



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE ECONOMIA**

Tesis de Grado previa a la  
obtención del título de  
Economista.

**TITULO**

**“ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU  
INCIDENCIA EN EL AHORRO DE LA ECONOMÍA AGRÍCOLA  
DEL CANTÓN PALENQUE AÑO 2011”**

**AUTORA:**

**EGDA. DALIA SUSANA ORTIZ PÁRRAGA**

**TUTORA:**

**ING. JULIA FAJARDO ARRIAGA MSC.**

**Quevedo – Ecuador**

**2015**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Dalia Susana Ortiz Párraga, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. \_\_\_\_\_

DALIA SUSANA ORTIZ PÁRRAGA





## DEDICATORIA

A mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación, entrega y porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mi Esposo que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar principal para para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento.

A mis preciosos hijos Madelaine y Mathías para quienes ningún sacrificio es suficiente, gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerza para seguir adelante y no desmayarme en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. .

## (DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACION

1.	Título/Title	M	Estudio de la Comercialización de Cacao y su incidencia en el ahorro de la economía agrícola del Cantón Palenque año 2011
2.	Creador/ Creator	M	Ortiz Párraga Dalia Susana
3.	Materia/ Subject	M	Ortiz Párraga Dalia Susana
4.	Descripción/ Description	M	<p>El cacao juega un rol crucial en el sustento de millones de familias campesinas en mucho de los países en vías de desarrollo y es un producto básico que tiene como potencial sacar a muchos de la pobreza. Atacar el problema de la pobreza rural tiene una relación estrecha con la implementación de la equidad, justicia y sostenibilidad en el sector del cacao.</p> <p>Esto requiere una examinación más cercana de la cadena de valores de cacao y las partes implicadas en ella.</p> <p>La cadena de suministro de cacao es muy larga porque pasa por una compleja red comercial que comprende gran números de intermediarios como por ejemplo: los que se encargan del acopio, los comerciantes, exportadores, los procesadores y los manufactureros, antes de llegar al consumidor, que demanda cada vez más.</p>
5.	Editor/ Publisher	M	Ortiz Párraga Dalia Susana
6.	Colaborador/ Contributor	O	Ninguno
7.	Fecha/Date	M	07./10/2014
8.	Tipo/Type	M	Tesis de Investigación
9.	Formato/ Format	R	Programas: Microsoft Word 2007; Microsoft Excel 2007; Microsoft Power Point 2007
10.	Identificador/ Identifier	M	susirosb.1987@gmail.com
11.	Fuente/ Source	O	Textos, folletos, ANECACAO, INEC e internet
12.	Lenguaje/ Language	M	Español
13.	Relación/ Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura/ Coverage	O	Economía
15.	Derechos/ Rights	M	Ninguno
16.	Audiencia/ Audience	O	Tesis de Investigación

## INDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACION.....	vii
INDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi

### CAPÍTULO I

<b>MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción.....	2
1.1.1 Problematización.....	3
1.1.1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.1.1.1.1 Diagnóstico.....	4
1.1.1.1.2 Pronóstico.....	4
1.1.1.1.3 Control del Pronóstico.....	4
1.1.2 Formulación del Problema.....	5
1.1.3 Sistematización del Problema.....	5
1.1.4 Justificación.....	5
1.2 Objetivos.....	7
1.2.1. General.....	7
1.2.2. Específicos.....	7
1.3 Hipótesis.....	7
1.3.1 Hipótesis General.....	7
1.3.1.1 Variable dependiente.....	7

1.3.1.2	Variable independiente .....	7
---------	------------------------------	---

## **CAPITULO II**

<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>	
2.1	Fundamentación Teórica .....	9
2.1.1	El cacao en el Ecuador .....	9
2.1.1.1	Etimología .....	9
2.1.1.2	Origen del cultivo de cacao .....	9
2.1.1.3	Crisis de la Moniliasis - escoba de bruja .....	10
2.1.1.4	Evolución del cultivo en la costa ecuatoriana durante la colonia.....	10
2.1.1.5	Aporte económico del primer siglo de la república (1821- 1920).....	10
2.1.1.6	Periodo de recuperación del cultivo hasta la actualidad.....	10
2.1.2	Comercialización del cacao .....	11
2.1.2.1	Los actores y sus relaciones en la cadena de comercialización .....	11
2.1.2.2	Estándares de calidad de cacao producidos en el ecuador .....	11
2.1.2.3	Tratamientos del fruto para su comercialización.....	12
2.1.2.4	Variedades de cacao .....	13
2.1.2.5	Provincias que cultivan el cacao .....	14
2.1.2.6	Precios .....	14
2.1.3	Análisis del entorno.....	15
2.1.3.1	Generación de empleo.....	15
2.1.3.2	Ecuador y su evolución en el mercado internacional para los cacaos especiales.....	15
2.1.3.3	Demanda Mundial del Cacao.....	16
2.1.3.4	Certificación de calidad.....	16
2.1.3.5	Debilidades o necesidades .....	16
2.2	Fundamentación Conceptual.....	17
2.2.1	El comerciante .....	17
2.2.1.2	Comercialización agrícola.....	17
2.2.1.3	Economías Campesinas .....	17

2.2.1.4	Generación de tecnologías apropiadas.....	17
2.2.1.5	Escuelas de campo y su metodología.....	18
2.2.1.6	ECA.....	18
2.2.1.7	Asistencia técnica .....	18
2.2.1.8	Calidad del grano de cacao .....	19
2.2.1.9	Actores que intervienen en la cadena de comercialización.....	19
2.3	Fundamentación legal.....	21
2.3.1	Capítulo cuarto - soberanía económica .....	21
2.3.1.1	Sección séptima: política comercial .....	21
2.3.1.2	Capítulo sexto - trabajo y producción .....	22
2.3.1.2.1	Sección primera: formas de organización de la producción y su Gestión.....	22
2.3.1.3	Sección cuarta, Democratización de los factores de producción .....	22
2.3.1.4	Sección quinta, Intercambios económicos y comercio justo .....	23
2.3.1.5	Sección sexta, Ahorro e inversión.....	24
2.3.1.6	Aspectos Institucionales y de Política .....	25
2.3.1.6.1	Marco Legal Nacional sobre calidad de cacao y promoción como Símbolo nacional:.....	25
2.3.1.7	Norma técnica ecuatoriana NTE INEN 177:95.....	27
2.3.1.7.1	Cacao en grano. Muestreo.....	27

### **CAPITULO III**

	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>31</b>
3.1	Materiales y Métodos .....	32
3.1.2	Método de la investigación.....	33
3.2	Tipo de investigación .....	33
3.3	Diseño de investigación .....	34
3.3.1	Fuentes de investigación .....	34
3.3.1.2	Fuentes Primarias.....	34
3.3.1.3	Fuentes Secundarias .....	34
3.4	Población y Muestra.....	35
3.4.1	Población .....	35

<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>36</b>
4.1      Resultados .....	37
4.2.     Discusión .....	57
<b>CAPÍTULO V</b>	
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>58</b>
5.1      Conclusiones .....	59
5.2      Recomendaciones .....	60
<b>CAPÍTULO VI</b>	
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>61</b>
6.1      Literatura Citada.....	62
<b>CAPÍTULO VII</b>	
<b>ANEXOS .....</b>	<b>64</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>Pág.</b>
1. Nivel de instrucción .....	37
2. Tipos de viviendas .....	38
3. Pertenecen a alguna organización.....	39
4. Asiste a las reuniones de la asociación.....	40
5. Recibe beneficios por pertenecer a la asociación .....	41
6. Tiene interés en permanecer en la asociación.....	42
7. Asesoría Técnica .....	43
8. Asistencia técnica .....	44
9. Tenencia del suelo .....	45
10. Tipos de cultivos .....	46
11. Materiales, equipos y herramientas utilizados.....	47
12. Utilización de pesticidas.....	48
13. Aplicación de normas.....	49
14. Fermentación y secado.....	50
15. Clasificación para la venta .....	52
16. Canales de comercialización.....	53
17. Producción anual .....	54
18. Cambio de compradores.....	55
19. Tipos de financiamientos.....	56

## ÍNDICE DE GRAFICOS

<b>Gráfico</b>	<b>Pág.</b>
1. Nivel de instrucción .....	37
2. Tipos de viviendas .....	38
3. Pertenecen a alguna organización .....	39
4. Asiste a las reuniones de la asociación.....	40
5. Recibe beneficios por pertenecer a la asociación .....	41
6. Tiene interés en permanecer en la asociación.....	42
7. Asesoría Técnica .....	43
8. Asistencia técnica .....	44
9. Tenencia del suelo .....	45
10. Tipos de cultivos .....	46
11. Materiales, equipos y herramientas utilizados.....	47
12. Utilización de pesticidas .....	48
13. Aplicación de normas .....	49
14. Fermentación y secado .....	50
15. Clasificación para la venta .....	52
16. Canales de comercialización.....	53
17. Producción anual .....	54
18. Cambio de compradores .....	55
19. Tipos de financiamientos.....	56

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo</b>	<b>Pág.</b>
1. Muestra datos de producción en el periodo colonial (1600-1821 qq) .....	65
2. Cuestionario .....	66
3. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 177:95 .....	70
4. Fotos.....	71

## RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo pudo determinar que la falta de incentivos y la poca o nula aplicación de las normas de calidad hacen que el cacao no sea certificado y su producción sea baja en esta zona obteniendo así una mala comercialización y menores niveles de ingresos económicos para poder satisfacer todas sus necesidades.

Esta investigación se mantuvo orientada hacia los productores rurales, propietarios de tierras, ya que el cacao se considera como uno de los rubros más importantes del país, sino también como la mayor fuente de empleo para 800.00 habitantes de los sectores rurales y urbanos que participan en los procesos de producción, post-cosecha, acopio, industrializado, exportaciones y servicios en la cadena de comercialización.

Aquí, se propone la aplicación de escuelas de campo, el fortalecimiento de la capacidad institucional para proveer servicios eficientes de comercialización y apoyo a la producción, asesorías y asistencias técnicas permanentes además de incrementar un sistema administrativo de logística que hace énfasis en el trabajo de grupo donde puedan los agricultores asumir conceptos y metodologías colocadas para el desarrollo rural, apuntando hacia soluciones realmente sostenibles.

Como también, conocer si la actividad económica en la cual se desenvuelven les permite mantener un ingreso sustentable de vida para la competitividad.

Ecuador se autocalifica como el país más competitivo de América Latina en el rubro del cacao, seguido por Venezuela, Panamá y México, de acuerdo al ritmo de participación en mercados mundiales, tomando como indicadores la capacidad e impacto de las exportaciones per cápita de cada producto y la participación en el mercado mundial del mismo.

## **ABSTRACT**

This work was determined that the lack of incentives and little or no enforcement of quality standards make the cocoa production is certified and is low in this area so getting bad marketing and lower levels of income to satisfy all their needs.

This research remained oriented farmers, landowners, since cocoa is considered one of the most important areas of the country, but also as a major source of employment for 800.00 inhabitants of rural and urban sectors involved in processes of production, post-harvesting, storage, industrial, and services exports in the marketing chain.

Here, the application field school is proposed strengthening the institutional capacity to provide efficient marketing and production support, advice and ongoing technical assistance and increase administrative logistics system that emphasizes teamwork where farmers can take concepts and methodologies placed for rural development, pointing truly sustainable solutions.

As well, find out if the economic activity in which they operate allows them to maintain a sustainable living income for competitiveness.

Ecuador calls itself as the most competitive country in Latin America in the field of cocoa, followed by Venezuela, Panama and Mexico, according to the rate of participation in global markets, building capacity and impact indicators of per capita exports of each product and participation in the world market it.

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1. Introducción

El Ecuador por tradición ha sido exportador de cacao en grano, desde finales de los años 70 y a inicios de los 90; en la actualidad ocupamos el quinto lugar a nivel mundial, su nombre científico es **Teobroma cacao L.**, y actualmente es la tercer cadena de valor más relevante del país después del banano y las flores, manteniendo un crecimiento del 10% anual en sus exportaciones y generando desde el 2002 al 2013 ventas de alrededor de 170 millones de dólares. Produciendo empleo para 100.000 familias de pequeños productores ecuatorianos y otras 20.000 familias en el resto de la cadena de valor, el país es el primer productor mundial de cacao fino de aroma ya que produce más del 60% a nivel mundial.

Según estimaciones de ANECACAO, el Ecuador podría ofertar hasta 200.000 Ton de cacao sin problema para vender, siempre y cuando se mejore su calidad.

Exponiendo así en este documento los resultados de un Estudio Cualitativo y Cuantitativo sobre la situación actual de los productores de cacao en el cantón Palenque, perteneciente a la Provincia de Los Ríos.

Ya que las familias de este Cantón subsisten gracias a la comercialización del cacao e ingresos que perciben por el producto, satisfaciendo así sus necesidades básicas, es decir mantienen y educan a sus hijos; pero será eso sólo lo necesario o tendrán que pensar en su futuro que por sus condiciones no será tan acogedor.

He aquí la importancia de ahorrar, ahorrar es guardar una parte del ingreso, que una persona percibe, siendo este importante para el futuro a corto o largo plazo. Ya que de ello depende que se pueda gozar de una seguridad, estabilidad e integridad tanto física como Mental en nuestras vidas.

## **1.1.1. Problematización**

### **1.1.1.1. Planteamiento del Problema**

El precio que reciben los productores en las comunidades es muy inferior al precio de venta de las grandes Ciudades. El valor que los intermediarios pagan al productor es del 70% del precio del producto en el mercado; además descuentan porcentajes superiores al 10% del peso del cacao, por motivos como: (humedad, descuento de los gastos de manipuleo y la falta de certificación).

Adicionalmente, la falta de organización y liquidez del centro agrícola hace que los productores recurran a vender el cacao a los intermediarios quienes no dan la debida importancia a la calidad del producto.

Los intermediarios compran el cacao prieto por separado (en algunos casos) y lo mezclan con el cacao normal para aumentar el volumen que ellos venden. O compran el cacao sin importarles si este está en baba, bajando así su costo y la calidad del mismo; es decir pagan el mismo precio por el cacao con o sin fermentación. El resultado: bajos ingresos para los agricultores afectando así su situación social y económica.

