



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:

“Propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La
Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos”

Autor:

Yanina Stefanía Recalde Macías

Directora del Proyecto de Investigación:

Ing. M. Sc. Yanila Esther Granados Rivas

Quevedo – Ecuador

2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Yanina Stefanía Recalde Macías**, 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.

Yanina Stefanía Recalde Macías
Autor

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

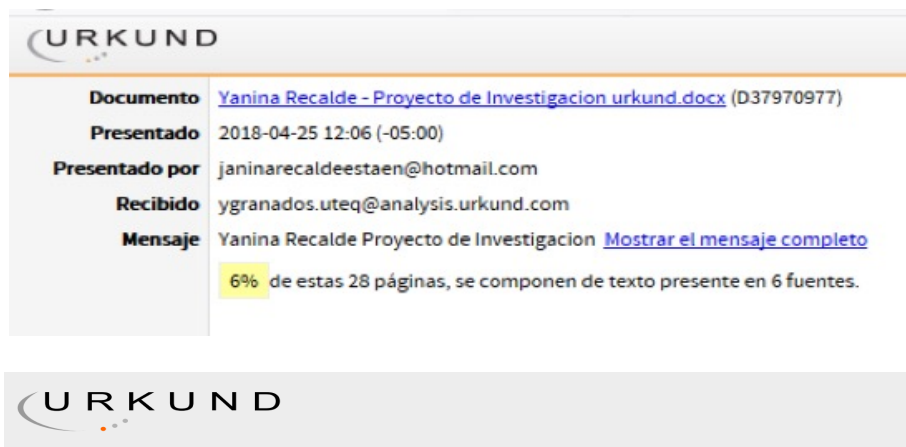
La suscrita **Ing. M. Sc. Yanila Esther Granados Rivas**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la estudiante **Yanina Stefanía Recalde Macías**, realizó el Proyecto de Investigación titulado **“Propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, cantón Valencia, 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.

Atentamente;

Ing. M. Sc. Yanila Esther Granados Rivas
Directora del Proyecto de Investigación

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

La suscrita **Ing. M. Sc. Yanila Esther Granados Rivas**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en calidad de Directora del Proyecto de Investigación titulado **“Propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos”**, perteneciente a la estudiante de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Agropecuarias **Yanina Stefanía Recalde Macías**, 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 6 %.



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	Yanina Recalde - Proyecto de Investigacion urkund.docx (D37970977)
Presentado	2018-04-25 12:06 (-05:00)
Presentado por	janinarecaldeestaen@hotmail.com
Recibido	ygranados.uteq@analysis.orkund.com
Mensaje	Yanina Recalde Proyecto de Investigacion Mostrar el mensaje completo

6% de estas 28 páginas, se componen de texto presente en 6 fuentes.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Yanina Recalde - Proyecto de Investigacion urkund.docx (D37970977)
Submitted: 4/25/2018 7:06:00 PM
Submitted By: janinarecaldeestaen@hotmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

TESIS QUIRUMBAY CORONEL SILVIA.docx (D9199069)
TESIS Jefferson Espinoza A.docx (D24163488)
TESIS QUIRUMBAY CORONEL SILVIA lista 1.docx (D9198803)
<https://boletinagrario.com/ap-6,desarrollo+rural,283.html>
<http://www.bancomundial.org/es/topic/socialdevelopment/overview>
http://www.c4tourism.com/c4tonline_detalle.php?noticia_id=3

Instances where selected sources appear:

22

Ing. M. Sc. Yanila Esther Granados Rivas
Directora 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:

“Propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena,
cantón Valencia, 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:

Econ. Flavio Ramos Martínez

Presidente del Tribunal

Ing. M. Sc. Sandra Muñoz Macías

Miembro del Tribunal

Ing. M. Sc. Luis Simba Ochoa

Miembro del Tribunal

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2018

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por permitirme concluir con éxito mis estudios universitarios.

A mis padres que siempre estuvieron a mi lado durante toda mi etapa de estudios y darme su amor y consejos para no decaer y continuar hasta cumplir mis metas.

A mi esposo por estar conmigo en todo momento, brindandome su apoyo incondicional.

A la Ing. M. Sc. Yanila Esther Granados Rivas, Directora del Proyecto de Investigación, por sus sugerencias y consejos en el presente documento.

A los demás docentes de la UTEQ por haberme transmitido sus experiencias y conocimientos que se han convertido en parte fundamente de mi formación profesional.

Yanina Stefanía Recalde Macías

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a Dios por sus bendiciones, y no dejarme rendir en los momentos más difíciles, y permitir que mis padres, demás familiares, y mis amigos estén a mi lado.

A mis padres, por haberme dado la vida y guiarme siempre por el buen camino gracias a sus consejos y por depositar su entera confianza en mí.

A mi esposo José Mauricio Villarroel Intriago, por su continuo apoyo, brindandome su amor y comprensión en todo momento, alentandome a continuar luchando para vencer los obstáculos, sin perder la esperanza de conseguir las metas propuestas, a pesar de los tropiezos y dificultades que se han presentado en el difícil sendero de mi vida.

A mis hermanas por estar siempre apoyándome y haber compartido tantas cosas, sin importar los momentos difíciles.

A mis amigos quienes son parte de este logro, con quienes a su vez he vivido muchas experiencias que llevaré a lo largo de mi vida.

Yanina Stefanía Recalde Macías

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo con el fin de diseñar una propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos. Para tal efecto se realizaron encuestas a 25 agricultores cacaoteros de la zona de estudio, orientadas a identificar las principales razones que tienen los agricultores para asociarse, cuantificar el grado de aceptación de la propuestas de asociatividad, determinar estrategias de asociatividad para el mejoramiento de la cadena productiva del sector y finalmente se estableció la estructura organizacional para un modelo de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos. Como principales resultados se pudo apreciar en más de un 88,00% de los agricultores de la zona creen firmemente que el plan de asociatividad es muy importante para alcanzar tecnificación y recursos económicos. Los agricultores de la zona consideran que la comercialización manejada y administrada bien, genera mayores recursos económicos en base a mejores precios. Los objetivos que buscan los agricultores para asociarse son nuevos mercados para la venta de cacao (16,00%), promover proyectos para la implementación de sistemas de riego (16,00%), eliminar intermediarios (12,00%) y manejo de postcosecha del grano (12,00%). Las estrategias de asociatividad por las que los agricultores se inclinan es ofertar grano con gran calidad (44,00%) para asistir a diferentes ferias productivas (20,00%) en las cuales participen con su producto buscando mercados potenciales (28,00%). La estructura organizacional propuesta en la investigación estipula tanto la misión, visión, valores institucionales, organigrama funcional con los respectivos roles de las áreas en cuestión, a fin de lograr un correcto funcionamiento institucional.

Palabras claves: asociatividad, competitividad, estrategias asociativas.

SUMMARY

The present investigation was carried out with the purpose of designing a proposal of associativity for cocoa farmers of the La Cadena sector, Valencia canton, province of Los Ríos. For this purpose, surveys were conducted to 25 cocoa farmers in the study area, aimed at identifying the main reasons that farmers have to associate, quantify the degree of acceptance of the associative proposals, determine associative strategies for the improvement of the chain productive sector and finally the organizational structure was established for a model of associativity for cocoa farmers in the La Cadena sector, Valencia canton, province of Los Ríos. As the main results could be seen in more than 88.00% of farmers in the area strongly believe that the associativity plan is very important to achieve technical and economic resources. Farmers in the area consider that marketing managed and managed well, generates more economic resources based on better prices. The objectives that farmers seek to join are new markets for the sale of cocoa (16.00%), promote projects for the implementation of irrigation systems (16.00%), eliminate intermediaries (12.00%) and management of postharvest grain (12.00%). The associative strategies for which farmers are inclined to offer high quality grain (44.00%) to attend different productive fairs (20.00%) in which they participate with their product looking for potential markets (28.00%). The organizational structure proposed in the research stipulates both the mission, vision, institutional values, functional organization chart with the respective roles of the areas in question, in order to achieve a proper institutional functioning.

Keywords: associativity, competitiveness, associative strategies

TABLA DE CONTENIDOS

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
Agradecimientos	vi
Dedicatoria.....	vii
Resumen.....	viii
Summary	ix
Tabla de contenidos	x
Índice de Tablas	xiv
Índice de Gráficos.....	xiv
Índice de Anexos.....	xvi
Código Dublín.....	xvii
Introducción	1
CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1. Problematización	3
1.1.1. Planteamiento del problema	3
1.1.2. Formulación del problema.....	3
1.1.3. Sistematización del problema.....	3
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.	Asociatividad.....	7
2.1.2.	Competitividad	8
2.1.3.	Estrategia asociativa	8
2.1.4.	Productividad.....	9
2.1.5.	Desarrollo económico.....	9
2.1.6.	Desarrollo económico local.....	10
2.1.7.	Desarrollo social.....	10
2.1.8.	Desarrollo rural.....	11
2.2.	Marco referencial	12
2.2.1.	Importancia de la asociatividad.....	12
2.2.2.	Ventajas de la asociatividad	14
2.2.3.	La asociatividad en las pymes	15
2.2.4.	La asociatividad en el desarrollo empresarial	18
2.2.5.	Asociatividad en el desarrollo rural.....	21
2.2.6.	Asociatividad y competitividad.....	22
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		25
3.1.	Localización de la investigación	26
3.2.	Tipo de investigación	26
3.2.1.	Investigación descriptiva.....	26
3.2.2.	Investigación correlacional.....	26
3.2.3.	Investigación propositiva	26
3.3.	Métodos de investigación.....	27
3.3.1.	Método inductivo	27
3.3.2.	Método deductivo.....	27
3.3.3.	Método analítico.....	27
3.4.	Fuentes de recopilación de la información.....	27
3.4.1.	Fuentes primarias	27

3.4.2.	Fuentes secundarias.....	27
3.5.	Diseño de la investigación.....	28
3.6.	Instrumentos de investigación.....	28
3.6.1.	Población y muestra	28
3.6.2.	Encuesta.....	28
3.7.	Tratamiento de los datos.....	28
3.8.	Recursos humanos y materiales	28
3.8.1.	Recursos humanos	28
3.8.2.	Recursos materiales.....	29
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		30
4.1.	Resultados	31
4.1.1.	¿Qué superficie tiene destinada a la producción de cacao?.....	31
4.1.2.	¿Qué tipo de cultivos tiene en la finca?.....	32
4.1.3.	¿En qué estado vende su cacao?.....	33
4.1.4.	¿Recibe asistencia técnica?	34
4.1.5.	¿Tiene acceso a crédito?.....	35
4.1.6.	¿Qué tipo de créditos prefiere adquirir?	36
4.1.7.	¿Cuáles son los principales problemas que afectan a la actividad cacaotera del sector La Cadena?	37
4.1.8.	¿Estaría dispuesto a asociarse?.....	38
4.1.9.	¿Qué tan importante considera que es un plan de asociatividad para el sector La Cadena?	39
4.1.10.	¿Cuáles son las principales razones por las que se asociaría?.....	40
4.1.11.	¿Considera que la asociatividad mejoraría el acceso a asesoría técnica en el sector La Cadena?	41
4.1.12.	¿Considera que la asociatividad mejoraría la comercialización de cacao en el sector La Cadena?	42

4.1.13.	¿Cómo considera que los intermediarios influyen en la comercialización y precio del cacao en el sector?	43
4.1.14.	¿Cuáles son los principales objetivos que considera que debe perseguir la asociatividad en el sector?	44
4.1.15.	¿Qué estrategias de promoción considera que se deberían implementar para mejorar el desarrollo agroeconómico del sector La Cadena?.....	45
4.1.16.	Diagnóstico situacional de los agricultores del sector La Cadena	46
4.1.16.1.	Análisis FODA	47
4.1.17.	Propuesta de asociatividad	47
4.1.17.1.	Presentación.....	47
4.1.17.2.	Misión.....	48
4.1.17.3.	Visión	48
4.1.17.4.	Valores.....	48
4.1.17.5.	Estructura organizacional.....	49
4.1.17.6.	Funciones.....	49
4.2.	Discusión	54
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		56
5.1.	Conclusiones	57
5.2.	Recomendaciones	58
CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA		59
6.1.	Literatura citada.....	60
CAPÍTULO VII. ANEXOS		65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Superficie sembrada de cacao en las unidades de producción del sector.....	31
Tabla 2.	Otros cultivos existentes en las unidades de producción	32
Tabla 3.	Estado de venta del cacao.....	33
Tabla 4.	Agricultores que reciben asesoría técnica	34
Tabla 5.	Acceso a créditos por parte de los agricultores	35
Tabla 6.	Tipos de créditos que prefieren los agricultores.....	36
Tabla 7.	Principales problemas que afectan a la actividad cacaotera.....	37
Tabla 8.	Afinidad de los agricultores en asociarse	38
Tabla 9.	Criterio de los agricultores sobre la importancia de un plan de asociatividad.	39
Tabla 10.	Principales razones por las que los agricultores se asociarían	40
Tabla 11.	Consideración de la contribución de la asociatividad al acceso de asesoría técnica.....	41
Tabla 12.	Consideración del aporte de la asociatividad al mejoramiento de la comercialización.....	42
Tabla 13.	Influencia que los agricultores consideran que los intermediarios tienen en la comercialización y precios de venta del quintal de cacao.....	43
Tabla 14.	Principales objetivos que debe perseguir la asociatividad	44
Tabla 15.	Estrategias de promoción para el mejoramiento del desarrollo agroeconómico.....	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Extensión de cacao de las propiedades de los agricultores	31
Gráfico 2.	Diversidad de cultivos de las unidades de producción	32
Gráfico 3.	Estado de venta del cacao de los agricultores del sector La Cadena del cantón Valencia	33
Gráfico 4.	Porcentaje de agricultores que reciben asistencia técnica	34

Gráfico 5.	Accesibilidad de los agricultores a créditos	35
Gráfico 6.	Preferencia de los agricultores por distintos tipos de créditos.....	36
Gráfico 7.	Problemas que enfrenta la actividad cacaotera del sector La Cadena del cantón Valencia	37
Gráfico 8.	Afinidad de los agricultores por constituir una asociación.....	38
Gráfico 9.	Nivel de importancia de la asociatividad para los agricultores	39
Gráfico 10.	Motivos de los agricultores para asociarse	40
Gráfico 11.	Aporte de la asociatividad al recibimiento de asesoría técnica	41
Gráfico 12.	Contribución de la asociatividad al mejoramiento de comercialización de cacao	42
Gráfico 13.	Influencia de los intermediarios en la comercialización y precio del cacao...43	
Gráfico 14.	Objetivos que debe perseguir la asociatividad en el sector La Cadena del cantón Valencia	44
Gráfico 15.	Estrategias para el mejoramiento del desarrollo agroeconómico del sector La Cadena	45
Gráfico 16.	Análisis FODA de los agricultores del recinto La Cadena.....	47
Gráfico 17.	Propuesta de estructura organizacional para el plan de asociatividad en el sector La Cadena del cantón Valencia.....	49

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta aplicada para la recolección de información	66
Anexo 2. Encuesta al Sr. Julio Vera.....	69
Anexo 3. Encuesta al Sr. Pedro Andrade	69

CÓDIGO DUBLÍN

Título:	Propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, Cantón Valencia, provincia de Los Ríos
Autor:	Yanina Stefanía Recalde Macías
Palabras clave:	Asociatividad, competitividad, estrategias asociativas
Fecha de publicación	
Editorial:	
Resumen:	La presente investigación se llevó a cabo con el fin de diseñar una propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos. Para tal efecto se realizaron encuestas a 25 agricultores cacaoteros de la zona de estudio, orientadas a identificar las principales razones que tienen los agricultores para asociarse, cuantificar el grado de aceptación de la propuestas de asociatividad, determinar estrategias de asociatividad para el mejoramiento de la cadena productiva del sector y finalmente se estableció la estructura organizacional para un modelo de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos. Como principales resultados se pudo apreciar en más de un 88,00% de los agricultores de la zona creen firmemente que el plan de asociatividad es muy importante para alcanzar tecnificación y recursos económicos. Los agricultores de la zona consideran que la comercialización manejada y administrada bien, genera mayores recursos económicos en base a mejores precios. Los objetivos que buscan los agricultores para asociarse son nuevos mercados para la venta de cacao (16,00%), promover proyectos para la implementación de sistemas de riego (16,00%), eliminar intermediarios (12,00%) y manejo de postcosecha del grano (12,00%). Las estrategias de asociatividad por las que los agricultores se inclinan es ofertar grano con gran calidad (44,00%) para asistir a diferentes ferias productivas (20,00%) en las cuales participen con su producto buscando mercados potenciales (28,00%). La estructura organizacional propuesta en la investigación estipula tanto la misión, visión, valores institucionales, organigrama funcional con los respectivos roles de las áreas en cuestión, a fin de lograr un correcto funcionamiento institucional.
Descripción:	
Url	

INTRODUCCIÓN

La producción de cacao es una actividad económica que cada vez toma mayor importancia tanto en sectores rurales como urbanos del Ecuador, de tal manera que constituye una fuente de ingresos para los dueños de las fincas, y fuente de puestos de trabajo para personas que no tienen una finca, pero se dedican a las labores agrícolas y demás trabajos asociados a este tipo de cultivo.

El Ecuador es un país destacado y reconocido a nivel mundial por la calidad de su cacao, el mismo que se utiliza como materia prima para la elaboración de diferentes derivados utilizados tanto para la alimentación como para la industria cosmética y demás sectores que transforman la almendra de estas plantas en productos de consumo.

En el sector de La Cadena, perteneciente al cantón Valencia de la provincia de Los Ríos, existen varios agricultores dedicados a la explotación del cultivo de cacao con fines comerciales, los mismos que ven este cultivo como el sustento para ellos y su familia, y aunque algunos poseen otros ingresos producto de trabajos adicionales, no dejan de lado sus actividades a realizarse en el cultivo, destacándose que muchas veces los rendimientos y demás resultados esperados del cultivo no son significativamente buenos, ya que no reciben asistencia técnica, manejando sus cultivos como lo han hecho tradicionalmente de manera individual y en algunos casos compartiendo técnicas de producción con sus conocidos.

