado que se han efectuado sobre las destinos del cacao que se producen en el Cantón Naranjal</p> | <p>Pérdida de oportunidades de ventas</p> | <p>Numero de negociaciones fallidas que han tenido los productores cacaoteros del Cantón Naranjal</p> |

| | | | | | | | | |
|---------------------|--|--|--|--|-------------------|---|------------------------|--|
| SUBPROBLEMA CENTRAL | El Cantón Naranjal no cuenta con empresas y centros de acopio constituidas legalmente, el mismo que influye a perder oportunidades de venta. | ¿En qué medida los centros de acopio influyen en la distribución de las cosechas cacaoteros? | Examinar en qué medida los centros de acopio influyen en la distribución de las cosechas cacaoteros. | Los centros de acopio influyen en la distribución de las cosechas cacaoteros. | Centros de acopio | Números de centros de acopios existentes en el Cantón Naranjal para productos como el cacao | Distribución | Números de intermediarios que participan en la distribución del cacao |
| | La asociatividad entre los productores cacaoteros genera una ventaja competitiva ante los intermediarios ya que surgirá la creación de asociaciones. | ¿Cómo la asociatividad influye en la organización comercial de los productores cacaoteros? | Establecer cómo la asociatividad influye en la organización comercial de los productores cacaoteros. | La asociatividad influye en la organización comercial de los productores cacaoteros. | Asociatividad | Número de agricultores de cacao del Cantón Naranjal que están dispuestos a formar parte de asociaciones | Organización Comercial | Número de agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal que cuentan con una organización para el comercio de sus productos |

ANEXO 3: Formato de encuestas



**FORMATO DE LA ENCUESTA
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**LA PRESENTE ENCUESTA SE REALIZA CON EL PROPOSITO DE DETERMINAR EL RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN DE LOS PRODUCTORES CACAOTEROS DE LA ZONA AGRÍCOLA DEL CANTÓN NARANJAL, 2012 – 2014.
ES PRIMORDIAL QUE LA INFORMACIÓN RECIBIDA SEA VERDADERA, AUTENTICA Y REAL.**

Sexo: F M

1.- Cuántos años posee en la actividad agrícola relacionada con el cacao:

- Menos de 1 año
- De 1 a 4 años
- De 5 a 8 años
- De 9 a 12 años
- Más de 13 Años

5.- Los precios que recibe por su cosecha tienden a ser bajos a medida que se presentan más intermediarios en la comercialización de sus cosechas de cacao?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

9.- Su conocimiento acerca de los centros de acopio es:

- Alto
- Medio
- Indeciso
- Bajo
- Nulo

2.- Durante el período que tiene como agricultor cacaotero ha enfrentado problemas que han influido negativamente en sus ingresos económicos?

- Muchas Veces
- Algunas Veces
- Indeciso
- Pocas veces
- Nunca

6.- Considera usted que con la eliminación de intermediarios, sus cosechas de cacao se comercializarían a mejores precios, generándoles mayores ingresos:

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

10.- Si un centro de acopio mejoraría la distribución y comercialización de sus cosechas de cacao, estaría dispuesto a formar parte de un proyecto que lo incluya como parte de este sistema:

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

3.- Los problemas que ha enfrentado en la actividad agrícola se relacionan con la comercialización, en un nivel:

- Alto
- Medio
- Indeciso
- Bajo
- Nulo

7.- Su conocimiento acerca de los mercados donde vender sus productos es:

- Alto
- Medio
- Indeciso
- Bajo
- Nulo

11.- Considera que el trabajo aislado de cada productor cacaotero los debilita frente a los intermediarios?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

4.- Los problemas que ha tenido en relación a la comercialización de sus cosechas de cacao han perjudicado su rendimiento sobre la inversión (ingresos), en un nivel:

- Alto
- Medio
- Indeciso
- Bajo
- Nulo

8.- Considera usted que el desconocimiento sobre mercados y comercialización de cacao lo ha llevado a perder oportunidades de ventas que generarían gran rentabilidad:

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

12.- Comidera que es necesario que los agricultores cacaoteros del Cantón inicien un sistema de organización que los ayude en las labores de comercialización:

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

ANEXO 4. Estimación de población dedicada al cultivo de cacao en el Cantón Naranjal

| PARROQUIAS | POBLACIÓN | PORCENTAJE PROYECTADO DE POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA | ESTIMACIÓN PROYECTADA DE POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA | PORCENTAJE ESTIMADO DE HABITANTES DEDICADOS AL CULTIVO DE CACAO (%)* | POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA ESTIMADA DEDICADA AL CULTIVO DE CACAO |
|----------------------------------|--------------|--|--|--|---|
| NARANJAL URBANO | 28487 | 40,39 | 11506 | 45 | 5178 |
| NARANJAL RURAL | 11352 | 40,39 | 4585 | 85 | 3897 |
| SANTA ROSA | 5444 | 40,39 | 2199 | 75 | 1649 |
| SAN CARLOS | 6516 | 40,39 | 2632 | 75 | 1974 |
| JESUS MARÍA | 6427 | 40,39 | 2596 | 65 | 1687 |
| TAURA | 10786 | 40,39 | 4356 | 8 | 349 |
| PBLACIÓN TOTAL DEL CANTÓN | 69012 | | 27874 | 353 | 14734 |

Fuente: Informe Técnico de población del Cantón Naranjal

ANEXO 5. Fotos

Fotografías tomadas en el sector agrícola, realizando las encuestas a diferentes agricultores cacaoteros del Cantón Naranjal







Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS CORREGIDA.docx (D15653040)
Submitted: 2015-10-13 01:00:00
Submitted By: respinozat@unemi.edu.ec

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0



Msc. Rosa Aurora Espinoza Toalombo
C.I. 0910453406