Al no recibir un buen precio por el cacao, no pueden ahorrar descuidando así sus huertas, por lo que el rendimiento de las mismas es menor al que pueden obtener. Este proceso lleva a reemplazar el cacao por otros cultivos, como maíz, banano o maracuyá, que no siempre constituye una mejor alternativa.

### **1.1.1.1.1. Diagnóstico**

#### **Causas**

1. Bajos niveles de ingreso.
2. No saben quién acopia.
3. Tienen que vender a intermediarios.
4. Trabajan de manera rudimentaria.
5. Solo la mitad de su producción es de calidad.
6. Información sobre mercados.
7. Inadecuada administración del dinero.

#### **Efectos**

- ✚ Bajos niveles de vida.
- ✚ Donde va el producto.
- ✚ A quienes deben enviar su producto.
- ✚ Incapacidad para trabajar y producir mejor su cosecha o post - cosecha.
- ✚ No hay oferta de calidad.
- ✚ Inestabilidad de precios.
- ✚ Incapacidad de resolver situaciones emergentes.

### **1.1.1.1.2. Pronóstico**

Si no mejoran el proceso de comercialización sus ingresos seguirán siendo bajos, entonces no tendrán mejor calidad de vida y su futuro se tornara incierto.

### **1.1.1.1.3. Control del Pronóstico**

Lo más adecuado sería que incrementen sistemas administrativos donde coordinen todas las actividades realizadas por los miembros del centro

agrícola, con el fin de maximizar el desempeño de todo el sistema organizacional mejorando sus condiciones y percibiendo mayores ingresos para destinar un porcentaje de este al ahorro.

### **1.1.2 Formulación del Problema**

¿La inadecuada comercialización del cacao no les permiten tener mayores ingresos lo cual es la causa del bajo ahorro en las economías agrícolas del Cantón Palenque?

### **1.1.3 Sistematización del Problema**

¿Cuáles son los factores que repercuten en la comercialización del cacao en el cantón Palenque?

¿De qué manera los productores de cacao, pueden mejorar sus ingresos y destinar una parte de ellos al ahorro?

¿Identificar de qué forma afectan los canales de comercialización a los agricultores de este centro agrícola?

### **1.1.4 Justificación**

El cacao tiene un gran impacto socio-económico y parte de esta producción está en manos de los pequeños productores, que se suelen organizar en asociaciones.

Una de las principales razones por la que se realiza la presente investigación, es para poder conocer, sí la manera en que están comercializando su producto les permite obtener los ingresos suficientes que les permitan mantener una vida segura.

Ya que las dificultades existentes en la mayoría de los casos no es sólo por la baja inversión que realizan los productores a sus sembríos sino también por la presencia de los intermediarios quienes monopolizan el mercado, pagando muy por debajo del precio que oficialmente maneja la bolsa de productos nacionales siendo esta también una de las causas principales por la que el agricultor descuida su cosecha y no le da la debida atención a su producto vendiéndolo así; en baba, húmedo y con mala fermentación dando así paso a un producto de baja calidad y no bien pagado.

El Cantón Palenque está situado en el Nor Oeste de la provincia de Los Ríos, Sus límites geográficos son: al Norte el Cantón Mocache, al Sur y Este Cantón Vinges y al Oeste el Cantón Balzar de la Provincia del Guayas.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. General**

Diagnosticar como la comercialización de cacao incide en el ahorro de los productores del cantón Palenque.

### **1.2.2. Específicos**

Identificar los factores que inciden en la comercialización del cacao en el cantón Palenque.

Precisar de qué manera los productores de cacao, pueden mejorar sus ingresos y destinar una parte de ellos al ahorro.

Determinar cómo los canales de comercialización del cacao afectan a los agricultores que pertenecen al centro agrícola Palenque.

## **1.3 Hipótesis**

### **1.3.1 Hipótesis General**

Al mejorar la comercialización del cacao, incrementa el ahorro de los productores del Cantón Palenque.

#### **1.3.1.1 Variable dependiente**

Ahorro de los productores.

#### **1.3.1.2 Variable independiente**

Canales de comercialización.

**CAPITULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## 2.1 Fundamentación Teórica

### 2.1.1 El cacao en el Ecuador

Después de su época de oro, en 1915 los campos cacaoteros fueron atacados por plagas que aniquilaron la producción y recién en los años 40 comenzaron a renovarse los cultivos. La gran revalorización vino en el 2000, cuando el Ministerio de Agricultura puso en marcha un proyecto para reactivar y mejorar su producción, a lo que se sumó la creación de un Consejo Consultivo integrado por el Estado, los exportadores y los campesinos, para manejar juntos y sustentablemente los cultivos. En 2005 el Ministerio de Agricultura declaró al cacao Producto Símbolo de Ecuador por su importancia histórica, y en el 2008 le otorgó el sello Denominación de Origen, el primero que se entregaba a un producto nacional **(Navarrete, 2013)**.

#### 2.1.1.1 Etimología

La palabra “cacao” tuvo su origen en las palabras mayas “kaj” que significa amargo y “Kab” cuyo significado es jugo. La fusión de estas dos palabras dio como resultado “KajKab” y luego “KajKabalt” de la que deriva “kakuatl”. Esta última expresión cambio para “cacauatl” para finalmente transformarse en “cacao” **(Guaman Paredes, 2007)**.

#### 2.1.1.2 Origen del cultivo de cacao

El cacao es una planta originaria de los trópicos húmedos de América. Su centro de origen parece estar situado en el noroeste de América del sur, en la zona amazónica. Los aborígenes lo utilizaban como moneda en las transacciones comerciales **(Enriquez Calderón, 1935)**.

### **2.1.1.3 Crisis de la Moniliasis - escoba de bruja**

Entre 1915 y 1920 aparecen y se expanden en toda la zona cacaotera las enfermedades de la escoba de bruja y la monilla, que destruyen el cultivo causando, una reducción de la producción de 40.000 TM entre 1915 a 1919 a 15.000 TM (Toneladas Métricas) en 1930. A este desastre económico, social y técnico se suma la falta de transporte y mercados internacionales durante la primera Guerra Mundial y la consecuente depresión económica de esos años **(López Andrade, 2002)**.

### **2.1.1.4 Evolución del cultivo en la costa ecuatoriana durante la colonia**

Se afirma que desde el año 1600 ya había plantaciones de cacao a orillas del río Guayas y se expandieron a orillas de sus afluentes el Daule y el Babahoyo, ríos arriba, lo cual originó el nombre de cacao “Arriba” durante los años de lucha por la independencia (1800-1822), la producción de cacao fue la fuente más importante para su financiamiento. Esto significaba entre el 40 y 60% de las exportaciones totales del país y pagaban hasta el 68% de los impuestos del estado (Anexo 1) **(Guaman Paredes, 2007)**.

### **2.1.1.5 Aporte económico del primer siglo de la república (1821- 1920)**

Nuestro país fue el más grande vendedor de cacao (1880 – 1890), lugar que fue superado por Ghana, hacia fines del mismo siglo, la producción de cacao generaba la mayor cantidad de ingresos económicos al país y representaba la plataforma para la creación de bancos y la administración política del Estado, sin embargo, para el cultivo y la explotación de las plantaciones cacaoteras, se traía mano de obra económica desde el litoral y la serranía **(Jaura Michay, 2011)**.

### **2.1.1.6 Periodo de recuperación del cultivo hasta la actualidad**

La producción de esta etapa llegó hasta 33.000 TM en 1960, en esta década se produce un nuevo incremento de áreas de siembra en base a repartición de

tierras baldías y de haciendas improductivas por la reforma Agraria, lo cual en los años sucesivos produce niveles de producción crecientes.

Hasta estabilizarse al final de la década de los 80 con producciones que alcanzaban alrededor de las 80.000 TM por año en promedio hasta la presente, en un área aproximada de 360.000 hectáreas a la fecha, la función social del cacao involucra a 147.000 agricultores que cultivan 365.000 has (**López Andrade, 2002**).

### **2.1.2 Comercialización del cacao**

Se ha realizado históricamente bajo tres sistemas: la junta de comercialización, la caja de estabilización y el libre mercado. De estos, el que rige de forma prácticamente generalizada en la actualidad es el de libre mercado; Bajo este sistema existen una multitud de agentes privados que participan, sin intervención directa del gobierno, en la comercialización interna y externa y los precios se determinan de acuerdo a los precios internacionales. La participación del gobierno se limita al control de calidad, los impuestos y la supervisión (**Herrera Cevallos, 2009**).

#### **2.1.2.1 Los actores y sus relaciones en la cadena de comercialización**

La producción de cacao tiene todo un grupo de encadenamientos que inician a nivel de los productores individuales que producen cacao en grano y terminan en el mercado interno o externo. En este proceso están involucrados varios actores como las unidades de producción asociadas, los intermediarios, la industria casera, la industria de elaborados y los exportadores de cacao en grano (**Jaura Michay, 2011**).

#### **2.1.2.2 Estándares de calidad de cacao producidos en el ecuador**

El cacao en grano para la exportación se clasifica de acuerdo a un conjunto de Parámetros de calidad. A continuación el detalle de calidades:

**ASE:** Arriba Superior Época (51% fermentado mínimo, 25 % violeta máximo, 18% pizarroso máximo), 6% defectuoso máximo)

**ASN:** Arriba Superior Navidad (52% fermentado, 25% violeta, 18% pizarroso, 5% defectuoso)

**ASS:** Arriba Superior Selecto (65% fermentado, 20% violeta, 12% pizarroso, 3% defectuoso)

**ASSPS:** Arriba Superior Summer Plantación Selecta (85% fermentado, 10% violeta, 5% pizarroso, 0% defectuoso)

**ASSS:** Arriba Superior Summer selecto

Por calidades, el principal producto exportado en volumen es ASS (Arriba Superior Selecto) con 36.669 TM seguido por ASE (Arriba Superior Época) de inferior calidad en lo que se refiere al cacao industrializado se comercializa bajo cuatro presentaciones: licor, manteca, polvo y torta (**López Andrade, 2002**)

### **2.1.2.3 Tratamientos del fruto para su comercialización**

Para ser un producto comercial debe cumplir 2 operaciones principales:

#### **Fermentación**

Esta etapa del beneficiado consiste en depositar el cacao fresco en cajones de madera para inducir las transformaciones físicas y bioquímicas dentro y fuera de las almendras (granos), el proceso dura normalmente de 3 hasta 7 días dependiendo del tipo de cacao y de las condiciones climáticas de la zona, durante la fermentación se realizan volteos para que todos los granos generen una temperatura por encima de 40 °C, este incremento de temperatura promueve la generación de sustancias precursoras del aroma y sabor característicos del chocolate (**Sánchez, 2011**).

## **Secado**

El secado consiste en bajar el contenido de humedad de las almendras (granos) fermentadas del 56 % aproximadamente (al salir de la fermentación) hasta el nivel del 6.5 %, no debe reducirse más la humedad porque cuando baja del 6 % las almendras se vuelven quebradizas y sufren durante el transporte, pero si no se secan adecuadamente (> 7 %) son muy propensas a contaminarse de mohos (hongos) lo cual constituye uno de los peores defectos de la calidad (**Sánchez, 2011**).

### **2.1.2.4 Variedades de cacao**

#### **Forastero o cacao amargo**

Originario de las Américas es la raza más cultivada en las regiones cacaotera de África y Brasil. Se caracteriza por sus frutos de cáscara dura y leñosa, de superficie relativamente tersa y de granos aplanados de color morado y sabor amargo, dentro de esta raza destacan distintas variedades como Cundeamor, Amelonado, sambito, Calabacilla y Angoleta (**Omaña, 2009**).

#### **Trinitario**

La variedad de Trinitario es un híbrido de Criollo y Forastero, el cual debe su nombre al cruce obtenido en la isla de Trinidad donde hace cuatro siglos los españoles cultivaban Criollo, las plantaciones fueron destruidas por un huracán y después de esto se replantaron con Forastero, Rápidamente, aparecieron híbridos espontáneos entre el Forastero recientemente plantado y el Criollo que había sobrevivido el desastre (**Omaña, 2009**).

#### **Criollo, híbridos o cacao dulce**

Actualmente están sustituyendo a las plantaciones antiguas de Forasteros debido a su mayor adaptabilidad a distintas condiciones ambientales y por sus frutos de mayor calidad, se caracterizan por sus frutos de cáscara suave y semillas redondas, de color blanco a violeta, dulces y de sabor agradable, la superficie del fruto posee diez surcos longitudinales marcados, cinco de los

cuales son más profundos que los que alternan con ellos, los lomos son prominentes, verrugosos e irregulares **(Omaña, 2009)**.

#### **2.1.2.5 Provincias que cultivan el cacao**

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

- 1) La zona denominada como “Arriba” que comprende la zona de la cuenca baja del río Guayas, básicamente las actuales provincias de Los Ríos y Guayas;
- 2) La zona de Manabí, con el cacao llamado de Bahía, que corresponde a la zona húmeda de la provincia de Manabí;
- 3) La zona de Naranjal, hacia el sur, que comprende una pequeña parte de la provincia del Guayas y la provincia de El Oro;
- 4) La zona de Esmeraldas, que tenía un cacao acriollado muy especial, al que se le denominaba esmeraldas en igual forma, el cultivo se expandió un poco más al norte de la zona de “Arriba” en la provincia de Los Ríos y moviéndose también a la zona amazónica del país **(Enriquez, 2004)**.

#### **2.1.2.6 Precios**

El cacao ecuatoriano se vende a un diferencial sobre el precio internacional de la bolsa de cacao de Nueva York, este diferencial fluctúa de acuerdo a la oferta y la demanda del cacao Ecuatoriano, como promedio durante los últimos años para el tipo ASSPS (Arriba Superior Summer Plantación Selecta) es de 180/200 dólares por encima del precio internacional y para el cacao ASS (Arriba Superior Selecto) 80/120 dólares, mientras que para el cacao tipo ASE (Arriba Superior Época) 20/30 dólares, bajo el precio de la bolsa, los precios del cacao responden a factores de oferta y demanda, definidos en los dos principales mercados; que se encuentran localizados en Londres y Nueva York **(Radi, Estudio sobre los mercados de valor, 2005)**.

