



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS

Proyecto de Investigación
Previo a la Obtención del Título
de Ingeniera en Administración
de Empresas Agropecuarias

Título del Proyecto de Investigación:

“Cadena de valor de maíz duro en la zona de Mocache, provincia de Los Ríos”

Autora:

Vivianna **Alexandra Agurto Cantos**

Director del Proyecto de Investigación:

Ing. M. Sc. Luis Fernando Simba Ochoa

Quevedo – Ecuador

2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

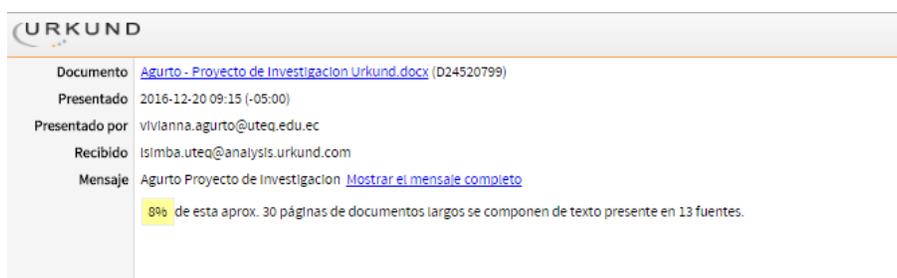
Yo, **Vivianna Alexandra Agurto Cantos**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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 normativa institucional vigente.

Vivianna Alexandra Agurto Cantos
Autora

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

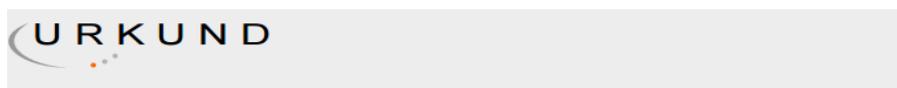
El suscrito **Ing. M. Sc. Luis Fernando Simba Ochoa**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el estudiante **Vivianna Alexandra Agurto Cantos**, realizó el Proyecto de Investigación titulado “**Cadena de valor de maíz duro en la zona de Mocache, provincia de Los Ríos**”, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Agropecuarias, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.



URKUND

Documento	Agurto - Proyecto de Investigacion Urkund.docx (D24520799)
Presentado	2016-12-20 09:15 (-05:00)
Presentado por	vivianna.agurto@uteq.edu.ec
Recibido	lsimba.uteq@analysis.arkund.com
Mensaje	Agurto Proyecto de Investigacion Mostrar el mensaje completo

8% de esta aprox. 30 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 13 fuentes.



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Agurto - Proyecto de Investigacion Urkund.docx (D24520799)
Submitted: 2016-12-20 15:15:00
Submitted By: vivianna.agurto@uteq.edu.ec
Significance: 8 %
Sources included in the report:

Cajas - Proyecto de Investigacion Urkund.docx (D22672625)
Cajas - Proyecto de Investigacion 11.12.2016.docx (D24291753)
Saenz Tesis Urkund 12.11.2015.docx (D16174358)
Saenz Tesis 10.12 urkund.docx (D16665911)
Donoso - Proyecto de investigación urkund.docx (D16887648)
Donoso Tesis urkund.docx (D17411096)
<http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/1265/1/T-UTEQ-0008.pdf>
<http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc081.htm>
<http://libroweb.alfaomega.com.mx/book/385/free/data/Materiales/Capitulo04/MapeoDeLaCadenaDeValor.pdf>
<http://www.monografias.com/trabajos73/organizacion-administrativa-influencia-servicio-cliente/organizacion-administrativa-influencia-servicio-cliente2.shtml>
<http://maiznancycajamaca.blogspot.com/2014/11/1.html>
<http://www.gestiopolis.com/comercializacion-de-productos-y-servicios-universitarios/>
<http://www.gestiopolis.com/que-es-la-cadena-de-valor/>

Instances where selected sources appear:

23

Ing. M. Sc. Luis Fernando Simba Ochoa
Director del Proyecto de Investigación

CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

El suscrito, **Ing. M. Sc. Luis Fernando Simba Ochoa**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en calidad de Director del Proyecto de Investigación titulado “**Cadena de valor de maíz duro en la zona de Mocache, provincia de Los Ríos**”, CERTIFICA el cumplimiento de los parámetros establecidos por el SENESCYT y se evidencia el reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico (URKUND) con un porcentaje de coincidencia del 8%.

	
Documento	Agurto - Proyecto de Investigacion Urkund.docx (D24520799)
Presentado	2016-12-20 09:15 (-05:00)
Presentado por	vivianna.agurto@uteq.edu.ec
Recibido	lSimba.uteq@analysis.arkund.com
Mensaje	Agurto Proyecto de Investigacion Mostrar el mensaje completo 8% de esta aprox. 30 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 13 fuentes.

Ing. M. Sc. Luis Fernando Simba Ochoa
Director del Proyecto de Investigación



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto de Investigación:

“Cadena de valor de maíz duro en la zona de Mocache, provincia de Los Ríos”

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de:

Ingeniera en Administración de Empresas Agropecuarias

Aprobado por:

Ing. M. Sc. Sandra Muñoz Macías

Presidente del Tribunal

Ing. M. Sc Cesar Varas Maenza

Miembro del Tribunal

Econ. Livingston Tapia Ortiz

Miembro del Tribunal

Quevedo – Ecuador

2016

AGRADECIMIENTO

A Dios por la oportunidad de la vida y por permitirme llegar a culminar satisfactoriamente esta etapa de mi vida.

A mi padre por estar conmigo en todo momento y guiarme por buen camino.

A mi familia por su apoyo en todo momento.

Al Ing. M. Sc. Luis Simba Ochoa, Director del Proyecto de Investigación, por su sugerencia en la investigación.

A los demás docentes de la facultad de Ciencias Agrarias de la UTEQ, por los conocimientos impartidos durante mi formación profesional.

A la UTEQ por abrir sus puertas a la comunidad y formar profesionales que participen activamente en la sociedad.

Vivianna Agurto

DEDICATORIA

A Dios por darme las fuerzas necesarias para no desfallecer ante ningún momento difícil en mi vida.

A mis padres, pilares fundamentales de mi vida.

A toda mi familia por todo el apoyo brindado.

Vivianna Agurto

RESUMEN

En la zona de Mocache, existe un número elevado de familias que dependen del cultivo de maíz para el sustento en sus hogares, sin embargo han tenido problemas en su comercialización, por lo que se hace necesario el estudio de la cadena del valor en dicha zona para promover el desarrollo del sector maicero. Por lo expresado anteriormente se llevó a cabo la presente investigación a fin de establecer la cadena de valor de la producción de maíz duro en el cantón Mocache, provincia de Los Ríos. Para el cumplimiento de los objetivos se aplicó la encuesta a 25 productores de maíz, 16 comercializadoras de maíz, a la Unidad Nacional de Almacenamiento, y 8 comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache. Como principales objetivos se pudo constatar que en la cadena de valor del maíz en el cantón Mocache, los principales factores internos que intervienen en la misma son los agricultores dedicados a la producción de maíz, los recursos utilizados para el proceso de producción de maíz, así como las instituciones inmersas en el mismo brindando asesoramiento técnico en general. El MAGAP es la principal institución relacionada con este cultivo en la zona de estudio, ya que brinda asesoramiento a un 64.0% de los agricultores encuestados. Las entidades financieras, las que brindan préstamos son BanEcuador, bancos privados y cooperativas de ahorro y crédito, pero un 32.0% de los productores siembra utilizando fondos propios. Los principales factores externos de la cadena del valor de maíz en el cantón Mocache son las comercializadoras de maíz, la Unidad Nacional de Almacenamiento y los comisariatos que se dedican a la venta de este grano. Los agricultores consideran al maíz como uno de los productos de mayor importancia para la economía local, por lo que un 60.0% no los reemplazaría por ningún otro tipo de cultivo, ya que es un cultivo tradicional de este cantón.

Palabras Claves: maíz, cadena de valor, comercialización.

SUMMARY

In the area of Mocache, there are a large number of families that depend on the maize crop for sustenance in their homes, however they have had problems in their commercialization, reason why it is necessary to study the value chain in that area To promote the development of the corn sector. For the above, the present investigation was carried out in order to establish the value chain of the production of hard corn in the canton Mocache, province of Los Ríos. For the fulfillment of the objectives, the survey was applied to 25 maize producers, 16 corn marketing companies, the National Storage Unit, and 8 comisariatos that sell maize in the Mocache canton. As main objectives, it was possible to verify that in the value chain of maize in the Mocache canton, the main internal factors that intervene in the same are the farmers dedicated to the production of maize, the resources used for the maize production process, and As the institutions immersed in it providing technical advice in general. MAGAP is the main institution related to this crop in the study area, since it provides advice to 64.0% of the farmers surveyed. The financial institutions, which provide loans are BanEcuador, private banks and credit unions, but 32.0% of the farmers sow using their own funds. The main external factors in the maize value chain in the Mocache canton are the maize marketers, the National Storage Unit and the commissaries that sell the maize. Farmers consider maize as one of the most important products for the local economy, so 60.0% would not replace them with any other type of crop, since it is a traditional crop of this canton.

Keywords: maize, value chain, marketing.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido	Página
Portada.....	i
Declaración de Autoría y Cesión de Derechos.....	ii
Certificación de Culminación del Proyecto de Investigación.....	iii
Reporte de la Herramienta de Prevención de Coincidencia y/o Plagio Académico.....	iv
Certificación de Aprobación por Tribunal de Sustentación.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Resumen.....	viii
Summary.....	ix
Tabla de Contenido.....	x
Índice de Tablas.....	xv
Índice de Anexos.....	xvii
Código Dublín.....	xviii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Problema de Investigación.....	3
1.1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.1.2 Formulación del Problema.....	3
1.1.3 Sistematización del Problema.....	4
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos.....	4
1.3 Justificación.....	5

CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1 Marco Conceptual.....	7
2.1.1 Comercialización	7
2.1.2 Mercado	7
2.1.3 Administración	8
2.1.4 Cadena del Valor	9
2.2 Marco Referencial	9
2.2.1 Aspectos Generales del Cultivo de Maíz.....	9
2.2.1.1 Importancia del Maíz.....	11
2.2.2 Importancia de la Cadena de Valor	13
2.2.2.1 Elementos de la Cadena de Valor.....	14
2.2.3 Aspectos Importantes de la Comercialización.....	16
2.2.3.1 Canales de Comercialización.....	16
2.2.4 Elementos de la Producción	17
2.2.4.1 Tierra	17
2.2.4.2 Capital.....	17
2.2.4.3 Trabajo.....	18
2.2.5 Elementos Básicos de la Administración	18
2.2.6 Importancia de la Administración	19
2.2.6.1 Consideraciones, sobre la Importancia de la Administración	20
2.2.7 Principios Generales de la Administración	20
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.1 Localización.....	24
3.2 Tipo de Investigación	24
3.3 Métodos de Investigación.....	24

3.4 Fuentes de Recopilación de Información	24
3.5 Diseño de la Investigación.....	25
3.6 Instrumentos de Investigación	25
3.6.1 Encuesta.....	25
3.6.2 Población y Muestra	26
3.7 Tratamientos de los Datos	26
3.8 Recursos Humanos y Materiales	26
3.8.1 Recursos Humanos	26
3.8.2 Recursos Materiales.....	26
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
4.1 Resultados.....	29
4.1.1 Encuesta a Productores	31
4.1.1.1 Origen del Terreno.....	31
4.1.1.2 Realización de Análisis de Suelo	31
4.1.1.3 Costo de Pase de Rastra.....	31
4.1.1.4 Costo Promedio por Hectárea por Ciclo.....	32
4.1.1.5 Número de Ciclos de Maíz por Año.....	32
4.1.1.6 Semilla Utilizada para la Siembra	33
4.1.1.7 Existencia de Sistema de Riego.....	33
4.1.1.8 Tipo de Siembra	34
4.1.1.9 Producción Promedio por Hectárea.....	34
4.1.1.10 Precio Promedio del Quintal de Maíz.....	35
4.1.1.11 Problemas en la Comercialización	35
4.1.1.12 Tiempo que Transcurre para el Pago.....	36
4.1.1.13 Cultivo con el que Reemplazaría el Maíz.....	36