La asociatividad como un modelo de desarrollo empresarial, representa múltiples beneficios para las pequeñas y medianas empresas, ya que les permite incrementar los beneficios, y en el caso de los agricultores al asociarse, les permite tener acceso a créditos, asesorías técnicas, capacitaciones grupales en cuanto a aspectos no solo agronómicos sino también administrativos, porque es ampliamente reconocido y comprobado que para garantizar la sostenibilidad de los sistemas de producción agrícola, se debe hacer un uso eficiente de los recursos, lo que se logra mediante una buena administración, poniendo también en evidencia la capacidad de los dirigentes o en este caso de los agricultores emprendedores en la capacidad de liderazgo para promover dicha asociatividad, así como la capacidad en la toma de decisiones a largo plazo.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problematicación

1.1.1. Planteamiento del problema

Es común escuchar entre los agricultores no solo de cacao sino en general, que no les dan créditos o que los montos deseados no son los esperados, sumándose a esto la dificultad de acceso a asesoría técnica y la falta de atención en ciertos casos por parte de instituciones gubernamentales o no gubernamentales a los requerimientos y problemas de los mismos, manifestando además que para tener ciertos beneficios les toca asociarse, ya que al actuar individualmente sin algún tipo de asociación, hay un alto grado de desorganización, escasa integración comunitaria, aprovechamientos por parte de compradores de su producción y vendedores de insumos, desconocimiento de sistema de información comercial en cuanto a precios estandarizados se refiere, haciéndose evidente la necesidad en la constitución de asociaciones que beneficien a sus agremiados en conjunto.

Lo dicho anteriormente es evidente en la zona de La Cadena del cantón Valencia, por lo que es imprescindible la ejecución de investigaciones encaminadas a la evaluación de la disposición de los agricultores a asociarse, para de esta manera generar propuestas y estrategias de asociatividad, dirigidas al mejoramiento situacional del área de estudio.

1.1.2. Formulación del problema

¿De qué manera contribuye una propuesta de asociatividad para los agricultores al desarrollo de la actividad cacaotera en el sector La Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos?

1.1.3. Sistematización del problema

En base a la problemática del estudio se plantearon las siguientes directrices:

¿Cuáles son las principales razones que tienen los agricultores para asociarse?

¿Qué grado de aceptación tiene la propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena?

¿Cuáles son las estrategias de asociatividad para el mejoramiento de actividad cacaotera en el área de estudio?

¿Cuál es la estructura organizacional que debe tener un modelo de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Diseñar una propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, cantón Valencia, provincia de Los Ríos.

1.2.2. Objetivos específicos

- Cuantificar el grado de aceptación de una propuesta de asociatividad en la zona de estudio.
- Identificar las principales razones que tienen los agricultores para asociarse.
- Determinar estrategias de asociatividad para el mejoramiento de la cadena productiva del sector.
- Establecer la estructura organizacional para un modelo de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector

1.3. Justificación

Son muchos los factores que influyen para que la propuesta de asociatividad a agricultores que por años han producido sin este tipo de estrategia, por lo que previamente al diseño de una propuesta de asociatividad se deberá evaluar la acogida que esta pueda tener y la disposición de los agricultores en agremiarse, y a la vez evaluar sus principales requerimientos y problemas en cuando a producción, comercialización y rentabilidad, para de ésta manera considera como puntos clave para la creación de planes de desarrollo agroempresarial que busquen el mejoramiento de los sistemas de producción de la zona de estudio, a fin de lograr un contenido social entre los sujetos de estudio.

Tomando en cuenta lo estipulado anteriormente, la presente investigación se justifica mediante el análisis del grado de aceptación que puede tener la idea de asociatividad entre los agricultores cacaoteros del sector La Cadena del cantón Valencia, para de esta manera generar estrategias de asociatividad que permitan mejorar cadena productiva del sector, a través de un la búsqueda del mejoramiento de la comercialización y el alcance de mejores precios y un mejor tratamiento a las almendras de cacao como una estrategia conjunta para los agricultores, y finalmente plantear la estructura organizacional de la asociación a proponerse, así como sus principales lineamientos.

Los resultados de la presente investigación contribuirán al desarrollo agroempresarial de los agricultores dedicados a la producción de maíz en el área de estudio y a la vez servirán de guía para los agricultores, si a corto o largo plazo se convencen en tomar acciones para asociarse. Finalmente, también estipulará como beneficiarios a técnicos y estudiantes que orientes futuros estudios al desarrollo del sector maicero de los recintos del cantón Mocache.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Asociatividad

La asociación es parte de un registro histórico del período inicial, donde el hombre como ser humano tenía la necesidad de asociarse de diferentes maneras, para buscar el beneficio de sus objetivos y lograr medios de vida; luego fue comida y vida social; así se ha desarrollado la asociatividad, creando diferentes modelos sociales que permiten que la actividad sea operativa y funcionamiento organizacional de grupos que se unen para encontrar propósitos comunes (Sánchez, Blanco, & Esquivel, 2016).

Según Sánchez, Blanco, & Esquivel (2016), existen muchas definiciones y conceptos sobre asociatividad, así como múltiples autores señalan que, desde diferentes perspectivas, de acuerdo con el entorno en el que operan, entre las más importantes conceptualizaciones se tiene que:

- La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre productores, sean éstos personas naturales o también entidades que van desde microempresas hasta pequeñas y medianas empresas, en las cuales cada unidad productiva toma participación, de tal manera que mantienen tanto su independencia jurídica como su autonomía gerencial, decidiendo la participación voluntaria para a través de un esfuerzo conjunto con otros participantes, tendiendo como finalidad el alcance del objetivo común que determina la asociación (Fernández, Narváez, & Senior, 2008).
- Romero (2002), sostiene que la asociatividad es un medio que ayuda a la creación de empresas competitivas ventajas gracias al trabajo cooperativo realizado por las empresas a lo largo de las diferentes etapas que componen la cadena de valor de un producto, el propósito de lograr una mayor participación en los diferentes mercados donde surgen oportunidades para hacer negocios.
- Según el Centro de Productividad Tolima (2003), la asociatividad es la capacidad de una cadena de producción para funcionar juntos, mediante el desarrollo de planes de trabajo

que generarán beneficios en términos de costos más bajos y una cadena de cronometraje para aumentar competitividad.

2.1.2. Competitividad

La competitividad se refiere a la capacidad de una entidad para mantener una posición de liderazgo en ciertos mercados que permiten el crecimiento y el desarrollo económico y social, y una alta sostenibilidad. Desde un negocio productivamente encadenado en sus diversas etapas (desde el suministro hasta el consumidor final) se requiere operar redes adecuadamente integradas, desplegando sus especializaciones y complementando las cadenas de valor de forma que las constituyen permiten al mercado productos de la más alta calidad y precios asequibles (Suero & Mercado, 2014).

La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno. La competitividad generalmente se basa en una ventaja competitiva, esto es, una cierta habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee. Se trata de un concepto relativo en donde se compara el rendimiento de una persona u organización con respecto a otras. No obstante, lo anterior, cabe mencionar también que no existe una definición única de competitividad existiendo varias interpretaciones y formas de medición que dependen del contexto en que se analice (empresarial, deporte, relaciones internacionales, etc.) (Roldán, 2015).

Se trata de un término que, con carácter comparativo, indica la capacidad que tiene una empresa, un conjunto de empresas o un territorio de producir determinados bienes y/o servicios para un o unos determinados mercados (Vives, 2009).

2.1.3. Estrategia asociativa

Una estrategia asociativa se considera como un mecanismo de relación y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores (empresas, personas u organizaciones) interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente (Guale, 2013).

2.1.4. Productividad

La productividad es un concepto de naturaleza multidimensional en la que influyen ciertas características y comportamientos del individuo, dicha influencia implica procesos psicológicos y psicosociales complejos de cuantificar que constituyen los factores humanos (Cequea & Núñez, 2011).

Se puede definir como “la forma de utilización de los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad”, la busca mejorar la eficiencia y la eficacia con que son utilizados los recursos. La productividad es un objetivo estratégico de las empresas, debido a que sin ella los productos o servicios no alcanzan los niveles de competitividad necesarios en el mundo globalizado (Medina, 2010).

La productividad es una medida de qué tan eficientemente se utiliza el trabajo y el capital para producir valor económico, una alta productividad implica que se logra producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital, mientras que un aumento en productividad implica que se puede producir más con lo mismo. En términos económicos, la productividad es todo crecimiento en producción que no se explica por aumentos en trabajo, capital o en cualquier otro insumo intermedio utilizado para producir (Galindo & Ríos, 2015).

2.1.5. Desarrollo económico

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de producir y obtener riqueza, además éste puede ser tanto a nivel del desarrollo personal como aplicado también a países o regiones. Ya sea en uno o en otro caso, el desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales de las personas (Concepto.de, 2018).

Surge con el advenimiento del modo de producción capitalista, el cual implica un aumento en las tasas de ganancia que permiten el proceso de acumulación del capital. Estos saltos de acumulación cuantitativa son causados por varios factores que se pueden combinar como la reducción de costos, incorporación de técnicas o máquinas más productivas, sobre explotación de las fuerzas de trabajo (Concepto.de, 2018).

2.1.6. Desarrollo económico local

El desarrollo económico local se puede definir como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, nos encontramos ante un proceso de desarrollo local endógeno. La hipótesis de partida es que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas que constituyen su potencial de desarrollo. Cada localidad o territorio se caracteriza, por ejemplo, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, una capacidad empresarial y tecnológica, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, y una tradición y cultura, sobre los cuales se articulan los procesos de desarrollo económico local. En un momento histórico concreto y por iniciativa propia, una ciudad, comarca o región puede emprender nuevos proyectos que le permitirán iniciar la senda del desarrollo competitivo o continuar en ella. La condición necesaria para que aumente el bienestar local es que exista un sistema productivo capaz de generar economías de escala mediante la utilización de los recursos disponibles y la introducción de innovaciones (Vázquez, 2000).

El desarrollo económico local es un proceso de crecimiento y cambio estructural de la economía de una ciudad, comarca o región, en que se pueden identificar al menos tres dimensiones: una económica, caracterizada por un sistema de producción que permite a los empresarios locales usar eficientemente los factores productivos, generar economías de escala y aumentar la productividad a niveles que permiten mejorar la competitividad en los mercados; otra sociocultural, en la cual el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores sirven de base al proceso de desarrollo, y otra política y administrativa, en la que las iniciativas locales crean un entorno local favorable a la producción e impulsan el desarrollo (Böcker, 2005).

2.1.7. Desarrollo social

El desarrollo social se concentra en la necesidad de “poner a las personas en primer lugar” en los procesos de desarrollo. En opinión de los propios afectados, la pobreza no solo se trata

de bajos ingresos, sino que también se relaciona con vulnerabilidad, exclusión y aislamiento, instituciones que no asumen sus responsabilidades, falta de poder y agravamiento de la exposición a la violencia. El desarrollo social promueve la inclusión, la cohesión, la capacidad de adaptación, la seguridad ciudadana y la rendición de cuentas como los principios operacionales que definen un desarrollo socialmente sostenible (Schrader, 2014)

El concepto de Desarrollo Social refiere al desarrollo tanto del capital humano como del capital social de una sociedad. El mismo implica y consiste en una evolución o cambio positivo en las relaciones entre los individuos, grupos e instituciones de una sociedad, siendo el Bienestar Social el proyecto de futuro. Básicamente, el Desarrollo Social deberá ser entendido como un proceso de mejoramiento de la calidad de vida de una sociedad. Se considerará que una comunidad tiene una alta calidad de vida cuando sus habitantes, dentro de un marco de paz, libertad, justicia, democracia, tolerancia, equidad, igualdad y solidaridad, tienen amplias y recurrentes posibilidades de satisfacción de sus necesidades y también de poder desplegar sus potencialidades y saberes con vistas a conseguir una mejora futura en sus vidas, en cuanto a realización personal y en lo que a la realización de la sociedad en su conjunto respecta (DefiniciónABC, 2007).

2.1.8. Desarrollo rural

El aspecto esencial del desarrollo rural en las sociedades avanzadas, de las que aquí se trata, es que es desarrollo integrado. Esto implica la coordinación del cambio planeado de tal manera que todas las necesidades de las áreas rurales se consideren y se tengan en cuenta a la luz de los recursos disponibles y la ideología prevaleciente. Esta noción del desarrollo rural depende de que se entienda la relación entre las partes del sistema. Está particularmente afectado por el conocimiento de los efectos del cambio, especialmente aquellos que se introducen desde fuera, sobre o entre las partes (Fuguitt *et al.*, 2007).

El desarrollo rural es un proceso localizado de cambio social y crecimiento económico sostenible, que tiene por finalidad el progreso permanente de la comunidad y de cada individuo integrado en ella. Se entiende por desarrollo rural local el proceso endógeno que se genera en el territorio de forma global e intersectorial, y que exige la participación activa de la propia población en un proceso apoyado en la acción subsidiaria de las administraciones y de otros agentes externos (BoletínAgrario.com, 2014).

2.2. Marco referencial

2.2.1. Importancia de la asociatividad

La asociación es fundamental pilar en el desarrollo económico y social de un país; por lo tanto, la necesidad de identificar las principales características comunes entre los diferentes conceptos de asociatividad formulados por un número de autores académicos del tema, con el objetivo de construir un concepto integral. En estas redes se unen los intereses de una asociación, siempre por el bien del grupo o equipo en la individualidad general, ilimitada, que funciona como un grupo asociativo, defiende. Para las empresas de alimentos, esta tendencia de la cooperación o asociación se ha transformado en una necesidad tomando esta visión como una línea de base para mejorar su competitividad (Sánchez, Blanco, & Esquivel, 2016).

Desde el punto de vista del desarrollo local, se puede decir que el proceso de asociatividad, estimula la configuración de los sistemas empresariales, los mismos que se orientan a construir entornos competitivos y a la vez innovadores de ciertas externalidades debidamente identificadas que derivan de su asociación o agrupación en el territorio, y a la vez, también de las ventajas ligadas a la tradición empresarial del territorio y relaciones comerciales así como de cooperación para competir unidas a la proximidad (Fernández, Narváez, & Senior, 2008).

Cuando se decide adoptar un proceso asociativo se puede facilitar o a su vez compartir técnicas o tecnologías de producción, así como promover el acceso a mercados que demandan la existencia de garantías, siendo dichas garantías cubiertas total o parcialmente por parte de los miembros o participantes de la asociación, además mediante este proceso de asociatividad también se promueve la consolidación de relaciones empresariales más estables a través del tiempo, lo que trae consigo beneficios mutuos y comunes para los miembros de la misma (Orozco & Arraut, 2012).

La asociatividad también ayuda a hacer frente al proceso de globalización que vive actualmente el planeta, de tal manera que da lugar a la estructuración de estrategias colectivas y competitivas en el ámbito empresarial (Esquivia, 2013).

Según Francés (2008), para que este proceso pueda darse es necesario que se den como mínimo las siguientes condiciones:

- Que los asociados tengan un proyecto común, es decir orientar una serie de actividades para satisfacer una necesidad o resolver un problema común al grupo.
- Compromiso mutuo, llevado a cabo a través de un contrato por escrito, o a veces por el establecimiento de acuerdos verbales entre los actores, donde cada uno asume su responsabilidad y se compromete a participar y aportar para el logro de unos objetivos comunes.
- Que se tenga claridad de los objetivos comunes: las partes involucradas se plantean una serie de metas y objetivos a alcanzar para el beneficio de todos los involucrados.
- Compartir riesgos, conservando la independencia de cada uno de los participantes, ser conscientes de que todos funcionan como una sola empresa donde se comparten responsabilidades.

La cooperación entre asociados puede ser horizontal o vertical. Es horizontal cuando los grupos se asocian para realizar investigaciones conjuntas, se hacen acuerdos especiales para tener acceso a tecnologías o mercados. Y vertical cuando facilita la consecución conjunta de insumos y la posición de los productos (Torres, 2008), es decir, cuando permite mejorar las condiciones de negociación con los proveedores de materia prima y con los distribuidores de los productos.

La implementación de un proceso asociativo implica para los asociados el establecimiento de retos que pueden ser vistos como una oportunidad para crecer, si se aprovecha la evolución del comercio internacional y la circulación de capitales; o como una amenaza, si no se establecen estrategias para enfrentarlos (Esquivia, 2013).

En este tipo de asocio, si se quieren adaptar patrones organizacionales y culturales a las exigencias del nuevo contexto de la economía, se deben crear y mantener ventajas competitivas (Fernández & Narváez, 2011; Becerra, 2008).

La asociatividad es un fenómeno complejo, que no puede analizarse de manera estática. Tiene dinámicas que deben estudiarse para identificar lo que la hace cambiar en el tiempo, pasar por fases o estados. Su evolución puede seguirse a partir de las relaciones, su densidad y sus contenidos. La intervención en ella, por parte de los propios actores participantes o de actores externos, implica trabajar sobre las relaciones más que sobre los actores (Castellanos, 2010).

2.2.2. Ventajas de la asociatividad

Según Guale (2013), el modelo asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes, trayendo como ventajas las siguientes:

- Incremento de la producción y productividad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento de la producción mediante adquisición de materiales, equipos y herramientas.
- Se comparte riesgos y costos.
- Reducción de costos.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- Mejora la gestión del conocimiento técnico amparados en sistema de capacitación – productivo y comercial.

Entre las ventajas de la asociatividad, Quimí (2012), sostiene que el modelo asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes que preocupen a los agremiados, entre los cuales se pueden mencionar:

- Mejora del posicionamiento en los mercados.
- Acceso a mercados de mayor envergadura.

- Capacitación de recursos humanos.
- Incremento de productividad.
- Acceso a recursos materiales y humanos especializados.
- Desarrollo de economías de escala.
- Disponibilidad de información.
- Captación de recursos financieros.
- Optimización de estándares de calidad.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Ventajas competitivas.
- Mejora de las posibilidades de negociación con clientes y proveedores.

