



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA -CPA**

**TÍTULO DEL PROYECTO  
ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DEL  
CACAO EN EL CANTÓN MARCELINO MARIDUEÑA DEL AÑO 2012-  
2014.**

**Autores:**

**EDGAR FABIÁN CAJAS SUQUINAGUA  
NELSON GEOVANNY MAYANZA PAUCAR**

**DIRECTOR DEL PROYECTO  
ING. ROBERTO FERNANDO CABEZAS CABEZAS**

**MILAGRO, NOVIEMBRE DE 2015**

**ECUADOR**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por Cajas Suquinagua Edgar Fabián y Mayanza Paucar Nelson Geovanny, para optar al título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría- CPA y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Noviembre de 2015

Firma del Tutor

Roberto Fernando Cabezas Cabezas

Cédula: 091630093-2

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de 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, Noviembre de 2015

Firma del estudiante

Nombre: Cajas Suquinagua Edgar Fabián

CI: 010589791-2

Firma del estudiante

Nombre: Mayanza Paucar Nelson Geovanny

CI: 092842130-4

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría- CPA, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[ ]
DEFENSA ORAL	[ ]
TOTAL	[ ]
EQUIVALENTE	[ ]

---

ING. CABEZAS CABEZAS ROBERTO  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

ING. BASTIDAS VACAS CARLOS  
**SECRETARIO**

---

ECON. GAIBOR VERA FRANKLIN  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios, por darme cada día fuerzas para salir adelante a pesar de todas las circunstancias, y poder llevar a cabo este trabajo. A mis padres y hermanos porque son los que sustentan mi carrera y siempre han puesto su confianza en mí.

Mayanza Paucar Nelson Geovanny

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por todas sus bendiciones, a mi Madre Inés Suquinagua por ser el motor principal en toda mi trayectoria universitaria a mi esposa Jessica Sánchez por ser mi apoyo incondicional a mi hija Ashley Cajas el cual es el motivo de inspiración, a mis hermanos quien me depositan todo ese cariño día a día

Cajas Suquinagua Edgar Fabián

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres, hermanos, esposa hija y mis sobrinos por ese amor y apoyo infinito que perdura para toda la vida.

A la Universidad Estatal de Milagro por abrirme la puertas y brindarme la oportunidad de ser un profesional de tan noble institución.

A todos esos productores de cacao por brindarme su tiempo y aportar con información para mi proyecto de tesis.

Por demostrar el verdadero significado de hacer correctamente las cosas, ser constante y ponerle dedicación y esfuerzo, gracias infinitas a mi tutor Ing. Roberto Cabezas.

Cajas Suquinagua Edgar Fabián

Quiero agradecer a Dios, porque ha sabido guiarme por el camino del bien, dándome sabiduría, inteligencia para culminar con éxito una etapa más de mi vida, y poder servir a la sociedad con nuestros conocimientos, para el progreso del país, el de la familia y como persona.

A mis padres que con su apoyo incondicional, me han enseñado que nunca se debe dejar de luchar por lo que se desea alcanzar.

A los maestros, por los consejos brindados. Y a las personas que colaboraron para este trabajo.

Nelson Geovanny Mayanza Paucar

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

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 nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Estudio de las condiciones de comercialización del Cacao en el Cantón Marcelino Maridueña del año 2012- 2014.” Y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, noviembre del 2015

Firma del Estudiante

Nombre: Edgar Fabián Cajas Suquinagua

CI: 010589791-2

Firma del Estudiante

Nombre: Nelson Geovanny Mayanza Paucar

CI: 092842130-4

# ÍNDICE GENERAL

Portada	
Aceptación del Tutor.....	II
Declaración de autoría de la investigación.....	III
Certificación de la defensa.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Cesión de derechos de autor.....	VII
Índice General.....	VIII-X
Índice de cuadros.....	X
Índice de figuras.....	X
Resumen.....	XI
Abstract.....	XII
Introducción.....	13
CAPITULO I.....	14
1. EL PROBLEMA .....	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.1. Problematización.....	14
1.1.2. Delimitación del problema .....	15
1.1.3. Formulación del problema.....	15
1.1.4. Sistematización del problema .....	15
1.1.5. Determinación del tema .....	15
1.2. OBJETIVOS.....	16
1.2.1. Objetivo general .....	16

1.2.2. Objetivos específicos .....	16
1.3. <b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	16
1.3.1. Justificación de la Investigación .....	16
2. MARCO REFERENCIAL .....	18
2.1. <b>MARCO TEÓRICO</b> .....	18
2.1.1. Antecedentes históricos .....	18
2.1.2. Antecedentes referenciales.....	26
2.2. MARCO LEGAL.....	30
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	38
2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	41
2.4.1. Hipótesis General.....	41
2.4.2. Hipótesis Particulares.....	41
2.4.3. Declaración de variables .....	42
2.4.4. Operacionalización de las variables .....	43
3. MARCO METODOLÓGICO.....	45
3.1. <b>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERA</b> .....	45
3.2. <b>LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA</b> .....	46
3.2.1. Delimitación de la población.....	46
3.2.2. Tipo de muestra .....	48
<b>3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN</b> .....	<b>50</b>
4. CONCLUSIONES .....	71
5. recomendaciones .....	72
6. Bibliografía.....	73
7. ANEXOS.....	77
8. Anexos Fotos.....	82

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1:</b> Variables Dependientes e Independientes.....	44
<b>Cuadro 2:</b> Recintos de Marcelino Maridueña.....	47
<b>Cuadro 3:</b> Actividades que realiza.....	52
<b>Cuadro 4:</b> Procesos de Produccion.....	53
<b>Cuadro 5:</b> Conocimiento del proceso de cacao .....	54
<b>Cuadro 6:</b> Mejoras para la producción de cacao.....	55
<b>Cuadro 7:</b> Proceso de cultivo .....	56
<b>Cuadro 8:</b> Cultivos y cosechas.....	57
<b>Cuadro 9:</b> Estabilidad de precios .....	58
<b>Cuadro 10:</b> Control y planificación del proceso de cacao .....	59
<b>Cuadro 11:</b> Calidad de vida del productor.....	60
<b>Cuadro 12:</b> Capacitación al Productor .....	61
<b>Cuadro 13:</b> Variación de precios del cacao .....	62
<b>Cuadro 14:</b> Tipos de cacao.....	63
<b>Cuadro15:</b> Verificación de Hipótesis Generales y Específicas .....	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Actividades que realiza .....	52
<b>Figura 2</b> Proceso de Producción .....	53
<b>Figura 3</b> Conocimiento del proceso de cacao .....	54
<b>Figura 4</b> Mejoras para la producción de caco .....	55
<b>Figura 5</b> Proceso de cultivo.....	56
<b>Figura 6</b> Cultivo y Cosecha .....	57
<b>Figura 7</b> Estabilidad de Precio .....	58
<b>Figura 8</b> Control y planificación del proceso de cacao .....	59
<b>Figura 9</b> Calidad de vida del producto.....	60
<b>Figura 10</b> Capacitación al productor .....	61
<b>Figura 11</b> Variación de precios del cacao .....	62
<b>Figura 12</b> Tipos de cacao.....	63

## RESUMEN

El estudio que se detalla a continuación es un estudio de la comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña en la cual detalla la comercialización del cacao en el mercado interno.

Es el primer capítulo se detalla el problema, los objetivos a alcanzar, se plantea la hipótesis y se expone el marco teórico utilizado en el presente trabajo investigativo.

En el segundo capítulo se revisa un poco de la historia del cacao, así como su producción.

En el tercer capítulo se demuestra la hipótesis aquí detallamos la cantidad de comercialización del cacao y la ventaja que tiene sobre otras poblaciones productoras del cacao.

El capítulo final se describe los resultados de la recolección de datos realizados a los agricultores del cantón Marcelino Maridueña.

Al final de trabajo de investigación se describe las conclusiones y recomendaciones obtenidas después de haber realizado la presente estudio.

### **Palabras clave:**

- Comercialización
- Producción
- Cacao
- Productores
- Investigación

## **ABSTRACT**

The study detailed below is a study of the marketing of cocoa in Canton Marcelino Maridueña in which details the marketing of cocoa in the domestic market.

It is the first chapter detailing the problem, the objectives to be achieved, the hypothesis is proposed and the theoretical framework used in this research work is exposed.

In the second chapter we review some of the history of cocoa and production.

In the third chapter the hypothesis here detail the amount of cocoa marketing and advantage over other cocoa producing populations shows.

The final chapter presents the results of data collection made to farmers Maridueña Canton Marcelino described.

At the end of research the conclusions and recommendations obtained after performing this study is described.

### **Keywords:**

- Marketing
- Production
- Cocoa
- Producers
- Investigation

## INTRODUCCIÓN

En el Ecuador el cacao es una fruta tropical reconocida mundialmente por su aroma y sabor incluyendo también sus beneficios nutritivos. Por ello encontramos productores en diferentes zonas del país que cuentan con sembríos del cacao, los cuales tienen una gran dificultad al no tener un lugar estable y fijo en el cual comercializar o vender sus productos, sin embargo pese a eso los pequeños productores salen a las ciudades con el objetivo de tratar de vender a diferentes sitios comerciales sin ninguna seguridad de que sean aceptados, se agrega a esta situación que no existen los incentivos suficientes para la producción de cacao, que por ende debemos motivar a los productores de cacao, con los mejores precios y beneficios de comercialización.

En el mercado de la comercialización de cacao concurre que existe en el mercado una deficiente evaluación del producto, para ello debemos ser conscientes y justos al momento de la evaluación, dando a conocer los precios convenientes para el productor.

Existen problemas en muchos productores que están en diferentes sectores fuera de la ciudad que por lo cual no tienen la facilidad de movilizarse para la entrega del producto, entonces para esto como comerciante debemos brindar ese servicio de transporte, ayudando a que dichas personas ahorren su tiempo y se dedican más a sus productos como es el cacao, tomando en cuenta que en su mayoría es el único sustento económico en su hogar.

Desde el punto de vista metodológico se pretende ejecutar la investigación con metodologías teóricas y empíricas para analizar la situación actual de la producción en el mercado.

Dicha investigación nos puede servir para el sector productor del cacao en general, así como más específicamente en Marcelino Maridueña donde se cultiva el mencionado producto, para de esta manera quede un ejemplo para el resto del país.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. Problematización**

En el mercado de la comercialización de cacao concurre que existe en el mercado una deficiente evaluación del producto, para ello debemos ser conscientes y justos al momento de la evaluación, dando a conocer los precios convenientes para el productor.

Existe problemas en muchos productores que están en diferentes sectores fuera de la ciudad que por lo cual no tienen la facilidad de movilizarse para la entrega del producto, entonces para esto como comerciante debemos brindar ese servicio de transporte, ayudando a que dichas personas ahorren su tiempo y se dedican más a sus productos como es el cacao, tomando en cuenta que en su mayoría es el único sustento económico en su hogar.

Los productores de cacao afronta altos costos de producción y al obtener su producto esperan conseguir ingresos adecuados para solventar compromisos adquiridos, además de capitalizar y seguir invirtiendo en su actividad, sin embargo las condiciones del mercado fluctúan constantemente y comúnmente no ofrecen precios, y no tiene la facilidades para la transportación del producto que permitan cumplir con sus objetivos generando pérdidas económicas en los productores

Si los pequeños productores del cantón Marcelino Maridueña siguen obteniendo pérdidas económicas, este sector productivo tiende a desaparecer, tomando en consideración que el gobierno nacional apuesta por la generación de empleo a través de la matriz productiva.

El estudio de la comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña puede esclarecer ciertos parámetros a fin de asesorar a los pequeños productores y de esta manera contribuir con el pequeño productor y por ende al crecimiento de la matriz productiva.

### **1.1.2. Delimitación del problema**

Estudio para determinar las condiciones de comercialización del cacao en el cantón Marcelino Maridueña del año 2012- 2014.

### **1.1.3. Formulación del problema**

¿En que influye las Condiciones de comercialización del cacao en el cantón Marcelino Maridueña en el crecimiento de la producción de cacao en esta zona?

### **1.1.4. Sistematización del problema**

¿De qué manera influyen las condiciones de evaluación y calidad para la comercialización de cacao en Marcelino Maridueña?

¿En que son afectados los productores al momento de fijar los precios de cacao en el cantón Marcelino Maridueña?

¿Qué efecto provoca el desconocimiento empírico por parte de los cacaoteros en los niveles de cosecha del producto?