4.1.1.14 Instituciones que Brindan Asesoramiento Técnico a Agricultores de Maíz	37
4.1.1.15 Contenido con la Rentabilidad del Cultivo de Maíz.....	37
4.1.1.16 Instituciones que Otorgan Créditos a los Agricultores de Maíz.....	38
4.1.1.17 Costo Promedio de Mano de Obra por Hectárea de Maíz.....	38
4.1.1.18 Costo Promedio de Insumos por Hectárea de Maíz	39
4.1.2 Encuesta a Comercializadoras.....	40
4.1.2.1 Antigüedad en la Compra de Maíz.....	40
4.1.2.2 Productos que Compran las Comercializadoras.....	40
4.1.2.3 Criterios para el Pago del Quintal de Maíz.....	41
4.1.2.4 Persona Encargada de Calificar el Grano de Maíz.....	41
4.1.2.5 Compradores de Maíz a las Comercializadoras	42
4.1.2.6 Precio de Venta en las Comercializadoras	42
4.1.2.7 Volumen de Compra.....	43
4.1.3 Encuesta a la UNA	43
4.1.3.1 Vendedores, Tratamientos y Compradores	44
4.1.3.2 Volumen de Compra, Ingresos y Ganancia de la UNA.....	44
4.1.4 Encuesta a la Comisariatos	45
4.1.4.1 Precio de Compra del Quintal	45
4.1.4.2 Modo de Venta	45
4.1.4.3 Volumen de Compra por Mes (qq).....	46
4.1.4.4 Proveedores	46
4.1.4.5 Volumen de Venta por Mes (qq)	47
4.1.4.6 Precio de Venta del Quintal de Maíz en Comisariatos.....	47
4.2 Discusión	49
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52

5.1 Conclusiones.....	52
5.2 Recomendaciones	55
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA	56
6.1 Bibliografía Citada	57
CAPÍTULO VII ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Origen del terreno de los productores de maíz en el cantón Mocache.....	31
Tabla 2	Realización de análisis de suelo por parte de los productores de maíz en el cantón Mocache.....	31
Tabla 3	Costo del pase de rastra en el cantón Mocache.....	32
Tabla 4	Costo de producción promedio por hectárea de maíz en el cantón Mocache.	32
Tabla 5	Número de ciclos de maíz por año en el cantón Mocache.....	33
Tabla 6	Semilla utilizada para la siembra de maíz en el cantón Mocache.....	33
Tabla 7	Existencia de sistema de riego en fincas de maíz del cantón Mocache.	34
Tabla 8	Tipo de siembra de maíz realizado en fincas del cantón Mocache.....	34
Tabla 9	Producción promedio por hectárea de maíz en el cantón Mocache.....	35
Tabla 10	Precio promedio del quintal de maíz en el cantón Mocache.....	35
Tabla 11	Problemas en la comercialización de maíz en el cantón Mocache.	36
Tabla 12	Tiempo que transcurre para el pago de la venta de maíz en el cantón Mocache. ...	36
Tabla 13	Cultivos por los que los agricultores cambiarían en maíz en el cantón Mocache...37	
Tabla 14	Instituciones que brindan asesoría técnica a los agricultores de maíz en el cantón Mocache.....	37
Tabla 15	Contento de los agricultores por la rentabilidad de maíz en el cantón Mocache. ...	38
Tabla 16	Instituciones a las que realizan créditos los agricultores de maíz en el cantón Mocache.....	38
Tabla 16	Costo promedio de mano de obra por hectárea de maíz en el cantón Mocache.	39

Tabla 16	Costo promedio de insumos por hectárea de maíz en el cantón Mocache.	39
Tabla 17	Antigüedad de las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.	40
Tabla 18	Productos que compran las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.	41
Tabla 19	Criterios para el pago del quintal de maíz en el cantón Mocache.	41
Tabla 20	Encargado de calificar el grano en las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.	42
Tabla 22	Compradoras de maíz de las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.	42
Tabla 23	Encargado de calificar el grano en las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.	43
Tabla 24	Volumen de compra de grano en las comercializadoras de maíz del cantón Mocache.	43
Tabla 25	Vendedores, tratamientos y compradores del grano de maíz en la UNA.	44
Tabla 26	Volumen de compra, ingresos y ganancia de maíz en la UNA.	44
Tabla 27	Precio de compra del quintal de maíz de los comisariatos en el cantón Mocache.	45
Tabla 28	Precio de compra del quintal de maíz de los comisariatos en el cantón Mocache.	46
Tabla 29	Volumen de compra de maíz por mes de los comisariatos en el cantón Mocache.	46
Tabla 30	Proveedores de maíz a los comisariatos en el cantón Mocache.	47
Tabla 29	Volumen de compra de maíz por mes de los comisariatos en el cantón Mocache.	47
Tabla 29	Volumen de compra de maíz por mes de los comisariatos en el cantón Mocache.	48

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Encuesta al comercial “Suárez”	61
Anexo 2	Encuesta al comercial “Buenagro”	61
Anexo 3	Encuesta al comercial “Franco”	62
Anexo 4	Encuesta al comercial “Donoso”	62
Anexo 5	Encuesta al comercial “Buenaño”	63
Anexo 6	Encuesta al Sr. Luis Sánchez.....	63

CÓDIGO DUBLÍN

Título:	Cadena del valor de maíz duro en la zona de Mocache, provincia de Los Ríos
Autor:	Vivianna Alexandra Agurto Cantos
Palabras clave:	maíz, cadena de valor, comercialización.
Fecha de publicación	
Editorial:	
Resumen:	<p>En la zona de Mocache, existe un número elevado de familias que dependen del cultivo de maíz para el sustento en sus hogares, sin embargo han tenido problemas en su comercialización, por lo que se hace necesario el estudio de la cadena del valor en dicha zona para promover el desarrollo del sector maicero. Por lo expresado anteriormente se llevó a cabo la presente investigación a fin de establecer la cadena de valor de la producción de maíz duro en el cantón Mocache, provincia de Los Ríos. Para el cumplimiento de los objetivos se aplicó la encuesta a 25 productores de maíz, 16 comercializadoras de maíz, a la Unidad Nacional de Almacenamiento, y 8 comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache. Como principales objetivos se pudo constatar que en la cadena de valor del maíz en el cantón Mocache, los principales factores internos que intervienen en la misma son los agricultores dedicados a la producción de maíz, los recursos utilizados para el proceso de producción de maíz, así como las instituciones inmersas en el mismo brindando asesoramiento técnico en general. El MAGAP es la principal institución relacionada con este cultivo en la zona de estudio, ya que brinda asesoramiento a un 64.0% de los agricultores encuestados. Las entidades financieras, las que brindan prestamos son BanEcuador, bancos privados y cooperativas de ahorro y crédito, pero un 32.0% de los productores siembra utilizando fondos propios. Los principales factores externos de la cadena del valor de maíz en el cantón Mocache son las comercializadoras de maíz, la Unidad Nacional de Almacenamiento y los comisariatos que se dedican a la venta de este grano. Los agricultores consideran al maíz como uno de los productos de mayor importancia para la economía local, por lo que un 60.0% no los reemplazaría por ningún otro tipo de cultivo, ya que es un cultivo tradicional de este cantón.</p>
Descripción:	
URL	

INTRODUCCIÓN

El cultivo de maíz amarillo en los últimos años ha incrementado su producción, por lo que también ha ido disminuyendo la importación del grano, este ha sido uno de los factores primordiales del sector productor para evitar la compra externa y cultivar más ante la creciente necesidad de la industria de balanceados (ESPINOZA, 2014).

Debido a la creciente demanda, la producción mundial del maíz entre el año 2000 al 2012 registró un crecimiento de 47,19%, pasando de 592 millones de toneladas producidas en el año 2000 a 872 millones TM en el 2012. Esto refleja una tendencia positiva en este periodo de tiempo, con una tasa de crecimiento anual promedio de 3,39% (SINAGAP, 2013). Según el INEC, en el Ecuador, anualmente se produce un promedio de 717.940 TM de maíz duro seco y 43.284 TM de maíz duro suave. En el caso del primero, la producción se encuentra altamente polarizada en la costa y en el caso del segundo el producto es altamente polarizado en la sierra (INEC, s.f.). De la producción nacional de maíz, la avicultura consume el 57%, alimentos balanceados para otros animales 6%, exportación a Colombia 25%, industrias de consumo humano 4%, el resto sirve para el autoconsumo y semilla.

La producción maicera en la provincia de Los Ríos ocupa un sitio muy importante en su economía, actualmente existe un gran número de pequeños y medianos productores dedicados a esta actividad. La provincia posee la mayor producción de maíz (56%), cuenta con una productividad de 4,56 Tm/ha y con la mayor superficie cosechada, 150 mil hectáreas (SINAGAP, 2013).

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de Investigación

1.1.1 Planteamiento del Problema

En la zona de Mocache, existe un número elevado de familias que dependen del cultivo de maíz para el sustento en sus hogares, sin embargo han tenido problemas en su comercialización ya que no mantienen un canal de comercialización que permita obtener mayores niveles de rentabilidad y por el pago de un precio justo, pero por otro lado esto depende de la calidad en que se entrega el grano. Además por la prisa en el cobro por la venta de su producción, como consecuencia del pago de los gastos que esta actividad demanda, muchas veces los agricultores venden a un precio sumamente menor o a intermediarios que cancelan al instante.

Lo expresado anteriormente se convierte en un factor preocupante al reconocer que no se ha definido concretamente los componentes y actores de la cadena de valor en la zona de Mocache, por lo que lo evidente es el surgimiento de problemas en cuando a comercialización del grano, además al no tener una idea sobre dicha cadena de valor no se puede establecer alternativas que permitan aprovechar las oportunidades que representa este grano que comúnmente se lo vende como materia prima. Además es preciso acotar que existen problemas coyunturales a los problemas principales como es: “la falta de organización del sector maicero de la, lo que ha conllevado a que cada productor desaproveche la fortaleza que tendría al unirse con los demás productores.

1.1.2 Formulación del Problema

¿Cuál es la cadena de valor del maíz en Mocache y cuáles son los factores internos y externos que afecta a la misma?

1.1.3 Sistematización del Problema

En base a la problemática abordada anteriormente se plantean las siguientes directrices:

¿Cuáles son los factores externos que intervienen en la cadena de valor en la producción de maíz duro en el cantón Mocache?

¿Cuáles son los factores internos de la cadena en la producción del maíz duro en el cantón Mocache?

¿Cuáles son las ventajas y desventajas del cultivo de maíz frente a otros cultivos?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Establecer la cadena de valor de la producción de maíz duro en el cantón Mocache, provincia de Los Ríos

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar los factores externos que intervienen en la cadena de valor en la producción de maíz duro en el cantón Mocache.
- Analizar los factores internos de la cadena en la producción del maíz duro en el cantón Mocache.
- Determinar las ventajas y desventajas de la producción de maíz frente a otros cultivos.