2.2.3. La asociatividad en las pymes

La pequeña y mediana empresa (pyme) tiene un destacado desempeño a nivel mundial, regional y local, a pesar de los acelerados cambios tecnológicos, la globalización y las desventajas que enfrentan con respecto de las grandes compañías en la mayoría de los países. Es reconocida su importancia en el impacto de la economía por estudiosos del tema (Di Tomaso & Dubbini, 2000; Dussel, 2004; Beck & Martínez, 2007).

Dichas empresas son protagonistas principales en la mayoría de los países, debido a su capacidad de generar empleos y riqueza. Existen también programas y políticas de apoyo oficiales que alientan a las PYMES a crecer; sin embargo, éstas siguen padeciendo restricciones a su financiación, por lo cual sigue siendo necesario estudiar este segmento de la población de empresas (Beck & Martínez, 2007)

Las pequeñas y medianas empresas tienen la capacidad de generar, en los países del mundo, un fuerte impacto en el desempeño económico, lo cual implica que su estabilidad implica la capacidad de generar empleos y excedente económico. No obstante, presentan una serie de

dificultades que limitan su capacidad de mantenerse en los mercados como son el acceso a mercados desarrollados, la dificultad de acceso a recursos de financiación y garantías. como resultado de la globalización, las empresas se enfrentan a un entorno en el cual los competidores son cada vez más fuertes, los consumidores más exigentes y los retos más grandes. Luego, las organizaciones requieren mejorar la productividad y la competitividad de manera que puedan optimizar su desempeño y les asegure mejor rentabilidad, evolución y desarrollo (Martínez, Lema, & Hernández, 2009).

Como resultado de las diferentes crisis económicas, los países identificaron la importancia del apoyo a las pequeñas y medianas empresas, por lo tanto, promovieron iniciativas para acompañar y potenciar el su desarrollo, de esta manera surge la asociatividad empresarial como alternativa para ayudar a las Pyme a sobrevivir en el mercado (Liendo & Martínez, 2001).

Además, hoy por hoy se torna cada vez más difícil para las Pyme actuar en el mercado de manera individual debido a que son vulnerables a los cambios que se presentan en el entorno y que las afecta de diferentes formas, ya sea por el tamaño de la empresa, la calidad o los estándares de producción (Conapyme, 2004).

Un indicador que refleja las dificultades que genera el entorno en el desarrollo de las Pyme se puede identificar por la poca vida útil de los proyectos, la gran cantidad de cierres, las quiebras empresariales, la poca competitividad resultada de la no adopción de las tecnologías y los procesos de innovación, una estructura de costos que no hace rentable su operación y el poco acceso a planes de financiación que les permita mejorar sus condiciones (Uribe & Messino, 2010).

Estas empresas difícilmente pueden entrar a competir en mercados externos y por ende, tienden a producir sólo para satisfacer la demanda interna y con ello alejándose del mercado externo. Luego, la posibilidad de solucionar individualmente estos condicionantes es mínima, debido a que no cuentan con el poder, los recursos necesarios para implementar y llevar a cabo estrategias y tácticas que les permita mejora. Por esta razón, se hacen necesarias alianzas estratégicas, no sólo con las empresas de su sector si no con entidades de cualquier tipo de sector interesado en la generación de empleo, calificación y servicio (Arango & Martínez, 2007).

Asimismo, las micro, pequeñas y medianas empresas deben proponer modelos de asociatividad para procurar incrementar la competitividad en los países, logrando con ello el acceso a economías de escala. Por esto, los modelos asociativos surgen como un mecanismo de cooperación que busca la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados básicamente por falta de escala (Alarcón & Guevara, 2015).

Aunque la asociatividad es un factor importante para que las empresas logren llegar a mercados internacionales, no ha logrado ser una fuente de auge empresarial y por el contrario se ha convertido en un proceso sumamente complejo dado que no es fácil para las empresas dar a conocer en el ambiente externo la información interna de sus procesos, diseños y procedimientos. Es difícil para los propietarios de las Pymes compartir información confidencial con las demás empresas que conforman el grupo asociativo (Vergara, Maza, & Fontalvo, 2010).

Es bien sabido que en la actualidad se torna cada vez más difícil para las Pymes actuando de manera individual, dado su insuficiente tamaño y sus dificultades operativas, poder alcanzar resultados exitosos. En este contexto, el término asociación surge como uno de los mecanismos de cooperación mediante el cual las pequeñas y medianas empresas unen sus esfuerzos para enfrentar las dificultades derivadas del proceso de globalización (Liendo & Martínez, 2001).

Bajo esta perspectiva, las Pymes para adecuarse a la realidad imperante se ven obligadas, en muchos casos, no sólo a encarar un proceso de introspección sino además a interactuar con el medio a través de la conformación de redes o asociaciones que los ubique en posiciones más sólidas para afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades (Liendo & Martínez, 2001).

El modelo asociativo surge como uno de los mecanismos de cooperación que persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados fundamentalmente, por falta de escala. Es decir, la insuficiencia del tamaño de las empresas hace muy difícil la incorporación de tecnologías, la penetración a nuevos mercados y el acceso a la información, entre otros. La asociatividad permite, a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor envergadura (Liendo & Martínez, 2001).

2.2.4. La asociatividad en el desarrollo empresarial

Las empresas desempeñan un papel importante en el contexto del desarrollo económico y social, además de ser un vehículo ideal para crear riqueza, contribuir a la generación de empleo, son el lugar ideal para que las personas tengan acceso al conocimiento y al aprendizaje permanente, por lo tanto, apoyan la formación de humanos capital, producir o comercializar bienes y servicios que la comunidad requiere, competir, exigir y siempre buscando ser mejor para ganar la preferencia del mercado, lo que beneficia a los consumidores. Innovar, hacer desarrollos tecnológicos o apropiarse de tecnologías, lo que contribuye a la mejora de las condiciones competitivas en comparación con otros países del mundo; facilitar la conectividad de las regiones y el país con el mundo globalizado, contribuyendo al bien común, en la medida en que asuma la responsabilidad social y los impuestos pagados a las entidades estatales también ayuden a distribuir más equitativamente y oportunidades de ingresos entre los ciudadanos (Suero & Mercado, 2014).

Los altos niveles de informalidad empresarial, pobreza y desempleo, especialmente en el sector rural, donde las estrategias tradicionales de desarrollo, conocidas como enfoque "descendente" o "ascendente", basadas en la redistribución del ingreso y los subsidios, habían logrado un impacto bajo en la mayoría de las localidades. Por lo tanto, la necesidad de adquirir una participación activa de diferentes actores, gestionar estrategias y combinar esfuerzos que conducen a una visión común. En este sentido, se considera de gran importancia mostrar casos exitosos de comunidades que, en crisis, tienen oportunidades de mejorar sus condiciones de vida, no solo a nivel individual sino también colectivo, contribuyendo así al verdadero desarrollo local (Melo, Melo, & Fonseca, 2017).

Por las razones anteriores y por muchas otras, las empresas son esenciales para enfrentar el desafío del desarrollo sostenible, por lo que es una prioridad ampliar la base de negocios y garantizar la continuidad de las empresas existentes (Suero & Mercado, 2014).

Dentro de las estrategias reconocidas que contribuyen al desarrollo local, la asociatividad empresarial ocupa un lugar importante, siendo un mecanismo por el cual diferentes organizaciones unen esfuerzos, voluntades, iniciativas y recursos, buscando alcanzar objetivos comunes, con el fin de ser más competitivos en el mercado global, preservando su independencia legal y autonomía gerencial (Fernández & Narváez, 2011).

Se ha identificado la asociatividad como un factor fundamental para la generación de condiciones que mejoren el nivel de vida de la población rural, ya sea a través de la posibilidad de organizarse en comunidad, aumentar y mejorar su productividad, reducir costos, lograr acceso real al mercado, desarrollar economías de escala, aumentar el poder de negociación y lograr una mayor integración, vinculándolo con la cooperación, construyendo capital social y confianza (National Planning Department , 2012).

La elaboración de nuevas estrategias de desarrollo requiere un elemento diferenciador, que pueda generar sinergias, estimular acciones significativas, aceptar los cambios que se requieren, ya que es imposible obtener resultados diferentes y significativos con las prácticas habituales, detrás de las condiciones cambiantes del entorno (Melo, Melo, & Fonseca, 2017).

En los sistemas productivos, cada vez cobra más importancia la interacción de las empresas con agentes externos, que pueden afectar positiva o negativamente su comportamiento o, a su vez, ser afectados por las acciones, decisiones o planes de estas: que comprometen la capacidad competitiva de las mismas (Becerra, 2008). Este proceso ha llevado a las empresas a asociarse con otras para alcanzar objetivos comunes (Esquivia, 2013).

El impacto de las estrategias de desarrollo local se considera en línea con el rol de las iniciativas locales, la incursión de la innovación, el grado de interacción y sinergia con otras administraciones en diferentes niveles y, por supuesto, políticas eficientes, logrando un crecimiento sostenido y un cambio estructural. Todo esto, dada la transferencia de recursos de actividades tradicionales a actividades modernas e innovadoras, percibiendo un aumento en el bienestar de su población (Pérez & Múnera, 2007).

Las exigencias planteadas por la competencia y los procesos de globalización obligan a las empresas pequeñas y medianas de un determinado sector a participar en procesos de asociatividad, ya que “las regiones que cuentan con un volumen importante de procesos asociativos son más competitivas comparadas con aquellas donde dichos procesos son incipientes” (Grueso, Gómez, & Garay, 2009).

En el ámbito empresarial resulta cada vez más difícil, cuando se opera de manera individual, alcanzar resultados exitosos. La asociatividad empresarial “es la capacidad de una cadena productiva para trabajar juntos, mediante el desarrollo de esquemas de trabajo que permitan

obtener beneficios en cuanto a disminución de costos y sincronización de la cadena para el aumento de la competitividad” (Pérez & Múnera, 2007).

Es una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva, en donde cada uno de los asociados mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, tomando la decisión de si integrase o no en un esfuerzo conjunto para el logro de objetivos comunes (Riera, 2013).

La asociatividad, expresada en la conformación de redes de negocios o clusters localizados de empresas en una industria específica ha sido estudiada por numerosos autores en el mundo desarrollado. Es de vital importancia en el panorama empresarial y se acentúa en el caso de PyMEs, por la necesidad que tienen estas empresas de competir en mercados nacionales e internacionales con empresas de otras regiones en vías de desarrollo, las cuales ya están organizadas y son altamente competitivas, como es el caso de India, País Vasco, algunas zonas de Argentina, Chile, Brasil y México. Los ejercicios o casos que se analizan en este documento, se realizaron orientados hacia la consolidación permanente de una aglomeración o clúster de empresas siguiendo el camino de otros países, con cimientos adquiridos en la interacción social para la producción (Castellanos, 2010).

La asociatividad se ha convertido en una herramienta para el posicionamiento empresarial en los mercados nacionales e internacionales. Las pequeñas y medianas empresas Pyme se enfrentan a numerosas amenazas producto de la apertura de mercados, la desregulación y la globalización, luego, la competencia nacional e internacional hace más difícil el mantenerse y posicionarse en los mercados, ello implica la necesidad de empresas más organizadas y altamente competitivas (Alarcón & Guevara, 2015).

En los últimos años el entorno socio-cultural, económico y político a nivel mundial ha sufrido muchos cambios de la mano de los avances tecnológicos y sociales que implican un cambio también en la situación y posición económica de las organizaciones. Debido a las numerosas amenazas provocadas por los mismos avances las empresas se ven obligadas a buscar nuevas oportunidades de gestión que les permita optimizar sus recursos. Precisamente ante la dinámica del mundo de los negocios las empresas han optado por desarrollar su potencial de diversas maneras, allí, la asociatividad emerge como un elemento de trabajo que provee de mecanismos para compartir y mantenerse en un mercado. En consecuencia,

las empresas deben proponer nuevas estrategias para superar las dificultades presentadas en un mercado cada vez más complejo y competitivo (Alarcón & Guevara, 2015).

Las organizaciones no pueden detenerse puesto que compiten en mercados cada vez más globales y el rendimiento real depende en gran medida de un exitoso desarrollo de la innovación. Las empresas pueden obtener una ventaja competitiva frente a las demás, mediante la gestión eficaz de las estrategias de innovación, para así mismo innovar para el mañana (Tushman & Nedler, 2014). Es importante que las empresas mantengan un buen nivel de innovación, por lo tanto, deben basarse en la identificación de oportunidades de negocio e inteligencia de mercados, además, la búsqueda de información tecnológica, la identificación de nuevos modelos de negocio, la evaluación de proyectos, la gestión del proceso de gestión del conocimiento para la innovación hasta el posicionamiento en el mercado del producto o servicio y la generación de conocimiento (Moraleda, 2004).

2.2.5. Asociatividad en el desarrollo rural

Mediante el proceso de desarrollo rural se pretende una mejora de las condiciones de vida y trabajo que lleve consigo la creación de empleo y riqueza, compatibles con la preservación del medio y del uso sostenible de los recursos naturales (BoletínAgrario.com, 2014).

La realidad productiva actual y la creciente demanda de alimentos, nos convocan a asumir nuevos comportamientos y formas productivas. Para ello se necesita adquirir capacidades para negociar y modernizar nuestra gestión y uno de los instrumentos disponibles es el establecimiento de esquemas asociativos con enfoques participativos. Comprender la asociatividad como un salto al desarrollo y entender que todos los productores y sus familias participan de manera sana y solidaria sin individualismo nos permitirá mejorar el nivel de vida de la familia rural (Moreno, Uribe, & Santiago, 2011).

Según Fuguitt *et al.* (2007), es importante reconocer los objetivos del desarrollo rural y darse cuenta que éstos pueden variar a lo largo del tiempo según la naturaleza de las áreas rurales y las necesidades de la sociedad. Ciertamente, el desarrollo rural no tiene por qué identificarse siempre con el crecimiento y claramente supone más consideraciones que las estrictamente agrícolas. Si el objetivo global del desarrollo rural es mejorar la calidad de

vida, de cualquier forma, que se defina, entonces los siguientes objetivos pueden contribuir a esta aspiración:

- Maximizar la producción agrícola (o minimizar el costo de apoyo a la agricultura)
- Desarrollar una política de utilización de la tierra racional
- Garantizar la libertad de ocupación/residencia
- Conservar el medio ambiente
- Mejorar la calidad de la vida rural (oferta de servicios de salud, educación y transportes)
- Mantener la densidad óptima de población.

2.2.6. Asociatividad y competitividad

La competitividad no surge espontáneamente: se construye y se logra a través de un proceso donde distintos actores juegan su papel: nuestros proveedores, nuestros empleados, nuestro entorno físico y económico, nuestras administraciones locales, regionales y nacionales, nuestros accionistas y, especialmente, nuestros directivos de los que depende en buena parte la creación de una cultura de la competitividad que permita generar un servicio o producto que resulte atractivo y con capacidad de venta a nuestros clientes, rentable para nuestra compañía (empleados y accionistas) y respetuoso con nuestro entorno, nuestra cultura e identidad (Vives, 2009).

Implantar una cultura de competitividad en la empresa o el destino comporta un proceso de reflexión estratégica. La determinación de esta estrategia y ella misma se convierte en “la hoja de ruta “de nuestra gestión y, al propio tiempo, el referente necesario para la evaluación de nuestro éxito en términos de eficiencia, eficacia y efectividad en conseguir los objetivos prefijados en dicha estrategia (Vives, 2009).

La mejora de la competitividad está garantizada por acciones destinadas al capital humano y físico, y a los productos alimenticios, incluida la producción de calidad. Se introducen algunas medidas de protección de los recursos naturales y de mejora de los sistemas agrarios

y forestales de gran valor medioambiental, así como de los paisajes culturales. La calidad de vida en las zonas rurales se mejora con el estímulo de la diversificación de las actividades económicas y el desarrollo de las infraestructuras locales (BoletínAgrario.com, 2014).

No solo los factores básicos, como la tierra, el trabajo y el capital, son responsables de la generación de ventajas competitivas de una región dada, sino que también son factores especializados. Estos factores especializados no son heredados, sino creados por cada región; surgen de habilidades específicas derivadas de su sistema educativo, su tecnología, infraestructura especializada, etc. y responden a las necesidades particulares de una industria específica. Requiere inversiones significativas y continuas por parte de las empresas y los gobiernos para mantenerlos y mejorarlos. Factores especializados que conducen a la ventaja competitiva de un país, porque son únicos y difíciles de replicar o tener acceso por parte de competidores de otras regiones (Suero & Mercado, 2014).

En un mundo dirigido hacia la globalización parecería que la demanda local es menor, pero la evidencia muestra lo contrario. Las empresas más competitivas invariablemente tienen una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo. Los clientes exigentes permiten a las empresas vislumbrar y satisfacer las necesidades emergentes y convertirse en otro incentivo para la innovación. Tener estos clientes cerca permite a las empresas responder más rápidamente, gracias a las líneas de comunicación más cortas, a una mayor visibilidad y a la posibilidad de proyectos conjuntos. Cuando los clientes locales anticipen y formen las necesidades de otros países, los beneficios para las empresas locales son aún mayores (Becerra, 2008).

La existencia de industrias de soporte especializadas eficientes, que crean ventajas competitivas para un país. Las industrias relacionadas y el apoyo brindado a las empresas dentro de los insumos, componentes y servicios del clúster, están diseñados para reducir los costos, ofrecer mayor calidad y entregarse de manera rápida y preferida. Esto es el resultado de lazos más estrechos de cooperación, mejor comunicación, aprendizaje mutuo y presiones constantes que facilitan la innovación y la mejora continua en la cadena de suministro (Cillóniz *et al.*, 2003).