### **2.1.3 Análisis del entorno**

El cacao ecuatoriano, también conocido como la “Pepa de Oro”, desde sus orígenes fue reconocido a nivel mundial por su “sabor y aroma”, lo que le dio lugar a un trato preferencial en el ámbito internacional, por ello se reconocía a Ecuador como productor 100% de “cacao fino y de aroma”, lastimosamente, debido al descuido de ciertos intermediarios y exportadores y a la falta de conceptos definidos de calidad de exportación, se empezó a exportar granos de mala calidad y con impurezas, situación que llevó a que ICCO en junio de 1994 modificara la situación de Ecuador declarándolo como país exportador de un 75% de cacao fino y de aroma **(Schmid, 2013)**.

#### **2.1.3.1 Generación de empleo**

- Representa el 4% de la PEA Total
- Representa el 12,5% de la PEA Agrícola
- Existe un (80% de pequeños productores)
- Potencial para incrementar la oferta a 200.000 Ton/año **(Radi, “ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA DEL CACAO FINO , 2006)**.

#### **2.1.3.2 Ecuador y su evolución en el mercado internacional para los cacaos especiales**

Hoy nuestro cacao nacional se lo puede considerar un cacao especial por el alto premio que tiene sobre la bolsa de New York, si continuamos mejorando la calidad de los tipos ASE - ASS y ASSS convencional estamos asegurando y manteniendo los altos premios que está pagando el mercado internacional por la variedad nacional, cacao fino “Sabor Arriba”, Objetivo: “que todo nuestro cacao nacional se lo considere como cacaos especiales” **(Martinetti, 2006)**.

### **2.1.3.3 Demanda Mundial del Cacao**

La demanda del cacao se ha venido incrementando a nivel mundial, y la tendencia por la salud ha fomentado el consumo creciente de productos orgánicos, así estos productos deben cumplir con las certificaciones internacionales tales como el etiquetado y su certificación orgánica, sobre todo en Europa donde la tendencia es consumir productos “bio” y donde el cuidado de la salud, el medio ambiente y los aspectos sociales como el comercio justo, son los principales factores a considerar al momento de adquirir un producto, de esta manera es muy importante cumplir con las certificaciones internacionales para incursionar en el mercado mundial, donde se garantice la calidad del producto, así como la conservación del medio ambiente y las condiciones sociales y laborales de los trabajadores **(Schmid, 2013)**.

### **2.1.3.4 Certificación de calidad**

Para obtener la certificación de calidad se debe aplicar la trazabilidad del producto, que es un conjunto de acciones, y procedimientos técnicos que permite identificar y registrar cada producto desde su origen hasta el final de la cadena de comercialización, de esta manera se otorga a los consumidores la certeza del origen del producto y las diferentes etapas del proceso productivo **(Schmid, 2013)**.

### **2.1.3.5 Debilidades o necesidades**

“El mejoramiento de las condiciones de vida de los agricultores exige el acceso a mejor vivienda, alimentación, salud, educación, vestuario, etc., para lograrlo, no sólo es necesario capacitar a las familias rurales en estos aspectos de la economía del hogar, sino que es imprescindible también aumentar sus ingresos para que puedan acceder a dichas mejoras, sin recursos financieros adicionales será muy difícil alcanzar el bienestar familiar y lograr el desarrollo social“ **(Herbas Llopis, 2014)**.

## **2.2 Fundamentación Conceptual**

### **2.2.1 El comerciante**

Es aquella persona física o jurídica, nacional o extranjera, que se dedica habitualmente a la comercialización de bienes, entendida como una etapa intermedia entre la de producción y la de consumo, suponiendo el traspaso de la propiedad de los bienes de un sujeto a otro **(Hilda, 2008)**.

#### **2.2.1.2 Comercialización agrícola**

Una de las actividades más importantes y de mayor riesgo es la comercialización, los márgenes de comercialización existentes en la actualidad indican la diferencia entre el precio a nivel de finca y el precio final que paga el consumidor en los mercados locales y tiendas, el cual en muchos casos hace que ciertos productos se encarezcan **(Rodríguez Rojas, 2012)**.

#### **2.2.1.3 Economías Campesinas**

La economía campesina tiene una lógica y organización interna que interrelaciona la tierra disponible con los demás medios de producción y la disponibilidad de la fuerza de trabajo familiar **(Martinetti, 2006)**

#### **2.2.1.4 Generación de tecnologías apropiadas**

“Los agricultores necesitan de tecnologías menos riesgosas, menos exigentes en insumos, energía y capital, más intensivas en mano de obra y que reemplacen, hasta donde sea posible, capital (factor más escaso) por trabajo (factor más abundante); que sean de bajo costo, fácil aplicación y menor dependencia de insumos externos; que enfatizen aquellos factores (semillas por ejemplo) que con muy bajos costos producen gran impacto en los rendimientos; que prioricen aquellos factores que aun siendo de bajo costo les

permitan a los agricultores volverse menos dependientes de aquellos que son de alto costo” **(Herbas Llopis, 2014)**.

#### **2.2.1.5 Escuelas de campo y su metodología**

La metodología de las Escuelas de Campo de Agricultores se caracteriza por el proceso enseñanza – aprendizaje; donde el productor participa activamente en forma grupal, aporta sus conocimientos, analiza su realidad productiva, compara sus opiniones y toma decisiones más efectivas, con base a lo aprendido, durante el proceso están siempre acompañados por un facilitador, persona que tiene la función de estimular el auto aprendizaje de cada uno de los participantes a través de la observación, reflexión y el análisis de los fenómenos o procesos que ocurren en el proceso de la **ECA (Bustamante Bejarano, 2010)**.

#### **2.2.1.6 ECA**

Es una metodología que trabaja sobre la base del enfoque “aprender haciendo”, es decir; junto con la información teórica se le da una alta importancia al trabajo en campo en donde se facilita un intercambio de experiencias, saberes y conocimientos entre los participantes, aquí se destierra el concepto del facilitador que lo sabe todo, reconociendo que aquí el agricultor llega con conocimientos en el manejo de los cultivos y una serie de habilidades que se van mejorando con la participación de todos **(Bustamante Bejarano, 2010)**.

#### **2.2.1.7 Asistencia técnica**

Es todo servicio independiente, sea suministrado desde el exterior o en el país, por el cual el prestador se compromete a utilizar sus habilidades, mediante la aplicación de ciertos procedimientos artes o técnicas, con el objeto de proporcionar conocimientos especializados no patentables, que sean

necesarios en el proceso productivo de comercialización, de prestación de servicios o cualquier otra actividad realizada por el usuario **(Osterling, 2008)**.

#### **2.2.1.8 Calidad del grano de cacao**

Además de la genética del material sembrado, la calidad del grano de cacao está directamente relacionada con un adecuado proceso de fermentación y secado. Los estándares internacionales requieren que el cacao de calidad comercial sea fermentado, completamente seco (6.5 % humedad), libre de granos con olor a humo, de olores anormales y de cualquier evidencia de adulteración. Debe encontrarse razonablemente libre de insectos vivos, de granos partidos, fragmentos y partes de cascaras y uniforme en tamaño **(Sánchez, 2011)**.

#### **2.2.1.9 Actores que intervienen en la cadena de comercialización**

**Los productores individuales:** Estos constituyen alrededor del 90% (más de 90.000 productores), y son principalmente pequeños productores, estos se relacionan directamente con los intermediarios ubicados en el pueblo más cercano **(Pino, 2010)**.

**Las asociaciones de productores:** Estos casos son muy pocos, y se refieren a agrupaciones de productores que participan en la producción, acopio y comercialización, dirigiendo el producto a intermediarios, industria o directamente a exportadores **(Pino, 2010)**.

**Los intermediarios:** Se estima que pueden pasar de 1000 intermediarios a nivel nacional. Son de diferentes tamaños, dependiendo del volumen de compra y de la ubicación del acopio de manera estimativa, el 10% de la producción se canaliza a través del intermediario camionero; el 22% lo adquiere el comerciante del pueblo más cercano; el 54% lo compra el intermediario de la cabecera cantonal y el 14% el exportador directamente, los intermediarios a su vez tienen la opción de comercializarlo con la industria de

semielaborados, la industria de elaborados o los exportadores de cacao en grano **(Pino, 2010)**.

**La industria de semielaborados:** Son los industriales que procesan el cacao y lo transforman hasta alguna de sus etapas intermedias (manteca, pasta, licor), estas industrias dirigen el cacao procesado hacia el mercado externo **(Quingaísa, 2007)**.

**La industria de elaborados:** Son los industriales que procesan el cacao hasta productos elaborados como el chocolate, en términos de comercialización, dirigen el producto final hacia el mercado de exportación (previos registros de calidad) o directamente hacia el mercado interno **(Quingaísa, 2007)**.

**Los exportadores de Cacao en grano:** Son alrededor de 29 en total, Son los acopiadores principales y su producto va al mercado externo sujeto al cumplimiento de normas de calidad que exigen sus clientes **(Quingaísa, 2007)**.

**Lugares de Acopio:** El productor, realiza la venta del cacao en los lugares de acopio, que están ubicados en las poblaciones rurales de la zona y en la ciudad de Quevedo, Buena Fe, Santo Domingo de los Colorados, además conforman lotes amplios de quintales de cacao en grano, para venderlos a mayoristas y eventualmente a los agentes de las empresas exportadoras **(Pino, 2010)**.

Se puede mencionar que en nuestro país, existen gran cantidad de bodegas que están aptas para la compra de todo tipo de cacao, especialmente se puede encontrar, centros de acopio que reciben grandes cantidades (sacos de 45.36 kg.) de cacao en pepa, estas se encuentran localizadas; en las ciudades de Santo Domingo de los Colorados, el Carmen, Quinindé, Babahoyo, Quevedo, Chone, Milagro, Los Ríos, Machala y Guayaquil **(Quingaísa, 2007)**.

## **2.3 Fundamentación legal**

Para poder desarrollar el siguiente proyecto se considerará la nueva CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR aprobada por la Asamblea Constituyente en el año 2008 y el marco legal nacional sobre calidad de cacao y promoción como símbolo nacional: acuerdo n° 70. mag. Declara al cacao como producto símbolo del ecuador. Registro oficial n° 86, 22/agosto/2005.

### **2.3.1 Capítulo cuarto - soberanía económica**

#### **2.3.1.1 Sección séptima: política comercial**

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

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

### **2.3.1.2 Capítulo sexto - trabajo y producción**

#### **2.3.1.2.1 Sección primera: formas de organización de la producción y su gestión**

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

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

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

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

#### **2.3.1.3 Sección cuarta - Democratización de los factores de producción**

**Art. 334.-** El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.

2. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
3. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.

#### **2.3.1.4 Sección quinta - Intercambios económicos y comercio justo**

**Art. 335.-** El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

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

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

**Art. 337.-** El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

#### **2.3.1.5 Sección sexta - Ahorro e inversión**

**Art. 338.-** El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país. Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.

**Art. 339.-** El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

La inversión extranjera directa será complementaria a la nacional, estará sujeta a un estricto respeto del marco jurídico y de las regulaciones nacionales, a la aplicación de los derechos y se orientará según las necesidades y prioridades definidas en el Plan Nacional de Desarrollo, así como en los diversos planes de desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados.

La inversión pública se dirigirá a cumplir los objetivos del régimen de desarrollo que la Constitución consagra, y se enmarcará en los planes de desarrollo nacional y locales, y en los correspondientes planes de inversión (**Olvera Viteri, 2009**).

### **2.3.1.6 Aspectos Institucionales y de Política**

#### **2.3.1.6.1 Marco Legal Nacional sobre calidad de cacao y promoción como símbolo nacional:**

**ACUERDO N° 70. MAG.** Declara al cacao como producto Símbolo del Ecuador. Registro Oficial N° 86, 22/agosto/2005.

#### **EL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA CONSIDERANDO**

Que, el cacao constituye el producto agrícola de mayor incidencia en la Historia Nacional del Ecuador por sus connotaciones de antigüedad y su contribución al desarrollo social, económico y político.

Que, el incremento de la superficie del cultivo a través de los siglos fue el factor preponderante para la conformación de los pueblos y su identidad con la región del litoral, la subregión andina y la región amazónica ecuatoriana.

Que, el prestigio histórico del cacao ecuatoriano fino y de aroma se han manifestado en su sabor insuperable por lo que es reconocido en todo el mundo, especialmente por la Organización Internacional del Cacao "ICCO" y demás organismos nacionales e internacionales.

Que, el auge del cultivo propició la bonanza económica de la región y a la fundación de las primeras instituciones privadas de crédito que contribuyeron al financiamiento de importantes obras nacionales y otras de carácter particular.

Que, la función social del cacao involucra a 147.000 agricultores que cultivan 365.000 has y adicionalmente todos los beneficios de la cadena en las actividades industriales y de exportación.

## **ACUERDA:**

Artículo 1, Declarar al Cacao como PRODUCTO SÍMBOLO DEL ECUADOR, decisión del Ministerio de Agricultura y Ganadería y como una acción de gratitud y justicia a tan noble producto.

Artículo 2, Brindar como Ministerios de Agricultura y Ganadería todo el apoyo para el fomento de la producción, comercialización y exportación del CACAO. Este acuerdo entrará en vigencia a partir de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Despacho Ministerial, en la ciudad de Quito, a los veinte y dos del mes de julio del año 2005.

Comuníquese y publíquese.

**ING. AGR. PABLO RIZZO PASTOR**  
**Ministro de Agricultura y Ganadería**

### **2.3.1.7 Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 177:95**

#### **2.3.1.7.1 Cacao en grano y Muestreo**

##### **1 OBJETO**

1.1. Esta norma establece el procedimiento para la toma de muestra del cacao en grano.

##### **2. DEFINICIONES**

2.1. Lote. Es la cantidad específica de cacao en grano con características similares, que se somete a inspección como un conjunto unitario.

2.2. Muestra. Es un grupo de granos extraído de un lote, que sirve para obtener la información necesaria que permite apreciar una o más características de ese lote, lo cual servirá de base para tomar una decisión sobre dicho lote.

2.3. Muestra elemental. Es la cantidad de granos tomada de una sola vez y de un solo punto del lote determinado.

2.4. Muestra global o total. Es el conjunto de muestras elementales.

2.5. Muestra reducida (porción). Es la cantidad de cacao en grano que se obtiene al reducir de tamaño la muestra global.

2.6. Muestra de laboratorio. Es la cantidad de cacao en grano obtenida de la muestra reducida, que está en condiciones de ser enviada al laboratorio, para en ella efectuar los ensayos correspondientes.