### **1.1.5. Determinación del tema**

**Campo:** Administrativo - Financiero

**Área:** Comercial

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Marcelino Maridueña

**Población:** 1240,60 productores de cacao

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo general**

Estudiar el proceso de comercialización de cacao en grano en el Cantón Marcelino Maridueña a través de un estudio de campo para tener una visión objetiva de la situación existente.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Indagar sobre las condiciones de calidad y la deficiente evaluación del producto cacaotero en el Cantón Marcelino Maridueña, realizando diversos estudios en los campos, para ofrecer al mercado un excelente producto calificado.
- Analizar las condiciones de fijación de precios en los diferentes mercados comercialización, clasificando el estado producto de cacao, dándole el eficiente valor al producto.
- Determinar los motivos por que los productores se manejan de forma empírica a través de una encuesta.

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

### **1.3.1. Justificación de la Investigación**

Esta investigación será un aporte significativo a los productores de cacao en el sentido de que se pretende eliminar los intermediarios en los procesos de comercialización. Además, se estará fortaleciendo la calidad. En consecuencia, esta propuesta pretende realizar un estudio de mercado a nivel local en la actualidad, estructuración de procesos de ingeniería contextualizados al medio, análisis de costos y rentabilidad mismos que permitirán cumplir con el objetivo de determinar la factibilidad de este sector productivo agropecuario del cantón.

Según el planteamiento se requiere estudiar e investigar la comercialización del cacao, ya que desde varios años se ha encontrado una inestabilidad de comercialización para los pequeños sectores productores dentro de Marcelino Maridueña.

Desde el punto de vista metodológico se pretende ejecutar la investigación con metodologías teóricas y empíricas para analizar la situación actual de la producción en el mercado.

Dicha investigación nos puede servir para el sector productor del cacao en general, así como más específicamente en Marcelino Maridueña donde se cultiva el mencionado producto, para de esta manera quede un ejemplo para el resto del país.

## CAPITULO II

### 2. MARCO REFERENCIAL

#### 2.1. MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1. Antecedentes históricos

###### Los inicios del trueque

A inicios de los tiempos se evidencio la necesidad de comprar y vender mercadería, es así que nace el trueque:

La primera condición para que exista intercambio de bienes es la capacidad de producir excedente. El excedente es una parte de la producción que no se necesita consumir. Si una sociedad dispone de excedente, puede intercambiarlo por algún producto que posea otra sociedad (y que tampoco necesita consumir).

En la más remota prehistoria, cuando los hombres se dedicaban a la caza y la recolección, la producción de excedentes era casi nula. Además, por las características de sus productos, esos excedentes no se hubieran podido almacenar. Pero desde las primeras actividades productivas, el excedente permitió emprender el hábito de intercambiar productos.

Las primeras formas de comercio entre los hombres consistieron justamente en el intercambio de productos mano a mano: lo que uno tenía y no necesitaba, se cambiaba por lo que el otro tenía y no necesitaba. Esa forma de intercambio se denomina trueque.

El trueque se mantuvo por mucho tiempo, aun en sociedades sedentarias: un jarrón de vino por una bolsita de trigo, pieles de abrigo por un arma de caza, lana de oveja por pescados.

¿Por qué se abandonó el trueque? El desarrollo de nuevos bienes de consumo y el crecimiento de la actividad comercial demostró que este sistema era poco práctico: en primer lugar porque no siempre el otro necesitaba aquello de lo que uno disponía. Por ejemplo, si un artesano de sandalias quería comprar pan, siempre debía encontrar un

panadero que necesitara sandalias o averiguar qué necesitaba el panadero, conseguirlo con su producción de sandalias. Y recién después ofrecérselo en trueque.

En segundo lugar, también era un problema determinar cuál era el valor exacto de los productos a intercambiar: ¿cuánta lana por un jarrón de vino? ¿De qué tamaño debía ser el jarrón? ¿Una vaca valía lo mismo que un camello?

Para resolver estos primeros problemas los hombres buscaron un producto de referencia: los valores de todas las mercaderías se establecerían en base a ese producto.<sup>1</sup>

**El trueque es una de las formas de comprar y vender de lo que hoy en día se puede conocer como comercialización.**

### **Comercialización de cacao en América**

El cacao es originario de la región amazónica y fue transportado a América Central hace más de 3.000 años. En la región centroamericana se han localizado poblaciones silvestres de cacao, lo cual sustenta aún más la hipótesis del origen del cacao en esta región.

Se cree que las culturas prehispánicas, como los mayas y aztecas, conocían el cacao antes de la llegada de los españoles.

La historia indica que, antes de la conquista, el cultivo de cacao se limitaba al área comprendida entre el Sur de México y la actual frontera entre Costa Rica y Panamá. De igual forma, la domesticación original de la especie se desarrolló en Centro América, con plantas de cacao del grupo botánico llamado Criollo.

Se cree que los españoles, después de su llegada a México, introdujeron el cultivo a Sudamérica en donde lo cruzaron con los materiales nativos de esa región, lo que les permitió mejorarlo.

---

<sup>1</sup> González P. María & Massone Marissa (2015), Origen del trueque y el comercio con la moneda metálica Historia, enlace disponible en: <http://historiaybiografias.com/trueque/>

En este sentido, es necesario establecer que en el mundo existen tres grandes grupos de variedades de cacao: la variedad Criollo en Centroamérica, México, y algunas áreas en Colombia y Venezuela; la variedad Forastero en la Amazonía de Brasil, Bolivia, y Perú; y la variedad Trinitario, una combinación de Criollo y Forastero, originaria de la isla de Trinidad.<sup>2</sup>

### **Comercialización del cacao en Ecuador**

La tarea de comercialización Ventas La comercialización de cacao se lleva a cabo a través de asociaciones de productores, intermediarios, comisionistas y exportadores. La estructura de los canales de comercialización de cacao difiere de una región a otra. Los intermediarios tienen un contacto directo con el agricultor, unos se ubican en las poblaciones de las zonas de producción en las principales provincias; mientras que otros las recorren adquiriendo el grano; y, en muchas ocasiones, comercializan el cacao para otros intermediarios y comisionistas. En un extremo del espectro encontramos que el canal entre el productor y el exportador tiene por lo menos dos intermediarios: los pequeños acopiadores y los mayoristas. Los pequeños acopiadores compran el grano directamente del agricultor visitando las fincas individuales. En una etapa posterior, estos acopiadores venden lo adquirido a los mayoristas quienes, a su vez, revenden a los exportadores. En el otro extremo de la cadena de comercialización del cacao, el grano se vende directamente al exportador. Esto se lo hace a través de la participación de asociaciones o cooperativas de productores y, en ocasiones, estas agrupaciones gremiales exportan directamente.(Guerrera, 2011)

---

<sup>2</sup> Mercados de Centroamericanos para la Biodiversidad CAMBIO(2014 ), Cacao amigable con la biodiversidad en América Central, *en lace disponible en:* [http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19\\_BCIE\\_Fasciculo\\_IX\\_Costa\\_Rica.pdf](http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19_BCIE_Fasciculo_IX_Costa_Rica.pdf)

## **Los orígenes del Cacao**

El cacao fue nombre dado por Carl Von Linne quien catalogó por primera vez el árbol del cual provienen las semillas de cacao.

Es un cultivo tropical originario de la región amazónica (cuenca alta del río Amazonas) que en la actualidad comprende territorios de los países Ecuador, Colombia, Brasil, Perú y Bolivia.

Cuando los españoles colonizaron a América encontraron el cacao en México, importante centro de siembra de la especie.

Los indígenas lo usaban desde tiempos remotos para hacer bebidas y como alimento combinado con maíz.

También era utilizado como moneda en las transacciones comerciales.

En la actualidad es sembrado en la mayoría de los países tropicales, en una zona comprendida entre los 20° de latitud norte y los 20° de latitud sur.

Durante la época de La Colonia, el cacao en el Ecuador se propagó importantemente en 4 zonas ecológicas:

Conocida como “Arriba” que comprende la zona de la cuenca baja del río Guayas, provincias de Los Ríos y Guayas

Manabí, con el cacao denominado de Bahía, que corresponde a la zona húmeda de la provincia de Manabí;

Naranjal, hacia el sur, que comprende una pequeña parte de la provincia del Guayas y la provincia de El Oro;

Esmeraldas, que tenía un cacao que se le denominaba esmeraldas.

En forma general se conoce que el cacao se divide genéticamente en 3 grandes grupos: los Criollos, los Forasteros y una mezcla de ellos que se le denomina Trinitario.

Ecuador fue el más grande exportador mundial de cacao durante el período 1880 – 1915, perdiendo este lugar debido al ataque de dos plagas conocidas como la monilla (Moniliophthoralareri) y la escoba de bruja (Moniliophthora perniciosa).

Entre 1915 y 1930 la producción se redujo en un 63%. Sin embargo, después de la crisis ocasionada por las plagas, la producción de cacao se ha recuperado notablemente con la siembra de materiales duros.

La producción de cacao en 1960 en Ecuador llegó hasta 33,000 toneladas métricas.

En esta etapa hay un nuevo acrecentamiento de áreas de siembra en base a repartición de tierras infecundas y de haciendas infructíferas por la Reforma Agraria, lo cual en los años sucesivos aumenta los niveles de producción, hasta estabilizarse al final de la década de los 80 con producciones que fluctúan alrededor de las 80,000 toneladas métricas por año, en una área aproximada de 360,000 hectáreas

En el Ecuador actual se cultivan algunos tipos de cacao, pero la variedad conocida como NACIONAL es la más buscada entre los fabricantes de chocolate, por la calidad de sus granos y la finura de su aroma.

Estos cacaos se cruzaban con la variedad local, dando híbridos vigorosos y productivos, pero cuyos frutos tenían una calidad aromática menor que la original. Se pensó entonces que se debería poder encontrar los representantes de esta variedad ancestral, que se estaba paulatinamente perdiendo en el proceso de hibridación y poder así volver a recrear las variedades productivas con un gusto equivalente a la variedad nativa Nacional. (ANECACAO, 2015)

La hipótesis de la existencia de una variedad ancestral pudo ser verificada gracias al análisis de las colecciones antiguas de los diferentes cacaos del INIAP y de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (UTEQ). Estas colecciones corresponden a los Árboles cultivados en toda la zona costera del Ecuador. Mediante los métodos de análisis de ADN desarrollados por el CIRAD (Centro de cooperación internacional en investigación agronómica para el desarrollo), algunos Árboles fueron identificados como

los ancestros probables de todo el Pool híbrido actualmente cultivado en Ecuador. Los estudios de paternidad confirmaron esta hipótesis.

Sin embargo, el origen del cacao Nacional era todavía desconocido, por lo que hubo que recurrir a nuevos análisis de ADN para buscar pistas entre las distintas variedades nativas. Existen poblaciones de cacao salvaje en toda la región amazónica, desde Colombia hasta la Guyana y Brasil.

Desde hace varias décadas se ha hecho la búsqueda de estos tipos en estado natural. El material vegetal producto de esta amplia prospección se conserva actualmente en varias colecciones locales e internacionales. El proyecto de investigación tuvo acceso a estos materiales y pudo efectuar la comparación de las huellas genéticas de ADN del material salvaje con los representantes de la variedad nativa Nacional.

Esta comparación permitirá demostrar el gran parentesco existente con algunos Árboles colectados hace más de 30 años en la región amazónica de Zamora Chinchipe, en el sur del Ecuador y los análisis de ADN volvieron a dar su veredicto.

A pesar de que en la actualidad su cultivo se encuentra más desarrollado en la región costera del Pacífico, la región oriental de Zamora Chinchipe resulta ser entonces el centro de origen de la domesticación probable de la variedad Nacional. Los intercambios entre sociedades amazónicas y costeras podrían explicar esta migración que parece ser muy antigua.

El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, al llegar a lo que hoy es Nicaragua durante su cuarto viaje. (ANECACAO, 2015)

Más de un milenio antes del Descubrimiento de América, las culturas Toltecas, Mayas y Aztecas ya lo cultivaban, el XOCOLAT, como descubría Hernán Cortés, cuando Moctezuma II organizaba banquetes en su honor. Pero por su sabor amargo, tardó casi un siglo en ser introducido en Europa y empleado para hacer una bebida.

Dominado por España, el negocio del cacao fue rentable a mediados del siglo XVI, lo que potenció el cultivo en lo que hoy es la costa ecuatoriana. En 1600 había ya pequeñas siembras a orillas del río Guayas. Este cacao tenía una fama especial por su

calidad y aroma floral típico, proveniente de la variedad autóctona que hoy llamamos Aroma Nacional o Sabor Arriba. En 1789, la Cédula Real obtiene la facultad de exportar el cacao desde Guayaquil, en lugar del Callao.

En las primeras décadas del siglo XIX, más del 50% de la producción de cacao se encontraba en Venezuela. En la década de 1820, los portugueses introducen la pepa de oro en Ghana y otros países del centro de África. En ese entonces, la tercera parte de la producción mundial de cacao era consumida por los españoles. Durante el mismo siglo, se empieza a extender el cultivo en Brasil.