1.3 Justificación

Siendo la zona de Mocache en su mayoría maicera, la presente investigación se justifica mediante la identificación de los actores en la cadena de valor del grano de maíz, ya que es evidente la exigencia de la calidad del producto que repercute en la aceptación por parte del consumidor, además al investigar sobre lo diferente actores y factores de la cadena de valor del maíz en la zona de Mocache, se propondrán estrategias de manejo y comercialización que mejoren la calidad del producto de acuerdo a las exigencias del comprador, con el fin de tener una logística idónea, cubrir las exigencias del mercado, eliminar la estrategia tradicional doméstica, mejorar precios, y así mismo aumentar la rentabilidad de los agricultores.

Los resultados de la presente investigación aportaran significativamente al sector maicero del cantón Mocache, ya que mediante el establecimiento de la cadena de valor del maíz en dicha zona, los productores podrán aprovechar de una mejor manera las ventajas que este cultivo representa frente a otros de la zona, así como la búsqueda de canales de comercialización que permitan una mayor salida del producto a fin de determinar las perspectivas de cada uno de los componentes de la cadena y de demostrar que el sector maicero de esta zona puede llegar a un modelo de optimización de la comercialización y poder ser competitivos en mercados nacionales e internacionales.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Comercialización

El proceso de comercialización se concentra en la optimización de la atención de los mercados elegidos para ofertar un determinado bien o servicio, a fin de lograr el mayor aporte al resultado económico y financiero de la empresa o unidad de producción, teniendo en cuenta que su crecimiento a largo plazo depende del adecuado y eficiente manejo de los mercados proveedores y de su planificación frente al mercado atendido (Olivieri, 2010).

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución (Ugarte et al., 2003). Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman (García, 2007).

También se considera a la comercialización como el proceso por el cual un nuevo producto o servicio se introducen en el mercado general. El proceso de comercialización se divide en fases, desde la introducción inicial del producto a través de su producción en masa y la adopción. Se tiene en cuenta el apoyo a la producción, distribución, comercialización, ventas y atención al cliente requerido para alcanzar el éxito comercial (Investopedia, 2016).

2.1.2 Mercado

El mercado es lugar real o nominal donde las fuerzas de oferta y demanda operan, y donde los compradores y vendedores interactúan (directamente o a través de intermediarios) para el comercio de bienes, servicios o contratos o instrumentos, por dinero o el trueque (Business Dictionary, 2016).

Un mercado es un medio que permite a los compradores y vendedores de un bien o servicio específico para interactuar con el fin de facilitar el intercambio. Este tipo de mercado puede ser o bien un mercado físico donde las personas se reúnen para intercambiar bienes y servicios en persona, como en un bazar o un centro comercial, o un mercado virtual en el que los compradores y vendedores no interactúan, como en un mercado en línea (Investopedia, 2016).

2.1.3 Administración

La administración es una variedad de elementos componentes que, juntos en acción, producen el resultado de una tarea definida hecho. Administración, principalmente es la dirección de personas en la asociación para lograr una meta compartida temporalmente. Es el proceso inclusivo de la integración de los esfuerzos humanos de manera que se obtenga el resultado deseado. La administración es la casa de máquinas central del impulso de motivación y el espíritu que hace que la unidad institución para cumplir su propósito (Ordway, 2012).

Gallardo (2012), considera que la administración de empresa es un proceso que consiste en la actividad de dirigir o conducir ya sea una parte o toda una organización, mediante el aprovechamiento de los recursos ya sean humanos, financieros, físico o de cualquier índole que puedan influir en el desarrollo empresarial, destinados en su mayoría al logro de los objetivos de la empresa.

Bateman & Snell (2009), sostienen que la administración es la actividad de trabajar tanto con las personas así como los recursos pertenecientes a un empresa, a fin de cumplir con los objetivos organizacionales, por lo que una buena administración por parte del o de los directores de una entidad implica alcanzar las metas con el máximo aprovechamiento de los recursos, es decir sin desperdiciarlos (ser eficiente) y llegar a alcanzar los objetivos planteados por las organizaciones (ser eficaz).

2.1.4 Cadena del Valor

La cadena de valor es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva (GestioPolis.com, 2001).

Porter (2001), define el valor como la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe menos los costos percibidos por él al adquirir y usar un producto o servicio. La cadena de valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales. Por consiguiente la cadena de valor de una empresa está conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que éstas aportan.

2.2 Marco Referencial

2.2.1 Aspectos Generales del Cultivo de Maíz

El maíz es uno de los cultivos de cereales más importantes del mundo, se cultiva en todos los continentes, excepto en la Antártida, y es más productivo donde las precipitaciones o el riego son adecuados (Cabascango, 2011).

Es un producto básico en la alimentación de los pueblos, heredado de nuestros aborígenes y consumido en una gran variedad de preparaciones y estados de madurez. Es un producto consumido en gran parte por el propio agricultor y su familia, siendo típico en zonas de minifundio ubicadas en los flancos de las tres cordilleras. Los cultivos comerciales, de gran extensión, realizadas en las zonas planas mecanizables han sido desplazados por otros más rentables y seguros, incrementándose paulatinamente las importaciones de maíz en los últimos años (Cajamarca, 2014).

En el nuevo mundo es considerado el principal cereal domesticado y fue la base alimenticia de las civilizaciones Maya, Azteca e Inca. Las teorías genéticas sobre el origen del maíz son muy diversas, pero parece bastante claro que se originó como planta cultivada en algún lugar de América Central. Es bien conocida la importancia del cultivo del maíz, tanto para el consumo humano en sus diversas formas como para su utilización forrajera. Su amplia capacidad de adaptación, su elevado rendimiento y las posibilidades futuras de mejoras por vía genética, hacen de este material uno de los cultivos más prometedores para afrontar la amenaza de hambre en el mundo (Villar, 2009).

Se cultiva desde la antigüedad, hace más de 7000 años. Su origen parece situarse en la zona de México, donde se han encontrado los vestigios más antiguos. Aunque hay varias plantas emparentadas con el maíz (*Zea mays*), solo una es capaz de cruzarse con él espontáneamente, se trata del Teosinte (*Zea perennis*) que se encuentra en México y Guatemala. El Teosinte, según algunos investigadores, es la fuente del germoplasma de los maíces actuales. El maíz es una planta anual, de verano, de porte robusto y con un rápido desarrollo (Ortas, 2008).

El maíz es uno de los alimentos básicos más importantes que conoce el ser humano ya que en torno a él se pueden realizar gran cantidad de preparaciones así como también pueden obtenerse de él numerosos productos derivados (por ejemplo, harinas, aceites, etc.). Subsecuentemente, el maíz es altamente utilizado como alimento en gran parte del ganado que luego son consumidos o utilizados como productores de alimento, por lo cual su importancia es enorme (Tuárez, 2013).

El maíz, es, sin discusión, una de las más valiosas aportaciones de las culturas mesoamericanas a la humanidad, pero además, es necesario aclarar que no es un producto natural, sino que se consiguió mediante la domesticación de alguna gramínea silvestre, sin que hasta la fecha se pueda precisar de cuál de ellas o en qué sitio se consiguió por primera vez. Precisamente por ello, muchas regiones de América se han disputado el crédito de haber sido el lugar donde se cultivó por primera ocasión y de ahí se distribuyó a otras regiones; esto parece poco probable y más bien debe aceptarse que lo que el hombre de América transmitió no fue un grano de maíz, sino el procedimiento para domesticar la gramínea; de ser así, en cada región se logró el cultivo del maíz, domesticando la gramínea del lugar (Andrade, 2014).

Hoy día el maíz es el segundo cultivo del mundo por su producción, después del trigo, mientras que el arroz ocupa el tercer lugar. Es el primer cereal en rendimiento de grano por hectárea y es el segundo, después del trigo, en producción total. El maíz es de gran importancia económica a nivel mundial ya sea como alimento humano, como alimento para el ganado o como fuente de un gran número de productos industriales (Paliwal, 2001).

La diversidad de los ambientes bajo los cuales es cultivado el maíz es mucho mayor que la de cualquier otro cultivo. Habiéndose originado y evolucionado en la zona tropical como una planta de excelentes rendimientos, hoy día se cultiva hasta los 58° de latitud norte en Canadá y en Rusia y hasta los 40° de latitud sur en Argentina y Chile. La mayor parte del maíz es cultivado a altitudes medias, pero se cultiva también por debajo del nivel del mar en las planicies del Caspio y hasta los 3 800 msnm en la cordillera de los Andes. Más aún, el cultivo continúa a expandiéndose a nuevas áreas y ambientes (Paliwal, 2001).

2.2.1.1 Importancia del Maíz

El maíz es uno de los alimentos básicos más importantes que conoce el ser humano ya que en torno a él se pueden realizar gran cantidad de preparaciones así como también pueden obtenerse de él numerosos productos derivados (por ejemplo, harinas, aceites, etc.). Subsecuentemente, el maíz es altamente utilizado como alimento en gran parte del ganados que luego son consumidos o utilizados como productores de alimento, por lo cual su importancia es enorme (Tuárez, 2013).

El maíz, es, sin discusión, una de las más valiosas aportaciones de las culturas mesoamericanas a la humanidad, pero además, es necesario aclarar que no es un producto natural, sino que se consiguió mediante la domesticación de alguna gramínea silvestre, sin que hasta la fecha se pueda precisar de cuál de ellas o en qué sitio se consiguió por primera vez. Precisamente por ello, muchas regiones de América se han disputado el crédito de haber sido el lugar donde se cultivó por primera ocasión y de ahí se distribuyó a otras regiones; esto parece poco probable y más bien debe aceptarse que lo que el hombre de América transmitió no fue un grano de maíz, sino el procedimiento para domesticar la gramínea; de ser así, en cada región se logró el cultivo del maíz, domesticando la gramínea del lugar (Andrade, 2014).

Hoy día el maíz es el segundo cultivo del mundo por su producción, después del trigo, mientras que el arroz ocupa el tercer lugar. Es el primer cereal en rendimiento de grano por hectárea y es el segundo, después del trigo, en producción total. El maíz es de gran importancia económica a nivel mundial ya sea como alimento humano, como alimento para el ganado o como fuente de un gran número de productos industriales (Paliwal, 2001).

La diversidad de los ambientes bajo los cuales es cultivado el maíz es mucho mayor que la de cualquier otro cultivo. Habiéndose originado y evolucionado en la zona tropical como una planta de excelentes rendimientos, hoy día se cultiva hasta los 58° de latitud norte en Canadá y en Rusia y hasta los 40° de latitud sur en Argentina y Chile. La mayor parte del maíz es cultivado a altitudes medias, pero se cultiva también por debajo del nivel del mar en las planicies del Caspio y hasta los 3 800 msnm en la cordillera de los Andes. Más aún, el cultivo continúa a expandiéndose a nuevas áreas y ambientes (Paliwal, 2001).

El maíz es clasificado en dos tipos distintos dependiendo de la latitud y del ambiente en el que se cultiva. El maíz cultivado en los ambientes más cálidos, entre la línea ecuatorial y los 30° de latitud sur y los 30° de latitud norte es conocido como maíz tropical, mientras que aquel que se cultiva en climas más fríos, más allá de los 34° de latitud sur y norte es llamado maíz de zona templada; los maíces subtropicales crecen entre las latitudes de 30° y 34° de ambos hemisferios. Esta es una descripción muy general ya que los maíces tropicales y templados no obedecen a límites regionales o latitudinales rígidos (Paliwal, 2001).

Según FAO (2007) y Aquino, Peña y Ortiz (2008), la importancia del maíz se debe a:

- El 70 % de la gente más pobre del mundo vive en zonas rurales. La mayoría depende de la agricultura, especialmente del maíz y el trigo, para obtener sus alimentos y generar ingresos.
- El maíz y el trigo constituyen la fuente de cerca del 40 % de los alimentos del mundo y alrededor del 25 % de las calorías que se consumen en los países en desarrollo. Millones de personas, incluidas las personas de escasos recursos que habitan en zonas urbanas, obtienen más del 50 % de las calorías que consumen a diario del maíz y el trigo.