Los clústeres ofrecen una variedad de ventajas para las empresas ubicadas dentro de ellos, como la disponibilidad de insumos, dada la concentración de proveedores y compradores,

usted tiene acceso a economías de escala y costos de transporte reducidos, oportunidad y almacenamiento, entre otros. La congregación de trabajo, donde la aglomeración de trabajadores calificados se presentó aguda, para maximizar la eficiencia en el uso de estos, la reducción de los costos de búsqueda y selección de personas y garantizar la seguridad del empleo a los trabajadores a las empresas. La concentración del conocimiento, donde está la proximidad de empresas y trabajadores, apunta a una difusión rápida y efectiva del conocimiento tanto técnica como profunda, gracias a una mayor posibilidad de interacción entre las personas (Suero & Mercado, 2014).

El clúster constituye algo así como una "familia" de empresas, que generan y fortalecen los lazos de confianza, el capital social, que se traduce en una interacción comercial más fluida y en menores costos de transacción. Los incentivos se generan debido a la proximidad, las empresas se pueden comparar fácilmente con sus competidores e implementar las mejores prácticas más rápidamente. El clúster atrae a todo tipo de personas diferentes de capacitación, lo que, de acuerdo con numerosos estudios han concluido, crea un mayor potencial de innovación que aquellos sectores de la industria donde existe una alta homogeneidad de la fuerza de trabajo. Además, existen relaciones sólidas con los mercados objetivo, lo que permite percibir con mayor rapidez las tendencias y las necesidades de estos (Cillóniz *et al.*, 2003).

Finalmente, donde los miembros del grupo son interdependientes y, por lo tanto, tienen una gran presión para coordinar actividades y aumentar la eficiencia con la que se realizan. Dada la buena reputación que generalmente disfrutamos del clúster, es posible que tenga un mejor acceso al crédito de las instituciones financieras. Además, todos los recursos para el negocio existente, y debido a la alta especialización del trabajo, requieren menos actividad, aunque muy específico. Los beneficios fluyen de los clientes a los proveedores y entre las compañías competidoras, de modo que los "clusters" crecen en la dirección de las nuevas industrias que aparecen como resultado de la integración vertical u horizontal de las empresas (Suero & Mercado, 2014).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización de la investigación

La investigación se llevó a cabo en el área de influencia del recinto La Cadena del cantón Valencia, provincia de Los Ríos. El sector a su vez se ubica entre las coordenadas 00°54'48.2"S 79°24'33.3"W, a una altitud de 72 m.s.n.m.

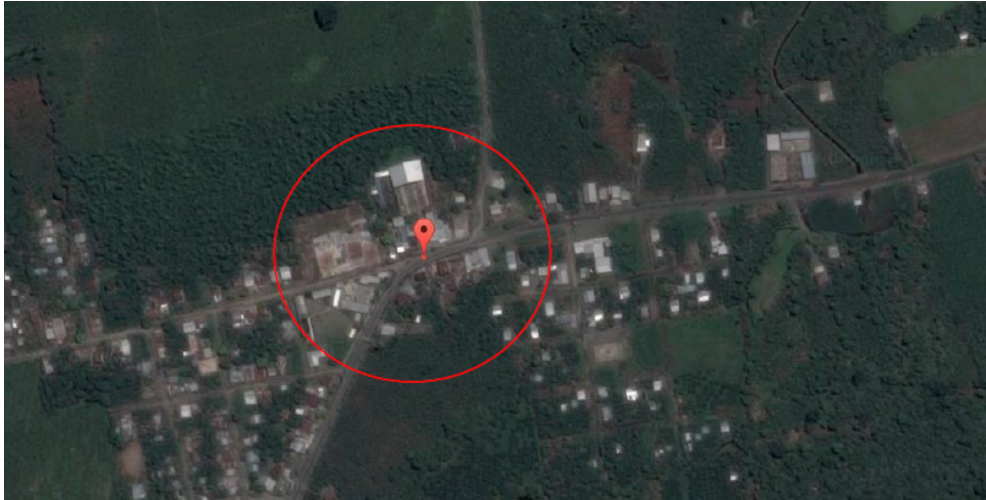


Figura 1. Localización del sitio donde se realizará la investigación

Fuente: Google maps

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Investigación descriptiva

La investigación es de tipo descriptiva, porque se buscó determinar y describir el grado de aceptación de la propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena del cantón Valencia, partiendo de un diagnóstico situacional de los mismos.

3.2.2. Investigación correlacional

La presente investigación tuvo carácter correlacional, al buscar relacionar los principales problemas existentes en los sistemas de producción con el grado de aceptación de asociarse para buscar beneficios que no les son posibles individualmente.

3.2.3. Investigación propositiva

Las características propositivas las convierten en la una investigación propositiva, porque plantea una propuesta de asociatividad para la población en estudio.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método inductivo

El método inductivo fue la herramienta base para la elaboración de las preguntas que conformaron la encuesta que se efectuó a los agricultores cacaoteros de la zona de estudio, tomando en consideración que estén alineados a los objetivos planteados, a fin de garantizar el alcance de éstos.

3.3.2. Método deductivo

Se utilizó este método para el establecimiento de la estructura organizacional del modelo de asociatividad, el grado de aceptación de dicha propuesta y las estrategias de asociatividad, además identificar puntos claves específicos para el cumplimiento de los objetivos planteados.

3.3.3. Método analítico

El método analítico fue la base para el análisis e interpretación de los datos proporcionados por los agricultores de la zona de estudio, para posteriormente generar los correspondientes resultados.

3.4. Fuentes de recopilación de la información

3.4.1. Fuentes primarias

Las fuentes primarias de las cuales se obtuvo información, son constituidas por los datos obtenidos a través de la aplicación de las encuestas a los agricultores, es decir aquella información proveniente de la observación directa.

3.4.2. Fuentes secundarias

Se extrajo información de fuentes secundarias, es decir aquella proveniente de fuentes bibliográficas como libros, enciclopedias, folletos, boletines divulgativos, revistas, publicaciones y documentos en línea.

3.5. Diseño de la investigación

Por tratarse de una investigación no experimental, no se emplearon técnicas de experimentación clásica. El análisis estadístico de los datos obtenidos de las encuestas consistió en el procesamiento de éstos utilizando técnicas de estadística descriptiva para facilitar la presentación de los mismos mediante tablas de frecuencia absoluta y relativa que a la vez permiten una mejor apreciación de diferentes aspectos abordados en la investigación.

3.6. Instrumentos de investigación

3.6.1. Población y muestra

Se trabajó con todos los agricultores cacaoteros del recinto La Cadena, que constituyeron el universo conformado por 25 personas, población en la que se sustenta la presente investigación, a la que se dirigió en su totalidad las encuestas.

3.6.2. Encuesta

En las encuestas realizadas se formularon preguntas en base a los objetivos de la investigación y de los resultados esperados. Se plantearon preguntas cerradas con opciones simples y compuestas para facilitar la obtención de respuestas y agilizar el proceso de ejecución de las mismas.

3.7. Tratamiento de los datos

Los datos se recolectaron en formularios, los cuales posteriormente se ingresaron en Excel 2016, para su tabulación y elaboración de gráficos estadísticos que faciliten su comprensión.

3.8. Recursos humanos y materiales

3.8.1. Recursos humanos

Se contó con la participación de la Ing. Yanila Esther Granados Rivas, en calidad de Directora del Proyecto de Investigación, quien aportó con las directrices y sugerencias en la ejecución de la investigación así como en la revisión de la información procesada. Además,

se contó con la colaboración de colaboración de los agricultores encuestados, quienes respondieron todas las preguntas que conformaron las encuestas de las cuales se extrajo la información para obtener resultados.

3.8.2. Recursos materiales

- Borrador
- Calculadora
- Carpeta
- Computador
- Esferos
- Hojas de papel bond
- Impresora
- Libreta de apuntes
- Lista de agricultores cacaoteros de la zona
- Pendrive

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los agricultores cacaoteros del recinto La Cadena del catón Valencia se presentan a continuación:

4.1.1. ¿Qué superficie tiene destinada a la producción de cacao?

Tabla 1. Superficie sembrada de cacao en las unidades de producción del sector

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Menos de 3 hectáreas	14	56,00
Entre 3 y 8 hectáreas	5	20,00
Entre 8.1 y 11 hectáreas	3	12,00
Más de 11 hectáreas	3	12,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

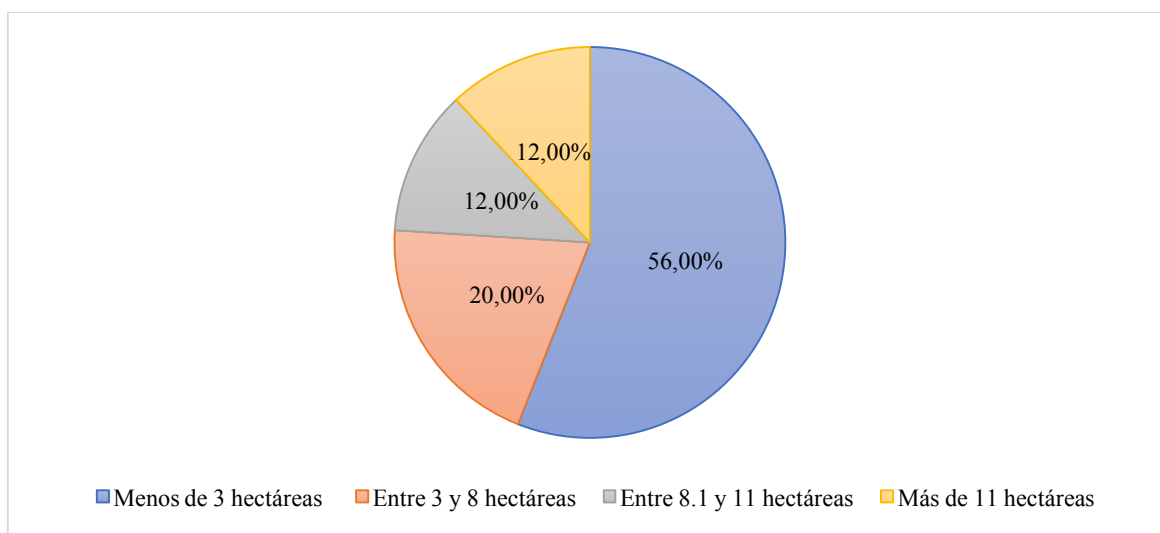


Gráfico 1. Extensión de cacao de las propiedades de los agricultores

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

En el sector La Cadena del cantón Valencia, el 56,00% de los agricultores tiene menos de 3 hectáreas dedicadas a la producción de cacao, un 20,00% tiene entre 3 y 8 hectáreas, un 12,00% entre 8,1 y 11 hectáreas, y el 12,00% restante posee más de 11 hectáreas destinadas a la producción de cacao.

4.1.2. ¿Qué tipo de cultivos tiene en la finca?

Tabla 2. Otros cultivos existentes en las unidades de producción

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Sólo cacao	8	32,00
Maíz	2	8,00
Maracuyá	3	12,00
Plátano	12	48,00
Soya	0	0,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

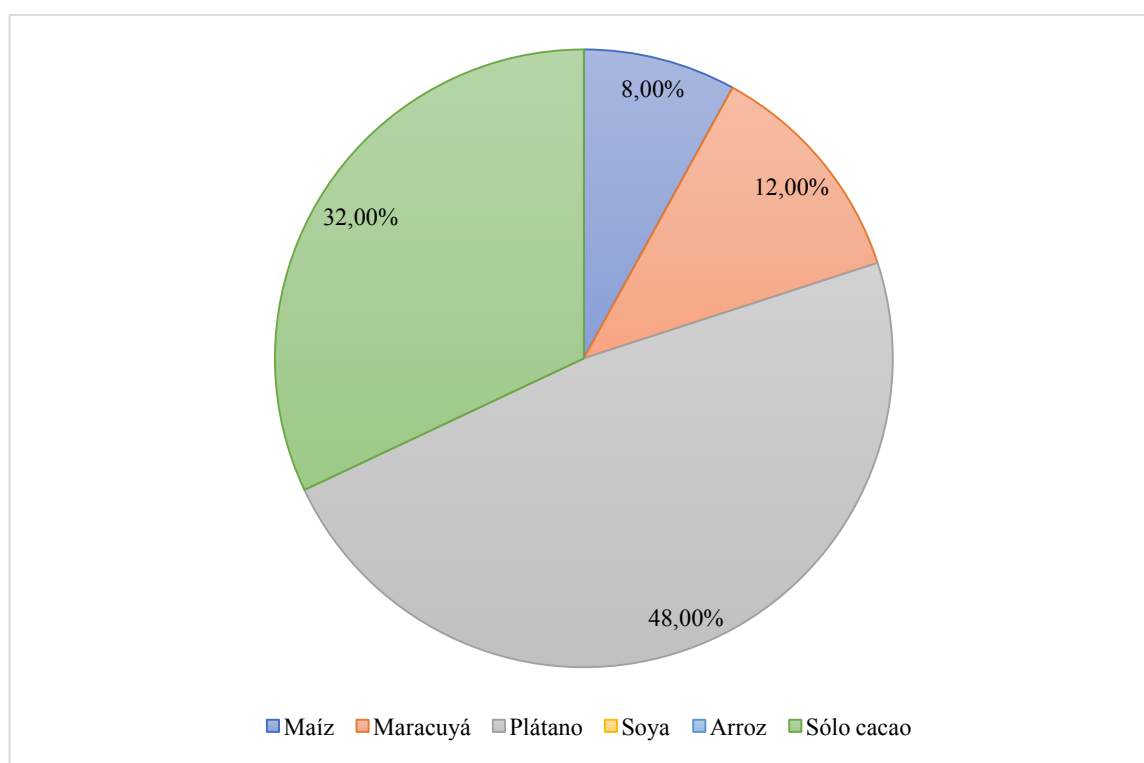


Gráfico 2. Diversidad de cultivos de las unidades de producción

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

En el 48,00% de los agricultores, tienen establecido plátano y cacao, mientras que un 32,00% sólo cacao, 12,00% cacao y maracuyá, y el 8,00% restante tiene maíz además del cacao en sus unidades de producción.

4.1.3. ¿En qué estado vende su cacao?

Tabla 3. Estado de venta del cacao

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Seco	9	36,00
Oreado	11	44,00
En baba	5	20,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

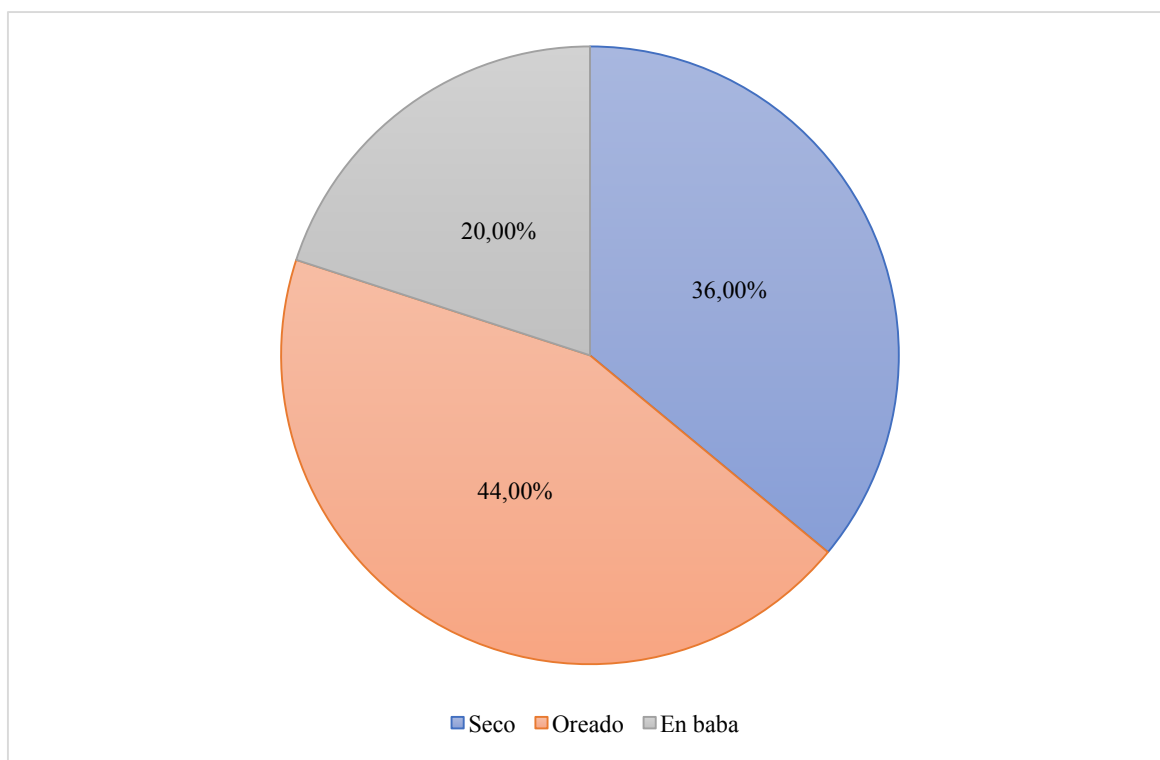


Gráfico 3. Estado de venta del cacao de los agricultores del sector La Cadena del cantón Valencia

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

En cuanto al estado de venta del grano de cacao, el 44,00% de los agricultores manifestó que vende su cacao oreado¹, el 36,00% lo vende seco, y una pequeña parte correspondiente al 20,00% lo vende en baba para obtener el dinero en menor tiempo con respecto a la cosecha.

¹ Cacao entre seco y húmedo

4.1.4. ¿Recibe asistencia técnica?