A finales del siglo XIX, los suizos producen el primer chocolate en leche. Los chocolates suizos conquistan cantidades de premios en festivales internacionales, dando origen a la industria que conocemos hoy en día. (ANECACAO, 2015)

En 1830, se declara la fundación del Ecuador. Muchas familias adineradas dedican sus tierras a este producto, en haciendas denominadas Grandes Cacao. Ubicadas preferentemente en Vinces y otros cantones de Los Ríos, se hace una costumbre de linaje encargar a terceros la administración de estas haciendas para pasar largas temporadas en Europa. De ahí el mote de París Chiquito. (ANECACAO, 2015)

La década de 1920 es funesta. La aparición de plagas reduce la producción al 30%. Sumado eso a la falta de medios de transporte y mercados internacionales como consecuencias de la Primera Guerra Mundial, el cacao y la economía ecuatoriana entran en un periodo de depresión e inestabilidad. (ANECACAO, 2015)

En lo que respecta a comercialización se inició con la expansión en el mundo no fueron hechos de la casualidad sino del efecto del nacimiento de un nuevo mercado; ya sea con los mayas, aztecas, o los europeos la comercialización del cacao ha sido una actividad continua; presidida por el deleite del público.

Es así que en Ecuador se descubre la comercialización del cacao empezando en Esmeraldas y en las islas Puná ya que su cultivo se propagó y fue el comienzo de todo a lo largo de la vida colonial, se convirtió en Ecuador la mercancía más importante, y se comienza a comercializar internacionalmente, a finales del siglo XVII y principios XIX,

después del auge de la agricultura costeña, y específicamente un millón de quintales nuestro país se convierte en el mayor exportador hasta comienzo del siglo xx.

En esta época aparecen los grandes latifundistas, nombrados como los grandes del cacao. Eran los periodos de la cotona, a Vinces se lo denomino parís chiquito por la llegada de algunas modas, de las calles de Guayaquil convertidas en tendales y el olor características del cacao secándose en las mismas. Fue tiempo de progreso y desarrollo de grandes construcciones, la calidad de nuestro cacao tuvo un gran reconocimiento y era el mejor pagado de nuestro cacao, tuvo reconocimiento y era el mejor pagado en las bolsas de Londres y Hamburgo. A la mejor calidad se la llamaba “arriba”, nombre que prevenía de las lanchas que venía rio arriba cargadas de sacos de cacao para ser exportados desde el puerto de Guayaquil.

El cacao constituido en el tercer rubro de remesa agrícola del país y permite que más de un centenar de pequeñas familias puedan beneficiarse puesto que para muchas de esta familia es su fuente de ingreso, y sobre todos para los agricultores cacaoteros de las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos, El Oro, Bolívar, Pichincha, Azuay, Cañar, y La Amazonia.

Siendo así que de acuerdo a los datos de la organización internacional del cacao (ICCO), Ecuador exporta el 75% del cacao de aroma. La comercialización de cacao en el exterior representa el 6.7 % del PIB (Producto Interno Bruto), y de los exportadores y productores constituyes el 12 % de la PEA (Población Económicamente Activa).

**El cacao es uno de los productos principales en la exportación, así como de la comercialización interna por lo que actualmente está contribuyendo con el crecimiento de la matriz productiva, la comercialización del cacao actualmente se lo realiza a través de terceras personas, complicando el traslado del producto a las ciudades más cercanas de las poblaciones que cultivan el cacao, también hay de los que revenden el producto siendo estos últimos los que mayor ganancias obtienen, y los pequeños productores no logran en algunas ocasiones capitalizarse, por lo inconvenientes que existen en la comercialización.**

### 2.1.2. Antecedentes referenciales

**Título:** Análisis de la situación y perspectivas del cacao ecuatoriano y propuesta de industrialización loca.

**Autor:** Pamela Schmid

**Tipo de trabajo:** Tesis de grado

**Año:** 2013

A lo largo de la historia se ha visto cambios radicales en la producción y en la comercialización del cacao que se encuentra ligado con la situación económica de los productores de este producto. Por lo cual los productores han visto la importancia de la comercialización del cacao con un valor agregado, en la cual aparte de brindar un buen servicio puedan obtener un mayor margen de ganancias, se debe notar que la eficacia y la eficiencia puede mejorar considerablemente la comercialización de cacao en el plano nacional.

Así como el mercado va en crecimiento con altas demandas y que consume más este tipo de producto por lo que se vuelve en un mercado importante para desarrollar y potencia.<sup>3</sup>

**La comercialización de cacao se ha observado que es importante brindar un valor agregado, buen servicio, buen trato, para de esta manera el sector cacaotero se desarrolle y despunte en el mercado local.**

**Título:** inteligencia competitiva y definición de una estrategia para la comercialización del cacao de la variedad “arriba”

**Autor:** Pamela Avalos, Javier García, Luis A. Jaramillo

**Tipo de trabajo:** Tesis de grado

**Año:** 2013

---

<sup>3</sup> Pamela Schmid(2013), Tesis de grado, Análisis de la situación y perspectivas del cacao ecuatoriano y propuesta de industrialización local. # 147 pág.

El cacao es considerado como una fruta de origen tropical, más conocido como la pepa de oro a nivel nacional e internacional. Es considerado uno de los productos más sobresalientes dentro del grupo de frutas de mayor demanda en el mercado interno.

Ecuador es considerado uno de los países con más privilegios agrícolas, incluso en el posicionamiento de uno de los países exportadores de cacao como uno de los primeros y mayores productores de este producto.

A pesar de tener esta ventaja competitiva, la desventaja son culturales, tecnológicas y de infraestructura que no le permiten desarrollar al sector cacaotero en la cual se está perjudicando en el comercio del cacao.

Siendo que las estrategias que se utilizan para mejorar esta condición es la renovación de un cuarto de las plantaciones actuales, poner más atención a los compradores del cacao fino y aroma, y luego al consumidor de chocolate.<sup>4</sup>

**El cacao es considerado uno de los productos más importante dentro del territorio ecuatoriano, a pesar de tener cierta desventaja competitiva en cuanto a lo cultural y tecnológico se busca que el sector cacaotero resurja con la renovación en las plantaciones de este producto, poniendo más énfasis en los compradores de cacao fino y al sector chocolatero.**

**Título:** Producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN51 y su relación con la economía del cantón la mana, provincia de Cotopaxi, # pág. 190.

**Autor:** Molina Mayorga Jenny Raquel

**Tipo de trabajo:** Tesis de grado

**Año:** 2012

Sin embargo la situación actual que atraviesa cada uno de los productores de cacao de los cuales desprende: la falta de coordinación, falta de capacitación por parte de las

---

<sup>4</sup> Pamela Avalos, Javier García, Luis A. Jaramillo (2013), inteligencia competitiva y definición de una estrategia para la comercialización del cacao de la variedad “arriba”, # Pág. 12

autoridades produciendo en el mercado poca oferta de la materia prima. Sin embargo se determina que la rentabilidad es alta en la producción del cacao obteniendo grandes ganancias.<sup>5</sup>

**La falta de capacitación, falta de coordinación por parte de autoridades, así como la poca oferta de materia prima, llevan a situaciones difíciles para los productores de cacao, sin embargo el estudio en esta tesis determina que se puede aún encima de todo la rentabilidad es alta en la producción de la “pepa de oro”**

**Título:** Producción y Comercialización de cacao

**Autor:** Julián Carrión Saltos

**Tipo de trabajo:** Tesis de grado

**Año:** 2012

Es así que tenemos a Costa de Marfil que también es considerado el mayor productor de cacao con 1,482 toneladas métricas/año; con un 38% del total del mercado. Estados Unidos se también produce cacao y exporta el 33% del total. En el Ecuador, se estima que hay una producción de 100,000 toneladas métricas/año, de las cuales el 60 % son exportados directamente a Estados Unidos, y un 20% entre Japón y Francia. Asimismo, se presenta un estudio técnico con información actualizada para la producción tecnificada del cultivo, y su comercialización.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Molina Mayorga Jenny Raquel(2012), Tesis de grado, Producción , comercialización y rentabilidad del cacao CCN51 y su relación con la economía del cantón la mana, provincia de Cotopaxi, # pág. 190.

<sup>6</sup> Julián Carrión Saltos (2012), Tesis de grado presentado como requisito para la obtención del título de ingeniero en Agroempresas, Nro. Páginas 65.

**Ecuador se despunta como exportador de cacao estando en el listado de países exportadores de cacao, por lo que importante tanto la producción y comercialización de este producto.**

**Título:** Factibilidad de la producción y comercialización de cacao

**Autor:** Moran Ivonne

**Tipo de trabajo:** Tesis de grado

**Año:** 2010

El cultivo del cacao en el Ecuador, hace muchos años constituye una de las principales actividades a nivel agrícola, por sus características de aroma y sabor se ha ubicado como uno de los mejores del mundo, por su importancia en algunas regiones se busca alinear su cultivo con las exigencias y tendencias de consumo de este producto.

En lo referente a la comercialización del cacao, se presentan aspectos generales sobre su comercialización y exportación a nivel mundial, así como también la situación a nivel nacional, determinando las limitaciones y potencialidades de la comercialización del cacao en el país. En el aspecto central se desarrolla un caso de producción agrícola de cacao, en función del cual se determina la rentabilidad del producto. Del contenido del presente estudio, se espera obtener proposiciones que orienten un posible proyecto, hacia una producción agrícola ambientalmente adecuada y con impactos socioeconómicos positivos, mediante la generación de empleo y disponibilidad de recursos en la población local<sup>7</sup>.

**Ecuador es uno de los países a nivel mundial considerado como exportador de cacao, posicionando en un puesto reconocido. Por lo que el cacao se considera**

---

<sup>7</sup> Moran Ivonne(2010), Factibilidad de la producción y comercialización de cacao, Enlace disponible en: <http://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/410?mode=full>,

**que la producción agrícola debe tener impactos socioeconómicos positivos generando empleo y sustentabilidad en la población local.**

**Título:** Estrategia empresarial Marketing Producción de café Producción de cacao Cooperación internacional.

**Autor:** Viteri Salazar Oswaldo

**Tipo de trabajo:** Tesis de grado

**Año:** 2011

La comercialización de cacao y sus buenas condiciones se puede incluso aportar con la matriz productiva y por ende puede generar empleo.

Los cultivos de café y cacao constituyen la principal fuente de ingresos para los pequeños agricultores de la Amazonía norte del Ecuador. Las provincias de Orellana y Sucumbíos por ser áreas fronterizas han sido beneficiadas por múltiples instituciones públicas y privadas. Muchos de los proyectos ejecutados en la zona han sido dirigidos a reactivar la producción de café y cacao, fortalecer a los gremios de productores y dotar de infraestructura de comercialización. De esta manera se pretende mejorar la calidad de vida de la población, amenazada por la pobreza y el alto flujo de migración proveniente principalmente de Colombia. Cabe recalcar que la asociatividad es el punto clave para iniciar la comercialización del cacao.

## **2.2. MARCO LEGAL**

### **Ley de fomento y desarrollo del cacao nacional fino de aroma**

**Art1. Ámbito.-** las disposiciones de la presente ley son obligatorias para todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas, que desarrollen una actividad productiva vinculada con el fomento y desarrollo del cacao fino de aroma en cualquier parte del territorio nacional.

Esta ley abarcará todo el proceso productivo: cosecha, post cosecha y comercialización de este producto en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución, el intercambio comercial, el

consumo y el aprovechamiento de la externalidades positivas que genere el desarrollo de la producción de cacao fino de aroma considerando las actividades que realizan todos sus actores, desde los pequeños productores hasta las grandes cadenas de industrialización y comercialización, naturales o extranjeras que operan en el país.

Esta ley establece también la creación de la entidad responsable del fomento y desarrollo de cacao fino o de aroma y de integración, funciones y responsabilidades de los organismos directivos y ejecutivos; así como la creación del fondo nacional para el fomento y desarrollo de las actividades necesarias para el incremento de la producción del cacao fino de aroma, las infracciones administrativas y sus sanciones.

### **Art. 2 Definición.-**

Para los efectos de esta ley y su reglamento, como cacao fino o de aroma se conoce al cacao de calidad y aroma únicos distintivos, acendrado, cuya elevada propiedad organoléptica se puede percibir e identificar claramente. Estas propiedades son provenientes de grupos genéticos definidos, claramente identificados y la excelencia en los procesos de cosecha. Todas estas características y procesos pueden ser comprobados por su rastreo por la autoridad competente en el control de calidad de este producto.