- El maíz y el trigo se siembran en casi 200 millones de hectáreas en los países en desarrollo. Por ello, es necesario producir estos cultivos en formas que no perjudiquen el medio ambiente.
- Se estima que en los países en desarrollo se necesitarán 368 millones de toneladas más de maíz y trigo en el 2020 (hoy día se requieren unos 700 millones de toneladas) para satisfacer los requerimientos de alimentos.

En el caso ecuatoriano, anualmente se produce un promedio de 717 940 t de maíz duro seco y 43 284 t de maíz suave seco. En el caso del primero, la producción se encuentra altamente polarizada en la costa y, en el caso del segundo, el producto es altamente polarizado en la sierra (INEC, 2011).

2.2.2 Importancia de la Cadena de Valor

Mayo (2005), expresa que el análisis de la cadena de valor, es una técnica original de Michel Porter con el fin de obtener ventaja competitiva. En los libros de contabilidad se refleja esencialmente un incremento teórico del valor sobre y por encima del costo inicial. Generalmente se supone que este valor debe ser superior a los costos acumulados que se han “agregado” a lo largo de la etapa del proceso de producción. Las actividades del valor agregado real (AVAR) son aquellas que, vistas por el cliente final, son necesarias para proporcionar el output que el cliente está esperando. Hay muchas actividades que la empresa requiere, pero que no agregan valor desde el punto de vista de las ventajas para el cliente (actividades de valor agregado en la empresa o VAE). Además, existen otras actividades que no agregan valor alguno, por ejemplo, el almacenamiento.

La cadena de valor proporciona un modelo de aplicación general que permite representar de manera sistemática las actividades de cualquier organización, ya sea aislada o que forme parte de una corporación. Se basa en los conceptos de costo, valor y margen. La cadena de valor está conformada por una serie de etapas de agregación de valía, de aplicación general en los procesos productivos (Francés, 2001).

La cadena de valor proporciona:

- Un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto de sus competidores.
- Un procedimiento para definir las acciones tendentes a desarrollar una ventaja competitiva sostenible.

2.2.2.1 Elementos de la Cadena de Valor

El concepto de cadena de valor de una compañía muestra el conjunto de actividades y funciones entrelazadas que se realizan internamente. La cadena empieza con el suministro de materia prima y continua a lo largo de la producción de partes y componentes, la fabricación y el ensamble, la distribución al mayor y de tal hasta llegar al usuario final del producto o servicio (Ruíz, 2013).

Quintero & Sánchez (2006), mencionan que una cadena de valor genérica está constituida por tres elementos básicos:

- Las Actividades Primarias, son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, las de logística y comercialización y los servicios de post-venta.
- Las Actividades de Soporte a las actividades primarias, se componen por la administración de los recursos humanos, compras de bienes y servicios, desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación), las de infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de la calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general).
- El Margen, que es la diferencia entre el valor total y los costos totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor.

Las actividades de valor se dividen en dos grandes grupos: primarias y de apoyo. Las primeras, que aparecen en la parte inferior de la figura, son las que intervienen en la creación física del producto, en su venta y transferencia al cliente, así como en la asistencia posterior a la venta. En una firma, pueden dividirse en las cinco categorías genéricas de la figura. Las actividades de apoyo respaldan a las primarias y viceversa, al ofrecer insumos, tecnología, recursos humanos y diversas funciones globales. Las líneas punteadas indican que las adquisiciones, el desarrollo de tecnología y la administración de recursos humanos pueden asociarse a ciertas actividades primarias y al mismo tiempo apoyar la cadena entera. La infraestructura no se relaciona con ninguna actividad primaria, sino que le brinda soporte (GestioPolis.com, 2001).

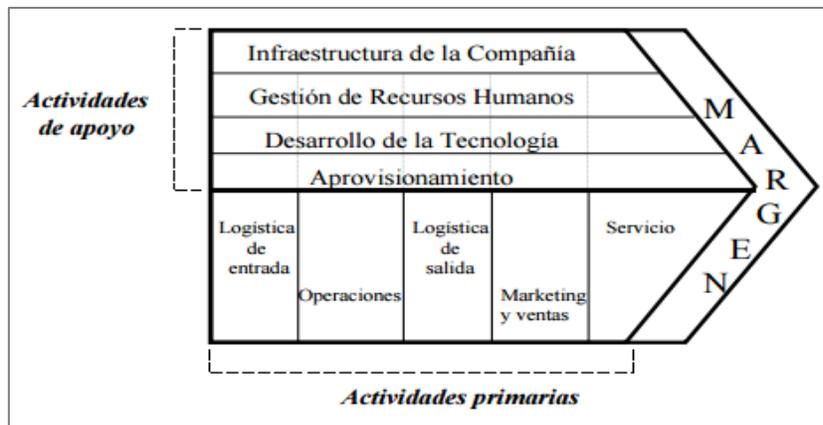


Figura 1 Esquema de la cadena de valor
Fuente: Ruíz (2013)

Las actividades con valor primario y de apoyo se integran mediante eslabones para formar una cadena de valor, como se ilustra en la figura. La cadena tiene forma de flecha, con el margen en su punta. Las actividades primarias aparecen en la capa inferior y en ellas se incluye la logística de entrada (interna), que obtiene materias primas y suministros de los proveedores; las operaciones de la compañía, que transforman las materias primas en productos terminados; la logística de salida (externa) que transporta los productos a los clientes; las operaciones de mercadotecnia y ventas con que se detectan las necesidades de los clientes y se obtienen pedidos, y las actividades de servicio, que mantienen buenas relaciones los clientes después de la venta (GestioPolis.com, 2001).

Las actividades con valor de apoyo aparecen en la capa superior donde se encuentra la infraestructura de la empresa: el marco organizacional que influye en todas las actividades primarias de forma general. Además. Hay tres actividades que pueden influir en las actividades primarias individualmente o en combinación. La administración de recursos humanos consiste en rodar aquellas actividades relacionadas con el control del personal de la compañía, incluidas las funciones que los gerentes realizan y los papeles que desempeñan. El desarrollo tecnológico se refiere a todas las actividades en las que interviene la tecnología, incluida la aplicación de esta misma tecnología de manera eficaz. La creación de sistemas de información basados en computadoras es un ejemplo. La adquisición (abastecimiento) se ocupa de obtener recursos como material y equipo, y las que las actividades primarias usan. El departamento de compras de la empresa realiza muchas de estas actividades de adquisición (GestioPolis.com, 2001).

2.2.3 Aspectos Importantes de la Comercialización

La comercialización de los productos agropecuarios es una etapa tan importante como la producción, y en muchos casos puede implicar diferencias significativas en la rentabilidad de la actividad (Días, 2013).

Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal (García, 2007).

2.2.3.1 Canales de Comercialización

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo (Días, 2013).

2.2.4 Elementos de la Producción

2.2.4.1 Tierra

La parte más importante de la Naturaleza, en relación con la producción ella comprende la superficie del planeta con todos los recursos naturales, que el hombre utiliza para el cultivo de las plantas de donde extrae la mayor parte de los alimentos, es indispensable para la producción (Paschoal, 2008).

El primer factor de la producción es la tierra o elementos naturales y está representada por todos los recursos, la tierra es la fuente de toda materia prima gracias a ella un país puede satisfacer sus necesidades económicas en forma más o menos satisfactoria. Según las condiciones de este recurso y las posibilidades para explotarlo (Zorrilla, 2004).

La tierra es el recurso principal para poder sembrar los cultivos, criar animales y muchas actividades más que el hombre realiza en ella y de esta manera satisfacer las necesidades humanas que el hombre posee para vivir (Días, 2013).

2.2.4.2 Capital

Se denomina capital al patrimonio que se posee para ser invertido en cualquier negocio el cual es un factor de producción, un insumo durable que por sí mismo es un producto de la economía, la mayoría de nosotros no nos damos cuenta de cuantas de nuestras actividades económicas dependen del capital (Jones, 2009).

El capital en teoría económica, es uno de los factores de la producción que, habiendo sido creados por las personas, son utilizados para producir otros bienes o servicios. Dos características importantes del capital son que su creación involucra un costo, porque es necesario utilizar recursos que podrían destinarse al consumo; y que su aplicación al proceso de

producción incrementa la productividad de los otros factores productivos, tales como el trabajo y la tierra (Krugman & Wells, 2007).

Capital es un recurso muy importante para producir cualquier actividad ya que sin dinero no se logra realizar nada por ello es un factor muy importante que interviene en la producción de cualquier producto (Días, 2013).

2.2.4.3 Trabajo

El trabajo está considerado como esfuerzo humano, desde dos puntos de vista el trabajo intelectual y el trabajo material o mano de obra, en ambos casos representan la actividad del hombre encaminada a producir bienes y generar servicios (Zorrilla, 2004)

Se entiende por trabajo la realización de una actividad ya sea física o intelectual realizada por el hombre para producir un producto terminado o un servicio a cambio de una remuneración por el trabajo realizado en un periodo determinado (Días, 2013).

2.2.5 Elementos Básicos de la Administración

Fayol consideraba los elementos de la administración como sus funciones: Planeación, organización, mando, coordinación y control. Una gran parte de su trato está dedicada a un examen de estas funciones y sus observaciones son en general, todavía validas después de más de siete décadas de estudio y experiencia de otras personas en el campo. En todo el tratado de Fayol existe una comprensión de la universidad de los principios. Una y otra señala que estos aplicables no solo a los negocios sino también a las organizaciones políticas, religiosas, filantrópicas, militares y de otros tipos. Como todas las empresas requieren administración, la formulación de una teoría de la administración es necesaria para la enseñanza eficaz (Anzola, 1993).

Hugo (2014), indica que para comprender mejor la administración, es indispensable que todos los empresarios, ya sea pequeños, medianos o grandes, deben tener conocimiento sobre los

cuatro elementos básicos para la ejecución de una buena labor administrativa, los mismos que son:

- **Planeación:** ésta consiste en el planteamiento de los objetivos de la empresa siguiendo un orden y sentido común, basándose principalmente en un plan o método, teniendo en cuenta el presente y futuro de la empresa. La planeación tiene como finalidad dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Qué hacer?, ¿Cómo hacerlo?, ¿Cuándo hacerlo?, ¿Dónde hacerlo?, ¿Por qué hacerlo?, ¿Quién lo hace?
- **Organización:** consiste en la coordinación de los recursos humanos y materiales, en búsqueda del cumplimiento de los objetivos de la empresa, asignando para tal efecto funciones específicas al personal de acuerdo a las competencias de los mismos, relacionándolas entre cada una de ellas.
- **Dirección:** los empresarios utilizan este elemento del proceso administrativo para establecer la manera idónea de orientar a sus empleados, a fin de lograr que estos contribuyan significativamente a la consecución de los objetivos empresariales.
- **Control:** este elemento rige la manera de supervisar el trabajo del personal y por ende los resultados obtenidos, con la finalidad de alcanzar las metas planteadas por la empresa.

Los elementos más simples de la administración son las ideas, las personas y las cosas. Para manejarlos de modo adecuado se desarrollaron otros más complejos: la planeación, la organización, la dirección y control. De ahí que la planeación contribuya a desarrollar las ideas, la organización a ordenar los recursos y la dirección y el control a influir sobre el trabajo que la gente realiza, todo ello con base en una meta común, es decir, el objetivo del grupo (Bravo, 2009).

2.2.6 Importancia de la Administración

La administración, es tan indispensable en la vida de todo organismo social, por todo lo que aporta, y que hace que se puedan lograr más fácilmente los objetivos trazados por las personas, organismos y todo aquel que la ejerza para la consecución de sus metas (Turnero, 2012).