- 2.7. Muestra de ensayo. Es la parte de la muestra de laboratorio destinada a un análisis o ensayo.
- 2.8. Nivel de calidad aceptable (AQL). Es el máximo porcentaje defectuoso, o el mayor número de defectos en 100 unidades, que debe tener el producto para que el plan de muestreo de por resultado la aceptación de la mayoría de los lotes sometidos a inspección.
- 2.9. Nivel de inspección. Es el número que identifica la relación entre el tamaño del lote y el tamaño de la muestra.
- 2.10. Envase (saco). Es el recipiente que contiene cacao en grano y que está destinado a protegerlo del deterioro, contaminación y a facilitar su manipulación.
- 2.11. Saca muestras. Instrumento que se utiliza para extraer el producto de un embalaje.
- 2.11. Producto granel. El que no está envasado

### **3. DISPOSICIONES GENERALES**

- 3.1. Se deberá tomar todo tipo de precauciones para evitar la contaminación del cacao en grano durante el muestreo.
- 3.2. Las muestras serán identificadas consecutivamente según hayan sido tomadas.
- 3.3. Las muestras se protegerán contra los cambios en su composición, pérdidas y contaminación por impurezas, etc.

## 4. MUESTREO

### 4.1. Toma de muestras.

4.1.1. Si el cacao en grano que se va a muestrear se presenta en envases de distintos tamaños se deberá agrupar en lotes de acuerdo con la capacidad de los envases, es decir, en cada lote deberá haber envases de una misma capacidad.

4.1.2. El número de muestras elementales extraídas completamente al azar, estarán en función de lo indicado en la tabla 1, y serán tomadas en gramos.

4.1.3. Las muestras elementales que en conjunto forman la muestra global, podrán ser de aproximadamente de 100 a 1.000 gramos, las mismas que serán divididas de acuerdo a lo indicado en el numeral.

4.4.1., hasta obtener una muestra reducida de 1.500 gramos.

4.1.4. Las muestras en los lotes para producto envasado o empacado se obtendrán realizando un muestreo al azar, para lo cual se enumerarán las unidades del lote, se utilizarán los números aleatorios, y el número de muestras según lo establecido en la tabla 1.

En los envases la muestra se obtendrá introduciendo el calador en un solo punto, este deberá penetrar por lo menos hasta la mitad diagonal el saco, y por lo menos en tres puntos seleccionados al azar, cuando se utilice uno de los caladores indicados. Cuando por condiciones del sitio de almacenamiento no sea posible movilizar el producto, se podrá muestrear las caras visibles del lote. Cuando las partes interesadas consideren conveniente se hará un corte longitudinal el mismo que deberá llegar hasta el fondo del lote, con lo cual se tendrá dos caras adicionales para muestrear. Siempre se utilizará un sistema

de muestreo aleatorio, para lo cual el número de muestras elementales establecidos en la tabla 1, serán divididas para el número de caras visibles del lote.

4.1.5. Para muestreo de productos a granel y para obtener una muestra verdaderamente representativa, este deberá efectuarse en el lugar y momento adecuado, que será de preferencia en el momento de la carga, descarga o empaque del producto; cuando no se puedan aplicar los criterios anteriormente indicados, las muestras elementales serán tomadas en forma aleatoria o completamente al azar y a diferentes profundidades, y con uno de los caladores indicados. El lote de productos a granel se reducirá matemáticamente a sacos de (n) kilogramos y se aplicará la

4.1.6. Cuando el producto esté en movimiento, durante las operaciones de carga y descarga, la toma de unidades de muestreo se hará a base del tiempo que va a durar el producto en movimiento, y se dividirá dicho tiempo para el número de muestras elementales que se deben tomar de acuerdo a lo establecido en la tabla 1. El resultado indica la frecuencia de la extracción.

4.1.7. El lote de productos a granel se reducirán matemáticamente a sacos de (n) kilogramos y se aplicará la tabla 1.

**CAPITULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### 3.1 Materiales y Métodos

Los Materiales y Métodos aquí presentados son los que se utilizaron para la Investigación del “Estudio de la comercialización del cacao y su incidencia en el ahorro de la economía agrícola del cantón Palenque año 2011”.

RECURSOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Humanos				
	Investigador	1	-	-
	Digitador	1	-	-0
Físicos				
Resmas de papel bond	75g. formato A4	4	5.00	20.00
Cartucho de impresora color negro	HP Deskjet 94	2	28.00	56.00
Cartucho de impresora a color	HP Deskjet 95	1	32.00	32.00
Copias	-0-	50	0.03	15.00
Anillado	-0-	4	1.50	6.00
Memory flash	2 GB	1	40.00	40.00
Cuaderno	Académico	1	1.50	1.50
Bolígrafos	BIC punta fina	6	0.25	1.50
Lápices	Artesco 2b	6	0.20	1.20
Borradores	Pelícano	2	0.20	0.40
Alquiler de computador	-0-	50 horas	0.60	35.00
Alquiler de cámara fotográfica	Digital	2 horas	2.50	5.00
Gastos de transporte	Para Palenque	- traslado	-	10.00
Alimentación	-0-	- comida	-	10.00
Teléfono	Celular	- minutos	0.09	-
Uso de Internet	Banda ancha	40 horas	1.00	40.00
		Subtotal		258.60
		Imprevistos	3%	-
		Total		\$ 278.60

### 3.1.2 Método de la investigación

Para el desarrollo del tema de la investigación se aplicó.

El enfoque teórico fue guiado a investigar desde el punto de vista técnico del cultivo del cacao así como el comportamiento de los agricultores con este producto y la incidencia que existe en su economía.

Es de naturaleza cuantitativa por la participación en encuestas de los agricultores de la población de Palenque, provincia de Los Ríos.

Es también de tipo cualitativo porque se ha hecho un análisis de la producción de cacao.

### 3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizada fue la de campo y de tipo exploratoria, descriptiva y explicativa.

**De campo:** Esta investigación permitió conocer los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos (encuestas y entrevistas) a fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación **(Cáceres, 2009)**.

**Exploratoria:** ya que el análisis se ha hecho en base a las distintas preguntas sobre la situación de los productores de cacao, identificando su problemática en cuanto al desarrollo del cultivo **(Cáceres, 2009)**.

**Descriptiva:** nos permite narrar los hechos como fueron observado en el sitio de la inspección **(Cáceres, 2009)**.

**Explicativa:** permite determinar la causa efecto de la producción de cacao (Cáceres, 2009).

### **3.3 Diseño de investigación**

Por el objetivo que se persigue, se empleó la investigación cualitativa y cuantitativa, ya que facilita la técnica de investigación para obtener información a través de un proceso permanente de interacción y retroalimentación, esto es, partiendo de la comprensión de fenómenos sociales, los mismos que serán analizados para poder mejorar la Comercialización del Cacao en esta zona, y dar una posible solución para la satisfacción de necesidades que se presentan en el mercado, además de fortalecer el desarrollo económico.

#### **3.3.1 Fuentes de investigación**

Para la realización de la investigación y en la dirección a alcanzar los objetivos propuestos se utilizaron las siguientes fuentes de investigación:

##### **3.3.1.2 Fuentes Primarias**

La recolección de datos primarios se efectuó por: Encuestas, observación y entrevistas que garantizan veracidad y aplicabilidad al problema concreto (Ruiz, 2008).

##### **3.3.1.3 Fuentes Secundarias**

El punto de partida de la investigación, tiene la ventaja de fácil consulta, se refiere a la información que se obtuvo en lo relacionado con el trabajo de investigación entre las cuales se puede mencionar la recopilación de datos a

través de textos, folletos, revistas e internet que sustenten el trabajo de investigación (**Ruiz, 2008**).

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población**

El universo espacial de estudio correspondió al total de agricultores afiliados al **Centro Agrícola Cantón Palenque**, de Palenque, que corresponde a 48 socios activos.

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1 Resultados

Las encuestas aplicadas en el Centro Agrícola Cantón Palenque, sirvieron para determinar cuáles son los motivos que afectan a la comercialización y sus ingresos.

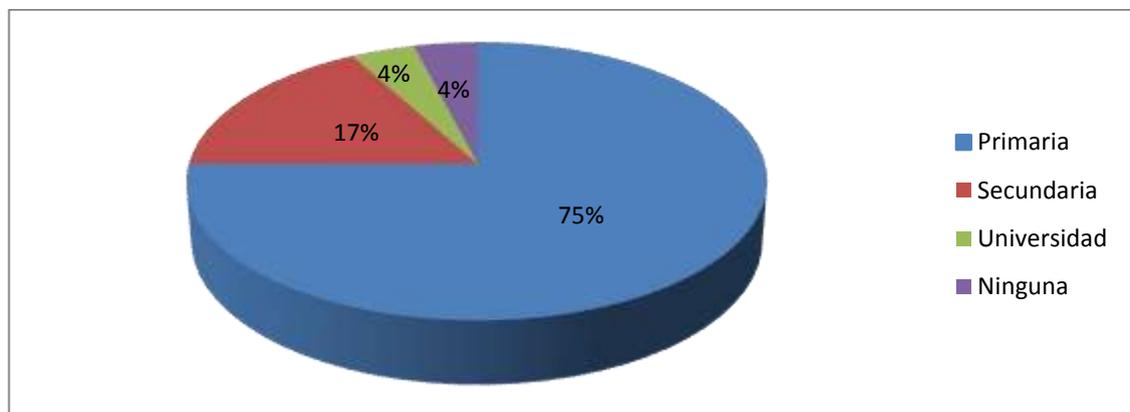
### 1. ¿Qué nivel de instrucción tienen los agricultores?

**CUADRO 1: NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

Niveles	N. de encuestados	Porcentajes
Primaria	36	75%
Secundaria	8	17%
Universidad	2	4%
Ninguna	2	4%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 1: Nivel de instrucción**

**Análisis:** De acuerdo al gráfico 1, el 75% de los agricultores encuestados sólo ha terminado la primaria, un 17% tiene nivel secundario, un 4% ingreso a la universidad y un 4% que no ha estudiado. La mayoría de los agricultores son personas que han tienen un nivel básico de preparación por ende sus aspiraciones personales o de producción agrícola, son pocas. Presentando la mayoría una actitud de conformismo.

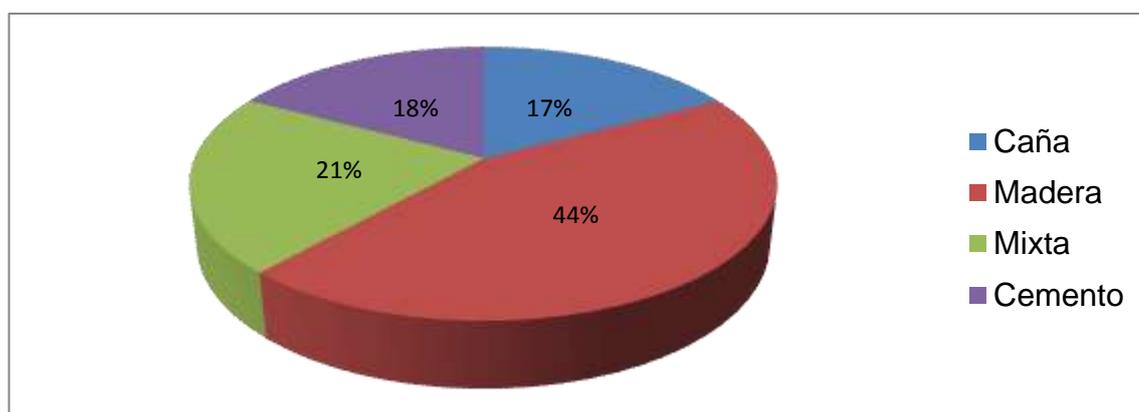
## 2. ¿Qué tipos de viviendas tienen los agricultores?

**CUADRO 2: TIPOS DE VIVIENDA**

Viviendas	N. de encuestados	Porcentajes
Caña	8	17%
Madera	21	44%
Mixta	10	21%
Cemento	9	18%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 2: Tipos de viviendas**

**Análisis:** Según el gráfico2, el 44% de los agricultores encuestados vive en casas de madera, el 21% en casas mixtas, el 17% en casas de cemento y el 18% en casas de caña, muchas de estas casas al igual que las tierras son herencias familiares. Su infraestructura revela su nivel socio-económico íntimamente en concordancia al desarrollo de su producción.

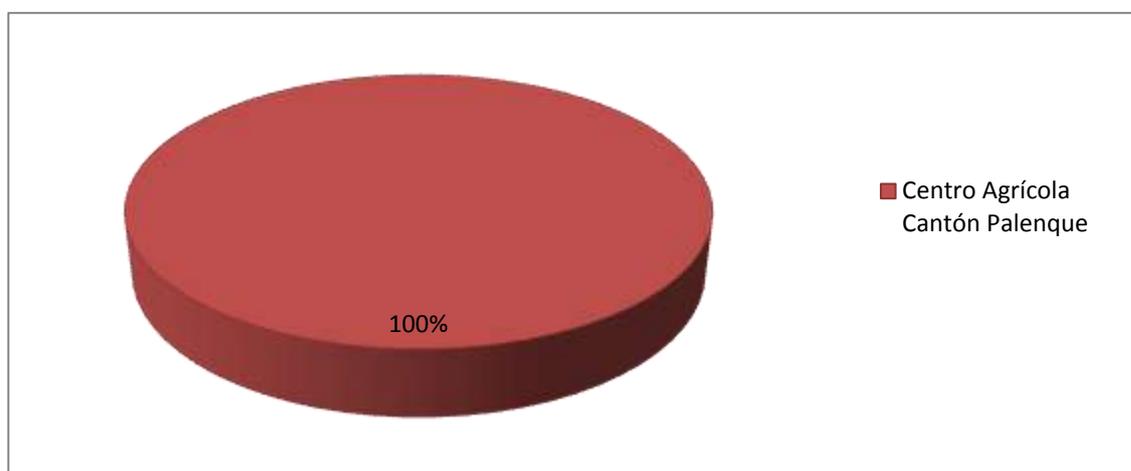
### 3. ¿Pertenece a alguna asociación?