**Art 3. De los fines.-** la presente ley tiene como fines principales, los siguientes:

- a) Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de cacao fino de aroma y sus derivados, con responsabilidad social y ambiental. Así como su producción con el uso de tecnología ambientalmente limpia y de energías alternativas.
- b) Estimular la asociatividad de los pequeños productores en organizaciones legalmente reconocidas, como las cooperativas o asociaciones de productores, para facilitar el acceso al crédito y la prestación de servicios complementarios para incrementar este tipo de producción;

- c) Impulsar la creación de microempresas relacionadas con la cadena productiva del cacao fino de aroma, para generar empleo de calidad y contrarrestar la migración del campo a la ciudad;
- d) Promover la industrialización y las exportaciones del cacao fino de aroma con valor agregado.
- e) Fomentar el comercio y el consumo, local y extranjero, del cacao fino de aroma y sus derivados, a través de las organizaciones especializadas de sus productores y comercializadores.
- f) La democratización del acceso a los factores de producción para los productores de cacao, con especial énfasis en las formas asociativas; micro, pequeñas y medianas empresas de aquellos que fomente la producción de cacao fino o de aroma, así como de los actores de la economía popular y solidaria.<sup>8</sup>

## **Ley orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector financiero Popular y Solidario**

### **Título I**

#### **Del Ámbito, Objeto y Principios**

##### **Art. 1.-**

##### **Definición.-**

Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al

---

<sup>8</sup> Asamblea Nacional (2015), Proyecto de ley de fomento y desarrollo del cacao nacional fino de aroma, Memorando PAN-GR-2015-0022.

buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

#### **Art. 2.- Ámbito.-**

Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

#### **Art. 4.- Principios.-**

Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2012), Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su reglamento.

## **Plan nacional del buen vivir**

### **Objetivos nacionales del buen vivir**

**Objetivo 2.-** Generar condiciones y capacidades para la inclusión económica, la promoción social y la erradicación progresiva de la pobreza.

2.1. a. Estandarizar metodologías, herramientas y procesos de identificación de grupos en situación de vulnerabilidad y pobreza, y de seguimiento y evaluación de una estrategia de erradicación de la pobreza, a fin de fomentar la eficiencia y eficacia por parte del Estado.

2.1. b. Generar mecanismos de articulación entre los instrumentos de inclusión, promoción y seguridad social y las políticas económicas, a fin de fomentar y facilitar la superación de la pobreza y sostener procesos de movilidad social ascendentes.

2.1. c. Fortalecer mecanismos de corresponsabilidad y condicionalidad en las políticas y programas para la generación de capacidades y la disminución de la transmisión intergeneracional de la pobreza, con base en la realidad geográfica y con pertinencia cultural.

2.1.d. Desarrollar e implementar una estrategia intersectorial para la erradicación de la pobreza y el cierre de brechas de desigualdad, con énfasis en la garantía de derechos, en la equidad de género, intergeneracional e intercultural, el acceso a activos y medios de producción, y la generación de capacidades.

2.1.e. Promover y apoyar iniciativas de economía popular y solidaria y MIPYMES mediante mecanismos de asistencia técnica, circuitos económicos, aglomeración de economías familiares, sistemas de comercialización alternativa, fortalecimiento de la capacidad de negociación y acceso al financiamiento, medios de producción, conocimientos y capacidades, acorde a las potencialidades territoriales.

2.1.f. Generar incentivos para la asociatividad, en particular para la reagrupación parcelaria de minifundios, la adquisición de tierras y el acceso a insumos y recursos

para la producción a organizaciones de la economía popular y solidaria, considerando la vocación productiva de los territorios.

2.1. g. Generar mecanismos e incentivos que promuevan el ahorro y faciliten el acceso a recursos financieros, creando líneas preferenciales para organizaciones de la economía popular y solidaria, con especial atención a las mujeres y jóvenes del área rural y a iniciativas para la inclusión económica.

2.1.h. Desarrollar e implementar procesos de capacitación, aprendizaje vocacional, formación profesional y de talento y demás instrumentos que promuevan habilidades productivas y capacidades para el trabajo, acordes a la ampliación, a la diversificación productiva de cada territorio y al modelo territorial nacional deseado, reconociendo la diversidad y complementariedad territorial, con pertinencia cultural y enfoques de género e intergeneracional.

2.1. i. Desarrollar y fortalecer las capacidades del Estado, en todos los niveles de gobierno y de la sociedad civil, para crear mayores y mejores oportunidades para la población juvenil.<sup>10</sup>

## **Código de trabajo**

### **CAPÍTULO I DE LAS REFORMAS AL CÓDIGO DE TRABAJO**

#### Artículo 1.-

Sustitúyase el artículo 11 por el siguiente:

“**Art. 11.-Clasificación.-** El contrato de trabajo puede ser:

- a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;
- b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;
- c) Por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;
- d) Por obra cierta, por obra o servicio determinado dentro del giro del negocio, por tarea y a destajo; y,
- e) Individual, de grupo o por equipo.”

---

<sup>10</sup> Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2013), Plan Nacional del Buen Vivir- SumakKawsay, enlace disponible en: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>

## **Artículo 2.-**

Sustitúyase el artículo 14 por el siguiente:

### **Art. 14.-**

Contrato tipo y excepciones.- El contrato individual de trabajo a tiempo indefinido es la modalidad típica de la contratación laboral estable o permanente, su extinción se producirá únicamente por las causas y los procedimientos establecidos en este Código.

Se exceptúan de lo dispuesto en el inciso anterior:

- a) Los contratos por obra cierta, que no sean habituales en la actividad de la empresa o empleador;
- b) Los contratos eventuales, ocasionales y de temporada;
- c) Los de aprendizaje;
- d) Los demás que determine la ley.”.

## **Artículo 3.-**

Sustitúyase el artículo 15 por el siguiente:

### **Art. 15.- Período de prueba.-**

En todo contrato de plazo indefinido, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días.

Únicamente para el caso de los contratos de servicio doméstico o trabajo remunerado del hogar, el período de prueba será de hasta quince días.

No podrá establecerse más de un período de prueba entre el mismo trabajador y empleador, sea cual sea la modalidad de contratación.

Durante el período de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente.

El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con período a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores.

Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al

porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio.

Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales.

La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje antes indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.”.

**Artículo 4.-**A continuación del artículo 16 agréguese el siguiente:

“Art. 16.1.- Del contrato por obra o servicio determinado dentro del giro del negocio.-

En los contratos por obra o servicios determinados dentro del giro del negocio, una vez concluida la labor o actividad para la cual fue contratado el trabajador, terminará la relación de trabajo, siendo procedente el pago de la bonificación por desahucio conforme lo establecido en el artículo 185 del mismo. Para la ejecución de nuevas obras o servicios, el empleador tendrá la obligación de contratar nuevamente a los trabajadores que hayan prestado sus servicios en la ejecución de obras o servicios anteriores bajo este tipo de contrato, hasta por el número de puestos de trabajo que requiera la nueva obra o servicio, siendo facultad del empleador escoger a los trabajadores que él considere. Respecto a los trabajadores que no pudieron ser llamados a la nueva obra o servicio, esto no implica que se termine la obligación de llamarlos para siguientes proyectos en los cuales exista la necesidad del número de plazas de trabajo.

Si conforme lo establecido en el inciso anterior, el trabajador no es llamado para prestar sus servicios, a pesar de que operativamente se lo necesite y existan puestos de trabajo disponibles en la nueva obra, se configurará el despido intempestivo y tendrá derecho a percibir las indemnizaciones previstas en este Código.

En los casos que el trabajador no acuda al llamado efectuado por el empleador, la obligación de contratarlo para la ejecución de nuevas obras quedará sin efecto.

A este tipo de contratos se aplicarán las reglas del visto bueno que le correspondan.

El Ministerio rector del trabajo emitirá la normativa secundaria necesaria para regular esta modalidad contractual y será quien defina exclusivamente las actividades en las cuales se aplica.”.<sup>11</sup>

### **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

**Agricultura.-** Es la acción o efecto relacionado con el tratamiento del suelo y plantación de vegetales. Esta actividad suele estar destinada a la producción y obtención de alimentos como verduras, hortalizas, cereales y frutas.

**Análisis sectorial:** Es el examen programático y financiero, que incluye las condiciones de organización y operación de las entidades, que por la afinidad de sus funciones conforman un sector económico o administrativo dentro de la administración pública.

**Bienes de Consumo Final.-** Lo Constituyen aquellos bienes que no necesitan ningún otro tratamiento, son llevados directamente al mercado para ser consumidos, la demanda está determinada básicamente por el crecimiento poblacional, cambios en los precios, y la capacidad de compra de los consumidores.

**Bienes de consumo intermedio.-** Estos en cambio son adquiridos por empresas cuya actividad principal es la transformación de productos finales.

**Cacao.-** Es una fruta tropical, grano cubierto de una pulpa rica en azúcar con la que se puede hacer jugo y el grano se puede transformar en chocolate de agradable sabor.

**Cadena productiva.-** Conjunto de características ordenadas secuencialmente en base a un sistema de valoración aplicado a la producción de una unidad productiva indeterminada.

---

<sup>11</sup> Asamblea nacional del Ecuador(2015), Registro Oficial, Enlace disponible: [http://puce.the.pazymino.com/Ley\\_Justicia\\_Laboral-Abr2015.pdf](http://puce.the.pazymino.com/Ley_Justicia_Laboral-Abr2015.pdf)

**Canales de Distribución.-**

Vías o conductos que se escogen para hacer llegar al consumidor de manera completa, eficiente, rápida y económica los productos de la empresa.

**Comercialización.-** La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. Se dan en Micro(individual de manera directa entre el productor y el cliente) y Macro(sistema de producción y distribución productor y consumidor a gran escala).

**Cosecha.-** Es la labor consiste en la recolección de los frutos desde el suelo, y este proceso se lo pueden hacer de forma manual o mecánica para luego ser destinado a su respectivo objetivo.

**Cultura:** Es el conjunto de todas las representaciones, los modelos o los patrones, manifiestos o tácitos, a través de los cuales una sociedad sistematiza el comportamiento de las personas que la conforman.

**Cultivo.-**es una de las principales labores agrícolas, el cultivo es la actividad humana que permite que la tierra pueda dar frutos para luego ser cosechado.

**Demanda.-**Cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a cada nivel alternativo de precios en el mercado por el consumidor.

**Diferenciación:** Es un valor superior que la empresa o producto da a sus clientes, lo que permite crear una posición única y exclusiva, es una manera singular de competir.

**Estudio.-** Labor que estudia un tema en cuestión, o se explica y reflexiona sobre el mismo, con el fin de ayudar en el cambio o refuerzo en el área estudiada.

**Estrategia.-** Arte y técnica de seleccionar y optimizar el empleo de recursos para el logro de objetivos.

**Financiamiento.-** la determinación y análisis la suficiencia y oportunidad de las fuentes que servirán para cubrir las necesidades financieras de la empresa, tanto en el proceso de conformación de su infraestructura, y las que son propias de su operación.

**Inversión.-**son los medios financieros que van a ser utilizados en el proceso de producción o productivo de una empresa o unidad económica, comprenden en la adquisición de bienes, equipos, materias primas, servicios, etc.

**Logística.-** Campo de actividad que engloba las funciones de empaque, embalaje, almacenaje, comunicaciones, transporte, embarque, distribución, abastecimiento, manipuleo y movimientos varios en el mercado.

**Márgenes.-**Este término se lo utiliza para comprobar cuan beneficioso es un producto que haya sido elaborado producido o adquirido para la comercialización. Nos permite ver las respectivas ganancias o pérdidas que se haya obtenido dicho producto.

**Mercado.-** se conoce como la institución, compañía, organización mediante el cual los vendedores y los compradores establecen una relación comercial con la finalidad de realizar transacciones, acuerdos, intercambios, en el cual establecen precios. A mayor o menor cantidad de vendedores o compradores determinar la competencia y se imponen condiciones.

**Oferta.-** Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender según los niveles alternativos de precios en el mercado.

**Plan.-** Conjunto de disposiciones previstas para la ejecución de un proyecto.

**Precio.-** Expresión del valor de cambio o valor monetario de un bien o un servicio y pueden ser mayorista o minoristas, brutos o netos, de exportación o importación, etc.

**Producción.-** Acción de producir, creación y el procesamiento de bienes y productos.

**Productor.-** Es la persona que se encarga de buscar los medios necesarios como financiación, herramientas, contacto y lugar o venta de bienes y servicios con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.

**Productividad.-** Cantidad de producto generada por una unidad de un factor productivo.

**Pronostico.-** Predeterminación de condiciones futuras dentro de un cierto marco de probabilidades.

**Valor agregado:** Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.

**Variables.-** Proceso de actuación personal que procura ayuda y/o persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o un servicio o aceptar propuesta, o bien actuar favorablemente respecto de una idea que signifique lograr resultados fructuosos.

## **2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1. Hipótesis General**

La correcta comercialización de cacao en el sector de Marcelino Maridueña genera crecimiento de producción del mismo logrando contribuir con los productores del sector

### **2.4.2. Hipótesis Particulares**

- El desconocimiento del manejo de las condiciones de calidad del cacao del cantón de Marcelino Maridueña da origen a la entrega de un producto regular.