2.2.6.1 Consideraciones, sobre la Importancia de la Administración

Mejía (2008), expresa que para entender la importancia de la Administración, se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- La administración se da donde quiera que exista un organismo social, aunque lógicamente sea más necesaria, cuanto mayor y más complejo sea éste.
- El éxito de un organismo depende de su buena administración, y sólo a través de ésta, de los elementos materiales, humanos, tecnológicos, financieros, se logrará obteniendo desde luego, los beneficios esperados dentro del ente social.
- Para las grandes empresas, la administración técnica o científica es indiscutible y obviamente esencial, ya que por su magnitud y complejidad simplemente no podrían actuar si no fuera a base de una administración sumamente técnica. En ellas es quizás, donde la función administrativa puede aislarse mejor de las demás.
- Para las empresas medianas y pequeñas, quizá su única posibilidad de competir con otras, es tal vez en el mejoramiento de su administración, es decir, obtener una mejor coordinación de sus elementos, maquinaria, mercado, calificación de mano de obra, etc., en los que indiscutiblemente, son superadas por sus grandes competidoras. La elevación de su productividad, (preocupación quizá la de mayor importancia actualmente) en el campo económico social, depende de la adecuada administración de las empresas, ya que si cada célula de esa vida económica y social es eficiente y productiva, la sociedad misma, formada por ellas, tendrá que serlo.

2.2.7 Principios Generales de la Administración

Al señalar que los principios de la administración son flexibles, no absoluto y que deben usarse independientemente de las condiciones cambiantes y especiales, Fayol enumeró 14, con base en su experiencia. Estos se resumen en la perspectiva (Velasquez, 2012).

Fayol (1987), propuso que los principios generales de la administración son:

- **División del trabajo:** el trabajo debe dividirse de acuerdo a las habilidades del personal, consiguiendo de esta manera un desempeño eficaz y eficiente.
- **Autoridad y responsabilidad:** esos dos términos se encuentran muy relacionados entre sí, ya que cuando se da la autoridad a una determinada persona sobre uno o varios procedimientos laborales, este adquiere una responsabilidad en el cumplimiento de sus labores.
- **Disciplina:** este principio implica que todos los niveles de administración laboral deben estar dirigidos a obtener obediencia y cumplimiento de las actividades designadas, de una manera ordenada y sistemática, por lo que ningún procedimiento se encuentra aislado.
- **Unidad de mando:** de acuerdo a este principio, para todos empleados existirá un solo superior, siendo esta persona la única que reciban órdenes.
- **Unidad de dirección:** de acuerdo a este principio administrativo, cada conjunto o grupo de actividades que tengan el mismo objetivo deberán tener una cabeza y plan, relacionándose con la organización del cuerpo corporativo y no con el personal, lo que lo diferencia del principio de unidad de mando.
- **Subordinación del interés individual al general:** Esto se explica por sí solo; cuando ambos difieren, la gerencia debe conciliarlos.
- **Remuneración:** La remuneración y los métodos de pagos deberán ser justos y permitirle la satisfacción máxima posible a los empleados y de la empresa.

- **Centralización:** Sin usar el término “centralización de la autoridad”, Fayol se refiere al grado en que la autoridad está concentrada o dispersa. Las circunstancias individuales determinaran el grado que dará la mejor producción general”.
- **Cadena escalar:** Fayol concibe esto como una “cadena de superiores” desde los niveles más elevados hasta los más bajos, los cuales habrán de observarse normalmente, pero se respetaran cuando el hecho de seguirlos escrupulosamente fuera perjudicial.
- **Orden:** Al dividir el orden en “material” y “social”, Fayol sigue el sencillo adagio de “un lugar para todas las cosas y todas las cosas en su lugar”. Esto es, en esencia, un principio de organización en arreglo de las cosas y personas.
- **Equidad:** La lealtad y la devoción deberán obtenerse del personal mediante una combinación de amabilidad y justicia por parte de los gerentes cuando traten con los subordinados.
- **Estabilidad de los empleados:** Al descubrir que la rotación innecesaria es tanto la causa como efecto de la mala administración, Fayol señala sus peligros y costos.
- **Iniciativa:** La iniciativa se concibe como la elaboración y la ejecución de un plan. Como es una de las “satisfacciones más profundas que un hombre inteligente puede experimentar”, Fayol exhorta a los gerentes a “sacrificar la vanidad personal” con el fin de permitir que los subordinados ejerzan la iniciativa.
- **Espíritu de equipo:** Este es el principio de que la “unión hace fuerza”, así como una extensión del principio de la unidad de mando que subraya la necesidad del trabajo en equipo y la importancia de la comunicación para obtenerlo. (Heredia, 2012).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

La presente investigación se llevó a cabo en el cantón Mocache, provincia de Los Ríos, el cual limita al norte con el cantón Quevedo, al sur con el cantón Vinces, al este con el cantón Ventanas y al oeste con la provincia del Guayas, a una altitud de 120 m.s.n.m. La zona de influencia posee una temperatura media anual de 24.8°C, precipitación de 2252.5 mm/año, 84% de humedad relativa y heliofanía de 894 horas/año¹.

3.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación realizada fue exploratoria y descriptiva, exploratoria porque no se ha realizado algún estudio similar en la zona de Mocache, analizando tanto los factores internos y externos de la cadena del valor del cultivo de maíz, mientras que fue de tipo descriptiva porque describió diferentes aspectos de la cadena de valor en la zona de estudio.

3.3 Métodos de Investigación

En la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos durante la ejecución de la misma:

- **Método inductivo:** para la elaboración de las preguntas para la encuesta a realizar a fin de obtener datos relevantes sobre la cadena de valor del maíz en el cantón Mocache.
- **Método deductivo:** en la identificación de los actores de la comercialización y llegar a los problemas específicos de esta actividad en la zona de estudio.

3.4 Fuentes de Recopilación de Información

- **Fuentes primarias:** datos provenientes de las encuestas

¹ Datos de la Estación Meteorológica del INAHMI, ubicada en la EET INIAP Pichilingue, Km 5.5 vía Quevedo–El Empalme

- **Fuentes secundarias:** libros, periódicos, revistas, publicaciones e internet.

3.5 Diseño de la Investigación

Por ser una investigación exploratoria-descriptiva, no se manipularon variables experimentales, por lo que se observaron los diferentes aspectos del tema de estudio, y se describieron en su ambiente natural.

3.6 Instrumentos de Investigación

3.6.1 Encuesta

Se realizó una encuesta a los productores de maíz de la zona de Mocache con preguntas objetivas para la obtención de datos específicos sobre producción, comercialización y actores de la comercialización, los cuales serán de gran interés e importancia para el desarrollo de la investigación.

Para el cumplimiento de los objetivos se recolectaron datos de:

- **Actores externos del sistema de la cadena de valor en la producción del maíz:** consumidores, proveedores, procesadores, acopiadores, comercializadores, procesadores externos.
- **Actores internos del sistema de la cadena de valor en la producción del maíz:** recursos (agua, humanos, suelo, infraestructura, insumos agropecuarios, semilla tecnología), instituciones involucradas (MAGAP, productores, asociaciones, INIAP, gobiernos locales, universidades, empresas privadas), productores de maíz, producto procesado (tortillas, pasta, harina, etc.).

3.6.2 Población y Muestra

Se consideró como muestra a 25 productores de maíz de la zona de Mocache, además a las 16 comercializadoras existentes en dicho cantón, a la Unidad Nacional de Almacenamiento (técnico) y a 8 comisariatos inmersos en la venta de maíz.

3.7 Tratamientos de los Datos

Los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas se ingresaron y tabularon en Excell 2013, para de esta manera facilitar su comprensión.

3.8 Recursos Humanos y Materiales

3.8.1 Recursos Humanos

En el presente Proyecto de Investigación se contó con la participación activa de agricultores dedicados a la actividad maícera, propietarios de comercializadoras, comisariatos inmersos en la venta de maíz y técnicos de campo, quienes aportaron con datos de interés para la generación de resultados y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

3.8.2 Recursos Materiales

- Computador
- Impresora
- Lápiz
- Borrador
- Hoja de papel bond de 75g

- Mouse
- Flash memory
- Carpetas
- Cámara fotográfica

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

La distribución del grano de maíz en toda la zona de Mocache es directa, principalmente utilizando intermediarios, los mismos que se encuentra debidamente organizados y otorgan servicios de transporte, almacenamiento y ventas, asegurando así la compra del grano, evitando correr riesgos de perder el producto, y a su vez garantizan que el productor puede vender su producto.

El producto se comercializa en el sitio mismo de la producción utilizando camiones y estos van de finca en finca. Otra forma es llevando el producto a los silos de la UNA, es transportado en camiones el maíz donde se comercializa con un precio establecido y el pago es inmediato o con máximo de 5 días. A su llegada el producto pasa por controles básicos de humedad no mayor al 13 % y con grados menores de impurezas (acción que deben hacer los mismos agricultores) sino lo pueden hacer se genera un valor de acuerdo a tablas establecidas de multas por humedad e impureza y se despacha a bodegas. Las estrategias para comercializar el maíz se basan en premisas muy simples que radican en los detalles de producción que se emplee y sean estas impuestas por el intermediario y por la UNA.

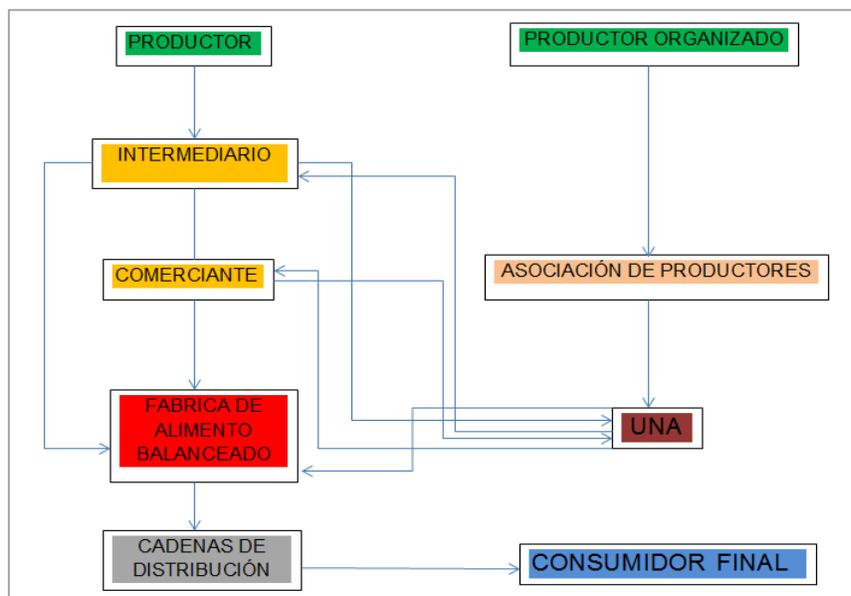


Figura 2 Cadena de valor del maíz en la zona de Mocache

Elaboración: Autora

Fuente: Encuestas

A continuación se detalla la cadena del maíz que se mantiene en la zona después de la investigación:

- **Productor:** Hombre de campo destinado a todas las labores culturales que conlleva el cultivo de maíz, quien comercializa el producto de dos formas: al intermediario directo y a la UNA, por medio de la asociación a la que pertenece cuando es un productor organizado.
- **Intermediario:** Compra el maíz usando los recursos como son camiones, balanzas, medidores de humedad y quien ya mantiene una relación de comercio con el productor. Quien le vende al comerciante, a la UNA y las empresas avícolas quien también adquieren y en grandes cantidades.
- **Comerciante:** Básicamente la persona que adquiere de parte del intermediario o del mismo agricultor y este a su vez le vende a la UNA y las empresas avícolas, dependiendo de los precios y el pago de los productos por día.
- **Asociación:** Agrupa a los agricultores maiceros de la zona y donde usan las bodegas para el almacenamiento y controles de humedad e impurezas y le comercializa a la UNA, con quien mantiene negocios y a la vez es fuente principal para registrarse con el MAGAP y ser benefactor de los insumos y paquetes tecnológicos que la institución ha estado realizando con mayor fuerza el impulso agrícola.
- **Fábricas de alimento balanceado:** industrias que procesan diferentes tipos de materias primas para elaborar alimento balanceado para animales, cabe indicar que en la zona de estudio no existen industrias que se dediquen directamente a esta actividad.
- **Cadenas de distribución:** locales o almacenes de la empresa productora del alimento balanceado que venden al consumidor final, o dueños de franquicias de alimento balanceado en donde venden al consumidor final.
- **Consumidor final:** es el último actor en la cadena y quizás el más afectado conjuntamente con el productor cuando la cadena se ve obstruida por otros actores y factores.