Tabla 4. Agricultores que reciben asesoría técnica en el sector La Cadena del cantón Valencia

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Si	4	16,00
No	21	84,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

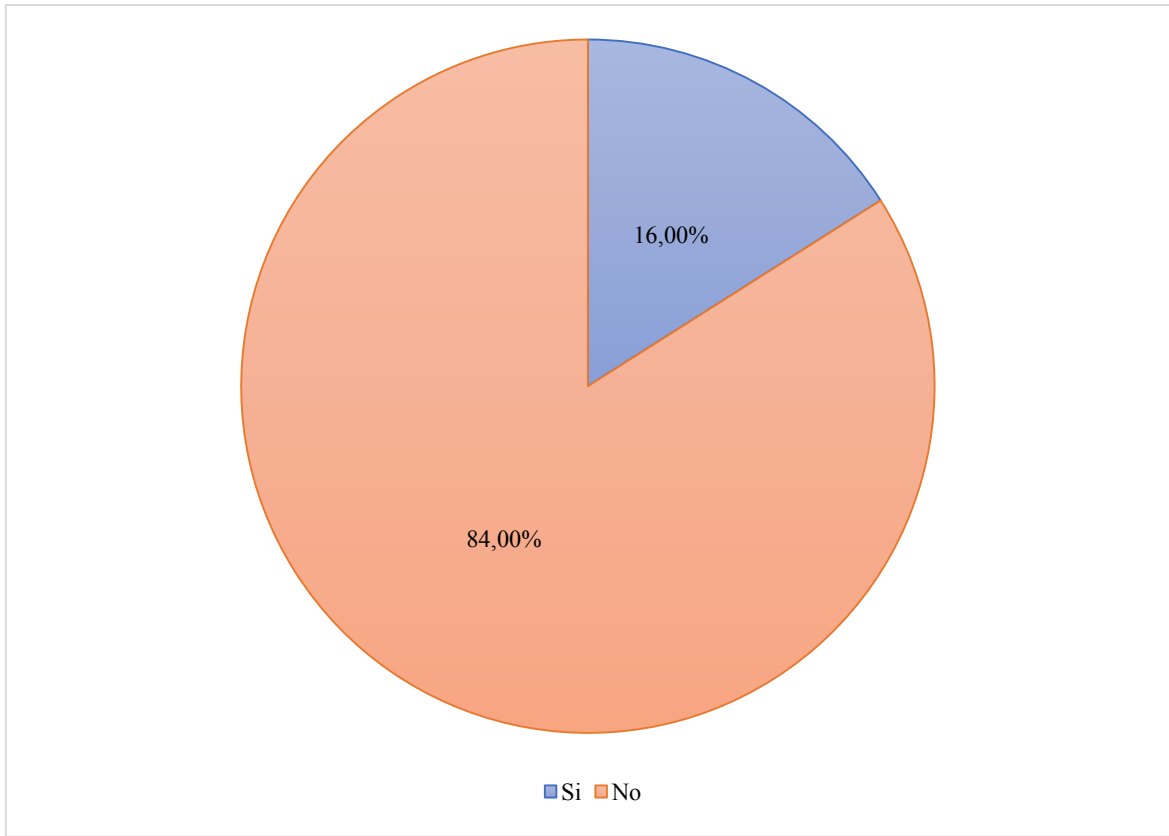


Gráfico 4. Porcentaje de agricultores que reciben asistencia técnica

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

La gran mayoría de los agricultores encuestados correspondiente a un 84,00% manifestó que no recibe ningún tipo de asesoría técnica, mientras que el 16,00% restante indicó que si recibe asesoría técnica para el manejo de sus unidades de producción.

4.1.5. ¿Tiene acceso a crédito?

Tabla 5. Acceso a créditos por parte de los agricultores

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Si	18	72,00
No	7	28,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

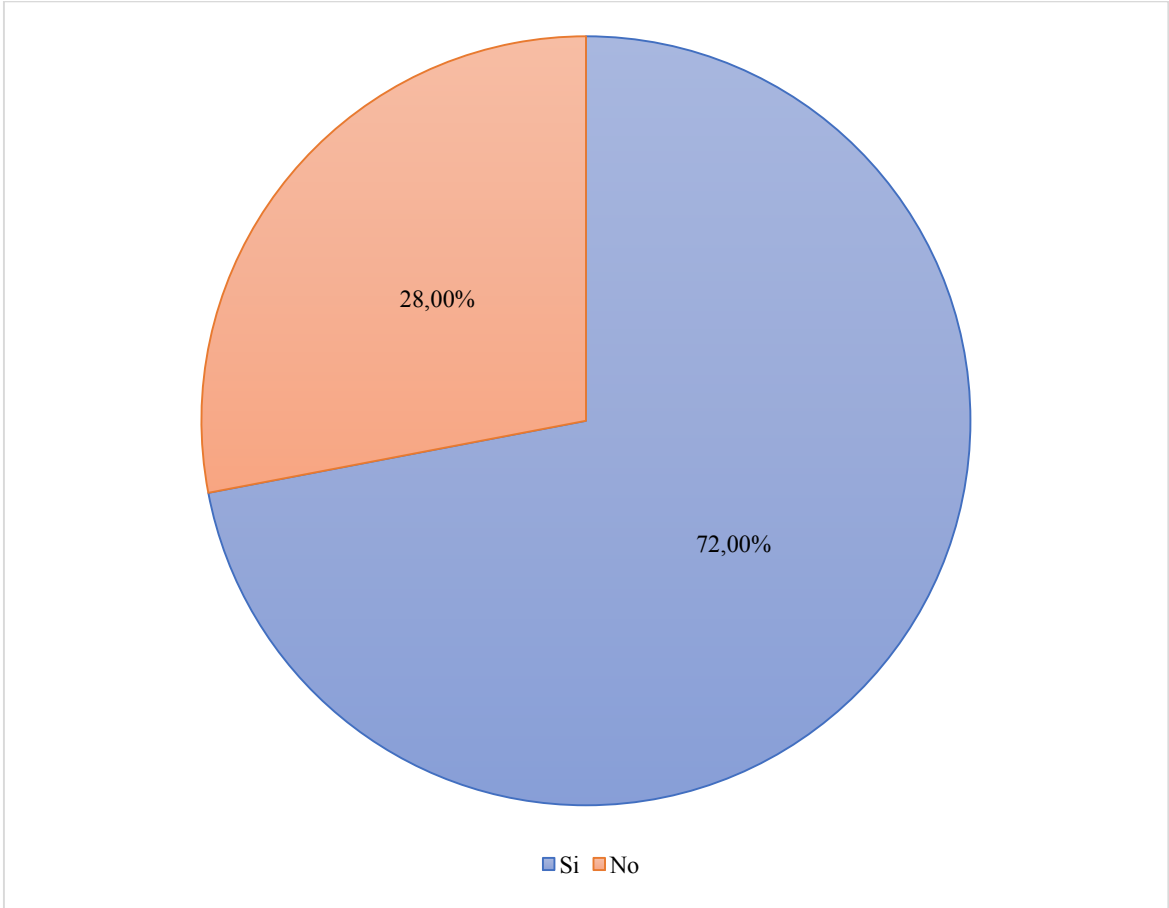


Gráfico 5. Accesibilidad de los agricultores a créditos

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

Del total de agricultores, el 72,00% expresó que, si tiene acceso a créditos, mientras que el 28,00% indicó que no tiene acceso a créditos.

4.1.6. ¿Qué tipo de créditos prefiere adquirir?

Tabla 6. Tipos de créditos que prefieren los agricultores

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Ninguno	1	4,00
Individuales	8	32,00
Grupales	5	20,00
Asociativos	11	44,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

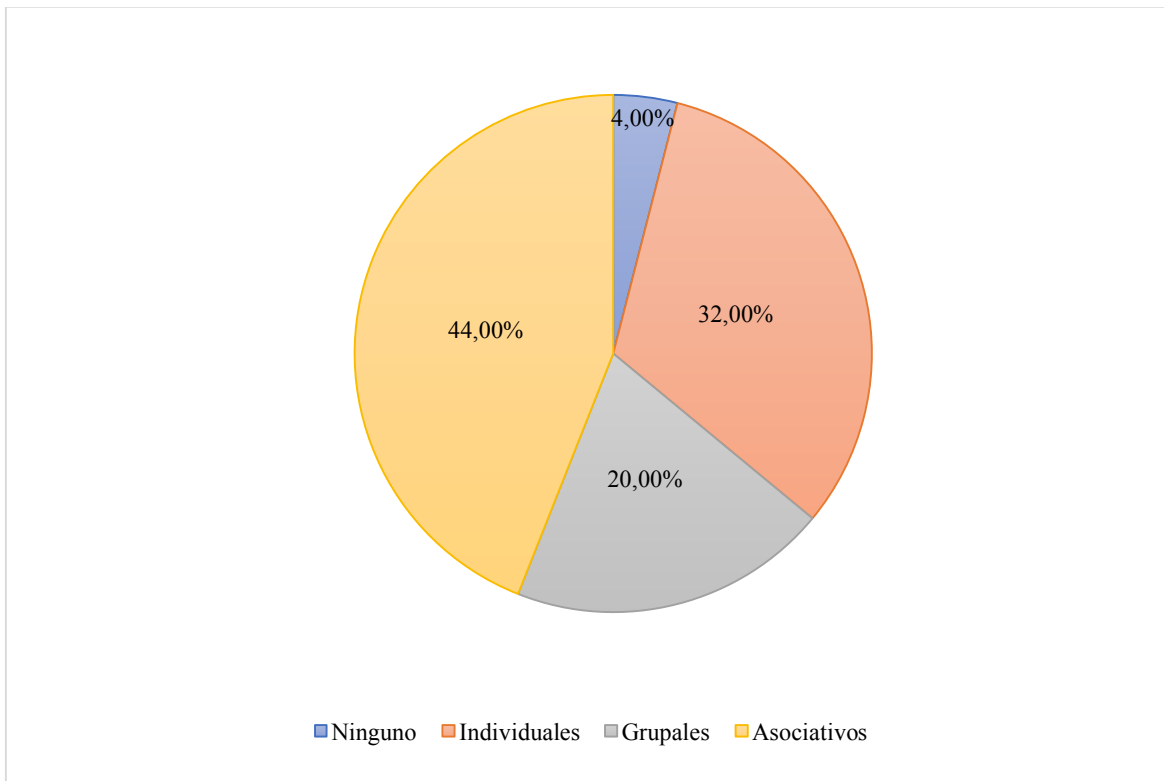


Gráfico 6. Preferencia de los agricultores por distintos tipos de créditos

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

En lo referente al tipo de crédito que prefieren los agricultores, el 44,00% indicó que prefiere los créditos asociativos, un 32,00% se inclina hacia los créditos individuales, y el 20,00% restante prefiere los créditos grupales, mientras que una pequeña proporción correspondiente al 4,00% no se inclina por la adquisición de créditos para financiar su producción.

4.1.7. ¿Cuáles son los principales problemas que afectan a la actividad cacaotera del sector La Cadena?

Tabla 7. Principales problemas que afectan a la actividad cacaotera

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Bajo rendimiento	5	20,00
Falta de asistencia técnica	6	24,00
Dificultades en la comercialización	7	28,00
Falta de financiamiento de la producción	4	16,00
Dificultad en la adquisición de agroinsumos	3	12,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

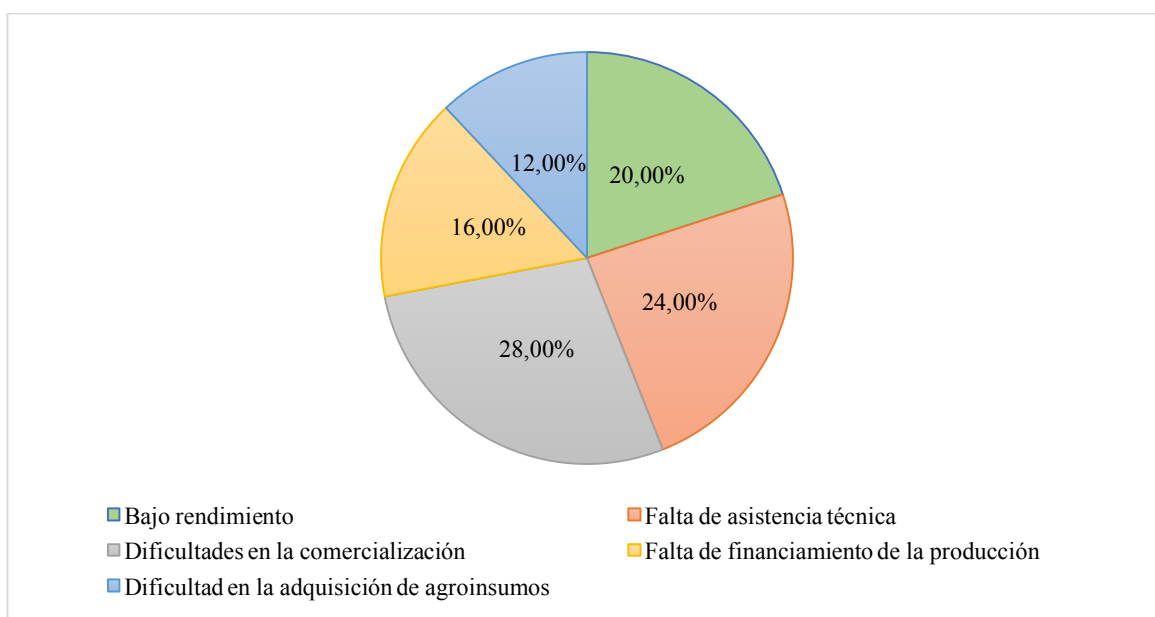


Gráfico 7. Problemas que enfrenta la actividad cacaotera del sector La Cadena del cantón Valencia

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

Del total de agricultores, 28% indicaron que el principal problema que afronta la actividad cacaotera en la zona de estudio son las dificultades en la comercialización, un 24,00% manifestó que su principal preocupante es la falta de asistencia técnica, el 20,00% se orientó por los bajos rendimientos, 16,00% por la falta de financiamiento de la producción, y el 12,00% restante expresó que el principal problema es la dificultad en la adquisición de agroinsumos.

4.1.8. ¿Estaría dispuesto a asociarse?

Tabla 8. Afinidad de los agricultores en asociarse

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Si	22	88,00
No	3	12,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

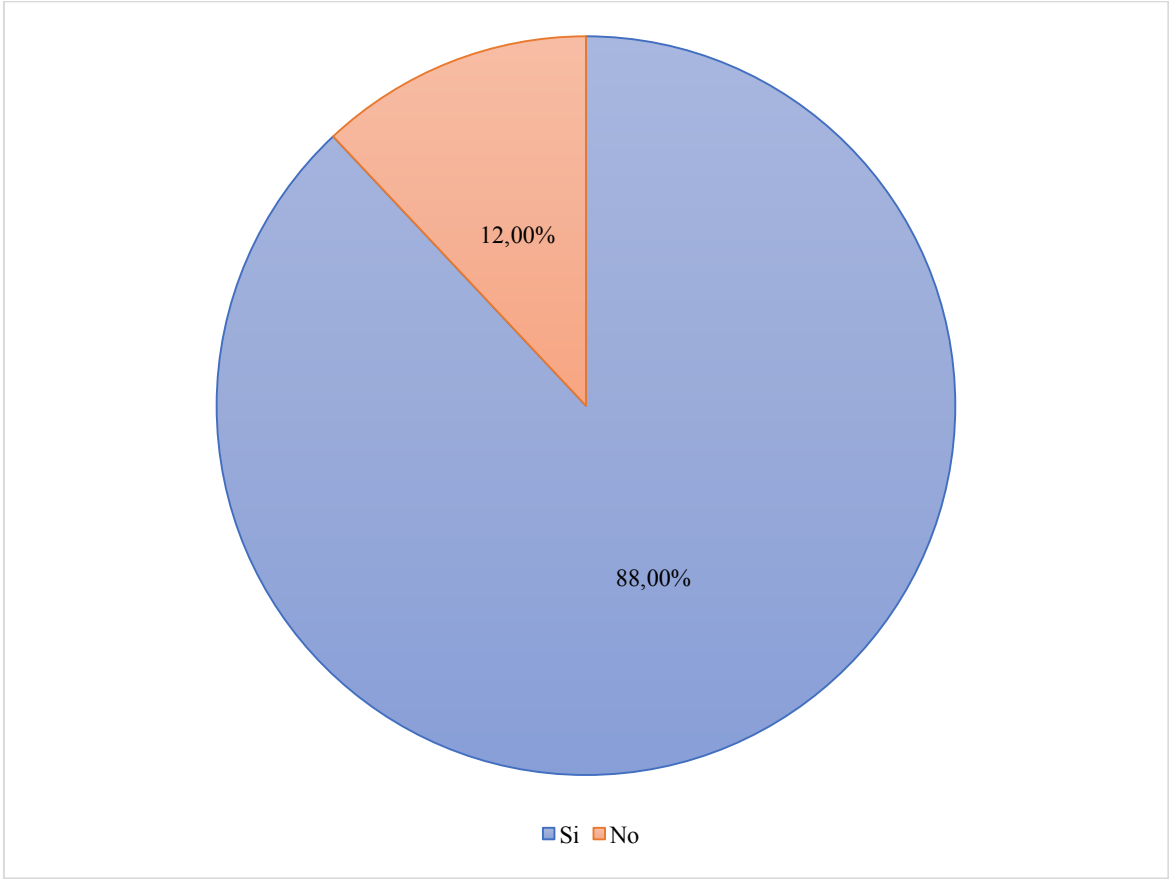


Gráfico 8. Afinidad de los agricultores por constituir una asociación

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

Al indagar sobre la aceptación en asociarse, se pudo apreciar que el 88,00% si está de acuerdo en constituir una asociación con los demás agricultores, mientras que el 12,00% restante indicó discrepar en dicha idea.

4.1.9. ¿Qué tan importante considera que es un plan de asociatividad para el sector La Cadena?

Tabla 9. Criterio de los agricultores sobre la importancia de un plan de asociatividad.