**CUADRO 3: PERTENECEN A ALGUNA ORGANIZACIÓN**

Pertenece	N. de encuestados	Porcentajes
Centro Agrícola Cantón Palenque	48	100%
No pertenece	0	0
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 3: Pertenece a alguna organización**

**Análisis:** Según lo expuesto en el gráfico 3, todos los agricultores pertenecen al Centro Agrícola Cantón Palenque, ubicada en el cantón Palenque de la provincia de Los Ríos, y cuya finalidad es incrementar los ingresos de cada uno de los productores aquí existentes y de cada una de sus familias. Sin embargo, y como se verá más adelante, si bien el estar asociado les permite acceder a ciertos beneficios que les permitirá mejorar su condición, no en todos los agricultores se ha sembrado la semilla de la cultura de mejoramiento.

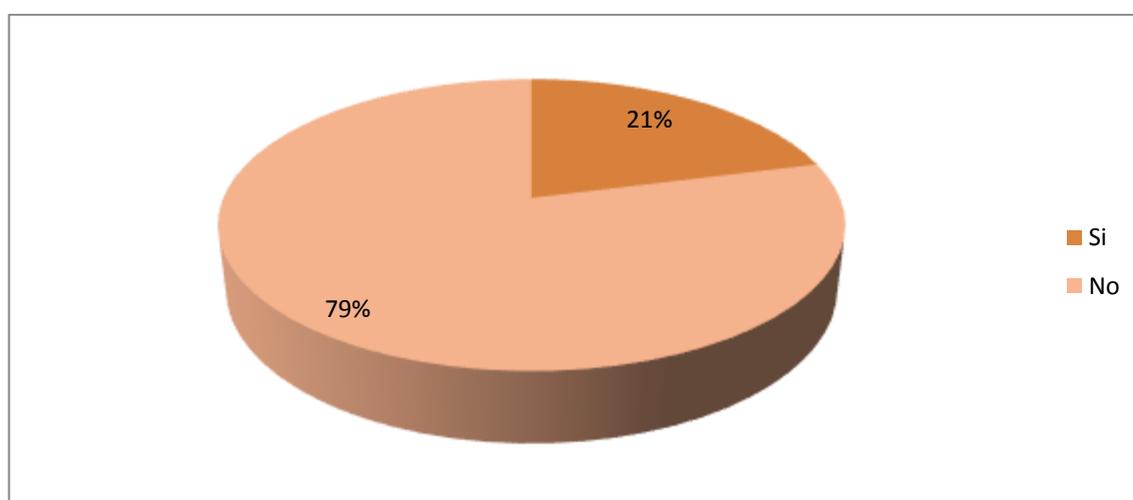
#### 4. ¿Asiste a las reuniones que realiza la asociación?

**CUADRO 4: ASISTE A LAS REUNIONES DE LA ASOCIACIÓN**

Asiste	N. de encuestados	Porcentajes
Si	10	21%
No	38	79%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 4: Asiste a las reuniones de la asociación**

**Análisis:** Lo que determina el gráfico 4, es que el 79% de los agricultores pertenecientes a esta asociación no asisten a las reuniones que aquí se dan, mientras que el 21% si lo hace. Pudiendo de esta manera relacionar que la baja producción que ellos tienen es por la falta de conocimientos y por la poca atención que le prestan a esta organización quien debería ser su aliada principal para su crecimiento.

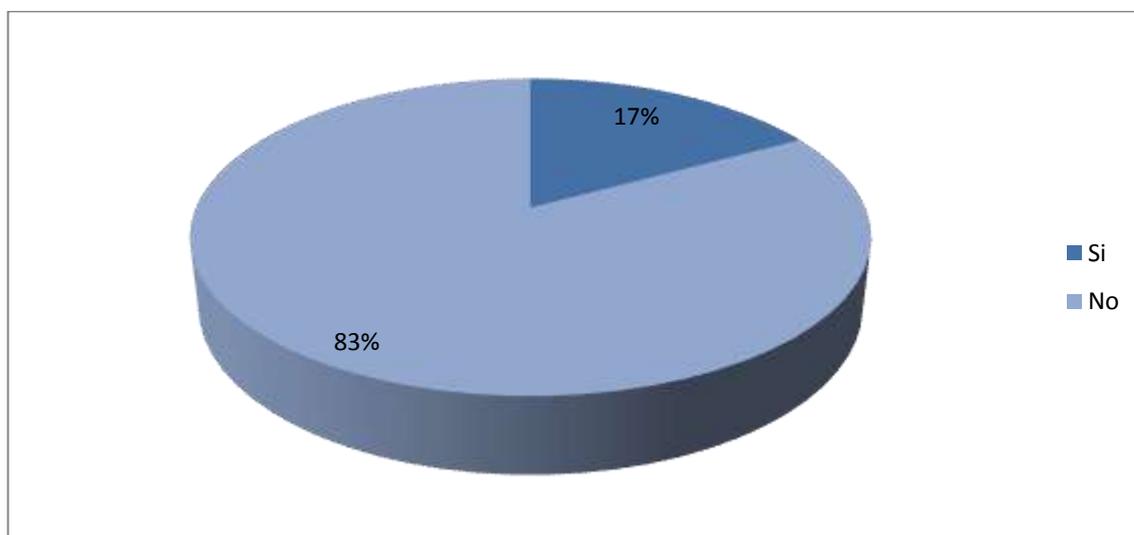
## 5. ¿Piensa que recibe beneficios por estar en la asociación?

**CUADRO 5: RECIBE BENEFICIOS POR PERTENECER A LA ASOCIACIÓN**

Beneficios	N. de encuestados	Porcentajes
Si	8	17%
No	40	83%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 5: Recibe beneficios por pertenecer a la asociación**

**Análisis:** Lo que establece el gráfico 5, es que un 83% de los productores contestaron que no obtienen beneficio alguno y el 17% contestaron que sí. Lo que me permitió determinar que la causa de los bajos ingresos de estos productores no es sólo por la falta de una buena aplicación de normas para su cultivo sino también la poca confiabilidad que los miembros de esta asociación tienen hacia la misma por su bajo nivel organizativo.

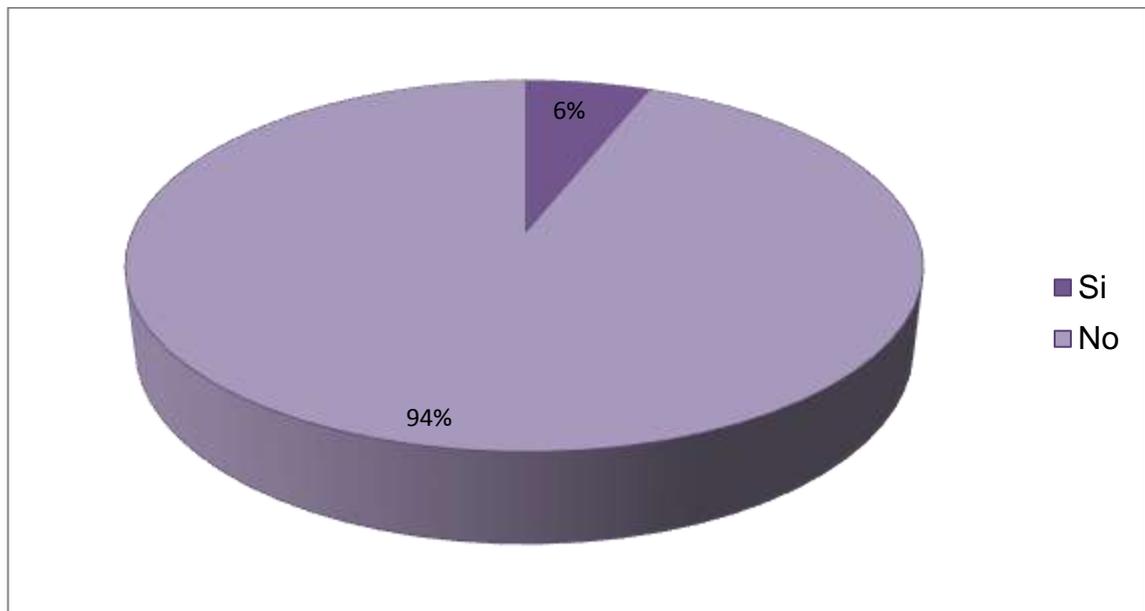
## 6. ¿Tiene interés en permanecer en la asociación?

**CUADRO 6: TIENE INTERÉS EN PERMANECER EN LA ASOCIACIÓN**

Permanencia	N. de encuestados	Porcentajes
Si	3	6%
No	45	94%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 6: Tiene interés en permanecer en la asociación**

**Análisis:** Lo que estipula el gráfico 6, es que sólo un 6% de los asociados desean permanecer aquí y un 94% no, este valor alto puede dar a notar que es la poca y mala organización que tienen quien no les permite tener una mayor confiabilidad en su producto de esta manera los productores se ven en la obligación de vender al mejor postor en este caso (intermediario).

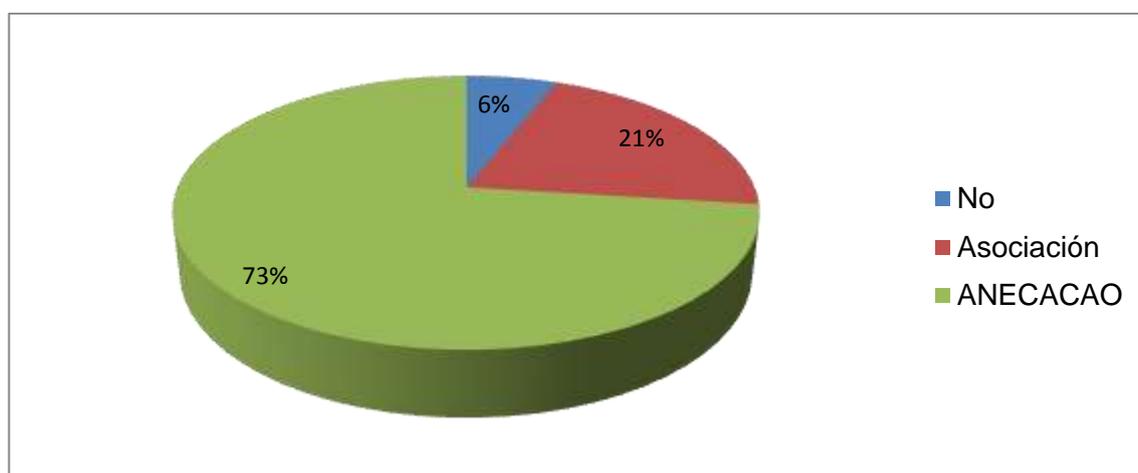
## 7. ¿Reciben asesoramiento?

**CUADRO 7: ASESORÍA TÉCNICA**

Asesoría técnica	N. de encuestados	Porcentajes
No	3	6%
Asociación	10	21%
ANECACAO	35	73%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 7: Asesoría técnica**

**Análisis:** De acuerdo al gráfico 7, el 6% de los productores no recibe ningún tipo de asesoría técnica, el 21% lo recibe de parte de la propia Asociación, y el otro 73% de ANECACAO. Aunque los resultados revelan que si reciben asesoría para sus cultivos y manejo de los mismos muchos de los agricultores no utilizan estos recursos de manera constante por la falta de capital para poder implementarlos cada que los necesitan.

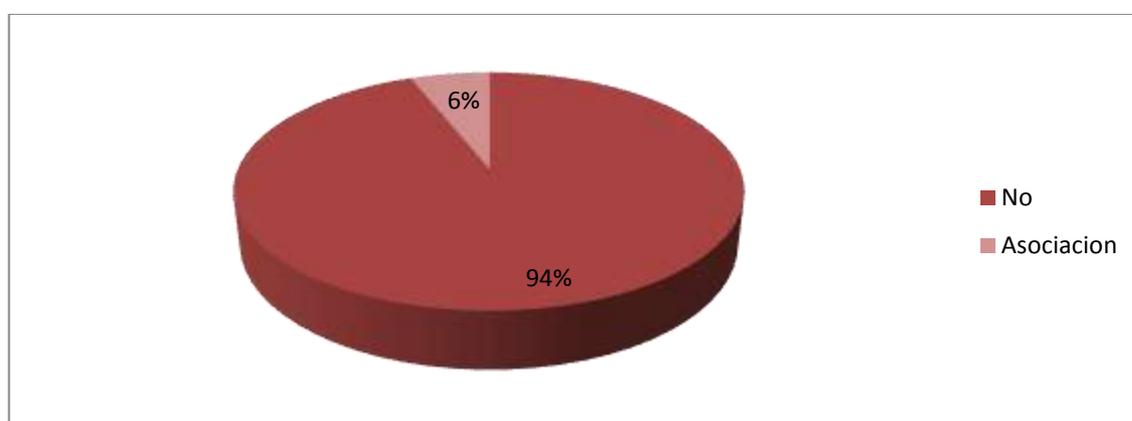
## 8. ¿Reciben asistencia técnica?

**CUADRO 8: ASISTENCIA TÉCNICA**

Asistencia técnica	N. de encuestados	Porcentajes
No	45	94%
Asociación	3	6%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 8: Asistencia técnica**

**Análisis:** Según el gráfico 8, el 94% de los productores encuestados no reciben ningún tipo de supervisión o asistencia técnica. El 6% de los agricultores lo recibe de la propia organización. A pesar de que la Asociación provee asistencia técnica para los cultivos, la mayoría no la utiliza de manera constante no sólo por la falta de motivación sino también por la poca concientización que tienen del beneficio que esto proveería con su utilización constante.

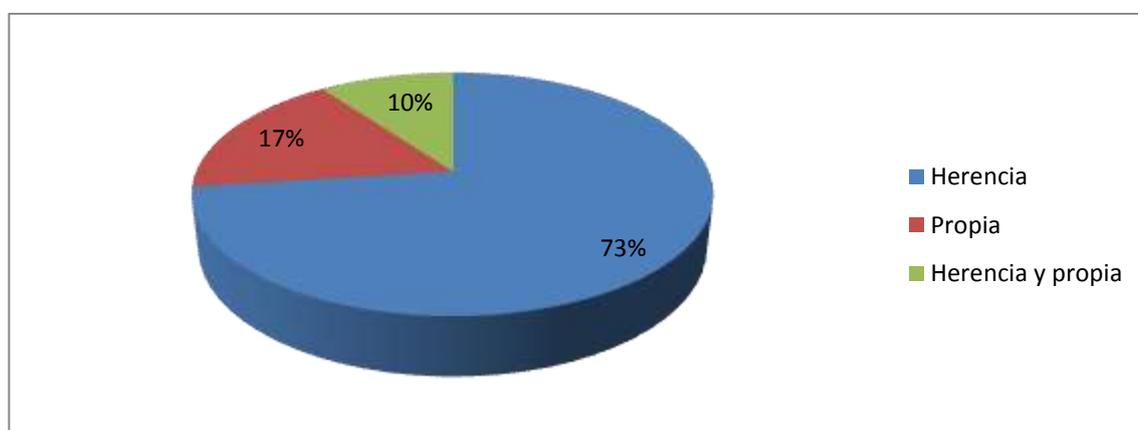
## 9. ¿El terreno que posee es?