4.1.1 Encuesta a Productores

4.1.1.1 Origen del Terreno

Del total de agricultores encuestados, el 56.0 % de ellos siembra maíz en terreno propio, 36.0% lo hace en terreno alquilado y el 8.0% restante siembra en terreno prestado.

Tabla 1 Origen del terreno de los productores de maíz en el cantón Mocache.

Origen del terreno	Número de productores	Porcentaje
Alquilado	9	36.0
Propio	14	56.0
Prestado	2	8.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.2 Realización de Análisis de Suelo

El 76.0% de los agricultores encuestados manifestó que no realiza ningún tipo de análisis de suelo antes de sembrar maíz, mientras que apenas un 24.0% indicó que si lo realiza.

Tabla 2 Realización de análisis de suelo por parte de los productores de maíz en el cantón Mocache.

Realiza análisis de suelo	Número de productores	Porcentaje
Si	6	24.0
No	19	76.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.3 Costo de Pase de Rastra

El 56.0% de los productores no realiza preparación del terreno que generalmente lo hacen con rastra, mientras que del porcentaje restante, 24.0% paga \$ 40.00 por el pase de rastra, y el 20.0% cancela \$ 50.00 por dicha labor.

Tabla 3 Costo del pase de rastra en el cantón Mocache.

Costo del pase de rastra	Número de productores	Porcentaje
\$ 40.00	6	24.0
\$ 50.00	5	20.0
No ara el terreno	14	56.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.4 Costo Promedio por Hectárea por Ciclo

El costo promedio de producción por hectárea oscila entre \$ 1000.00 y \$ 1200.00 para el 56.0% de los productores de maíz, entre \$ 1201.00 y \$ 1400.00 para un 24.0%, 12.0% gasta menos de \$ 1000.00, y un 8.0% hace un gasto mayor a los \$ 1400.00 por hectárea de maíz por ciclo, variando este valor por la semilla e insumos utilizados en el cultivo.

Tabla 4 Costo de producción promedio por hectárea de maíz en el cantón Mocache.

Costo de producción	Número de productores	Porcentaje
< \$ 1000.00	3	12.0
\$ 1000.00 - \$ 1200.00	14	56.0
\$ 1201.00 - \$ 1400.00	6	24.0
> \$ 1400.00	2	8.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.5 Número de Ciclos de Maíz por Año

El número de ciclos de maíz que siembra el 76.0 % de los agricultores es dos, mientras que el 24.0% restante siembra apenas un ciclo de maíz por año.

Tabla 5 Número de ciclos de maíz por año en el cantón Mocache.

Número de ciclos	Número de productores	Porcentaje
Uno	6	24.0
Dos	19	76.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.6 Semilla Utilizada para la Siembra

El 48.0% de los agricultores siembra el híbrido de maíz Insignia 105, un 24.0% siembra el híbrido Trueno, 16.0% siembra Dekalb 7088, y el 12.0% restante siembra Monsemilla.

Tabla 6 Semilla utilizada para la siembra de maíz en el cantón Mocache.

Semilla utilizada	Número de productores	Porcentaje
Trueno	6	24.0
Dekalb 7088	4	16.0
Insignia 105	12	48.0
Monsemilla	3	12.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.7 Existencia de Sistema de Riego

En ninguna de las fincas visitadas existe algún tipo de sistema de riego implementado para aportar agua al cultivo de maíz.

Tabla 7 Existencia de sistema de riego en fincas de maíz del cantón Mocache.

Número de ciclos	Número de productores	Porcentaje
Si	0	0.0
No	25	100.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.8 Tipo de Siembra

El tipo de siembra manual es utilizado por un 56.0% de los agricultores, mientras que el 44.0% restante realiza siembra mecanizada.

Tabla 8 Tipo de siembra de maíz realizado en fincas del cantón Mocache.

Tipo de siembra	Número de productores	Porcentaje
Manual	14	56.0
Mecanizada	11	44.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.9 Producción Promedio por Hectárea

La producción del 48.0% de los agricultores varía entre 161 a 180 qq/Ha, un 28.0% produce entre 141 a 140 qq/Ha, un 12.0% entre 120 a 140 qq/Ha, y el 12.0 restante produce más de 180 qq/Ha.

Tabla 9 Producción promedio por hectárea de maíz en el cantón Mocache.

Producción (qq/Ha)	Número de productores	Porcentaje
120 - 140	3	12.0
141 - 160	7	28.0
161 - 180	12	48.0
> 180	3	12.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.10 Precio Promedio del Quintal de Maíz

El 88.0% de los productores encuestados recibe un pago por quintal de grano de maíz que oscila entre \$ 14.01 y \$15.00, mientras que el 12.0% recibe entre \$ 13.00 y \$ 14.00 por quintal de grano de maíz.

Tabla 10 Precio promedio del quintal de maíz en el cantón Mocache.

Precio del quintal de maíz	Número de productores	Porcentaje
\$ 10.00 - \$ 12.00	3	12.0
\$ 12.01 - \$ 14.00	22	88.0
\$ 14.01 - \$ 16.00	0	0.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.11 Problemas en la Comercialización

El problema más común para el 56.0% de los agricultores encuestados es el bajo precio del maíz producto de una inadecuada calificación del grano, mientras que el 32.0% considera que una mala calificación es su principal problema al momento de comercializa su producción, y el 12.0% restante manifestó que su principal problema es la demora en el pago.

Tabla 11 Problemas en la comercialización de maíz en el cantón Mocache.

Alternativas	Número de productores	Porcentaje
Demora en el pago	3	12.0
Calificación del grano	14	56.0
Mala calidad	8	32.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.12 Tiempo que Transcurre para el Pago

Al 64.0% le cancelan inmediatamente al momento de vender su producción, mientras que al 24.0% le pagan en menos de 7 días, y al 12.0% le pagan entre un período desde 7 a 15 días.

Tabla 12 Tiempo que transcurre para el pago de la venta de maíz en el cantón Mocache.

Tiempo	Número de productores	Porcentaje
Inmediato	16	64.0
Menos de 7 días	6	24.0
Entre 7 y 15 días	3	12.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.13 Cultivo con el que Reemplazaría el Maíz

Un 60.0% no cambiaría el cultivo de maíz por ningún otro tipo de cultivo, 16.0% lo cambiaría por soya, 12.0% por arroz, 8.0% lo reemplazaría con cacao, y un 2.0% sembraría cítricos para reemplazar el maíz.

Tabla 13 Cultivos por los que los agricultores cambiarían en maíz en el cantón Mocache.

Cultivos	Número de productores	Porcentaje
Ninguno	15	60.0
Cacao	2	8.0
Cítricos	1	4.0
Soya	4	16.0
Arroz	3	12.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.14 Instituciones que Brindan Asesoramiento Técnico a Agricultores de Maíz

El 64.0% de los agricultores recibe asesoría técnica por parte de técnicos del MAGAP, el 16.0% de Universidades, 12.0% del INIAP, y el 8.0% restante no recibe ningún tipo de asesoría.

Tabla 14 Instituciones que brindan asesoría técnica a los agricultores de maíz en el cantón Mocache.

Cultivos	Número de productores	Porcentaje
Ninguna	2	8.0
Universidades	4	16.0
INIAP	3	12.0
MAGAP	16	64.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.15 Contenido con la Rentabilidad del Cultivo de Maíz

El 68.05 de los agricultores maiceros manifestó que se encuentra contento con la rentabilidad obtenida en el cultivo de maíz, mientras que un 32.0% no se encuentra satisfecho con la rentabilidad obtenida.

Tabla 15 Contenido de los agricultores por la rentabilidad de maíz en el cantón Mocache.

Cultivos	Número de productores	Porcentaje
Si	17	68.0
No	8	32.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.16 Instituciones que Otorgan Créditos a los Agricultores de Maíz

Un 32.0% de los agricultores maiceros no hace créditos a ninguna institución financiera para producir maíz, un 28.0% hace créditos a BanEcuador, 24.0% a bancos privados, y el 16.0% restante hace préstamos en Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Tabla 16 Instituciones a las que realizan créditos los agricultores de maíz en el cantón Mocache.

Institución financiera	Número de productores	Porcentaje
Ninguno	8	32.0
BanEcuador	7	28.0
Banco Privado	6	24.0
Cooperativa	4	16.0
Total	25	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.17 Costo Promedio de Mano de Obra por Hectárea de Maíz

La labor que más mano de obra ocupa es la de cosecha que demanda una utilización de 10 jornales de trabajo, que genera un costo de \$ 120.00, seguida de la labor de siembra, ya que es esta se utilizan 6 jornales, es decir un costo de “\$ 72.00, para las demás labores se usan 2 jornales, dando un costo de \$ 24.00 por cada una, siendo el costo total de mano de obra de \$ 408.00 por hectárea de maíz.

Tabla 17 Costo promedio de mano de obra por hectárea de maíz en el cantón Mocache.

Labores	Número de jornales	Costo Total
Preparación del terreno	2	24.00
Siembra	6	72.00
Primera fertilización	2	24.00
Primer control de malezas	2	24.00
Primer control de plagas	2	24.00
Segunda fertilización	2	24.00
Segundo control de malezas	2	24.00
Segundo control de plagas	2	24.00
Tercera fertilización	2	24.00
Tercer control de malezas	2	24.00
Cosecha	10	120.00
Total	34	408.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.1.18 Costo Promedio de Insumos por Hectárea de Maíz

El costo de la semilla promedio es de \$ 176.00, mientras que en fertilizantes los agricultores gastan \$ 254.00, \$ 118.00 en herbicidas, \$ 122.00 en insecticidas, además una vez cosechados el maíz gastan un promedio de \$ 34.00 en el desgrane y \$ 85.00 en transporte, dando un total de \$ 789.00 que sumándole los \$ 408.00 de la mano de obra, refleja un total de costo de producción de \$ 1197.00 por cada hectárea de maíz en la zona de estudio.

Tabla 18 Costo promedio de insumos por hectárea de maíz en el cantón Mocache.

Insumos	Costo (\$)
Semilla	176.00
Fertilizantes	254.00
Herbicidas	118.00
Insecticidas	122.00
Desgrane	34.00
Transporte	85.00
Total insumos	789.00
Total mano de obra	408.00
Total costo de producción	1197.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a productores de maíz del cantón Mocache

4.1.2 Encuesta a Comercializadoras

4.1.2.1 Antigüedad en la Compra de Maíz

El 32.25% de las 16 comercializadoras tienen más 16 años comprando maíz, otro 31.25% compra maíz desde hace unos 11 a 16 años, 25.00% tiene una antigüedad entre 5 y 10 años en la compra de maíz, y el 12.50% restante compra maíz desde hace menos de 5 años atrás.