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Nada importante	0	0,00
Poco importante	3	12,00
Importante	9	36,00
Muy importante	13	52,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

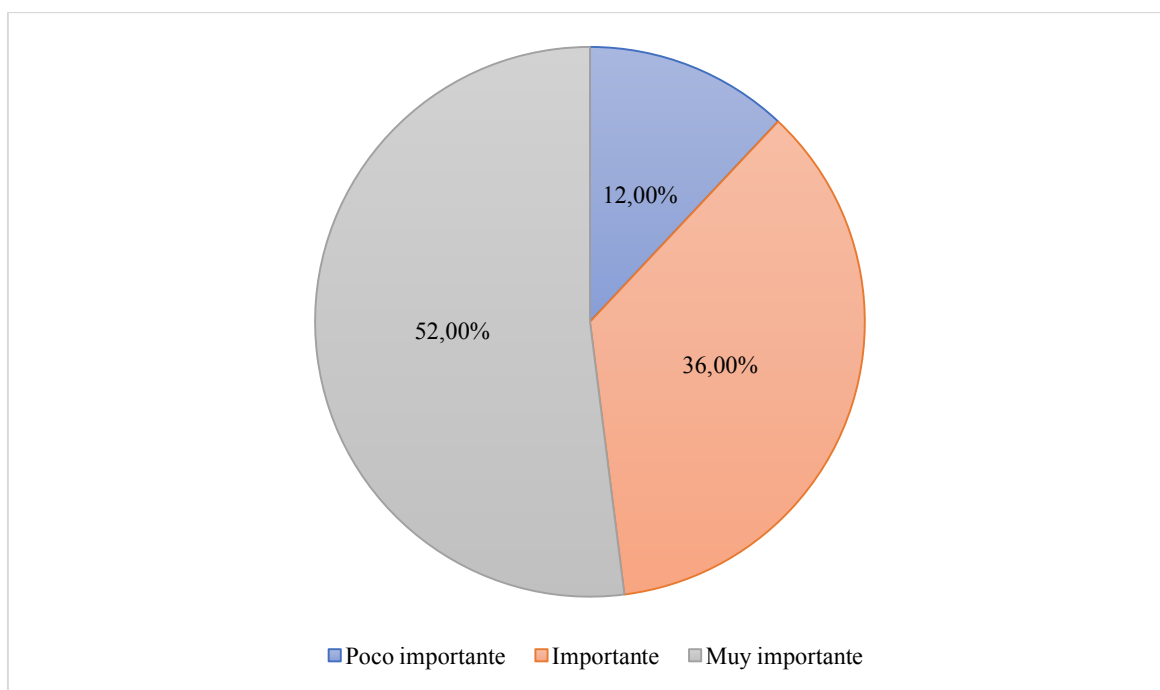


Gráfico 9. Nivel de importancia de la asociatividad para los agricultores

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

El 52,00% de los agricultores encuestados, considera que un plan de asociatividad es muy importante para el desarrollo socio-productivo del sector La Cadena, un 36,00% indicó que dicho plan es importante, mientras que el 12,005 restante calificó como poco importante al plan de asociatividad de agricultores cacaoteros.

4.1.10. ¿Cuáles son las principales razones por las que se asociaría?

Tabla 10. Principales razones por las que los agricultores se asociarían

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Asistencia técnica	3	12,00
Acceso a créditos grupales y/o asociativos	4	16,00
Colaboración entre socios para mejorar la producción	5	20,00
Mejoramientos de la comercialización	5	20,00
Acceso a nuevas tecnologías de producción	3	12,00
Búsqueda de nuevos mercados con mejores precios	5	20,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

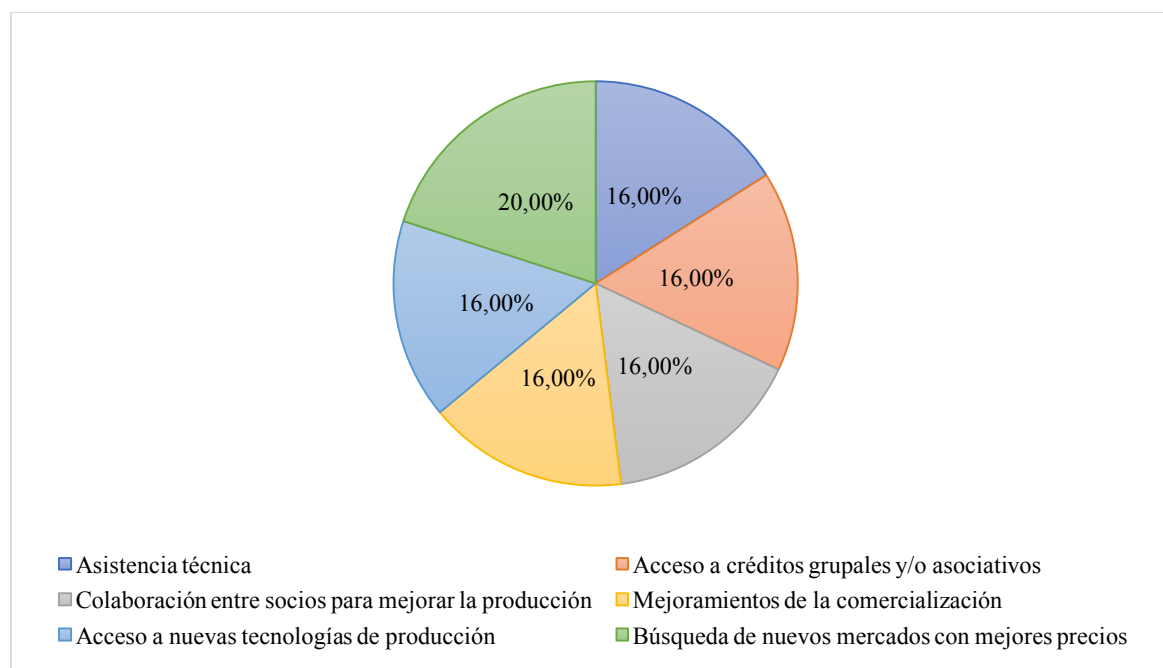


Gráfico 10. Motivos de los agricultores para asociarse

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

Un 20,00% de los agricultores encuestados expresó que se asociaría principalmente para mejorar la comercialización del grano de cacao, otro 20,00% por la colaboración entre socios para mejorar la producción, otro 20,00% para buscar nuevos mercados con mejores precios, 16,00% para acceder a créditos grupales y/o asociativos, 12,00% para acceder a asistencia técnica y el 12,00% restante se asociaría para tener acceso a nuevas tecnologías de producción.

4.1.11. ¿Considera que la asociatividad mejoraría el acceso a asesoría técnica en el sector La Cadena?

Tabla 11. Consideración de la contribución de la asociatividad al acceso de asesoría técnica

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Si	16	64,00
No	9	36,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

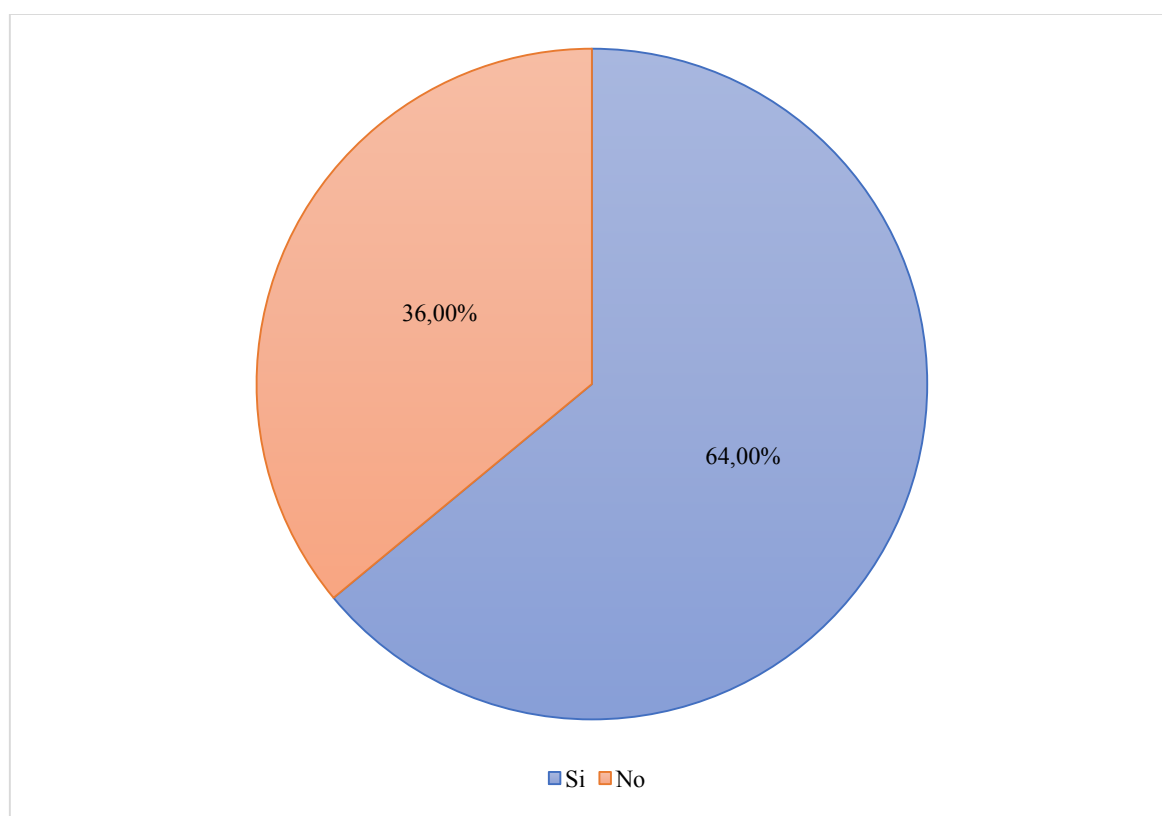


Gráfico 11. Aporte de la asociatividad al recibimiento de asesoría técnica

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

Del total de agricultores encuestados, el 64,00% considera que la asociatividad si contribuye en asesoría técnica en las fincas, mientras que el 36,00% restante no considera que esta actividad contribuye al desarrollo de la actividad cacaotera.

4.1.12. ¿Considera que la asociatividad mejoraría la comercialización de cacao en el sector La Cadena?

Tabla 12. Consideración del aporte de la asociatividad al mejoramiento de la comercialización

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Si	16	64,00
No	9	36,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

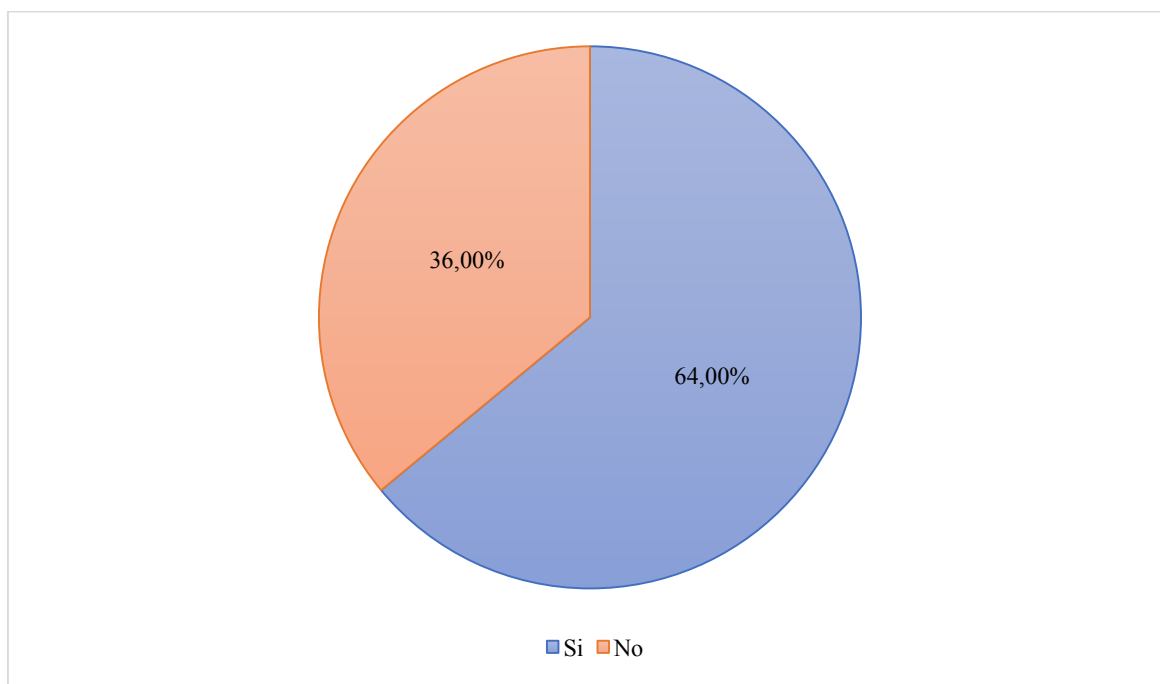


Gráfico 12. Contribución de la asociatividad al mejoramiento de comercialización de cacao

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

El 64,00% de los agricultores cacaoteros encuestados considera que la asociatividad si contribuye al mejoramiento de la comercialización de cacao en el sector La Cadena del cantón Valencia, y el 36,00% restante indicó que la asociatividad no aporta significativamente al mejoramiento de la comercialización de cacao en el sector.

4.1.13. ¿Cómo considera que los intermediarios influyen en la comercialización y precio del cacao en el sector?

Tabla 13. Influencia que los agricultores consideran que los intermediarios tienen en la comercialización y precios de venta del quintal de cacao

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Ayudan una venta rápida del grano	9	36,00
Pagan un precio muy bajo	7	28,00
Pagan un excelente precio	0	0,00
Califican de acuerdo a su conveniencia	9	36,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

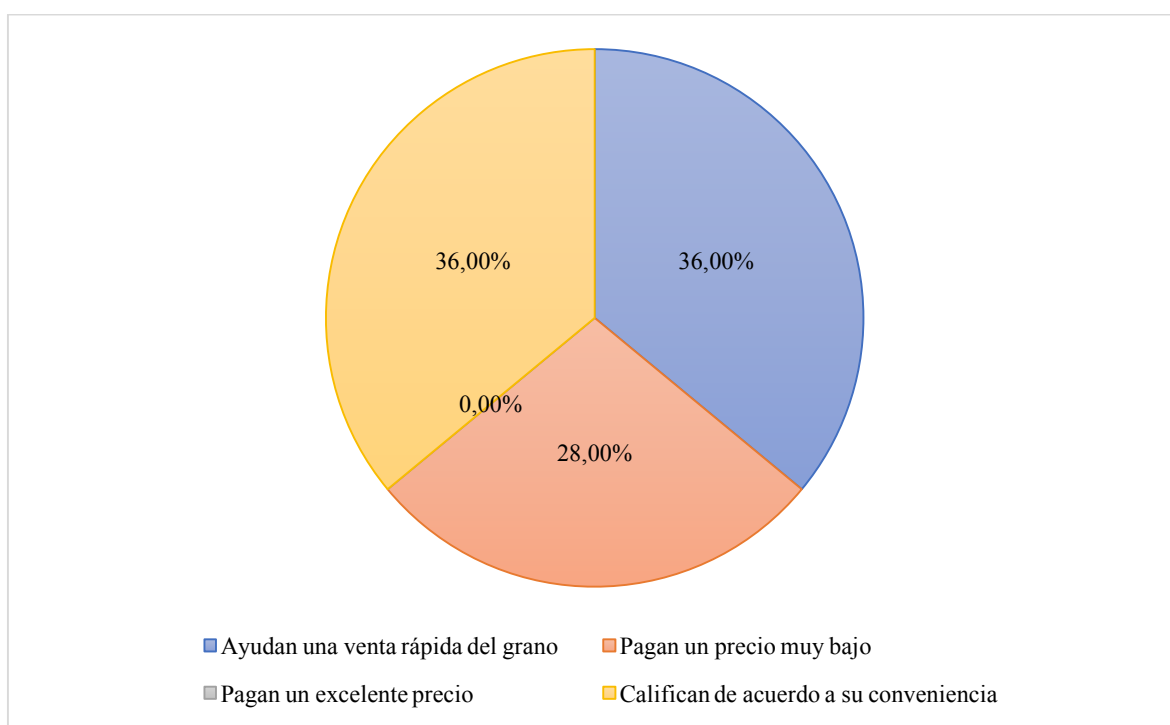


Gráfico 13. Influencia de los intermediarios en la comercialización y precio del cacao

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

Del total de agricultores encuestados, un 36,00% considera que los intermediarios ayudan a una venta rápida del grano de cacao, otro 36,00% que éstos califican de acuerdo a su conveniencia, y el 28,00% restante expresó que los pagan un precio muy bajo por su cacao.

4.1.14. ¿Cuáles son los principales objetivos que considera que debe perseguir la asociatividad en el sector?

Tabla 14. Principales objetivos que debe perseguir la asociatividad

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Buscar nuevos mercados para la venta del cacao	4	16,00
Facilitar el acceso a créditos	3	12,00
Facilitar la adquisición de plántulas para las fincas	2	8,00
Ayudar mutuamente entre socios en el manejo de las fincas	3	12,00
Promover proyectos para implementar sistemas de riego	4	16,00
Eliminación de intermediarios	3	12,00
Manejo de postcosecha	3	12,00
Darle valor agregado al producto	3	12,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

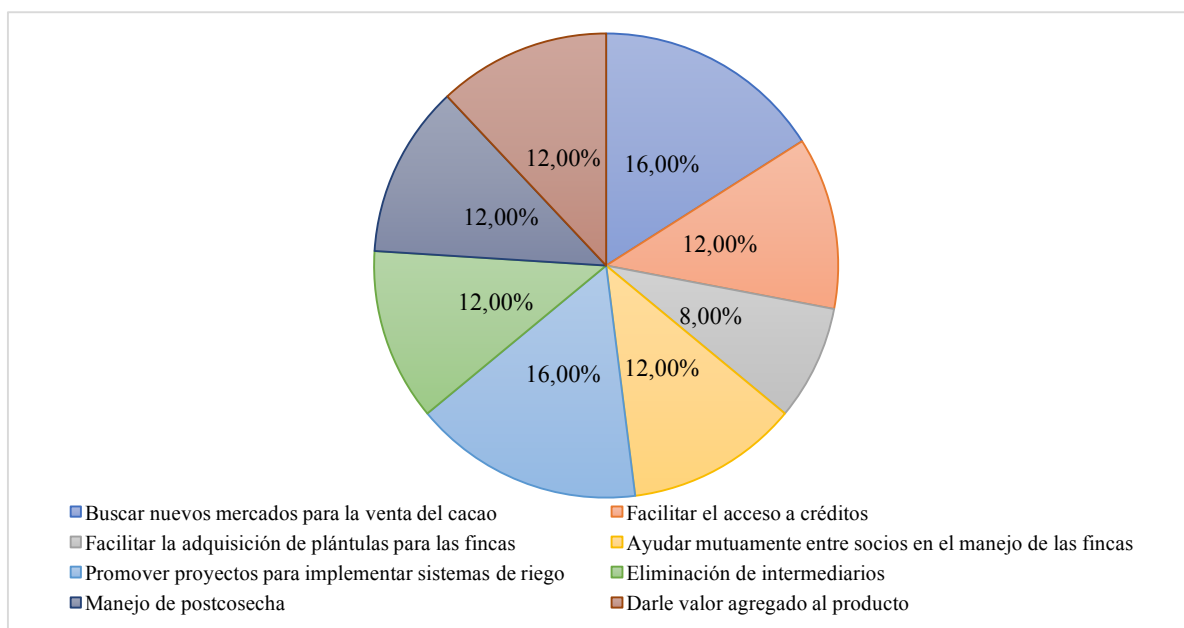


Gráfico 14. Objetivos que debe perseguir la asociatividad en el sector La Cadena del cantón Valencia

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

Un 16,00% de los agricultores indicó que la asociatividad debe buscar nuevos mercados para la venta de cacao, otro 16,00% que se tiene que promover proyectos para implementar sistemas de riego, 12,00% manifestó que se facilite el acceso a créditos, 12,00% que se le de

valor agregado al cacao, 12,00% que se eliminen intermediarios, 12,00% que se ayude mutuamente entre socios en el manejo de las fincas, otro 12,00% que se mejore el manejo de postcosecha, y el 8,00% restante expresó que se debe facilitar la adquisición de plántulas para las fincas.