**CUADRO 9: TENENCIA DE SUELO**

Tenencia	N. de encuestados	Porcentajes
Herencia	35	73%
Propia	8	17%
Herencia y propia	5	10%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 9: Tenencia de suelo**

**Análisis:** Según lo expuesto en el gráfico 9, el 73% de los agricultores ha recibido sus tierras como herencia, el 17% compro la tierra y el 10% recibió como herencia e incremento terreno mediante compra. Los agricultores que recibieron sus tierras por herencia las cultivan por herencia y generalmente no tienen motivación para mejorar su capacidad de producción.

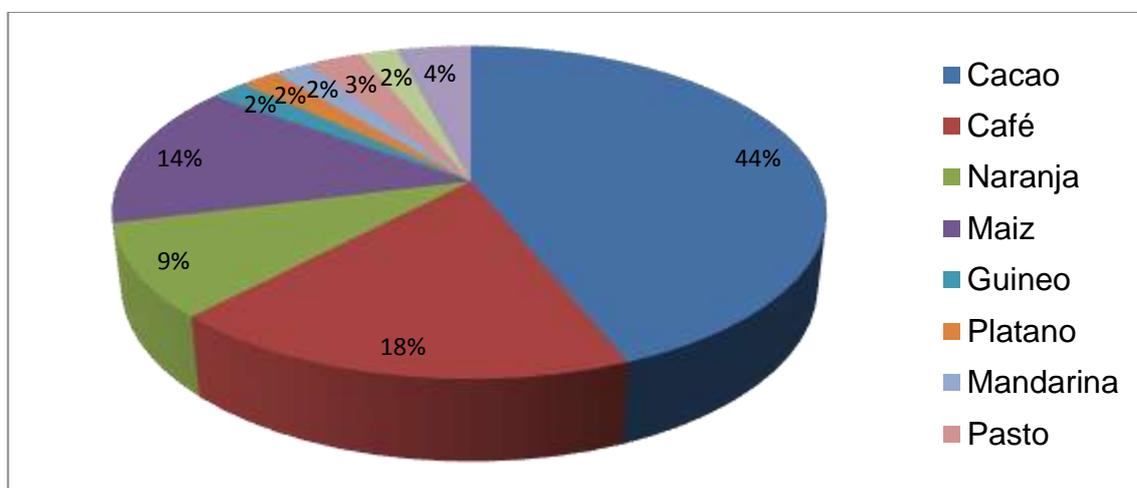
## 10. ¿Cuáles son los tipos de cultivos que usted tiene en sus tierras?

**CUADRO 10: TIPOS DE CULTIVOS**

Cultivos	N. de encuestados	Porcentaje
Cacao	48	44%
Café	20	18%
Naranja	10	09%
Maíz	15	14%
Guineo	2	2%
Plátano	2	2%
Mandarina	2	2%
Pasto	3	3%
Yuca	2	2%
Ganado	5	4%
Total	109	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 10: Tipos de cultivos**

**Análisis:** Lo que determina el gráfico 10, es que el 44% de los agricultores cultiva cacao, 18% cultiva café, 9% de naranja y el 14% de maíz, el resto cultiva diversidad de productos en bajos porcentajes así tenemos: plátano, guineo, mandarina y yuca en un 2%, el pasto en un 3%, y ganado un 5%.

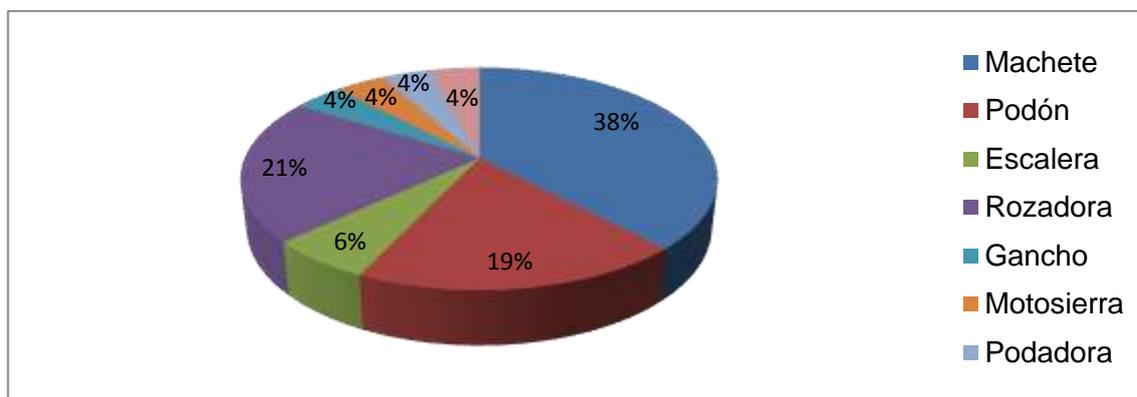
## 11. ¿Cuáles son sus instrumentos a utilizar para la limpieza de su cultivo?

**CUADRO 11: MATERIALES, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS UTILIZADOS**

Herramientas	N. de encuestados	Porcentajes
Machete	18	38%
Podón	9	19%
Escalera	3	6%
Rozadora	10	21%
Gancho	2	4%
Motosierra	2	4%
Podadora	2	4%
Bomba	2	4%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 11: Materiales, equipos y herramientas utilizados**

**Análisis:** Lo que establece el gráfico 11, es que la utilización de materiales para el cultivo no está estandarizada, ya que utilizan las herramientas que tengan a la mano y así lo demuestran los equipos y herramientas, siendo el machete el más común de las herramientas con un 38% de utilización, pero sin llegar a generalizarse su uso. Los productores saben que existen otros tipos de herramientas, sin embargo su situación económica debida a una producción limitada no les deja presupuesto para el rubro de equipos y herramientas.

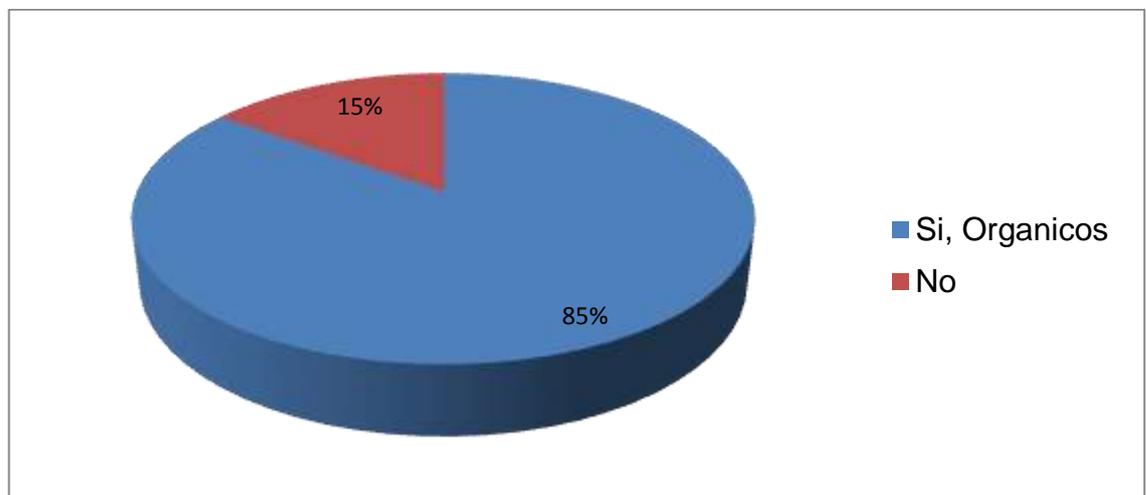
## 12. ¿Usted utiliza pesticidas?

**CUADRO 12: UTILIZACIÓN DE PESTICIDAS**

Pesticidas orgánicas	N. de encuestados	Porcentajes
Si	7	15%
No	41	85%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 12: Utilización de pesticidas**

**Análisis:** Lo que estipula el gráfico 12, es que el 15% de los productores utilizan pesticidas orgánicas, el 85% no utiliza ningún tipo de pesticidas. Este tipos de pesticidas son impulsados por ECOCERT a través del Centro Agrícola Palenque que a su vez llega a los productores mediante la recomendación de pesticidas orgánicos, los mismos que vienen de fuentes naturales, como lo son las plantas, siendo así el caso de piretrum (piretrinas), o riania (insecticidas botánicos), o minerales como el ácido bórico, criolita o tierra diatomácea. Los pesticidas orgánicos son insecticidas.

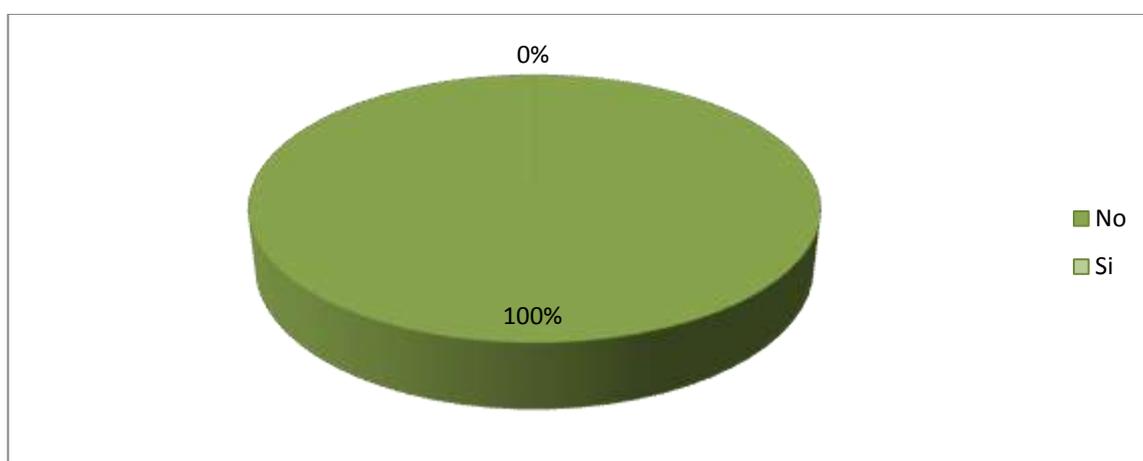
### 13. ¿Realiza aplicación de normas de calidad a su cultivo?

**CUADRO 13: APLICACIÓN DE NORMAS**

Aplicación de normas	N. de encuestados	Porcentaje
Si	0	0
No	48	100%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 13: Aplicación de normas**

**Análisis:** De acuerdo al gráfico 13, la respuesta de los encuestados indica lógica y coherencia ya que, si casi no aceptan, las asesorías y asistencias técnicas resulta más que evidente que ellos no se rigen a las normas de calidad que en el Ecuador existen (NTE-INEN 177:95). El 100% de los productores no aplican normas de calidad para el cultivo, la mayoría cultiva por costumbres heredadas, es decir que esta asociación no se rige completamente a las normas de calidad requeridas para la calificación de su cacao para que pueda ser exportado. Por otra parte indica una gran debilidad en cuanto a una falta de cultura agrícola, ya que muchos de los productores no se someten a los requisitos y normas necesarios para su calificación como productores de cacao. Este es un Centro Agrícola no está concientizado como tal con sus responsabilidades ante el agricultor.

#### 14. ¿Realiza la post-cosecha correspondiente a su producto?

**CUADRO 14: POST-COSECHA**

Fermentación	N. de encuestados	Porcentajes
Si	3	6%
No	45	94%
Total	48	100%

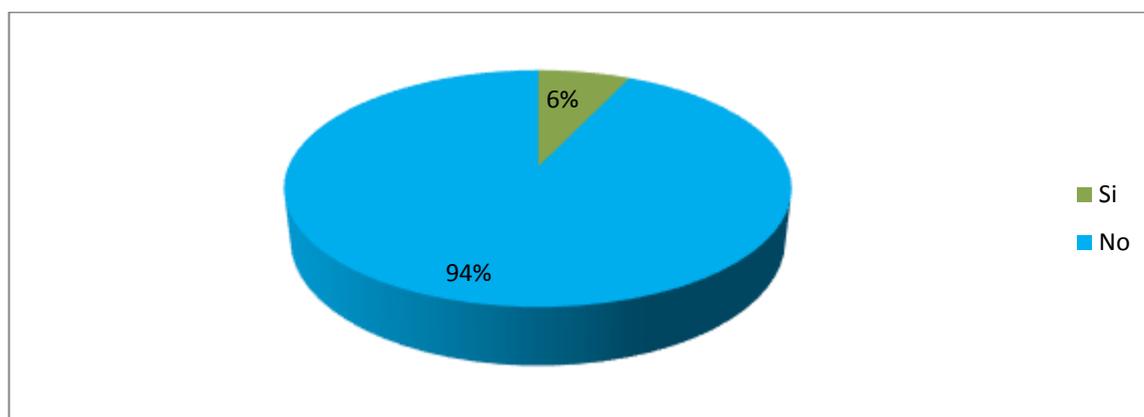
**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor

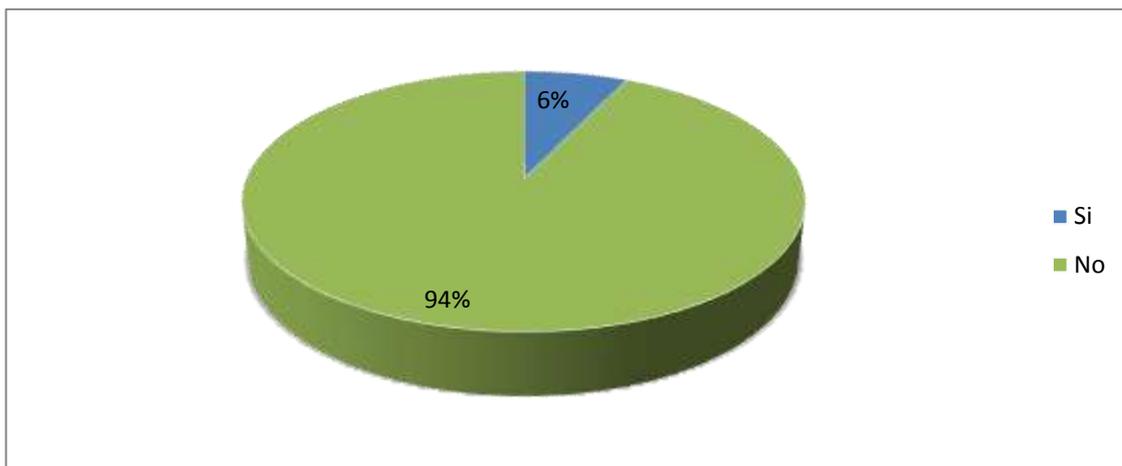
Secado	N. de encuestados	Porcentajes
Si	3	6%
No	45	94%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 14: Fermentación**



**Gráfico 14: Secado**

**Análisis:** Según el gráfico 14, el 94% de los agricultores encuestados no ejecuta manejo post - cosecha tales como fermentación y secado. El agricultor vende el cacao en baba (mucílago) a la asociación, estos no necesariamente controlan este aspecto. El cacao en baba cuesta menos. La asociación toma el cacao lo fermenta (6%) y lo seca (6%), esto sólo se realiza en el centro de acopio de la asociación mediante cajones fermentadores, hechos de madera, dispuestos en escaleras, en tres pisos. Se usan tendales.