Tabla 19 Antigüedad de las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.

Antigüedad	Número de comercializadoras	Porcentaje
Menos de 5 años	2	12.50
De 5 a 10 años	4	25.00
De 11 a 16 años	5	31.25
Más de 16 años	5	31.25
Total	16	100.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.2.2 Productos que Compran las Comercializadoras

De las comercializadoras de maíz además de este grano, el 50.0% compran arroz y soya, y 12.50% compran cacao.

Tabla 20 Productos que compran las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.

Productos	Número de comercializadoras	Porcentaje
Maíz	16	100.00
Arroz	8	50.00
Soya	8	50.00
Cacao	2	12.50

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.2.3 Criterios para el Pago del Quintal de Maíz

El 100.00% de las comercializadoras considera el porcentaje de humedad, porcentaje de impurezas y el estado del grano para la determinación del precio del quintal de maíz al momento de realizar la compra.

Tabla 21 Criterios para el pago del quintal de maíz en el cantón Mocache.

Criterios para el pago	Número de comercializadoras	Porcentaje
Humedad	16	100.00
Impurezas	16	100.00
Estado del grano	16	100.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.2.4 Persona Encargada de Calificar el Grano de Maíz

En el 43.75% de las comercializadoras el grano de maíz es calificado por el propietario previo a su compra, en el 31.25% esta labor la realiza un trabajador designado, mientras que en el 25.00% lo hace un técnico contratada para dicha función.

Tabla 22 Encargado de calificar el grano en las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.

Encargado de calificar el grano	Número de comercializadoras	Porcentaje
Técnico	4	25.00
Propietario	7	43.75
Trabajador	5	31.25
Total	16	100.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.2.5 Compradores de Maíz a las Comercializadoras

La Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) le compra el maíz al 81.25% de las comercializadoras de maíz del cantón Mocache, mientras que al 18.75% le compra Pronaca.

Tabla 23 Compradoras de maíz de las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.

Comprador del grano	Número de comercializadoras	Porcentaje
Pronaca	3	18.75
Unidad Nacional de Almacenamiento	13	81.25
Total	16	100.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.2.6 Precio de Venta en las Comercializadoras

El precio al que venden cada quintal de maíz el 81.25% de las comercializadoras oscila entre los \$ 15.00 y \$ 16.00, el del 12.50% entre \$14.01 y \$15.00, y el del 6.25% entre \$ 13.00 y \$ 14.00.

Tabla 24 Encargado de calificar el grano en las comercializadoras de maíz en el cantón Mocache.

Precio por quintal	Número de comercializadoras	Porcentaje
\$ 13.00 - \$ 14.00	1	6.25
\$ 14.01 - \$ 15.00	2	12.50
\$ 15.01 - \$ 16.00	13	81.25
Total	16	100.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.2.7 Volumen de Compra

El volumen de compra por ciclo de maíz del 37.50% de las comercializadoras está comprendido entre los 17600 y 35200 quintales (800 a 1600 t), otro 37.50% compra menos de 17600 quintales, y el 25.00% restante compra más de 35200 quintales por ciclo de maíz.

Tabla 25 Volumen de compra de grano en las comercializadoras de maíz del cantón Mocache.

Precio por quintal	Número de comercializadoras	Porcentaje
Menos de 17600	6	37.50
Entre 17600 y 35200	6	37.50
Más de 35200	4	25.00
Total	16	100.00

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.3 Encuesta a la UNA

4.1.3.1 Vendedores, Tratamientos y Compradores

La Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA) compra maíz a las comercializadoras, posteriormente el grano pasa a un proceso de secado, tamizado de impurezas y almacenamiento, luego se vende el grano a las avícolas, que utilizan el grano para la alimentación de aves, cabe indicar que en Mocache no exista ninguna avícola, y tampoco personas que vendan producto procesado.

Tabla 26 Vendedores, tratamientos y compradores del grano de maíz en la UNA

Vendedores	Tratamiento al grano	Compradores
Comercializadoras de maíz	Secado Tamizado Almacenamiento	Avícolas

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.3.2 Volumen de Compra, Ingresos y Ganancia de la UNA

La Unidad Nacional de Almacenamiento compra entre 180 000 y 200 000 quintales de maíz por ciclo, a un precio de \$ 15.90, lo que refleja que invierte entre \$ 2862000.00 y \$ 3180000.00, luego vende a \$ 18.00 el quintal de maíz, lo que genera un ingreso bruto entre \$ 3240000.00 y \$ 3600000.00, es decir un ingreso neto entre \$ 378000.00 y \$ 420000.00, lo que demuestra una relación beneficio/costo de 1.13, es decir que por cada dólar que invierte, obtiene una ganancia de \$ 0.13, demostrando una rentabilidad del 13%, lo que es satisfactorio por tener altos niveles tanto de compra como de venta, ya que por cada quintal obtiene una ganancia de \$ 2.10.

Tabla 27 Volumen de compra, ingresos y ganancia de maíz en la UNA

Volumen de compra (qq)	Precio de compra (\$)	Gasto en compra (\$)	Precio de venta (\$)	Ingreso Bruto	Ingreso Neto (\$)	B/C	Rentabilidad
180000	15.90	2862000.00	18.00	3240000.00	378000.00	1.13	13
200000	15.90	3180000.00	18.00	3600000.00	420000.00	1.13	13

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comercializadoras de maíz del cantón Mocache

4.1.4 Encuesta a la Comisariatos

4.1.4.1 Precio de Compra del Quintal

El 62.5% de los comisariatos compra el quintal de maíz a un precio que va desde los \$ 13.00 a los \$ 16.00, el 25.0% paga más de \$ 16.00 por cada quintal, y un 12.5% lo compra a menos de \$ 13.00.

Tabla 28 Precio de compra del quintal de maíz de los comisariatos en el cantón Mocache.

Precio del quintal	Número de comisariatos	Porcentaje
Menos de \$ 13.00	1	12.5
Entre \$ 13.00 y \$ 16.00	5	62.5
Más de \$ 16.00	2	25.0
Total	8	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache

4.1.4.2 Modo de Venta

Todos los comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache, lo venden tanto por libras así como por quintal.

Tabla 29 Precio de compra del quintal de maíz de los comisariatos en el cantón Mocache.

Modo de venta	Número de comisariatos	Porcentaje
Por quintal	0	0.0
Por libra	0	0.0
Ambos	8	100.0
Total	8	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache

4.1.4.3 Volumen de Compra por Mes (qq)

El 62.5% de los comisariatos compra entre 10 a 20 quintales de maíz por mes, mientras que un 25.0% compra más de 20 quintales por mes, y un 12.5% compra menos de 10 quintales por mes.

Tabla 30 Volumen de compra de maíz por mes de los comisariatos en el cantón Mocache.

Volumen de compra	Número de comisariatos	Porcentaje
Menos de 10 qq	1	12.5
Entre 10 y 20 qq	5	62.5
Más de 20 qq	2	25.0
Total	8	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache

4.1.4.4 Proveedores

El 62.5% de los comisariatos compra el maíz a las comercializadoras, 25.0% produce maíz, y un 12.5% compra maíz a los productores de este grano.

Tabla 31 Proveedores de maíz a los comisariatos en el cantón Mocache.

Proveedor	Número de comisariatos	Porcentaje
Comercializadoras	5	62.5
Productores	1	12.5
Produce	2	25.0
Total	8	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache

4.1.4.5 Volumen de Venta por Mes (qq)

El 62.5% de los comisariatos vende entre 10 a 20 quintales de maíz por mes, mientras que un 25.0% vende más de 20 quintales por mes, y un 12.5% vende menos de 10 quintales por mes.

Tabla 32 Volumen de compra de maíz por mes de los comisariatos en el cantón Mocache.

Volumen de compra	Número de comisariatos	Porcentaje
Menos de 10 qq	1	12.5
Entre 10 y 20 qq	5	62.5
Más de 20 qq	2	25.0
Total	8	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache

4.1.4.6 Precio de Venta del Quintal de Maíz en Comisariatos

El precio de venta del quintal de maíz en el 75.0% los comisariatos encuestados del cantón Mocache es de \$ 18.01 a \$ 20.00, mientras que el 25.0% restante vende a más de \$ 20.00.

Tabla 33 Volumen de compra de maíz por mes de los comisariatos en el cantón Mocache.

Precio del quintal	Número de comisariatos	Porcentaje
\$ 16.00 - \$ 18.00	0	0.0
\$ 18.01 - \$20.00	6	75.0
> \$ 20.00	2	25.0
Total	8	100.0

Elaboración: Autora

Fuente: Encuesta a comisariatos que venden maíz en el cantón Mocache

4.2 Discusión

En la cadena de valor del maíz en el cantón Mocache, los principales factores internos que intervienen en la misma son los agricultores dedicados a la producción de maíz, los recursos utilizados para el proceso de producción de maíz, así como las instituciones inmersas en el mismo brindando asesoramiento técnico en general, cabe indicar que en la zona no existen personas que vendan productos derivados de grano procesado, concordando Aza (2013) con que menciona que en la cadena del valor de un cultivo de forma interna intervienen los productores y recursos utilizados así como las entidades que los asesoran, mientras que de manera externa influyen los consumidores e intermediarios

En lo referente a los agricultores de maíz, estos siembran en terreno propio (56.0%), siendo apenas un 24.0% los productores que realizan análisis de suelo antes de sembrar, los mismos que invierten en su mayoría entre \$ 1000.00 y \$ 1200.00 por hectárea, pero existen agricultores que gastan menos dependiendo de los insumos que aplican a sus cultivos, los mismos que en un 76.0% siembran dos ciclos de maíz por año, siendo la semilla más utilizada la Insignia 105 elegida por su alto nivel de rendimiento pero de igual manera tiene un costo más elevado que los demás materiales genéticos ofertados en la zona de estudio. En las fincas visitadas, en el 100.0% de estas no existe sistema de riego por lo que los agricultores siembran al inicio y final de la época lluviosa para aprovechar el recurso hídrico, sembrando en general de manera manual utilizando espeques (56.0%), lo que concuerda con Cabascango (2011), que sostiene que en la mayoría de los cultivos de maíz no existe ningún tipo de sistema establecido, sembrándose por lo general dos ciclos de maíz por año.

La mayor parte de los agricultores, producen entre 161 a 180 quintales por hectárea (48.0 %), quienes venden cada quintal a un precio referencial que va desde los \$ 12.01 a los \$ 14.00, dependiendo de la calidad del grano obtenido así como de la calificación que se le dé en las comercializadoras y del precio referencial a nivel nacional (INEC, s.f.).

Los agricultores sostienen que debido al costo de vida y los costos de producción que cada vez son mayores, el precio de maíz es bajo, considerando además problemas fitosanitarios que se

han presentado en el año 2016, ya que el pago por lo general es al instante de entregar su producción, sin embargo consideran al maíz como uno de los productos de mayor importancia para la economía local, por lo que un 60.0% no los reemplazaría por ningún otro tipo de cultivo, ya que es un cultivo tradicional de este cantón, además en su mayoría se encuentran satisfechos con la rentabilidad del maíz, sin considerar los problemas presentados en el primer ciclo del año 2016 que arrasó con una gran parte de cultivos, ocasionando pérdidas y endeudamientos.

El MAGAP es la principal institución relacionada con este cultivo en la zona de estudio, ya que brinda asesoramiento a un 64.0% de los agricultores encuestados, mientras que entre las entidades financieras, las que brindan préstamos son BanEcuador, bancos privados y cooperativas de ahorro y crédito, pero un 32.0% de los productores siembra utilizando fondos propios. En promedio el costo por mano de obra en el cultivo de maíz es de \$ 408.00, y de los insumos, desgrane y transporte es de \$ 789.00, dando un total de \$ 1197.00 por hectárea.