4.1.15. ¿Qué estrategias de promoción considera que se deberían implementar para mejorar el desarrollo agroeconómico del sector La Cadena?

Tabla 15. Estrategias de promoción para el mejoramiento del desarrollo agroeconómico

Alternativas	Número de agricultores	Porcentaje
Asistencia a ferias productivas	5	20,00
Buscar mercados potenciales	7	28,00
Difusión en medios radiales y escritos de la venta de cacao de la asociación	2	8,00
Ofertar grano de cacao con gran calidad	11	44,00
Total	25	100,00

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

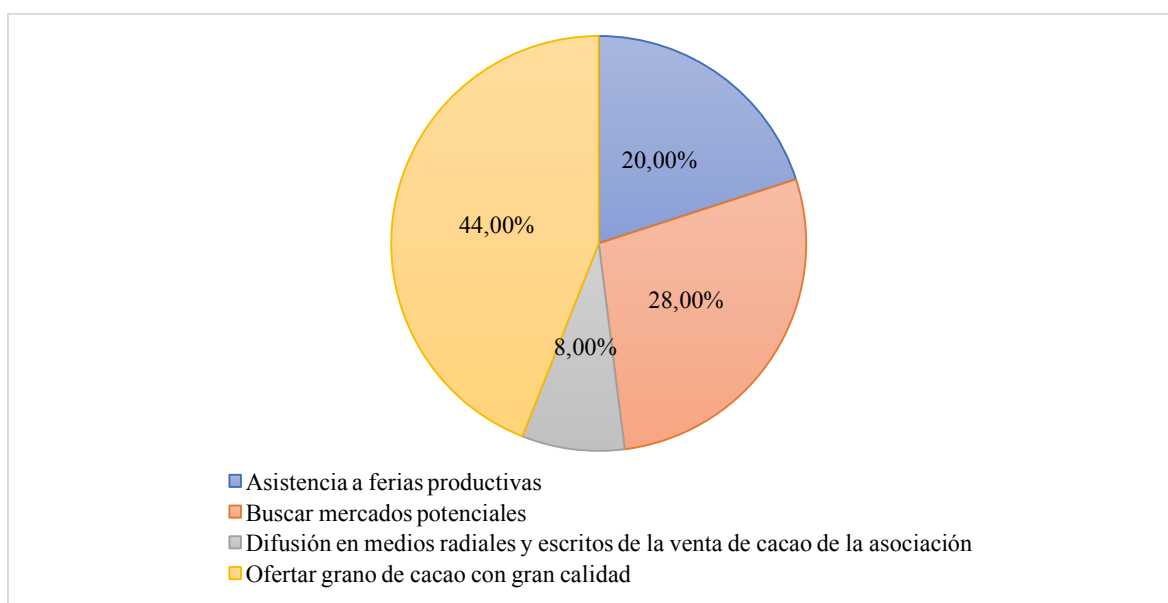


Gráfico 15. Estrategias para el mejoramiento del desarrollo agroeconómico del sector La Cadena

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

El 44,00% de los agricultores cacaoteros de la zona de estudio, manifestó que la estrategia de promoción que considera se debería poner en práctica es la de ofertar grano con gran calidad, un 28,00 que se debe promocionar la búsqueda de mercados potenciales, un 20,00% se orientó por la asistencia a ferias productivas, y el 8,00% restante expresó su preferencia por la difusión en medios radiales y escritos de la venta de cacao en la asociación.

4.1.16. Diagnóstico situacional de los agricultores del sector La Cadena

En el recinto La Cadena predominan pequeñas unidades de producción las cuales en su mayoría no sobrepasan las 3 hectáreas de extensión (56,00%), las mismas que en un 48,00% se encuentran asociadas con plátano, y en un 32,00% sólo tienen establecidos cultivos de cacao, y en casos aislados tienen maíz o maracuyá.

En el área de estudio es evidente la necesidad en planes de asistencia técnica ya que un 84,00% de los agricultores no reciben este tipo de asesoría para el manejo de sus cultivos.

Los agricultores encuestados se mantienen en la idea que un plan de asociatividad puede contribuir notoriamente al desarrollo del sector, ya que consideran que ésta puede permitir el acceso de asesoría técnica en el cultivo y la comercialización del cacao (64,00%).

En base a los resultados obtenidos se plantea una propuesta de asociatividad que permita promover el desarrollo del sector cacaotero de la zona de estudio, teniendo en cuenta que el fortalecimiento de los sistemas productivos es la base para lograr un desarrollo agrosocioproductivo de dicha zona.

Son diversas las razones por las que los agricultores consideran asociarse, pero es visible una falta de liderazgo para comenzar a constituir la asociación, por lo que es evidente la promoción de la presente propuesta, ya que es ampliamente reconocido que los agricultores para tomar una decisión en cuanto a sus unidades de producción se basan en hechos y argumentos totalmente comprobados, tomando como experiencia las vivencias que han tenido a lo largo de sus años de producción agrícola. La asociatividad en cuestión deberá asegurar el alcance de los objetivos planteados de la misma a fin de garantizar mejoras en la calidad de vida de las familias que depende de la actividad cacaotera en el área de estudio.

4.1.16.1. Análisis FODA

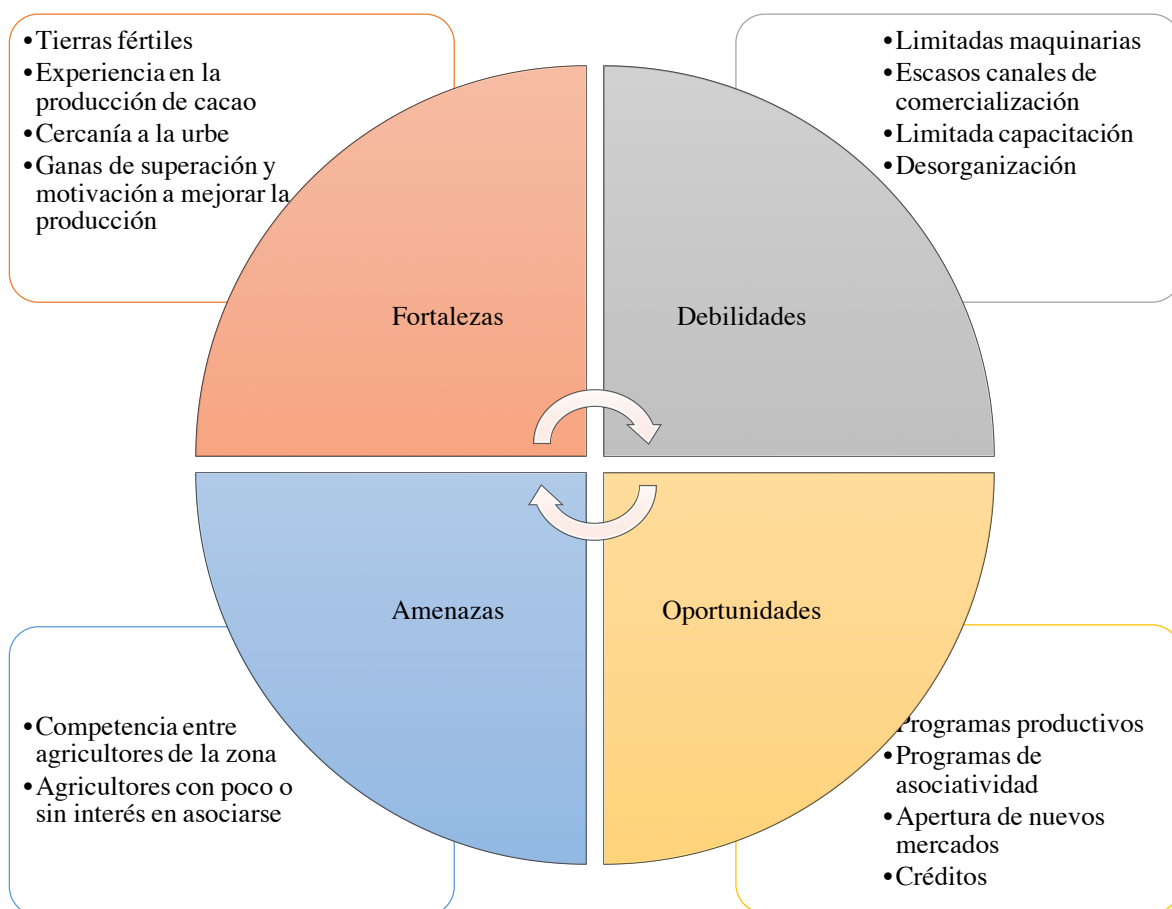


Gráfico 16. Análisis FODA de los agricultores del recinto La Cadena

Elaboración: Autor

Fuente: Agricultores cacaoteros del recinto La Cadena

4.1.17. Propuesta de asociatividad

4.1.17.1. Presentación

La propuesta que se plantea bajo el título “Propuesta de asociatividad para los agricultores cacaoteros del sector La Cadena, Cantón Valencia, provincia de Los Ríos”, busca el desarrollo agrosocioproductivo del sector en estudio. Para tal efecto es recomendable elaborar programas de asistencia técnica a agricultores cacaoteros del área de influencia de la presente investigación para de esta manera facilitar el acceso a nuevas tecnologías de producción. Además, cabe indicar que es factible ejecutar proyectos de inversión que permitan darle un tratamiento de postcosecha al grano de cacao que permita mejorar la calidad, lo que incrementaría sustancialmente los ingresos por ventas.

4.1.17.2. Misión

Comercializar cacao de calidad en mercados nacionales en forma sostenible, en base a los principios de responsabilidad, honestidad, transparencia y respeto para mantener la fidelidad y una relación mutua con los clientes, a fin de alcanzar el bienestar de los socios y de la asociación.

4.1.17.3. Visión

La asociación de cacaoteros del sector La Cadena logrará el fortalecimiento de la actividad agrícola de la zona a través de una eficiente capacidad y calidad productiva incursionando en los mercados nacionales que permitan que la organización se consolide como líderes en abastecimiento de grano de caca con calidad.

4.1.17.4. Valores

Las decisiones deben fundamentarse en valores que cubran las necesidades y proyecciones que se proponga la organización, tales como:

- **Responsabilidad:** Asumir y aceptar las consecuencias de los actos libres y consientes.
- **Eficacia:** Capacidad de alcanzar el efecto esperado tras la realización de una acción, a fin de asegurar el alcance de los objetivos de la propuesta.
- **Respeto:** Acción e intención, en todo fin y en todo medio, se debe tratar al cliente interno (socios) y externo (consumidores) con el respeto que se merece sin distinción humana.
- **Eficiencia:** Uso racional de los medios para alcanzar un objetivo predeterminado, es decir cumplir una meta con el mínimo de recursos disponibles y tiempo.
- **Transparencia:** Debe existir claridad en la información que se maneje y que se difunda tanto a la organización (socios) como a los clientes, para de esta manera evitar futuros malentendidos ya sea por parte de los socios o personas ajenas a la asociación.
- **Compromiso:** Consiste en sintonizar los objetivos personales con las metas organizacionales que fortalezca el compromiso emocional.

- **Honestidad:** Ser rectos, honrados y veraces en todo acto, comportándose de forma íntegra y de carácter, respetando las leyes.

4.1.17.5. Estructura organizacional

Las decisiones deben fundamentarse en una estructura organizacional que busque proyectar a la asociación para alcanzar los fines propuestos. La presente propuesta de estructura organizacional esta formulada con base un número mayor a los agricultores encuestas, por lo que se dejan formuladas las bases para la misma, a fin de que la asociación en cuestión tenga como punto de partida la existencia de 50 socios en adelante.

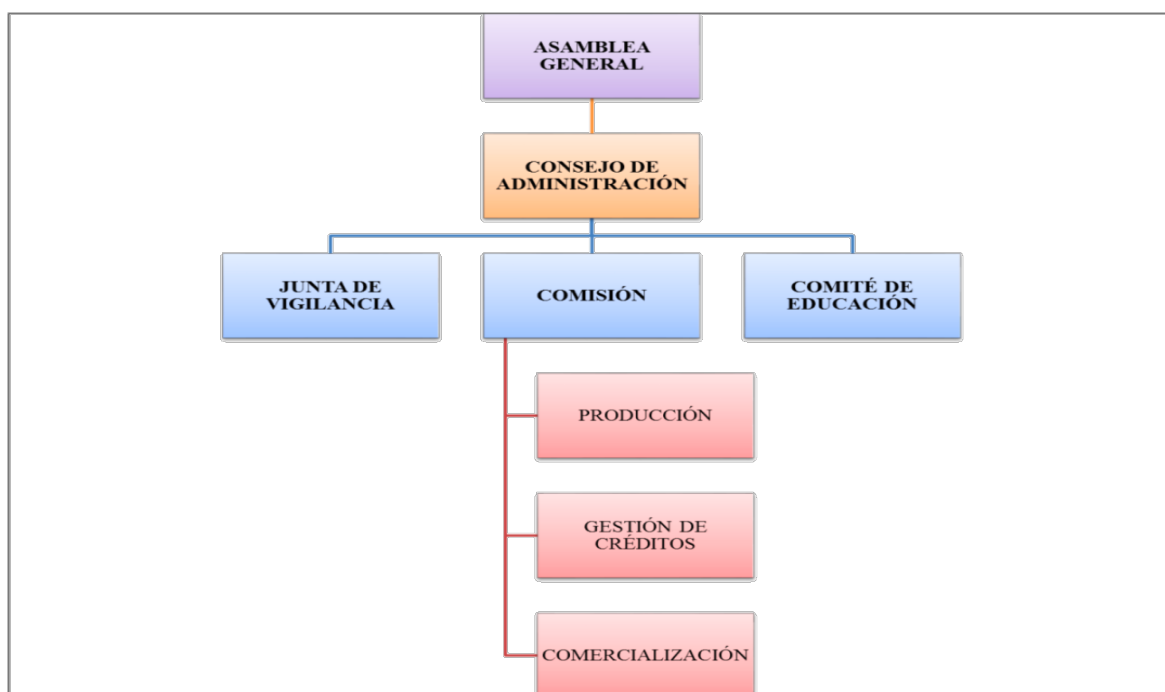


Gráfico 17. Propuesta de estructura organizacional para el plan de asociatividad en el sector La Cadena del cantón Valencia.

Elaboración: Autor

4.1.17.6. Funciones

- **Asamblea General de Socios**

Será el organismo de mayor jerarquía dentro de la estructura de la asociación. A los socios les corresponde tomar las decisiones que conlleva la gestión social, y administrativa de la organización; y así lo hacen reunidos en Asamblea, utilizando procedimientos eminentemente democráticos.

El control democrático, se realizará una o dos veces al año, la Asamblea General de Socios, revisará y aprobará las operaciones realizadas durante el semestre o año anterior y establece las normas de operación a desarrollarse en adelante. Cada miembro de la asociación tiene derecho a expresar sus opiniones y registrar su voto en las resoluciones.

Todos los socios tienen iguales obligaciones y derechos, todos hacen uso del voto y en deliberación democrática y popular eligen o pueden ser elegidos para cargos directivos, sin tomar en cuenta los saldos de las aportaciones económicas.

Son atribuciones de la Asamblea General reunida en sesión extraordinaria:

- a) Autorizar la enajenación, gravamen y arrendamiento de cualquier bien o derecho de la Asociación
- b) Aprobar la reforma de estatutos acordados por la Asamblea General.
- c) Aprobar los reglamentos que sean necesarios para el fomento de la parte administrativa.
- d) Resolver las impugnaciones que se presenten en contra de actos y resoluciones de la Junta Directiva
- e) Acordar la disolución y liquidación de la Asociación
- f) Aumento o disminución del capital social
- g) Llenar las vacantes que se produzcan entre los vocales de la Junta Directiva eligiendo a los asociados que deban ocuparlas
- h) Resolver aquellos asuntos que, por su importancia, no puedan ser propuestos hasta la celebración de la próxima sesión ordinaria de la Asamblea General.

- **Consejo de Administración**

El Consejo de Administración de la asociación estará conformado de tres personas que se encargaran de la Secretaria General, Tesorería y Secretaria de Comunicaciones. Las obligaciones del Consejo de Administración son las siguientes:

- a) Llevar libro de registro de asociados.
- b) Cumplir y hacer cumplir los estatutos.
- c) Rendir cuenta a la asamblea general.
- d) Someter a aprobación de la asamblea general el plan anual operativo, la memoria de labores, el estado de resultado y el balance general y demás documentos financieros.
- e) Llevar contabilidad formal en caso que la asociación presente estados financieros de cualquier cantidad.