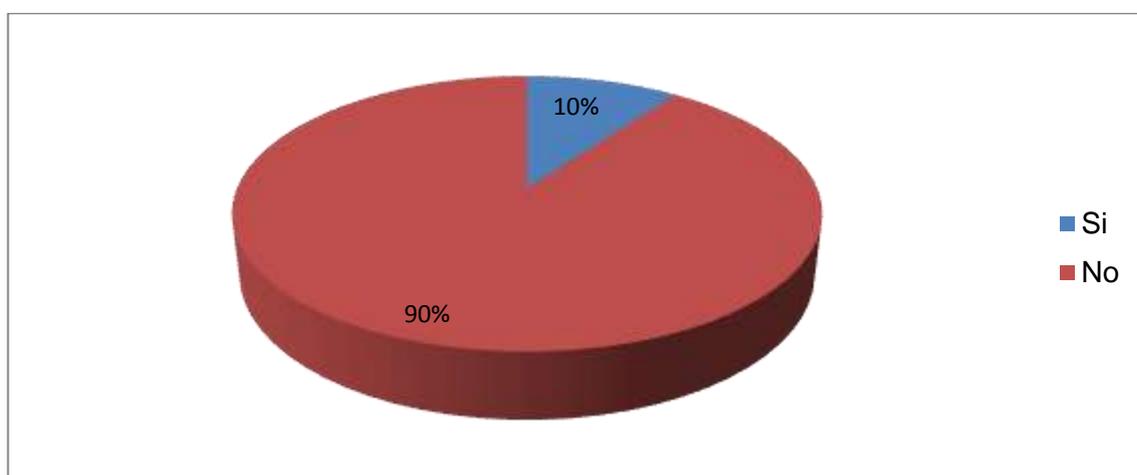
## 15. ¿Clasifica su cacao para la venta?

**CUADRO 15: CLASIFICACION PARA LA VENTA**

Fuentes	N. de encuestados	Porcentajes
Si	5	10%
No	43	90%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 15: clasificación para la venta**

**Análisis:** Según lo expuesto en el gráfico 15, el 90% de los agricultores no supieron especificar que ellos no clasifican su producto porque tanto la asociación como el intermediario les paga lo mismo por su cacao ya sea este en baba, húmedo o seco, mientras que el 10% si lo hacen argumentando que a ellos si les interesa que la asociación crezca para tener compradores potenciales y así poder mejorar sus ingresos.

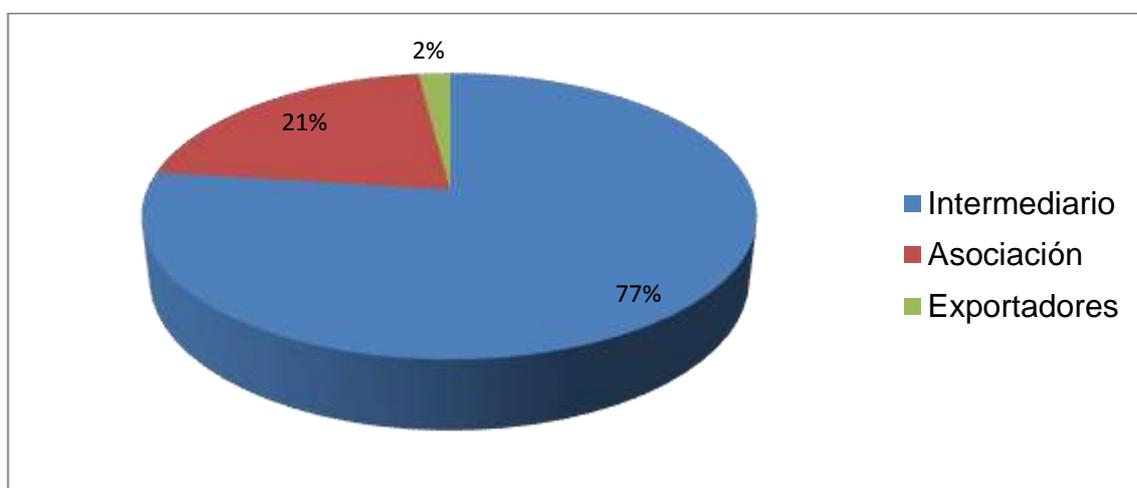
## 16¿Qué canales de comercialización usa?

**CUADRO 16: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Canales	N. de encuestados	Porcentaje
Intermediario	37	77%
Asociación	10	21%
Exportadores	1	2%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 16: Canales de comercialización**

**Análisis:** Lo que determina el gráfico 16, como se puede notar es que el 77% de los productores venden su producto al intermediario, un 10% a la Asociación y sólo un 2% a él exportador quien es su fuente potencial de ingreso, notándose así la poca organización que tiene la asociación para sus asociados.

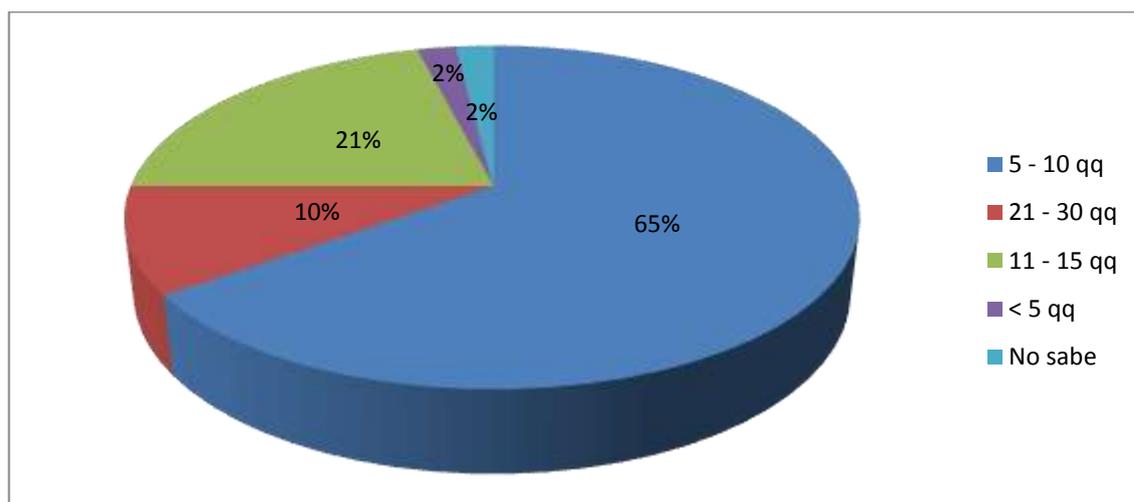
## 17¿Qué cantidad de producción obtiene usted al año?

**CUADRO 17: PRODUCCIÓN ANUAL**

Producción al año	N. de encuestados	Porcentajes
5 – 10 qq	31	65%
21- 30 qq	5	10%
11 – 15 qq	10	21%
< 5 qq	1	2%
No saben	1	2%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 17: Producción anual**

**Análisis:** Lo que establece el gráfico 17, como podemos apreciar en los resultados tabulados es que no existe una tendencia uniforme en el volumen de producción de cacao. Los agricultores no se han establecido mínimos de producción por lo tanto se dan diferentes rangos en el volumen de cosecha. El 65% de los agricultores produce entre 5 y 10 qq, el 21% entre 11 y 15 qq, el 10% entre el 21 y 30 qq, mientras que el 4% restante anualmente produce pequeñas cantidades.

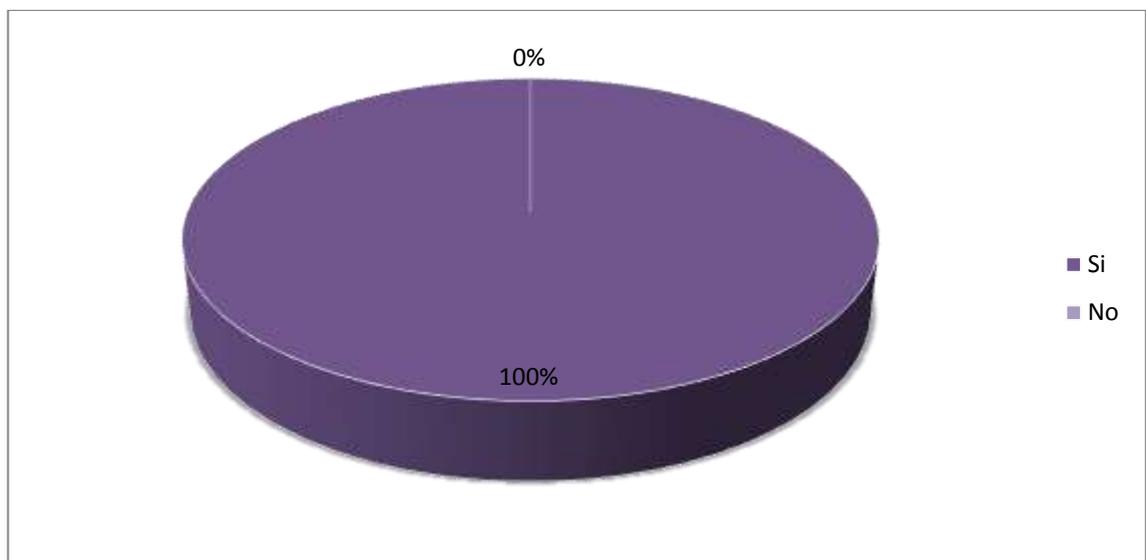
## 18. ¿Cambia de comprador en el transcurso del año?

**CUADRO 18: CAMBIA DE COMPRADORES**

Precios	N. de encuestados	Porcentajes
Si	48	100%
No	0	0%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráfico 18: Cambia de compradores**

**Análisis:** Lo que estipula el gráfico 18, es que el 100% de los productores indicaron que el precio del cacao en esta zona es variable, aun siendo parte de la asociación y de la que deberían tener un precio estable o por lo menos equitativo a los de las ciudades grandes. Por ello prefieren vender su producción al intermediario quien les paga la misma cantidad por su producción obteniendo beneficios muchas veces de este.

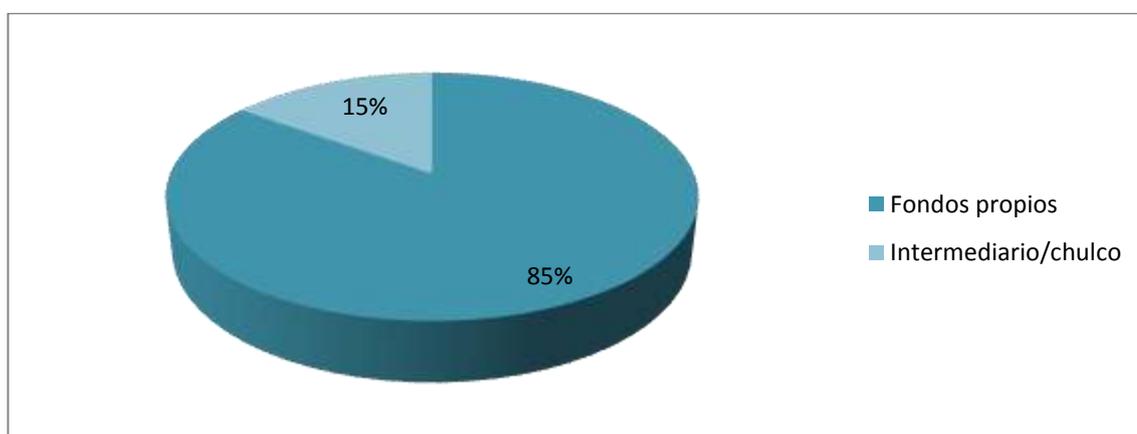
## 19. ¿Qué tipos de financiamientos utiliza usted para su producción?

**CUADRO 19: TIPOS DE FINANCIAMIENTO**

Financiamientos	N. de encuestados	Porcentajes
Fondos propios	41	85%
Intermediario/chulco	7	15%
Total	48	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada.

**Elaborado:** El Autor



**Gráficos 19: Tipos de financiamiento**

**Análisis:** Lo que determina el gráfico 19, en cuanto al tipo de financiamiento que emplean para generar cultivos de cacao, el 85% lo realiza mediante la utilización de fondos propios, mientras que el 15% lo hacen utilizando préstamos de los intermediarios o chulco. Estas cifras justifican el pequeño volumen de producción que este grupo de agricultores generan por cosecha. Utilizan el poco capital de su propiedad para realizar el control de sus siembras, estableciendo así mediante sondeo que prefieren producir poco pero sin generar mayores deudas de las que ya mantienen por créditos independientes a los de su producción

## 4.2. Discusión

Notoriamente podemos establecer que los agricultores no siguen las normas establecidas por la asociación y que es necesario una cultura de convencimiento respecto a la producción de cacao, logrando de esta manera cambios de mentalidad en el agricultor para fortalecer la producción y mejorar su comercialización; aceptando así que la hipótesis general aquí planteada se da por aprobada. Palenque tiene una población predominante rural que presenta bajos niveles de desarrollo socio – económico e índices de pobreza que alcanzan al 44% de su población que viven en casas de madera y tienen un 75% sólo de instrucción primaria.