- El desconocimiento de las condiciones para fijar precios al productor, provoca descompensación con los gastos del proceso productivo del cacao.
- El conocimiento empírico que posee los productores de cacao da lugar a un menor nivel de producción.

### **2.4.3. Declaración de variables**

#### **Variable Independiente**

- La correcta comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña.
- Desconocimiento del manejo de las condiciones de calidad del cacao del cantón de Marcelino Maridueña.
- Desconocimiento de las condiciones para fijar precios al producto.
- El conocimiento empírico que posee los productores de cacao.

#### **Variable Dependiente**

- Crecimiento de la producción logrando contribuir con los productores del sector
- Entrega de un producto regular
- Descompensación con los gastos del proceso productivo del cacao.
- Menor nivel de producción

#### 2.4.4. Operacionalización de las variables

VARIABLE	TIPO	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
<b>La correcta comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña</b>	V/I	Es aquel intercambio de bienes y servicios entre los productores y consumidores en el mercado cacaotero.	Encuesta
<b>Crecimiento de la producción logrando contribuir con los productores del sector</b>	V/D	Evaluar la cantidad de los bienes y servicios producidos durante el trabajo realizado con los productores.	Encuesta
<b>Desconocimiento del manejo de las condiciones de calidad del cacao del cantón de Marcelino Maridueña</b>	V/I	Conocer los tipos de cacao que se produce en dicha zona para evaluar cómo se encuentra la producción en ese momento o periodo.	Encuesta
<b>Entrega de un producto regular</b>	V/D	Revisar la producción que se comercialice clasificando el cacao por su variedad y el estado en el cual se encuentre.	Encuesta
<b>Desconocimiento de las condiciones para fijar precios al producto</b>	V/I	Conocer el producto por sus tipos y calidad, conocer el proceso del cual el productor realiza para la venta de cacao, viendo en qué estado este el producto.	Encuesta
<b>Descompensación con los gastos del proceso productivo del cacao</b>	V/D	Es la desigualdad que existe en la inversión del proceso de cacao que se realiza para poder obtener el producto, que es destinado	Criterio experto de los productores

		para la venta.	
<b>El conocimiento empírico que posee los productores de cacao</b>	V/I	Es la experiencia que tienen los productores en el ámbito laboral para el cultivo de cacao, conocen todas las características de cultivo.	Criterio experto de los productores
<b>Menor nivel de producción</b>	V/D	Esto nos permite medir el incremento o disminución que se da en la producción o la capacidad de producir	Encuesta

**Cuadro 1:** Variables Dependientes e Independientes

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Nelson Mayanza

## CAPITULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

**Investigación Exploratoria:** Diseño de investigación cuyo objetivo principal es reunir datos preliminares que dan pistas y entendimiento sobre la verdadera naturaleza del problema que enfrenta el investigador, así como descubrir nuevas ideas o situaciones. Se caracteriza porque la información requerida es definida libremente, el proceso de investigación es flexible, versátil.

Utilizaremos este tipo de investigación debido a que el problema que es objeto de nuestro estudio no ha sido estudiado a profundidad en el cantón Marcelino Maridueña, por tanto se debe realizar una exploración de la información.

**Investigación Descriptiva:** es una investigación de segundo nivel cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes o instituciones de los agentes sociales. La investigación descriptiva, comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio.

Se utilizará esta investigación para comprobar nuestras hipótesis.

**Investigación de Campo:** Entendida como el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas, y efectos, o predecir su ocurrencia, Otra característica de la investigación de campo es que los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad.

Utilizaremos el tipo de investigación de campo a través de la aplicación de herramientas como lo son la encuesta y la entrevista, para poder medir los niveles de interés de la población en nuestro estudio.

**Investigación Bibliográfica:** Es la etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema, además, proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes como teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver.

Este tipo de investigación lo desarrollamos principalmente en el capítulo II específicamente en el antecedente referencial de nuestra investigación, ya que en este incurrimos en la búsqueda de información bibliográfica para poder comparar nuestra investigación con otras similares o relacionadas que fueron desarrolladas anteriormente.

**Investigación Explicativa:** Cuando en una investigación el investigador se plantea como objetivos estudiar el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones; a estas investigaciones se les denomina explicativa. En este tipo de investigación se analizan causas y efectos de la relación entre variables.

Este tipo de investigación la aplicaremos en el momento en que se realice la interpretación de los resultados que hayamos obtenido luego de la realización de las encuestas y entrevistas respectivas.

## **3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

La población objeto de estudio son los productores de cacao que existen en la zona agrícola del cantón Marcelino Maridueña que puedan estar siendo afectados por la intermediación comercializadora existen en el proceso de compra-venta de cacao.

### **3.2.1. Delimitación de la población**

Mediante el estudio que se ha realizado nuestra población es finita ya que contamos con una población de 1.240,60 productores de cacao alrededor de Marcelino Maridueña, conformado por varios recintos del cantón que se dedican a la producción de cacao tanto como de aroma fino y CNN1-51.

Para este estudio utilizaremos un método de investigación el cual las encuestas están dirigidas a las personas de los diferentes recintos del cantón los cuales tienen sus respectivos conocimientos de las actividades que se realiza en la producción de cacao.

Las personas que se van a encuestar son de los diversos recintos:

<b>RECINTOS</b>	<b>NUMERO DE ENCUESTAS</b>
San Juan de la Isla	1
Jesús del Gran Poder	2
Nueva Unión	3
El Carmelo	5
Tres Haciendas	2
Resistencia	5
La Modelo	4
Producción Agrícola	2
Los Laureles	2
Dolarisa	2
Ochenta y Siete	1
Chanchan	2
Rio Chanchan	1
Barranco alto	1
Rio Viejo	2
Veinte mil	2
15 de Febrero	3
<b>Dick</b>	<b>2</b>

**Cuadro 2:** Recintos de Marcelino Maridueña

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### 3.2.2. Tipo de muestra

La muestra es de tipo probabilística, ya que fue determinada a través de la elección de un grupo específico, es decir todos los individuos de la población tendrán la oportunidad de ser escogidos, a este conjunto de la población se la realiza una encuesta sobre la problemática planteada para obtener información relevante que ayudará a reformar la comercialización del cacao para beneficio del pequeño productor en el cantón Marcelino Maridueña ubicada en la provincia del Guayas.

### 3.2.3. Tamaño de la muestra

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

**Dónde:**

**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**

$$n = \frac{(1240.60) (0.5) (0.5)}{\frac{(1.240.60 - 1) (0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{310.15}{\frac{(1239.60) (0.0025)}{3.84} + 0.25}$$

$$n = \frac{310.15}{1.06}$$

$$n = 293$$

#### 3.2.4. Proceso de selección

El proceso de selección de este trabajo investigativo que se procederá a utilizar es la selección de elementos muestrales, y la elaboración de encuestas, entrevistas y observaciones en el lugar cacaotero alrededor de Marcelino Maridueña.

### 3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

#### 3.3.1. Métodos teóricos

**Histórico – lógico.-** Se lo utilizó en la recopilación de datos históricos, para dar a conocer cuáles fueron sus inicios, y su evolución a lo largo del tiempo, para lograr establecer cuáles son las técnicas y métodos que nos ayudarán a mejorar las condiciones de comercialización de cacao.

**Analítico- Sintético.-** Se aplicó este Método para realizar el estudio del tema señalado, y lograr analizar cada una de las variables expuestas de esta manera poder llegar a una conclusión y solución referente a este problema.

**Inductivo – deductivo.-** Se está obteniendo la información relacionada con las condiciones de comercialización, para poder obtener una visión más clara de la comercialización de cacao.

### **3.3.2. Métodos empíricos**

En este método encontramos la observación, en la cual procederemos a conocer o darnos en cuenta cuidadosamente de los factores y acontecimientos que surgen en la comercialización de cacao.

### **3.3.3. Técnicas e instrumentos**

Las técnicas escogidas para la investigación serán entrevistas, encuestas y observaciones dirigidas a todos los productores cacaoteros del Cantón Marcelino Mari dueña.

**Las encuestas** son técnicas que se las aplica a un cierto número de personas, utilizando un cuestionario de preguntas el cual nos ayuda a recopilar información de gustos, costumbres preferencias y calidad de vida de las personas.

**Las entrevistas** son tipos de interacciones verbales, se aplica esta técnica con el objetivo de obtener información sobre hechos suscitados, y se la aplica en diversos campos profesionales.

**La observación** es una técnica mediante la cual nos cercioraremos personalmente de los hechos que están ocasionando dificultades o problemas dentro de la organización.

## **3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

Para la adquisición de la estadística de la información, procederemos a utilizar las técnicas adecuadas, las cuales son, la entrevista y encuesta, y mediante la herramienta de Excel tabularemos los datos y obtendremos la información requerida.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

Para empezar a realizar el análisis de cada encuesta que se ha realizado a los productores de los diversos sectores alrededor de Marcelino Maridueña procesamos a ordenar y procesar la información recolectada mediante una tabulación estadística para personificarlas en gráficos, cada una de las preguntas realizadas tendrá su detalle y análisis, las conclusiones obtenidos mediante la tabulación nos indicara si incide o no en el problema.

Los diversos problemas que se presenten en el campo cacaotero por no tener unos adecuados procesos definidos para las diferentes actividades que realizan. Mediante las encuestas realizadas demostraremos los conocimientos y experiencias que tienen cada uno de los productores sobre cada actividad que se lleva en la producción de cacao, y que lo realizan diariamente.

Las entrevistas fue dirigida a una persona profesional para tener información científica que sirva de ayuda en la investigación, el cual nos indique la importancia que tienen los procesos de cultivo de cacao y de qué manera influyen los malos procesos que se aplica en la producción a la hora de cultivar y entregar el producto.

### Pregunta 1:

De acuerdo a las actividades que están vinculadas con la producción de cacao, Ud.:

**Cuadro 3:** Actividad que realiza

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Realiza la misma actividad	22	52%
b) Varía de actividad de acuerdo a las necesidades de la producción	20	48%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 1**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### Análisis de Datos:

De acuerdo a las encuestas realizadas en esta pregunta diríamos que el 52% de los productores realiza la misma actividad diariamente lo cual corresponde a 22 personas y el 48% que corresponde a 20 productores lo cual nos indican que varían de actividad de acuerdo a las necesidades y cuidados que necesita las plantas de cacao.

**Pregunta 2:**

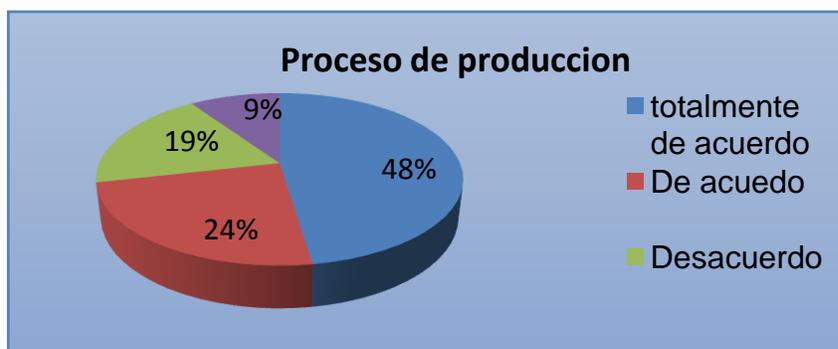
**¿Cree usted que todos los productores de cacao conocen el proceso de la producción?**

**Cuadro 4:** Procesos de producción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) <b>Totalmente de acuerdo</b>	20	48%
b) <b>De acuerdo</b>	10	24%
c) <b>Desacuerdo</b>	8	19%
d) <b>Totalmente desacuerdo</b>	4	9%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 2.**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

**Análisis de datos:**

En esta nos indica que el que el 48% de lo cual corresponde a 20 personas están totalmente de acuerdo que conocen los procesos de producción ya que ellos tienen sus experiencias en las diversas actividades, el 24% lo cual corresponde a 10 están de acuerdo ya que estos productores no tienen la suficiente experiencia, el 19% que corresponde a 8 personas están en desacuerdo por que no conocen el proceso del cacao y el 10% lo cual corresponde a 4 personas que no conocen el proceso por que pagan a otras personas para que realicen estas actividades.