- **Secretario General**

- a) Convocar y presidir las sesiones de asamblea general y otros actos de la asociación agrícola
- b) Autorizar juntamente con el tesorero las inversiones de fondos que hayan sido aprobadas por la asamblea general o consejo de administración.
- c) Mantener mancomunadamente las cuentas con el tesorero y presidente de la junta de vigilancia.

- **Tesorero**

- a) Tener la custodia de los fondos y valores de la asociación agrícola, siendo el responsable del desembolso de los fondos, recaudación de ingresos y cobro de deudas.
- b) Efectuar las erogaciones autorizadas por la asamblea general.
- c) Realizar el balance de comprobación y otros informes financieros.

- **Secretario de Comunicaciones**

- a) Llevar los libros de actas de sesiones de asamblea general y extender las certificaciones de actas y otras que el órgano de administración respectivo le asigne.

- b) Recibir, despachar y archivar la correspondencia y autorizar con su firma los documentos.
- c) Actuar como secretario en las sesiones de consejo y asamblea general extraordinarias u ordinarias.

- **Junta de Vigilancia**

Es el órgano encargado de la supervisión y fiscalización de todas las actividades de la asociación y los actos del consejo de administración. Son atribuciones de la Junta de Vigilancia:

- a) Supervisar y fiscalizar la recepción custodia o inversiones del patrimonio de la asociación;
- b) Vigilar que los miembros del consejo, comité, comisiones cumplan con sus labores;
- c) Examinar las actas y supervisar el cumplimiento de los acuerdos tomados por la asamblea general;
- d) Velar por que la contabilidad se lleve con la debida puntualidad.
- e) Informar al consejo de administración las irregularidades o anomalías que se observe.

- **Comité de Educación**

- a) Ejecutar políticas educativas de capacitación y entretenimientos de los integrantes
- b) Gestionar la capacitación técnica de sus miembros con las instituciones pertinentes del estado.

- **Comisión de Producción**

- a) Planificar un calendario agrícola de acuerdo a las labores del cultivo y épocas de cosecha en las fincas de los socios.
- b) Incentivar al establecimiento de centros de acopio en el sector para de este modo

garantizar la calidad de las almendras de cacao.

- c) Promover en la asociación, gestiones que favorezcan el manejo de la plantación, es decir técnicas de cultivos, cuando sea necesario.

- **Comisión de Gestión de Créditos**

- a) Obtener facilidades económicas para la concesión de créditos para los asociados.
- b) Establecer relaciones con instituciones crediticias de fomento agrícola.
- c) Orientar a los asociados acerca de los requisitos que deben reunir para el acceso a créditos y sobre temas de interés, plazo y condiciones de pago.
- d) Jerarquizar las necesidades de créditos en el campo con una adecuada planificación en los cultivos, en atención a sus rendimientos y a sus posibilidades de mercado.

- **Comisión de Comercialización**

- a) Buscar de mecanismos para una comercialización directa y reemplazar a los intermediarios.
- b) Realizar visitas a los mercados potenciales en búsqueda de compradores directos.
- c) Procurar que los sistemas de trasportación garanticen las condiciones físicas de los productos.
- d) Negociar la producción del grupo.
- e) Entrega del producto a compradores que oferten condiciones ventajosas para la asociación
- f) Establecimiento de estrategias idóneas para la comercialización.

4.2. Discusión

Los resultados de la presente investigación demuestran que en el recinto La Cadena predominan pequeñas unidades de producción las cuales en su mayoría no sobrepasan las 3 hectáreas de extensión, las mismas que en un 48,00% se encuentran asociadas con plátano, lo que concuerda con Grob (2015), quien menciona que en el Ecuador existe una amplia predominancia de pequeñas unidades de producción que comúnmente son manejadas como fincas o huertas familiares para afrontar los gastos del hogar. Es evidente la necesidad en planes de asistencia técnica ya que un 84,00% de los agricultores no reciben este tipo de asesoría para el manejo de sus cultivos, además un porcentaje de 72,00% si tiene acceso a los créditos, sin embargo, no tienen a un técnico que aporte con sus conocimientos a un correcto direccionamiento de los fondos desembolsado, esto concuerda con lo sostenido por Miranda (2015), quien indica que en los sistemas de producción se requiere tanto de un capital así como de una correcta administración de los recursos.

En la zona existe una amplia disposición para asociarse (88,00%), esto es, que los agricultores consideran que, a través de ella, podrían acceder a créditos asociativos, asesoría en la parte técnica (64,00%) y la comercialización (64,00%) lo que concuerda con Quimí (2012), que menciona que la asociatividad tiene entre sus ventajas la captación de recursos financieros, que promueven inversión de capitales a fin de lograr un mayor desarrollo empresarial con mutuo beneficio para los agremiados (Arango & Martínez, 2007). Esto da relevancia a lo sostenido por Magnazo & Orchansky (2007), que sostienen que la asociatividad busca el bien común de todos los socios, ocupándose de dar solución a sus principales del sector.

La asociatividad permitiría a los agricultores tratar de eliminar los intermediarios y mejorar el manejo de postcosecha que demanda la venta del grano tratado (seco y fermentado), evitando vender en baba que significan precios sumamente bajos para el producto de tal manera que el agricultor cacaotero podría alcanzar mejores precios bajo esta técnica d postcosecha y por tanto elevar su estatus económico-social y el de su familia. Respecto a esto, Guale (2013), expresa que se puede lograr mejores precios con la asociatividad ya que entre las ventajas de ésta se tiene que permite el acceso a tecnologías, provee un mayor poder de negociación y mejora la gestión de la cadena del valor para de este modo asegurar el sostenimiento y desarrollo de la actividad cacaotera.

Finalmente la asociatividad agrupará esfuerzos, voluntad y recursos que permitan alcanzar los objetivos comunes con el fin de lograr competitividad en el mercado local, como también en mercados internacionales (a largo plazo), lo que concuerda con Fernández & Narváez (2011), quienes indican que dentro de las estrategias reconocidas que contribuyen al desarrollo local, la asociatividad empresarial ocupa un lugar importante, siendo un mecanismo por el cual diferentes organizaciones unen esfuerzos, voluntades, iniciativas y recursos, buscando alcanzar objetivos comunes, con el fin de ser más competitivos en el mercado global, preservando su independencia legal y autonomía gerencial.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Más de un 88,00% de los agricultores de la zona creen firmemente que el plan de asociatividad es muy importante para alcanzar tecnificación y recursos económicos.
- Los agricultores de la zona consideran que la comercialización manejada y administrada bien, genera mayores recursos económicos en base a mejores precios.
- Los objetivos que buscan los agricultores para asociarse son nuevos mercados para la venta de cacao (16,00%), promover proyectos para la implementación de sistemas de riego (16,00%), eliminar intermediarios (12,00%) y manejo de postcosecha del grano (12,00%).
- Las estrategias de asociatividad por las que los agricultores se inclinan es ofertar grano con gran calidad (44,00%) para asistir a diferentes ferias productivas (20,00%) en las cuales participen con su producto buscando mercados potenciales (28,00%).
- La estructura organizacional propuesta en la investigación estipula tanto la misión, visión, valores institucionales, organigrama funcional con los respectivos roles de las áreas en cuestión, a fin de lograr un correcto funcionamiento institucional.

5.2. Recomendaciones

- Aceptar la presente propuesta de asociatividad con la finalidad de alcanzar objetivos comunes enfocados en el desarrollo productivo, económico y social de la zona de estudio.
- Promover la ejecución de proyectos que tengan como finalidad darle valor agregado a la producción de cacao en el recinto La Cadena.
- Analizar la cadena del valor en la zona de estudio a fin de proponer alternativas de mejoramiento de la misma.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

- Alarcón, N., & Guevara, S. (2015). La asociatividad como estrategia de desarrollo competitivo para las PYMES. *Pensamiento Republicano* 2: 13-31 pp.
- Arango, L., & Martínez, C. (2007). Propuesta de un modelo de asociatividad aplicado a los restaurantes de la zona aledaña a la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Bogotá-Colombia. 171 p.
- Becerra, F. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: aproximación teórica. *Revista Innovar* 18(32): 27-46 pp.
- Beck, T. D., & Martínez, M. (2007). Reaching out: Access to and Use of Banking Services Across Countries. *Journal of Financial Economics* 85(1): 234-266 pp.
- Böcker, R. (2005). Desarrollo económico local. *Facultad de Ciencias Económicas y Sociales* 11(22): 1-23 pp.
- BoletínAgrario.com. (2014). Desarrollo rural. Obtenido de <https://boletinagrario.com/ap-6,desarrollo+rural,283.html>
- Castellanos, J. (2010). La asociatividad como fenómeno evolutivo: análisis de casos colombianos. *Revista Escuela de Administración de Negocios* 68: 100-111 pp.
- Cequera, M., & Núñez, M. (2011). Factores humanos y su influencia en la productividad. *Revista Venezolana de Gerencia* 16(53): 116-137 pp.
- Cillóniz, F., Grozo, J., Riva, L., & Guzmán, A. (2003). Cadenas productivas y desarrollo empresarial. Banco Interamericano de Desarrollo. Lima-Perú. 62 p.
- Conapyme. (2004). Asociatividad competitiva, una plataforma para el desarrollo de la MIPYME. Obtenido de <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-asociatividad-competitiva-una-plataforma-para-el-desarrollo-de-la-mipyme-2004.pdf>
- Concepto.de. (2018). ¿Qué es desarrollo económico? Obtenido de <http://concepto.de/desarrollo-economico/>
- DefiniciónABC. (2007). Definición de desarrollo social. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/desarrollo-social.php>

- Di Tomaso, M., & Dubbini, S. (2000). Towards a Theory of the Small Firm: Theoretical Aspects and Some Policy Implications. CEPAL. Santiago de Chile-Chile. 51 p.
- Dussel, E. (2004). Pequeña y mediana empresa en México: condiciones, relevancia en la economía y retos de política. *Economía UNAM*, 1(2), 64-84 pp.
- Esquivia, L. (2013). La asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las Microempresas productoras de calzado del Municipio de Sincelejo. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá-Colombia. 31 p.
- Fernández, G., & Narváez, M. (2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. *Revista Visión Gerencial* 10(2): 295-306 pp.
- Fernández, G., Narváez, M., & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: Una propuesta estratégica. *Revista Opción* 24(57): 74-92 pp.
- Fuguitt, G., Fuller, A., Fuller, H., Gasson, R., & Jones, G. (2007). La agricultura a tiempo parcial: su naturaleza e implicaciones. Obtenido de http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/5474_9.pdf
- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). Productividad. *Estudios Económicos* Vol. 1. México DF-México. 9 p.
- Grob, M. (2015). Análisis del manejo de inventario del centro de acopio de cacao de la Unión de Asociaciones Artesanales "Eloy Alfaro" de Chontaduro, cantón Rio Verde. Tesis de Grado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Esmeraldas. Esmeraldas-Ecuador. 90 p.
- Grueso, M., Gómez, J., & Garay, L. (2009). Procesos de asociatividad empresarial: aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional. Documento de investigación 44: 1-37 pp.
- Guale, G. (2013). Plan de asociatividad para los técnicos electrónicos de la parroquia José Luis Tamayo cantón Salinas provincia de Santa Elena, año 2013. Tesis de Grado. Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad-Ecuador. 195 p.

- Liendo, M., & Martínez, A. (2001). Asociatividad: Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario-Argentina. 9 p.
- Magnazo, C., & Orchansky, C. (2007). Estrategias asociativas para micro y pequeñas empresas. Primera Edición.
- Martínez, A., Lema, D., & Hernández, S. (2009). Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica. *Análisis económico* 24(57): 217-238 pp.
- Medina, J. (2010). Modelo integral de productividad, aspectos importantes para su implementación. *Revista EAN* 69: 110-119 pp.
- Melo, L., Melo, M., & Fonseca, D. (2017). The Associativity: a local development strategy for Ocamonte (APCO) coffee growers in Santander, Colombia. *Acta Agronómica* 66(4): 538-543 pp.
- Miranda, T., Machado, H., Bover, K., Oropesa, K., Suset, A., & Lezcano, J. (2015). Principales limitantes y soluciones para la producción de alimentos: Contribución del Programa de Innovación en Matanzas, Cuba. *Pastos y Forrajes* 38(3): 202-208 pp.
- Moraleda, A. (2004). La innovación, clave para la competitividad empresarial. *Universia Business Review* (1): 128-136 pp.
- Moreno, D., Uribe, M., & Santiago, L. (2011). Comunicación y manejo social para la asociatividad: mecanismo para la sostenibilidad rural. Primera edición. Produmedios. Bogotá-Colombia. 28 p.
- National Planning Department. (2012). Public Policy Guidelines for Rural Partnership in Colombia: Routes for Rural Partnership. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/programas/agricultura/Paginas/Rutaspara-la-asociatividad-rural-en-Colombia.aspx>
- Orozco, J., & Arraut, L. (2012). El entorno competitivo para el emprendimiento en la región Caribe de Colombia: caso de Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y Sincelejo. *Revista Escuela de Administración y de negocios* (74): 86-105 pp.

- Pérez, P., & Múnera, F. (2007). Reflexiones para implementar un sistema de gestión de la calidad (ISO 9001: 2000) en cooperativas de empresas de economía solidaria. Primera Edición. Universidad Cooperativa de Colombia. Bogotá-Colombia. 120 p.
- Quimí, M. (2012). Modelo asociativo para la gestión de los agricultores de la comuna Manantial de Guangala, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, año 2012. Tesis de Grado. Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad-Ecuador. 164 p.
- Riera, S. (2013). Plan de asociatividad para la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “artes en las manos” del cantón salinas, año 2013. Tesis de Grado. Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad-Ecuador. 174 p.
- Roldán, P. (2015). Competitividad. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Romero, E. (2002). Claves para entender el desarrollo endógeno en la globalización. Revista Opción 18(37): 139-165 pp.
- Sánchez, A., Blanco, B., & Esquivel, R. (2016). Associativity Farmers to Contribute to Sustainable Development of the Province Manabí, Ecuador. Journal of Agriculture and Environmental Sciences 5(1): 162-167 pp.
- Schrader, K. (2014). Desarrollo social. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/topic/socialdevelopment/overview>
- Suero, D., & Mercado, H. (2014). Associative Models and Business Competitiveness. Ingeniare 9(6): 63-76 pp.
- Torres, S. (2008). Las alianzas estratégicas de los centrales azucareros del estado portuguesa bajo el enfoque de las cinco fuerzas de porter. Obtenido de http://bibadm.ucla.edu.ve/cgi-win/be_alex.exe?
- Tushman, M., & Nedler, D. (2014). Organizing for innovation. Californian management review (28): 74-92 pp.
- Vázquez, A. (2000). La política de desarrollo económico social. Obtenido de http://cite.flacsoandes.edu.ec/media/2016/02/Vazquez-A_2000_La-politica-de-desarrollo-economico-local.pdf

- Vergara, S., Maza, A., & Fontalvo, H. (2010). Potencialidad de asociatividad de restaurantes del centro histórico de la ciudad de Cartagena de Indias-Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas* 18(2): 137-146 pp.
- Vives, X. (2009). Competitividad en las empresas y los destinos del turismo. Obtenido de http://www.c4tourism.com/c4tonline_detalle.php?noticia_id=3

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta aplicada para la recolección de información

1) ¿Qué superficie tiene destinada a la producción de cacao?

Menos de 3 hectáreas

Entre 3 y 8 hectáreas

Entre 8.1 y 11 hectáreas

Más de 11 hectáreas

2) ¿Qué tipo de cultivos tiene en la finca?

Sólo cacao

Maíz

Maracuyá

Plátano

Soya

3) ¿En qué estado vende su cacao?

Seco

Oreado

En baba

4) ¿Recibe asistencia técnica?

Si

No

5) ¿Tiene acceso a crédito?

Si

No

6) ¿Qué tipo de créditos prefiere adquirir?

Ninguno

Individuales

Grupales

Asociativos

7) ¿Cuáles son los principales problemas que afectan a actividad cacaotera del sector

La Cadena?

Bajo rendimiento

Falta de asistencia técnica

Dificultades en la comercialización

Falta de financiamiento de la producción

Dificultad en la adquisición de agroinsumos

8) ¿Estaría dispuesto a asociarse?

Si

No

9) ¿Qué tan importante considera que es un plan de asociatividad para el sector La Cadena?

Nada importante

Poco importante

Importante

Muy importante

10) ¿Cuáles son las principales razones por las que se asociaría?

Acceso a asistencia técnica

Acceso a créditos grupales y/o asociativos

Colaboración entre socios para mejorar la producción

Mejoramientos de la comercialización

Acceso a nuevas tecnologías de producción

Búsqueda de nuevos mercados con mejores precios

11) ¿Considera que la asociatividad mejoraría el acceso a asesoría técnica en el sector La Cadena?

Si

No

12) ¿Considera que la asociatividad mejoraría la comercialización de cacao en el sector La Cadena?

Si

No

13) ¿Cómo considera que los intermediarios influyen en la comercialización y precio del cacao en el sector?

Ayudan una venta rápida del grano

Pagan un precio muy bajo

Pagan un excelente precio

Califican de acuerdo a su conveniencia

14) ¿Cuáles son los principales objetivos que considera que debe perseguir las asociatividad en el sector?

Buscar nuevos mercados para la venta del cacao

Facilitar el acceso a créditos

Facilitar la adquisición de plántulas para las fincas

Ayudar mutuamente entre socios en el manejo de las fincas

Promover proyectos para implementar sistemas de riego

Eliminación de intermediarios

Manejo de postcosecha

Darle valor agregado al producto

15) ¿Qué estrategias de promoción considera que se deberían implementar para mejorar el desarrollo agroeconómico del sector La Cadena?

Asistencia a ferias productivas

Buscar mercados potenciales

Difusión en medios radiales y escritos de la venta de cacao de la asociación

Ofertar grano de cacao con gran calidad



Anexo 2. Encuesta al Sr. Julio Vera



Anexo 3. Encuesta al Sr. Pedro Andrade