Los principales factores externos de la cadena del valor de maíz en el cantón Mocache son las comercializadoras de maíz, la Unidad Nacional de Almacenamiento y los comisarios que se dedican a la venta de este grano. Las comercializadoras tienen un antigüedad superior a los 11 años en su mayoría, sin embargo al considerar la importancia económica y productiva del maíz de la zona, algunos habitantes han optado por establecer comercializadoras de este grano, pero además de este grano compran arroz, soya y cacao por ser también productos representativos de la zona. Estas comercializadoras consideran el porcentaje de humedad, porcentaje de impurezas y el estado del grano para la determinación del precio del quintal de maíz al momento de realizar la compra, efectuándose dicha calificación por el propietario, trabajador o un técnico contratado para dicha labor. Las comercializadoras compran un volumen de hasta 35200 quintales, y luego venden el maíz comprado a Pronaca (18.75%) y a la Unidad Nacional de Almacenamiento (81.25%), a un precio promedio de \$ 15.01 a \$ 16.00 (81.25%) (Aza, 2013).

La Unidad Nacional de Almacenamiento compra el maíz y luego le da secado, tamizado de impurezas y almacenamiento, para su posterior venta a avícolas, comprando a \$ 15.90 cada quintal, y lo vende a \$ 18.00, obteniendo una ganancia de \$ 2.10, reflejándose una rentabilidad del 13%, es decir que por cada dólar gana \$ 0.13, lo que concuerda con Andrade (2014), que la

UNA es la principal institución a nivel nacional que compra mayor volumen de maíz para luego de darle tratamiento al grano para dejarlo seco y sin impurezas venderlo a avícolas.

Los comisariatos compran el quintal de maíz a un precio comprendido entre \$ 13.00 y \$ 16.00 (62.5%), y lo venden tanto por libra así como por quintal, comprando por mes entre 10 a 20 quintales, en su mayoría a las comercializadoras de maíz del cantón, y venden la misma cantidad por mes, a un precio promedio de \$ 18.01 a \$ 20.00, lo que concuerda con Aza (2013), quien menciona que en el Ecuador, los comisariatos de cantones que tiene al maíz como cultivo representativo, compran este grano a productores para luego almacenar y vender dicho maíz, comprándolo a menor precio por evitar intermediarios, obteniendo mayor ganancia.

La identificación y análisis de la cadena del valor del maíz en el cantón Mocache ha permitido identificar los diferentes factores que influyen en la misma para de esta manera tener idea clara de la misma, lo que de acuerdo a Mayo (2005), es una técnica original de Michel Porter con el fin de obtener ventaja competitiva, que según Ruíz (2013), empieza con el suministro de materia prima y continua a lo largo de la producción de partes y componentes, la fabricación y el ensamble, la distribución al mayor y de tal hasta llegar al usuario final del producto.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En la cadena de valor del maíz en el cantón Mocache, los principales factores internos que intervienen en la misma son los agricultores dedicados a la producción de maíz, los recursos utilizados para el proceso de producción de maíz, así como las instituciones inmersas en el mismo brindando asesoramiento técnico en general.
- El productor y el consumidor son los dos actores más importantes de la cadena de valor del maíz ya que pueden afectarse directamente con medidas gubernamentales sin justificaciones, procesos climáticos alterados, o cualquier otro factor externo por ende son los más importantes por ser los más sensibles.
- Los agricultores invierten en su mayoría entre \$ 1000.00 y \$ 1400.00 por hectárea, recalándose que en sus fincas no existe sistema de riego por lo que siembran al inicio y final de la época lluviosa para aprovechar el recurso hídrico, en general de manera manual utilizando espeques (56.0%).
- La mayor parte de los agricultores, producen entre 161 a 180 quintales por hectárea, quienes venden cada quintal a un precio referencial que va desde los \$ 12.01 a los \$ 14.00, por lo que consideran al maíz como uno de los productos de mayor importancia para la economía local, ya que un 60.0% no los reemplazaría por ningún otro tipo de cultivo.
- El MAGAP es la principal institución relacionada con este cultivo en la zona de estudio, ya que brinda asesoramiento a un 64.0% de los agricultores encuestados.
- Las entidades financieras, las que brindan prestamos son BanEcuador, bancos privados y cooperativas de ahorro y crédito, pero un 32.0% de los productores siembra utilizando fondos propios.
- En promedio el costo por mano de obra en el cultivo de maíz es de \$ 408.00, y de los insumos, desgrane y transporte es de \$ 789.00, dando un total de \$ 1197.00 por hectárea.

- Los principales factores externos de la cadena del valor de maíz en el cantón Mocache son las comercializadoras de maíz, la Unidad Nacional de Almacenamiento y los comisarios que se dedican a la venta de este grano.
- Las comercializadoras consideran el porcentaje de humedad, porcentaje de impurezas y el estado del grano para la determinación del precio del quintal de maíz al momento de realizar la compra, efectuándose dicha calificación por el propietario, trabajador o un técnico contratado para dicha labor.
- La Unidad Nacional de Almacenamiento compra el maíz y luego le da secado, tamizado de impurezas y almacenamiento, para su posterior venta a avícolas, comprando a \$ 15.90 cada quintal, y lo vende a \$ 18.00, obteniendo una ganancia de \$ 2.10,
- Los comisarios compran el quintal de maíz a un precio comprendido entre \$ 13.00 y \$ 16.00 (62.5%), y lo venden tanto por libra así como por quintal, comprando por mes entre 10 a 20 quintales, en su mayoría a las comercializadoras de maíz del cantón.
- Los factores que afectan directamente a la comercialización del maíz en la zona de Mocache es el intermediario al producto y es especulador al consumidor, dejando a un lado factores climáticos, naturales, etc.

5.2 Recomendaciones

- Invertir en sistemas de riego en fincas de maíz para incrementar el rendimiento y por ende las ganancias.
- Promover planes de capacitación sobre manejo del cultivo de maíz a fin de mejorar el manejo productivo del maíz por parte de los agricultores.
- Proponer la asociatividad de los productores para garantizar el acceso a asesoría técnica y créditos.
- Producir maíz de calidad a fin de mejorar las oportunidades de comercialización del grano y obtener mejores precios en las comercializadoras.
- Simplificar actores en la cadena de valor para que los actores más sensibles no sean tan perjudicados, se pueda comercializar de forma justa y directa con el productor.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1 Bibliografía Citada

- Andrade, L. (2014). Análisis de la comercialización de la cadena agroindustrial del maíz (*Zea mays* L) en la región 4 provincia de Manabí en el período 2008-2012. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/2709/1/T-UCSG-PRE-TEC-EADR-12.pdf>
- Anzola, S. (1993). Administración de pequeñas empresas. Editorial McGraw-Hill. México. 807 p.
- Aza, W. (2013). Estrategia de comercialización de maíz suave amarillo en Carchi – Ecuador y la demanda efectiva en el Valle del Cauca - Colombia. Tesis de Grado. Universidad Politécnica Estatal de Carchi. Tulcán-Ecuador. 174 p.
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). Administración: liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. Octava Edición. . Editorial McGraw-Hill. México. 807 p.
- Bravo, L. (2009). La Organización administrativa y la influencia en el servicio al cliente (Estudiantes). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos73/organizacion-administrativa-influencia-servicio-cliente/organizacion-administrativa-influencia-servicio-cliente2.shtml>
- Business Dictionary. (2016). Market. Obtenido de <http://www.businessdictionary.com/definition/market.html>
- Cabascango, R. (2011). Evaluación del comportamiento agronómico de cinco híbridos triples promisorios de maíz amarillo duro (*Zea mays* L.) y tres híbridos comerciales en la época lluviosa en la zona de Quevedo y Balzar. Obtenido de Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales. UTC. Latacunga. 136 p.
- Cajamarca, N. (2014). Generalidades del cultivo de maiz. Obtenido de <http://maiznancycajamarca.blogspot.com/2014/11/1.html>
- Días, M. (2013). Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (*Citrus aurantium*) y su relación con la economía del cantón La Maná y su zona de influencia, año 2011. Tesis de Grado. Universidad Técnica de Cotopaxi, extensión La Maná. La Maná-Ecuador. 194 p.
- Espinoza, E. (2014). Especial del Grano. EL AGRO, Edicion 223.
- Francés, A. (2001). Estrategía para la empresa en América Latina. Ediciones IESA. Caracas-Venezuela. 302 p.

- García, M. (2007). Comercialización de productos y servicios universitarios. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/comercializacion-de-productos-y-servicios-universitarios/>
- GestioPolis.com. (2001). ¿Qué es la cadena de valor? Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-la-cadena-de-valor/>
- Hugo, J. (2014). Plan estratégico para la empresa textil de confección “Danny Sport” del cantón Ambato provincia de Tungurahua y el desarrollo organizacional. Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES". Ambato-Ecuador. 142 p.
- INEC. (2011). Datos estadísticos agropecuarios. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/espac_publicaciones/espac-2011/INFORME_EJECUTIVO%202011.pdf
- Investopedia. (2016). Commercialization. Obtenido de <http://www.investopedia.com/terms/c/commercialization.asp>
- Investopedia. (2016). Market. Obtenido de <http://www.investopedia.com/terms/m/market.asp>
- Jones, C. (2009). Macroeconomía. Norton Company. Barcelona-España. 640 p.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). Administración una perspectiva global y empresarial. 14^o Edición. Editorial McGrawhill. México-México. 682 p.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). Introducción a la economía: microeconomía. Tercera edición. Reverte S. A. Barcelona-España. 123 p.
- Olivieri, J. (2010). Comercialización. Universidad de Belgrano. Buenos Aires-Argentina. 184 p.
- Ordway, T. (2012). The art of administration. Literary Licensing, LLC. United States. 238 p.
- Ortas, L. (2008). El cultivo del maíz: fisiología y aspectos generales. Obtenido de <https://rdu-demo.unc.edu.ar/bitstream/handle/123456789/703/Agrigan%20bolet%C3%ADn%207.pdf?sequence=1>
- Paliwal, R. (2001). Recursos genéticos. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/003/x7650s/x7650s13.htm#TopOfPage>
- Paschoal, J. (2008). Introducción a la Economía. Quinta edición. Alfa Omega Grupo Editor S.A de C.V. México-México. 866 p.
- Porter, M. (2001). Ventaja competitiva: creacion y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo Editorial Patria. México. 550 p.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. Revista Telos 8(3): 377-389 pp.

- Ruíz, J. (2013). La cadena de valor. Obtenido de <http://openmultimedia.ie.edu/openproducts/cdv/cdv/cadena%20de%20valor.pdf>
- SINAGAP. (2013). Maiz Duro Seco. Boletín Situacional. Obtenido de: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/BoletinesCultivos/maizduro.pdf>
- Tuárez, F. (2013). Importancia del Maíz. Obtenido de <http://www.importancia.org/maiz.php>
- Velasquez, K. (2012). La administración . Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos93/definicion-de-administracion/definicion-de-administracion.shtml>
- Villar, L. (2009). Cultivo de maíz. Obtenido de <https://bibliotecadeamag.wikispaces.com/file/view/Cultivo+de+Ma%C3%ADz.pdf>
- Zorrilla, S. (2004). Como aprender Economía conceptos básicos. Primera Edición. Editorial Limusa S.A. México-México. 203 p.

CAPÍTULO VII

ANEXOS



Anexo 1 Encuesta al comercial “Suárez”



Anexo 2 Encuesta al comercial “Buenagro”



Anexo 3 Encuesta al comercial “Franco”



Anexo 4 Encuesta al comercial “Donoso”



Anexo 5 Encuesta al comercial “Buenaño”



Anexo 6 Encuesta al Sr. Luis Sánchez