Los pequeños productores de esta región enfrentan una serie de debilidades que les impide desarrollar sus potencialidades económicas, mejorar sus ingresos, revertir su situación de pobreza y falta de desarrollo. Estas debilidades son:

- Una baja productividad y calidad de la producción en las fincas.
- La falta de infraestructura.
- Escasa organización comercial y capacidad institucional que ofrezcan a los agricultores servicios eficientes de comercialización y apoyo a la producción.

La necesidad de que los productores se actualicen; y el no disponer ni en el presente, ni la posibilidad en un futuro de obtener los recursos para hacerlo los lleva a seguir cultivando de una manera elemental.

Los agricultores necesitan una comercialización que sea rentable, pero no la podrán tener mientras sigan utilizando como canales de comercialización directamente al intermediario.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 Conclusiones

La inestabilidad de compradores, ya que el 100% de ellos manifestaron que el precio del cacao en esta zona es variable y aun perteneciendo al centro agrícola no mantienen precios estables o equitativos a los de las ciudades, por ello prefieren vender al intermediario.

El financiamiento para la producción de cacao, lo utilizan en un 85% de fondos propios, prefiriendo producir poco pero sin generar mayores deudas estas cifras justifican él porque de la no existencia de una tendencia uniforme en el volumen de producción que va de 5 – 10 qq anuales.

Sus ingresos incrementaran y podrán destinar una parte de ellos al ahorro, si al momento de la comercialización se interesarán por su producto ya que el 94% de los agricultores encuestados comercializan el cacao sin ejecutar el manejo post-cosecha tales como fermentación y secado, resultando así afectados sus ingresos ya que el agricultor por su mentalidad conformista vende el cacao en baba, el mismo que cuesta menos de lo que en realidad cuesta el producto final.

Al seguir utilizando como primer canal de comercialización al intermediario en un 77% su situación social y económica se seguirá viendo afectada directamente, puesto que al no recibir una adecuada remuneración por su producto no podrá mejorar su calidad de vida.

## 5.2 Recomendaciones

- Incrementar un sistema administrativo de logística que coordine e integre todas las actividades realizadas en el centro agrícola desde la cosecha hasta la comercialización, con el fin de maximizar el sistema de distribución (exportadores).
- Implantar asesorías y asistencias técnicas permanentes para mejorar las cosechas y obtener mayores unidades de producción exitosas y bien pagadas pudiendo destinar una parte de esta al ahorro.
- Fortalecer la capacidad institucional del centro agrícola, para proveer a los productores servicios eficientes de comercialización y apoyo a la producción.

**CAPÍTULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1 Bibliografía

Bustamante Bejarano, M. (2010). *Escuelas de Campo para Agricultores de café y cacao*. Lima-Perú: Pull Creativo Sel.

Cáceres, D. (28 de octubre de 2009). *etapas-proceso investigacion científica*. Obtenido de etapas-proceso investigacion científica: [http://www.slideshare.net/don\\_juan\\_de\\_marco/etapas-procesoinvestigacioncientifica](http://www.slideshare.net/don_juan_de_marco/etapas-procesoinvestigacioncientifica)

Enriquez Calderón, G. (1935). *Manual del cacao para agricultores*. Costa Rica: departamento de la UNED.

Enriquez, G. (2004). *Cacao Orgánico. guía para productores ecuatorianos*. Pichincha: Cámara Ecuatoriana del libro - Nucleo de Pichincha.

Guaman Paredes, M. C. (2007). *Estudio de factibilidad para el cultivo de cacao 51 en la parroquia Cristóbal Colón de la ciudad de Santo Domingo de los colorados y su comercializacion*. Escuela Politécnica Nacional.

Herbas Llopis, L. (5 de enero de 2014). *periodistadigita*. Obtenido de periodistadigita: <http://blogs.periodistadigital.com/corrupcionglobal.php/2014/01/05/1023-las-poderosas-razon...>

Herrera Cevallos, M. (junio de 2009). *espol.edu.ec*. Obtenido de [espol.edu.ec](http://espol.edu.ec): [www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../Dinamica\\_cadena\\_cacao\\_Ecuador.p...](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../Dinamica_cadena_cacao_Ecuador.p...)

Hilda. (27 de julio de 2008). *derecho.laguia*. Obtenido de [derecho.laguia](http://derecho.laguia2000.com/derecho-comercial/el-comerciante): <http://derecho.laguia2000.com/derecho-comercial/el-comerciante>

Jaura Michay, A. J. (2011). *Importancia de las buenas prácticas agrícolas aplicadas al cultivo del cacao: certificación organica 2009-2010*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

López Andrade, P. E. (2002). *Aportes agroeconomicos en la mejora de la productividad y calidad de las plantaciones de cacao nacional en el Ecuador*. Riobamba: Espol.

Martinetti, P. (2006). *Características y evolución del mercado internacional para los cacaos especiales*. Quevedo: INIAP.

Navarrete, P. (20 de julio de 2013). *paula.cl*. Obtenido de [paula.cl](http://paula.cl): [www.paula.cl/tendencia/cacao-arriba-granos-de-oro](http://www.paula.cl/tendencia/cacao-arriba-granos-de-oro)

Olvera Viteri, M. (2009). *Constitución de la República del Ecuador*. Buenos Aires: Juridica El Forum.

Omaña, D. (28 de abril de 2009). *purocacaounesur*. Obtenido de purocacaounesur: [purocacaounesur.blogspot.com/2009/04/variedades-comerciales.html](http://purocacaounesur.blogspot.com/2009/04/variedades-comerciales.html)

Osterling, G. I. (2008). *X Jornadas Nacional de Derecho Tributario*. Perú: Instituto Peruano de Derecho Tributario.

Pino, S. (2010). *La cadena de valor del cacao en el Ecuador: diagnóstico actual*. Guayaquil: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Quingaísa, E. (2007). ESTUDIO DE CASO: DENOMINACION DE ORIGEN "CACAO ARRIBA". *ESTUDIO DE CASO: DENOMINACION DE ORIGEN "CACAO ARRIBA"* (pág. 69). Quito: Agronegocios IICA.

Radi, C. (2006). *"ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA DEL CACAO FINO"*. Quevedo: CORPEI.

Radi, C. (2005). *Estudio sobre los mercados de valor*. Quito: Iniciativa Biocomercio Sostenible - CORPEI.

Rodriguez Rojas, L. E. (2012). *Comercialización de productos agrícolas en el gobierno de la parroquia de Yaruquí*. Quito: UCE.

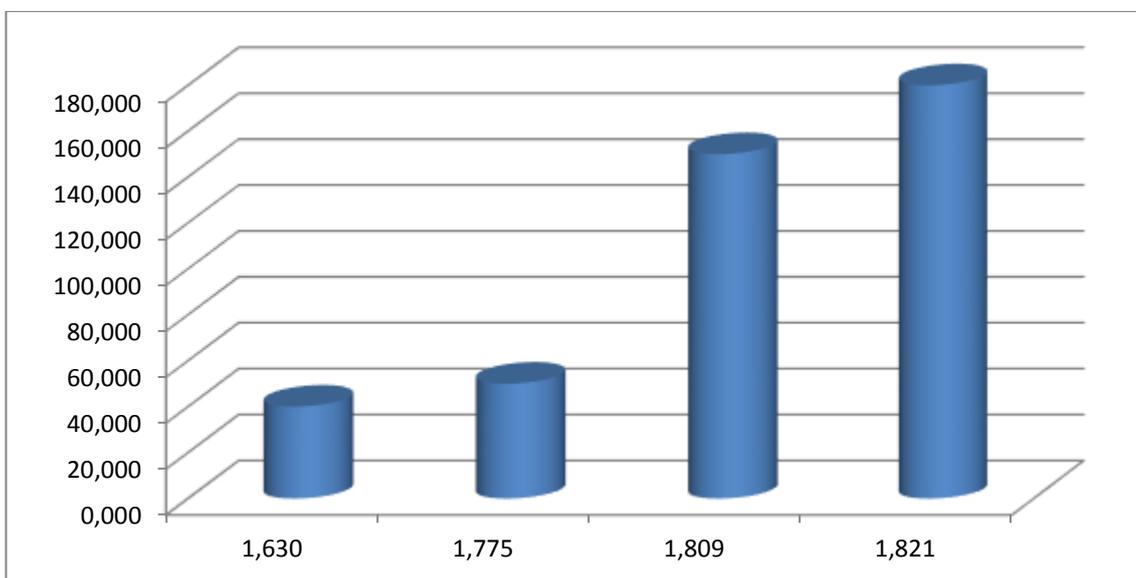
Ruiz, M. S. (5 de Enero de 2008). *ponce.inter.edu/cai/manuales*. Obtenido de ponce.inter.edu/cai/manuales: <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>

Sánchez, A. D. (2011). *Manual de Producción de cacao*. Honduras: la lima.

Schmid, P. (2013). *Análisis de la situación actual y perspectivas del cacao ecuatoriano y propuesta de industrialización local*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.

**CAPÍTULO VII**  
**ANEXOS**

**Anexo 1. Muestra datos de producción en el periodo colonial (1600-1821 qq)**



**Fuente: Anecacao**

**Elaborado por: El autor**

**Anexo 2: Cuestionario**

**DIRIGIDO A PRODUCTORES SOBRE, LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN EL CANTÓN PALENQUE.**

**A. INFORMACIÓN GENERAL**

**1. TIPO DE INSTRUCCIÓN:**

PRIMARIA ( ) SECUNDARIA ( ) SUPERIOR ( ) OTRA ( ) NINGUNA ( )

**2. QUÉ TIPOS DE VIVIENDAS TIENEN LOS AGRICULTORES**

CAÑA ( ) MADERA ( ) MIXTA ( ) CEMENTO ( )

**3. PERTENECEN A ALGUNA ASOCIACIÓN? SI ( ) NO ( )**

a). EN CASO SEA SÍ, CUÁL ES EL NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN?

.....

**4. ¿ASISTE A LAS REUNIONES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN?**

SI ( ) NO ( )

**5. ¿RECIBE BENEFICIOS POR SER PARTE DE LA ORGANIZACIÓN?**

SI ( ) NO ( )

**6. ¿TIENE INTERÉS EN PERMANECER EN LA ASOCIACIÓN?**

SI ( ) NO ( )

**7. ¿RECIBE ASESORAMIENTO? SI ( ) NO ( )**

SI CONTESTA SI, NOMBRE A LA INSTITUCIÓN QUE LAS EFECTÚA

.....

8. ¿RECIBE ASISTENCIA TÉCNICA? SI ( ) NO ( )

SI CONTESTA SI, NOMBRE A LA INSTITUCIÓN QUE LAS EFECTÚA

.....

## B. TENENCIA DE LA TIERRA

9. ¿EL TERRENO QUE POSEE ES?:

PROPIO ( )

HERENCIA ( )

HERENCIA Y PROPIA ( )

10. ¿TIPOS DE CULTIVOS?:

1. NARANJA..... ( )

2. CACAO..... ( )

3. CAFÉ..... ( )

4. MAÍZ..... ( )

5. GUINEO ..... ( )

6. PLÁTANO..... ( )

7. MANDARINA..... ( )

8. PASTO ..... ( )

9. YUCA ..... ( )

10. GANADO..... ( )

11. ¿CUÁLES SON SUS INSTRUMENTOS A UTILIZAR PARA LA LIMPIEZA DE SU CULTIVO?

.....

## C. FUMIGACIÓN

12. ¿USTED UTILIZA PESTICIDAS? SI ( ) NO ( )

¿QUÉ PRODUCTO UTILIZA?.....

**F. ASPECTOS NORMATIVOS**

**13. ¿REALIZA APLICACIÓN DE NORMAS DE CALIDAD A SU CULTIVO?**

SI ( )

NO ( )

¿POR QUÉ?.....

**G. ¿POST-COSECHA?**

**FERMENTACIÓN**

**14. ¿REALIZA LA FERMENTACIÓN DE SU CACAO?**

SI ( )

NO ( )

¿POR QUÉ?.....

**SECADO**

**¿REALIZA EL SECADO DE SU CACAO?**

SI ( )

NO ( )

¿POR QUÉ?.....

**I. ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

**15. ¿CLASIFICA SU CACAO PARA LA VENTA?**

SI..... NO..... ¿POR QUÉ?.....

.....

**16. ¿QUÉ CANALES DE COMERCIALIZACIÓN USA?**

INTERMEDIARIO.....ASOCIACIÓN..... EXPORTADOR.....

**17. ¿QUE CANTIDAD DE PRODUCCION OBTIENE UD AL AÑO?**

.....

**18. ¿CAMBIA DE COMPRADOR EN EL TRANCURSO DEL AÑO?**

SI.....

NO.....

¿POR QUÉ?.....

**19. TIPOS DE FINANCIAMIENTO**

Corporación Financiera Nacional ( )

Prestamista / chulquero ( )

Banco privado ( )

Banco Nacional de Fomento ( )

Cooperativa de ahorro ( )

Fondos propios ( )

**ANEXO 3: Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 177:95 Cacao en grano y Muestreo**

<b>Número de muestras elementales de cacao</b>	
<b>Tamaño del lote (número de sacos)</b>	<b>Número mínimo de muestras elementales</b>
2 -8	2
9 -15	3
16 -25	5
26 -50	8
51 - 90	13
91 - 150	20
151 - 280	32
281 - 500	50
501 - 1,200	80
1,201 - 3,200	125
3,201 - 10,000	200
10,001 - 35,000	315
35,001 - 150,000	500
150,001 - 500,000	800
Mayor a 500,001	1250

**Fuente: Anecacao**

**Elaborado por: El autor**

El tamaño de la muestra puede cambiar, dependiendo del nivel de inspección acordado entre el comprador y vendedor. Muestreo por atributos.

**ANEXO 4: Instalaciones y equipos del Centro Agrícola cantón Palenque**