**Pregunta: 3**

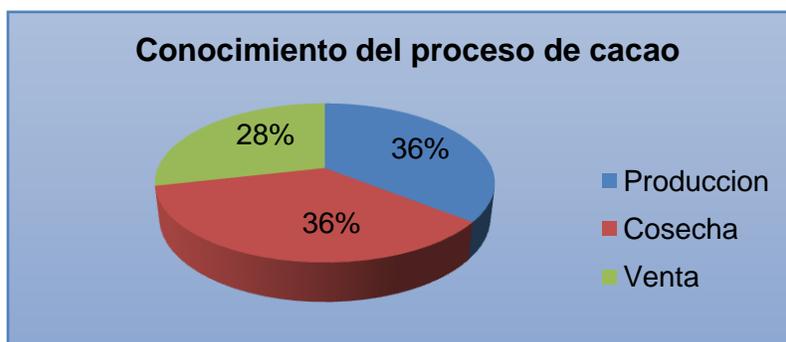
**Considera usted que al no tener conocimiento sobre el proceso de cacao afecta en:**

**Cuadro 5:** Conocimiento del proceso de cacao

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) <b>Producción</b>	15	36%
b) <b>Cosecha</b>	15	36%
c) <b>Venta</b>	12	28%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:**Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 3.**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

**Análisis de datos:**

En esta el 36% que corresponde a 15 personas consideran que al no tener conocimiento sobre del proceso de cacao afecta a la producción, el 36% que son 15 personas dicen que afecta a la cosecha de cacao y el 29% que son 12 personas manifiestan que esto afecta a la venta.

#### Pregunta 4:

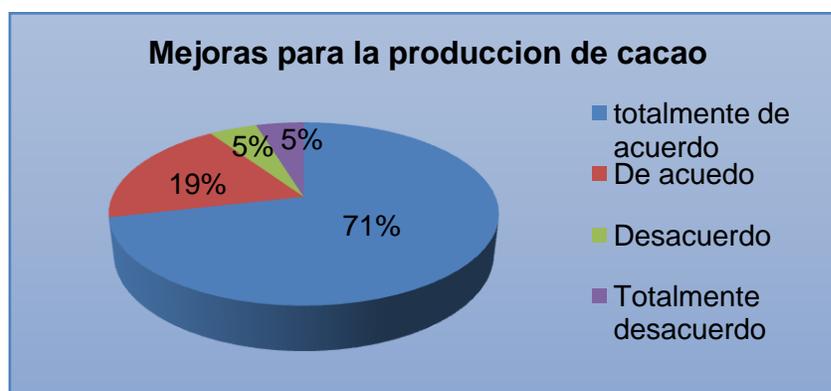
¿Está usted de acuerdo dar a conocer los procesos de mejoría para la producción y cultivo de cacao?

**Cuadro 6:**Mejoras para la producción de cacao

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Totalmente de acuerdo	30	71%
b) De acuerdo	8	19%
c) Desacuerdo	2	5%
d) Totalmente desacuerdo	2	5%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Fuente:Productores de cacao de los diversos recintos.

Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 4**

Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

#### Análisis de datos:

El 71% correspondiente a 30 personas están totalmente de acuerdo compartir ideas y experiencia para la mejoría de la producción, el 19% correspondiente a 8 personas están de acuerdo a brindar conocimientos sobre el tema, el 5% que son 2 personas dudan de compartir ideas para dicho tema y el otro 5% que son 2 personas no comparten sus experiencias con ninguna persona.

### Pregunta 5

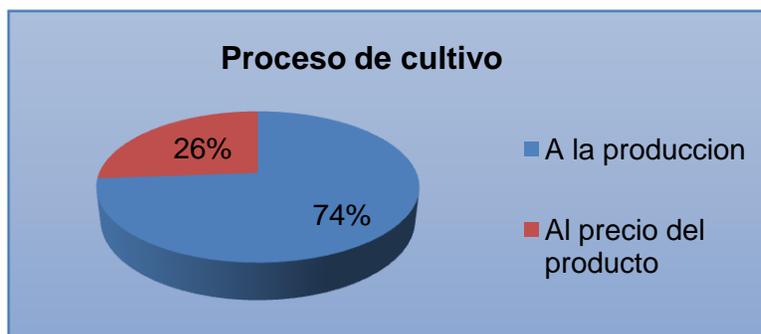
¿En que afecta la mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo?

**Cuadro 7: Proceso de cultivo**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) A la producción	31	74%
b) Al precio del producto	11	26%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 5**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### Análisis de datos:

El 74% perteneciente a 31 personas nos dice que la mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo afecta a la producción y en cambio el 26% equivalente a 11 personas respondieron que afectaba al precio del producto.

## Pregunta 6

De acuerdo a proceso de cultivo las cosechas son:

**Cuadro 8:** Cultivos y cosechas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) <b>Semanales</b>	8	19%
b) <b>Quincenales</b>	20	48%
c) <b>Mensuales</b>	14	33%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 6**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### **Análisis de datos:**

El 19% que corresponden a 8 personas nos dicen que de acuerdo al cultivo las cosechas son semanales, en cambio el 48% que son 20 personas dijeron que las cosechas son quincenales, y el 33% que pertenece a 14 personas nos supieron responder que son mensuales las cosechas en el proceso de cultivo.

## Pregunta 7

De acuerdo a los precios de la producción de cacao

**Cuadro 9:** Estabilidad de precios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a)Se mantienen	9	21%
b)Varían	30	72%
c)Son fijos	3	7%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 7**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### **Análisis de datos:**

Al realizar la encuesta de los precios de la producción cacao un 21% que son 9 personas dijeron que su precio se mantiene, pero el 71% que implica a 30 personas nos supieron decir que varía su precio y el 7% que equivale a 3 personas dijeron que son fijos los precios de la producción de cacao.

### Pregunta 8

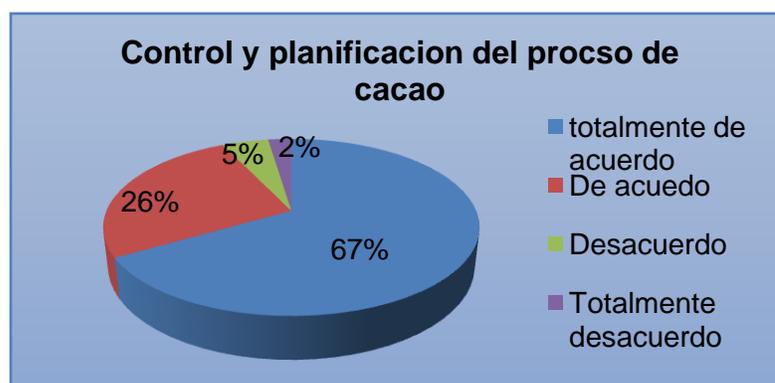
¿Está usted de acuerdo que por la falta de control y planificación en el proceso de cultivo se ve afectado en la fijación del precio del producto?

**Cuadro 10:** Control y planificación del proceso de cacao

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Totalmente de acuerdo	28	67%
b) De acuerdo	11	26%
c) Desacuerdo	2	5%
d) Totalmente desacuerdo	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 8**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

#### **Análisis de datos:**

Lo que nos supieron decir acerca de esta encuesta es que el 67% que corresponden a 28 personas están totalmente de acuerdo que por la falta de control y planificación en el proceso de cultivo se ve afectado en la fijación del precio del producto en cambio el 26% pertenece a 11 personas los cuales nos dicen que están de acuerdo, el 5% que son 2 personas están en desacuerdo y un 2% con 1 persona está totalmente en desacuerdo.

### Pregunta 9

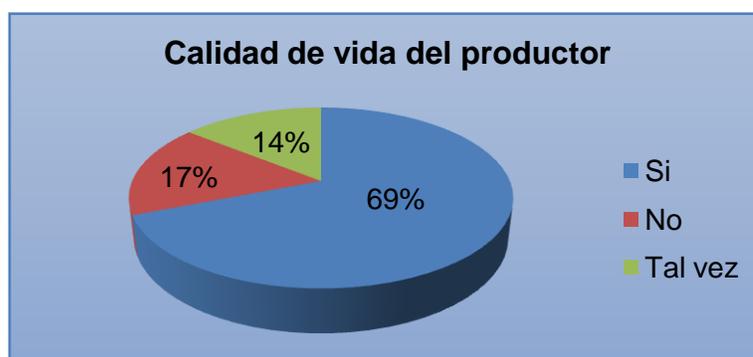
Está de acuerdo que la comercialización de cacao mejora la calidad de vida del productor

**Cuadro 11:** Calidad de vida del productor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) <b>Si</b>	29	69%
b) <b>No</b>	7	17%
c) <b>Tal vez</b>	6	14%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 9**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### Análisis de datos:

el 69% perteneciente a 29 personas dijeron que si están de acuerdo a que la comercialización de cacao mejora la calidad de vida del productor y un 17% que es 7 personas piensan que no en cambio el 14% con 6 personas dijo que tal vez.

## Pregunta 10

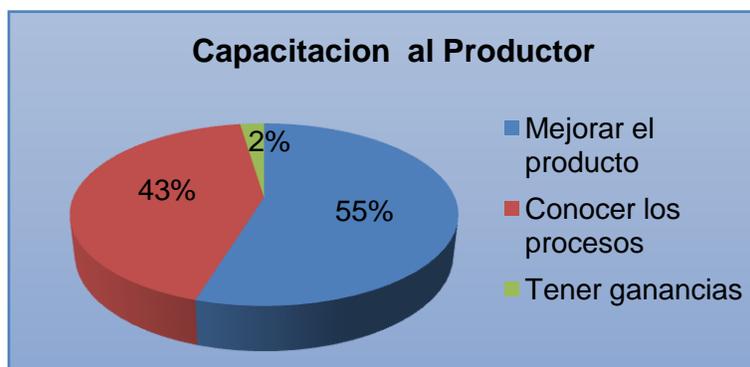
Una capacitación al productor ayuda a:

**Cuadro 12:** Capacitación al Productor

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Mejorar el producto	23	55%
b) Conocer los procesos	18	43%
c) Tener ganancias	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 10**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### **Análisis de datos:**

De acuerdo a lo entrevistado el 55% que son 23 personas nos dicen que al tener una capacitación el productor ayuda a mejorar el producto y un 43% refiriéndose a 18 personas la capacitación ayuda a conocer los procesos en cambio el 2% que corresponde a 1 persona nos dice que la capacitación nos ayuda a tener ganancias .

## Pregunta 11

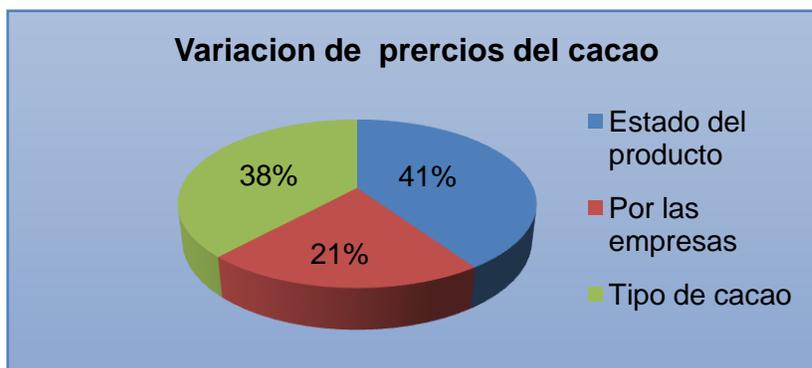
En cuanto a la comercialización de cacao varían los precios por:

**Cuadro 13:** Variación de precios del cacao

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Estado del producto	17	41%
b) Por las empresas	9	21%
c) Tipo de cacao	16	38%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 11**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### **Análisis de datos:**

Los resultados de la entrevista corresponden a 40% que son 17 personas supieron decirnos que en el cuadro de comercialización de cacao varían los precios por el estado de producto, en cambio el 21% perteneciente a 9 personas opinan que es por las empresas, y el 38% con 16 personas piensan que el cuadro de comercialización varía por el tipo de cacao.

## Pregunta 12

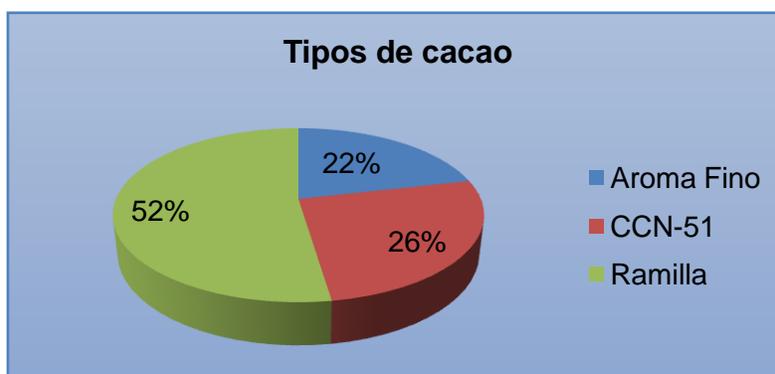
¿A qué tipo de cacao usted se dedica a cultivar?

**Cuadro 14:** Tipos de cacao

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Aroma Fino	9	22%
b) CCN-51	11	26%
c) Ramilla	22	52%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de cacao de los diversos recintos.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Figura 12**

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

### **Análisis de datos:**

Al tener los resultados de la empresa el 21% correspondiente a 9 personas nos afirmaron que el tipo de cacao que se dedican a cultivar es de aroma fino mientras que el 26% es de 11 personas se dedican a cultivar es de tipo CCN-51 ,y el 52% perteneciente a 22 personas cultivan cacao de tipo Ramilla.

## ENTREVISTA 1

**Objetivo:** identificar de qué manera incide la falta de procesos en la producción y comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña provincia del Guayas.

**Realizada a:** Ing. Kleber Farez productor de cacao

**1.- Los procesos de cultivo de cacao son importantes para el productor ¿cree usted que el proceso tiene efecto alguno en la efectividad del producto? ¿Por qué?**

Si porque en el proceso del cultivo se dan todas las formas y maneras propias de tratar al producto etapas que hacen que nuestro producto sea de buena calidad y depende del manejo constante y cuidado que se da de manera diaria con los productos que vayan a ser tratados para la excelencia productiva en el cacao generando para el cultivador una buena paga de su producto obtenido durante el proceso realizado.

**2.- ¿La implementación de una capacitación a los productores de cacao que efecto provocaría en la producción?**

Lo más probable es que nosotros los productores tengamos mayor posibilidad de entender y aprender cómo se debe llevar la producción y el uso constante de la producción del cacao conociendo el uso y el tiempo adecuado en cada etapa para poner ,los productos , riego y más procesos y recomendaciones para el bien del cacao con cuyo efecto sea beneficioso para los cultivadores y así obtener un buen producto con el debido cuidado que nos permitirá tener una excelente cosecha y por su puesto ganaremos más dinero al venderlo

**3.- ¿La mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo de cacao que repercusiones genera?**

La mala aplicación de los fertilizantes disminuirá la cosecha del producto llevando a que la planta de cacao tenga muchas enfermedades que tendrá consecuencias a la larga como aumentar el costo de producción para nosotros los agricultores perdiendo

mucho dinero en la inversión de contrarrestar la mala aplicación que tuvieron al colocar los fertilizantes al cacao

#### **4.- ¿Cuáles son los efectos que causan al no implementar un buen proceso en el cultivo?**

Los efectos que provoca la mala implementación en el proceso del cacao ocasionando la retención del crecimiento de la planta siendo invadida por enfermedades que generan pérdidas para el agricultor y el desgaste del cacao en cada etapa a medida que vaya transcurriendo el tiempo llegara a tener en la cosecha un mal producto que no será bien pagado incluso a largo plazo se puede perder toda la producción si no se logra detener a tiempo dichas enfermedades producidas al mal uso de todo un proceso en el cultivo del cacao.

#### **5.- ¿En qué condiciones se encuentra actualmente comercialización de cacao?**

Si bien es cierto a medida que va pasando el tiempo la producción de cacao se da a mayor cantidad en todos los lugares del Ecuador .Entonces relacionando con los productores de los alrededores de Marcelino Maridueña como son en las fincas se da el cultivo de cacao lo cual es una buena inversión basada en el cuidado que se da diariamente ya que cada día los productores de cacao mejoran su calidad y proceso para tener un buen producto para exportar a otros países e inclusive en el mismo país, obteniendo una buena ganancia de su venta.

## ENTREVISTA 2

**Objetivo:** identificar de qué manera incide la falta de procesos en la producción y comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña provincia del Guayas.

Realizada a: Amable Suquinagua

**1.- Los procesos de cultivo de cacao son importantes para el productor ¿cree usted que el proceso tiene efecto alguno en la efectividad del producto? ¿Por qué?**

Si porque el cacao necesita de constante mantenimiento con sus debidas formas y etapas de cuidado y supervisión diaria ya que su proceso de producción cada día difiere desde el primer día de cultivación hasta su cosecha para así poder prevenir los daños que pueda ocasionar algún fenómeno externo como la plaga con el fin de obtener un producto bueno y efectivo.

**2.- ¿La implementación de una capacitación a los productores de cacao que efecto provocaría en la producción?**

Al obtener una capacitación de implementación para el cacao provoca que los productores podamos enterarnos de otros casos ,formas , maneras incluso productos que podamos remplazar en nuestra producción con el objetivo de mejorar la producción de cacao obteniendo una buena cosecha ,incluso salir de alguna incertidumbre que tengamos preguntando a las personas que nos están capacitando .

**3.- ¿La mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo de cacao que repercusiones genera?**

Al aplicar mal los fertilizantes en el proceso de cultivo causan perdidas inhibiendo a que el comprador del cacao tenga malas referencia del productor ya que su cacao tubo causas dañinas que ocasiono la pérdida de su efectividad y calidad que pudo haber logrado el cultivador si no hubiese implementado mal los fertilizantes en su proceso .

#### **4.- ¿Cuáles son los efectos que causan al no implementar un buen proceso en el cultivo?**

Los efectos que causa en el cultivo al no tener un buen proceso de implementación es la mala producción del cacao durante el transcurso de la producción conllevando a la pérdida constante de la cantidad del cacao escaseándose cada día más cabe recalcar que el cacao tendría un mal aspecto calidad conllevando a la pérdida de dinero al productor

#### **5.- ¿En qué condiciones se encuentra actualmente comercialización de cacao?**

En las condiciones que se encuentra el cacao en Marcelino Maridueña es una de las acciones de menor magnitud pero con un gran valor que se realizan en las fincas agrícolas de los productores de cacao situadas en los diversos recintos de su alrededor las cuales son vendidas en algunos puntos a que se dedican a la compra y venta de cacao en los diferentes acopios.

#### **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.**

Según las encuestas realizadas a los productores de cacao de los diversos recintos que están alrededor de Marcelino Maridueña, nos dan a conocer que estas personas necesitan de una capacitación para mejorar el nivel de producción de cacao para obtener una mejor planificación y control en los cultivos de cacao y así poder ofrecer al mercado un mejor producto.

Para esto tenemos dos visiones tanto como es positivo y negativo para este plan de trabajo en tanto a lo que se refiere a la comercialización de cacao.

Indicaríamos entonces que si los productores de cacao están dispuestos a mejorar el producto, la comercialización de cacao estaríamos ofreciendo al mercado un producto calificado, tomando en cuenta que para esto los productores necesitan una capacitación sobre los cuidados de la producción, los puntos de distribución, calidad del producto, incentivándoles a producir y a mejorar la producción.

En las entrevistas que se realizaron los productores optan por la capacitación ya que les mejoraría el proceso de cultivo y se prepararían para las plagas dañinas que se presentan las cuales afecta al cultivo, entonces están dispuestos a recibir capacitaciones para llevar un buen control.

Por medio de esta encuesta también se puede ver que muchos de estos productores no conocen bien el proceso y no tienen esos incentivos para producir el cacao que por lo cual optan por sembrar otros productos que no sean cacao y esto conlleva a la escases de producción de cacao.

En cuanto a la comercialización de cacao, también podríamos decir que varias de estas personas no cuentan con un punto de venta fijo en el cual lo vende su producto a diferentes proveedores y esto lleva a que los precios se alteren.

En lo relacionado con dichas encuestas indicaríamos que si los productores de cacao no estarían dispuestos a mejorar la producción, la comercialización de cacao se perdería este producto, se dejaría de producir todos sus derivados y las ventas de cacao en el ecuador se darían de baja.

### **4.3 RESULTADOS**

En este proceso de encuestas nos permitió identificar que los productores de cacao no tienen una correcta comercialización de cacao, por el motivo de que existen varios intermediarios que llegan a comprar sus productos, por tal motivo no tienen establecido un precio fijo y los productores optan por vender el cacao al que ofrezca pagar mejor su producto.

Diríamos también que los productores de cacao de los distintos recintos no están capacitados en el ámbito del control proceso y planeación para el cultivo de cacao, y no están incentivados para la producción de cacao, no conocen los tipos de cacao existentes en estos últimos años.

Según los productos obtenidos al elaborar, aplicar y analizar e interpretar los resultados de las encuestas, se puede evidenciar que los productores carece de procesos y no cuentan con conocimientos respectivos para llevar un mejor control en el cultivo, así como para que los proveedores no se vean afectados en sus pagos, teniendo en cuenta también que no se tengan consecuencia alguno en las comercializaciones.

Debido a todos estos resultados obtenidos en estas encuestas se debe realizar una capacitación a todos los productores para que tengan conocimientos sobre una mejor comercialización de cacao, llevar un mejor proceso de producción y ofrecer al mercado el mejor producto.

#### 4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS

Las hipótesis planteadas en la investigación serán verificadas mediante el siguiente cuadro de comprobación.

HIPOTESIS GENERAL	VERIFICACION
<p><b>La correcta comercialización de cacao en el sector de Marcelino Maridueña genera crecimiento de producción del mismo logrando contribuir con los productores del sector</b></p>	<p>De acuerdo a las entrevistas en el resultado de la pregunta 2 y en las encuestas realizadas en el resultado de las preguntas 3 y 4 nos da a conocer que para una correcta comercialización se debe tener un buen proceso de cultivo, el producto debe estar calificado o clasificado de manera que para esto los productores deben tener una buena planeación y control de la producción, esto hace que tenga una eficiente producción cacaotera.</p>

HIPOTESIS PARTICULARES	VERIFICACION
<p><b>El desconocimiento del manejo de las condiciones de calidad del cacao del cantón de Marcelino Maridueña da origen a la entrega de un producto regular.</b></p>	<p>De acuerdo al resultado de la encuesta realizada en la pregunta 2 los productores de cacao están totalmente de acuerdo que la mayoría de los productores si tienen un conocimiento regular para la producción de cacao. Obteniendo un resultado de que es muy importante los procesos y control del cacao</p>
<p><b>El desconocimiento de las condiciones para fijar precios al productor, provoca descompensación con los gastos del proceso productivo del cacao.</b></p>	<p>Esta se ve relacionada con el resultado de la encuesta, pregunta 7 a que los productores no están capacitados y desconocen los precios que varían en el mercado, esto lleva a que tengan menor rentabilidad y menor incentivo para producir.</p>
<p><b>El conocimiento empírico que posee los productores de cacao da lugar a un menor nivel de producción.</b></p>	<p>De acuerdo al efecto de la encuesta realizada en la pregunta 4 los productores están totalmente de acuerdo que deben recibir capacitaciones sobre la planificación, control, para mejorar el nivel de producción. Dándoles a conocer como está la situación de comercialización en el mercado.</p>

**Cuadro15:** Verificación de Hipótesis Generales y Específicas

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza

## 4. CONCLUSIONES

Una vez de haber realizado el estudio de la condiciones de comercialización de cacao nos pudimos dar cuenta que no existe una buena comercialización de cacao por tal motivo que los productores no tienen definido los puntos de venta para la entrega de su producto.

También diríamos que no tienen definido exactamente los procesos de cultivo de cacao para que se lleve a cabo la comercialización, en cuanto a esto hace que el cacao se encuentre en mal estado para la entrega a sus proveedores, esto lleva a que los precios sean bajos y no rentables.

Para esto hemos definido que los productores de cada recinto reciban una capacitación sobre el proceso de cultivo de cacao para que mejoren y ofrezcan al mercado un producto calificado y de calidad.

Los procesos deben llevar un control exacto para que la planta de cacao produzca eficientemente y que esta no presente a futuro ciertas complicaciones, como las plagas malignas y escases de cacao.

También diríamos que hoy en día se ha hablado mucho de cacao y que existen otros tipos de cacao por lo cual que debemos dar a conocer a estos productores para que se incentiven a cultivar estos ciertos tipos de cacao como son el de aroma fino.

## 5. RECOMENDACIONES

Una excelente comercialización de cacao tenemos que tener en consideración lo siguiente:

- Tener los clientes fijos para la compra y venta de cacao.
- Conocer los procesos de distribución de cacao en los diferentes puntos.
- Establecer un centro de acopio para que los productores tengan un lugar fijo para la entrega de su producto.
- Incentivar a los productores con capacitaciones, dando a conocer los procesos respectivos.
- Establecer todos los procesos de producción de cacao.
- Estudiar el mercado de comercialización de cacao.
- Ofrecer al mercado un producto calificado.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- (Ecuador), B. N. (2009). *Producción y comercialización de cacao en el Ecuador: Estudio preparado por: Banco Nacional de Fomento, Banco Central del Ecuador [e] Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias*. Texas.
- ANECACAO. (09 de agosto de 2015). *Anecacao*. Obtenido de Anecacao: <http://www.anecacao.com/es/historia-del-cacao/>
- Avalos Pamela, G. J. (2013). Inteligencia competitiva y definición de una estrategia para la comercialización del cacao de la variedad “arriba”. En *Inteligencia competitiva y definición de una estrategia para la comercialización del cacao de la variedad “arriba”* (pág. 12).
- CACAO, *Volumen 3,Número 1 -Volumen 4,Número 1*. (2010). CATIE.
- Carlos Navas, I. (1973). *Bibliografía Ecuatoriana de Caco*. Quito.
- Desarrollo, S. N. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir- Sumak Kawsay*. Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir- Sumak Kawsay: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- Ecuador, A. n. (2015). *Registro Oficial de Código de Trabajo en Ecuador*. Obtenido de Registro Oficial de Código de Trabajo en Ecuador: [http://puce.the.pazymino.com/Ley\\_Justicia\\_Laboral-Abr2015.pdf](http://puce.the.pazymino.com/Ley_Justicia_Laboral-Abr2015.pdf)
- Eger, E. (2010). *Compendio Estructura y Operaciones el Mercado de Cacao en Centroamerica*. Venezuela: IICA Biblioteca.
- González, J. F. (2009). *La Comercialización del Cacao*. Quito: Camaren.
- González, M. F. (2007). *La protección Jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.

- Ivonne, M. (2010). *Factibilidad de la producción y comercialización de cacao*. Obtenido de Factibilidad de la producción y comercialización de cacao: Enlace disponible en: <http://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/410?mode=full>,
- Julian, C. S. (2012). Ingeniería en Agroempresas, Producción del Cacao en el Ecuador. En C. S. Julian, *Ingeniería en Agroempresas, Producción del Cacao en el Ecuador* (pág. 65).
- Marin, E. J. (2012). *TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE*. Obtenido de TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/440/1/T-UIDE-0418.pdf>
- Nacional, A. (2015). Proyecto de ley de fomento y desarrollo del cacao nacional fino de aroma, Memorando PAN-GR-2015-0022. En A. Nacional, *Proyecto de ley de fomento y desarrollo del cacao nacional fino de aroma, Memorando PAN-GR-2015-0022*. Quito.
- Oswaldo, V. S. (2011). *Estrategia empresarial Marketing Producción de café Producción de cacao Cooperación internacional*. Obtenido de Estrategia empresarial Marketing Producción de café Producción de cacao Cooperación internacional : <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/7703>
- Pamela, S. (2013). Análisis de la situación y perspectivas del cacao ecuatoriano y propuesta de industrialización local. En S. Pamela, *Análisis de la situación y perspectivas del cacao ecuatoriano y propuesta de industrialización local* (pág. 147).
- Pearson, E. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Educación Pearson.
- Raquel, M. M. (2012). Producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN51 y su relación con la economía del cantón la mana, provincia de Cotopaxi. En M. M. Raquel, *Producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN51 y su relación con la economía del cantón la mana, provincia de Cotopaxi* (pág. 190).

- Social, M. C. (2012). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su reglamento.  
En M. C. Social, *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su reglamento*.
- Torres, H. A. (2010). *Curso sobre Metodología de la Investigación en Mercadeo*.  
Venezuela: IICA Biblioteca.

# **ANEXOS**

## 7. ANEXOS

### ANEXO 1

#### DISEÑO DEL PROYECTO

<b>PROBLEMAS</b>	<b>FORMULACION</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPOTESIS GENERALES</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>
Estudio para determinar las condiciones de comercialización del cacao en el cantón Marcelino Maridueña del año 2012- 2014.	¿De qué manera influye las Condiciones de comercialización del cacao en el cantón Marcelino Maridueña en el crecimiento de la producción de cacao en esta zona?	Estudiar el proceso de comercialización de cacao en grano en el Cantón Marcelino Maridueña a través de un estudio de campo para tener una visión objetiva de la situación existente.	El estudio de la comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña puede esclarecer ciertos parámetros a fin de asesorar a los pequeños productores y de esta manera contribuir con el pequeño productor y por ende al crecimiento de la matriz productiva.	Condiciones de comercialización	Poca producción de cacao

<b>SUBPROBLEMAS</b>	<b>SISTEMATIZACION</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPOTESIS PARTICULARES</b>	<b>V. INDEPENDIENTE</b>	<b>V. DEPENDIENTE</b>
Condiciones de evaluación y calidad del producto	¿De qué manera influyen las condiciones de evaluación y calidad para la comercialización de cacao en el Ecuador?	Indagar sobre las condiciones de calidad y la deficiente evaluación del producto cacaotero en el Cantón Marcelino Maridueña, realizando diversos estudios en los campos, para ofrecer al mercado un excelente producto calificado.	La malas condiciones de evaluación y comercializaron está llevando al decrecimiento del sector cacaotero en esta zona.	Las malas condiciones de evaluación y comercialización	Sector cacaotero de Marcelino Maridueña en descenso
Fijación de precios	¿En que son afectados los productores al momento de fijar los precios de cacao en el cantón Marcelino Maridueña?	Analizar las condiciones de fijación de precios en los diferentes mercados comercialización, clasificando el estado producto cacaotero, dándole el eficiente valor al producto.	Los bajos precios que ofrece el mercado no compensa todo el proceso de producción de cacao.	Precios bajos en el mercado	Situación económica crítica.
Capacitación a los productores	¿Cómo son las condiciones de capacitación a productores de cacao en el cantón Marcelino	Estudiar qué apoyo en cuanto a capacitación reciben los productores, para la producción de cacao en los diferentes	Desconocimiento de los productores hace que tengan una perdida en la producción de cacao.	Desconocimiento de los productores	deficiente producción

	Maridueña?	sectores,			
proceso del producto cacaotero	¿En que influye la mano de obra calificada para el proceso del producto cacaotero?	Conocer el proceso del producto cacaotero, evaluando los cultivos, para brindar el mejor cacao fino para la comercialización	Malos cultivos por no aplicar los debidos procesos en la producción de cacao	malos cultivos	indebida aplicación en procesos de cacao
mercados de comercialización	¿Existe interés de los productores de cacao de comercializar su producto?	Investigar mercados de comercialización cacaotera, evaluando en el sector de Marcelino Maridueña y sus alrededores, dándole rentabilidad al producto.	La poca demanda de producto esta generado, que los productores desistan de producir cacao.	Poca demanda del producto cacaotero	desisten de producir cacao

## ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA



Universidad Estatal de Milagro  
 Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales  
 Carrera de Ing. en Contaduría Pública y Auditoría

Encuesta dirigida a los productores de cacao del Cantón Marcelino Maridueña provincia del Guayas

**Objetivo:** identificar de qué manera incide la falta de procesos en la producción y comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña provincia del Guayas.

Marque con una X en los recuadros según su criterio

**De acuerdo a las actividades que están vinculadas con la producción de cacao, Ud.:**

Realiza la misma actividad todos los días   
 Varía de actividad de acuerdo a las necesidades de la producción

**¿Cree usted que todos los productores de cacao conocen el proceso de la producción?**

Totalmente de acuerdo   
 De acuerdo   
 Desacuerdo   
 Totalmente desacuerdo

**Considera usted que al no tener conocimiento sobre el proceso de cacao afecta en:**

Producción   
 Cosecha   
 Venta

**¿Está usted de acuerdo dar a conocer los procesos de mejoría para la producción y cultivo de cacao?**

Totalmente de acuerdo   
 De acuerdo   
 Desacuerdo   
 Totalmente desacuerdo

**¿En que afecta la mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo?**

A la producción   
 Al precio del producto

**De acuerdo a proceso de cultivo las cosechas son:**

Semanales   
 Quincenales   
 Mensuales

**De acuerdo a los precios de la producción de cacao:**

Se mantienen   
 Varían   
 Son fijos

**¿Está usted de acuerdo que por la falta de control y planificación en el proceso de cultivo se ve afectado en la fijación del precio del producto?**

Totalmente de acuerdo   
 De acuerdo   
 Desacuerdo   
 Totalmente desacuerdo

**Está de acuerdo que la comercialización de cacao mejora la calidad de vida del productor**

Si   
 No   
 Tal vez

**Una capacitación al productor ayuda a:**

Mejorar el producto   
 Conocer los procesos   
 Tener ganancias

**En cuanto a la comercialización de cacao**

**En cuanto a la comercialización de cacao varían los precios por:**

Estado del producto   
 Por las empresas

**¿A qué tipo de cacao usted se dedica a cultivar?**

Cacao fino de aroma   
 Cacao CCN-51   
 Ramilla

## ANEXO 3 FORMATO DE ENTREVISTA



**Universidad estatal de Milagro**  
**Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales**  
**Carrera de Ing. en Contaduría Pública y Auditoría**

### ENTREVISTA

**Objetivo:** identificar de qué manera incide la falta de procesos en la producción y comercialización de cacao en el cantón Marcelino Maridueña provincia del Guayas.

1.- Los procesos de cultivo de cacao son importantes para el productor ¿cree usted que el proceso tiene efecto alguno en la efectividad del producto? ¿Por qué?

---

---

---

2.- ¿La implementación de una capacitación a los productores de cacao que efecto provocaría en la producción?

---

---

---

3.- ¿La mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo de cacao que repercusiones genera?

---

---

---

4.- ¿Cuáles son los efectos que causan al no implementar un buen proceso en el cultivo?

---

---

---

5.- ¿En qué condiciones se encuentra actualmente la comercialización de cacao?

---

---

---

## 8. ANEXOS FOTOS



**Fuente:** Productores de Cacao en Marcelino Maridueña

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Fuente:** Plantaciones de cacao en Marcelino Maridueña

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Fuente:** productor muestra el producto del cultivo de cacao

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Fuente:** Cultivo de Cacao en Marcelino Maridueña

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



**Fuente:** Agricultores en Marcelino Maridueña.

**Elaborado por:** Edgar Cajas y Geovanny Mayanza



Document [TESIS DE GRADO MAYANZA Y CAJA FINAL.docx](#) (D15866634)  
Submitted 2015-10-26 10:11 (-05:00)  
Submitted by geovanny\_mayanza@hotmail.com  
Receiver rcabezasc.unemi@analysis.urkund.com  
Message FW: TESIS MAYANZA Y CAJA [Show full message](#)

0% of this approx. 30 pages long document consists of text present in 0 sources.

List of sources

Rank	Path/Filename
>	<a href="#">TESIS DE GRADO MAYANZA Y CAJA FINAL.docx</a>
Alternative sources	
	<a href="#">TESIS DE GRADO MAYANZA Y CAJA FINAL.pdf</a>
	<a href="#">CAPÍTULO I.2.3.4y5 para analisis de plagio Hernandez, Suarez.docx</a>
	<a href="#">CAPÍTULO I.2.3.4y5 WILMER SUAREZ- STEVEN HERANANDEZ.docx</a>
	<a href="#">Tesis Aracely Cardenas - Tutor Javier Benitez.docx</a>

0 Warnings Reset Export Share

100% Active

Proceso

de cultivo XE " Cuadro Proceso de cultivo " Alternativa Frecuencia Porcentaje a) A la producción 31 74% b) Al precio del producto 11 26% TOTAL 42 100% Fuente: productores de cacao de los diversos recintos. Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Figura 5

XE "

Figura 5 " Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Análisis de datos: El 74% perteneciente a 31 personas nos dice que la mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo afecta a la producción y en cambio el 26% equivalente a 11 personas respondieron que afectaba al precio del producto. Pregunta 6 De acuerdo a proceso de cultivo las cosechas son: Cuadro 8: Cultivos y

cosechas

XE " Cuadro - Cultivos y cosechas " Alternativa Frecuencia Porcentaje a) Semanales 8 19% b) Quincenales 20 48% c) Mensuales 14 33% TOTAL 42 100%

Fuente: productores de cacao de los diversos recintos. Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Figura

XE "

Figura " 6 Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Análisis de datos: El 19% que corresponden a 8 personas nos dicen que de acuerdo al cultivo las cosechas son semanales, en cambio el 48% que son 20

Proceso

de cultivo XE " Cuadro Proceso de cultivo " Alternativa Frecuencia Porcentaje a) A la producción 31 74% b) Al precio del producto 11 26% TOTAL 42 100% Fuente: productores de cacao de los diversos recintos. Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Figura 5

XE "

Figura 5 " Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Análisis de datos: El 74% perteneciente a 31 personas nos dice que la mala aplicación de fertilizantes al proceso de cultivo afecta a la producción y en cambio el 26% equivalente a 11 personas respondieron que afectaba al precio del producto. Pregunta 6 De acuerdo a proceso de cultivo las cosechas son: Cuadro 8: Cultivos y

cosechas

XE " Cuadro - Cultivos y cosechas " Alternativa Frecuencia Porcentaje a) Semanales 8 19% b) Quincenales 20 48% c) Mensuales 14 33% TOTAL 42 100%

Fuente: productores de cacao de los diversos recintos. Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Figura

XE "

Figura " 6 Elaborado por: Edgar Cajas y Geovanny Mayanza Análisis de datos: El 19% que corresponden a 8 personas nos dicen que de acuerdo al cultivo las cosechas son semanales, en cambio el 48% que son 20