UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIA AGRARIAS

CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Economista Agrícola

Título del Proyecto de Investigación

"EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA, EN TRES COMUNIDADES DEL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA DE BOLÍVAR"

Autora

María Dolores Varela Solórzano

Director de Proyecto de Investigación

Econ. Flavio Raúl Ramos Martínez M.Sc

Quevedo – Los Ríos –Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **MARIA DOLORES VARELA SOLORZANO,** 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, su Reglamento y la normatividad institucional vigente.

f. _____

María Dolores Varela Solórzano

Autora

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, **ECON. FLAVIO RAÚL RAMOS MARTÍNEZ, M.Sc**., Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, **certifica** que la egresada. **MARIA DOLORES VARELA SOLORZANO**, realizó el Proyecto de Investigación de grado titulado. **"EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA, EN TRES COMUNIDADES DEL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA DE BOLÍVAR"**, previo a la obtención del título de Economista Agrícola, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

……..

Econ. Flavio Raúl Ramos Martínez, M.Sc

Director de Proyecto de Investigación

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

URKUND

Documento	Proyecto Naranja Maria Varela.docx (D24535626)
Presentado	2016-12-20 16:29 (-05:00)
Presentado por	framos@uteq.edu.ec
Recibido	framos.uteq@analysis.urkund.com
Mensaje	TESIS NARANJA MARIA VARELA Mostrar el mensaje completo

1% de esta aprox. 17 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes.

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Proyecto Naranja Maria Varela.docx (D24535626)
Submitted:	2016-12-20 22:29:00
Submitted By:	framos@uteq.edu.ec
Significance:	1 %

Sources included in the report:

http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2532/1/ESTUDIO%20DE%20CAMPO%20PARA%20DETERMINAR%20LAS%20CAUSAS%20Y.pdf

Instances where selected sources appear:

1

El suscrito Economista Flavio Ramos Martínez MSc, Director del Proyecto de Investigación de la Egresada María Dolores Varela Solórzano, Certifica que los resultados del análisis del Urkund auténticos.

21 diciembre 2016

Atento,

Eco. Flavio Ramos M.
DIRECTOR PROYECTO INVESTIGACION

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

CARRERA ECONOMÍA AGRÍCOLA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO:

"EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA, EN TRES COMUNIDADES DEL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA DE BOLÍVAR"

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo para la obtención del título de Economista Agrícola

Aprobado por:

_____

Econ. Luis Zambrano Medranda, M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

_____ _____

Econ. Deyanira Mata Anchundia, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. César Varas Maenza, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la oportunidad de vivir, inteligencia, sabiduría, paciencia y perseverancia, para cumplir una de mis metas, superando obstáculos que se presentan a lo largo de la vida diaria.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por haberme dado la oportunidad de enriquecerme de los conocimientos impartidos por los docentes a lo largo de esta formación profesional.

Al Econ. Flavio Ramos Martínez MSc, director del proyecto de investigación, por su paciencia, tolerancia, y toda esa voluntad de ayudarme en la presente investigación, sus acertados conocimientos en este proceso.

A los todos los docentes, por sus activos apoyo a lo largo de mis estudios superiores, compartiendo sus conocimientos y brindando buenas enseñanzas que me serán de bien en el futuro.

A mis padres, por ser los seres que siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional, por la lucha constante para darme lo necesario.

A mi pequeño hijo Jean, que se convirtió en el pilar, mi fuerza y mi lucha para seguir día a día firme en mi objetivo, a mi esposo David, a mis hermanos Daniel, José y Jesús, a esos lindos amigos, Angélica, Felicita, Yanela, Galia, Betsy, Leonela, Jorge, Alex, Andrés, Jigoro, Darwin, Jonathan, Eduardo, Segundo, amigos que la vida me regalo y que el destino puso en mi camino, a todos ellos mil gracias por el apoyo que siempre me brindaron.

A los agricultores de naranja de las comunidades en estudio del cantón Caluma, por la colaboración en el momento de realizar las encuestas que se necesitaron para llevar a cabo la presente investigación.

María Dolores Varela Solórzano

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación se lo dedico a mis padres Germanio Varela y Rosan Solórzano, quienes en mi ven reflejado su esfuerzo y sacrificio, trabajo día a día motivándome siempre para que llegue a ser una profesional, por su confianza, su compresión, amor y apoyo incondicional.

A mi hijo: Jean Troya Varela, quien es la fuerza que me impulsa a seguir adelante y cumplir mis metas.

A mi esposo, mis hermanos, familia y amigos, quienes han sido parte fundamental de mi vida, que estuvieron en los buenos y malos momentos apoyarme y así lograr mi objetivo.

María Dolores Varela Solórzano

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

La presente investigación se llevó a cabo en el cantón Caluma perteneciente a la provincia de Bolívar, se ubica en las estribaciones de la hoya del rio Chimbo, teniendo como objetivos: Identificar los canales de comercialización que emplean los productores de naranja, determinar en qué sector de la cadena agro comercial el agricultor deja de obtener los ingresos suficientes y que debilita su estatus socioeconómico y realizar una propuesta para el mejoramiento del nivel socio-económico del productor de naranja de la zona de estudio. Se utilizó el método descriptivo, explicativo, fuentes de investigación primaria y secundaria, se empleó las técnicas de encuestas y observación, realizando preguntas en el ámbito económico, social y productivo. Sobre componentes del hogar, cantidad de naranjas cosecha por año, rentabilidad de la naranja y otros ingresos, formas de comercialización del producto, entre otras, las mismas que fueron tabuladas e interpretadas. Una vez analizados los resultados se concluyó: La mayoría de los hogares de los productores de naranjas (43.5%) de las comunidades en estudio están conformado por 4 a 6 personas, los mismos que ayudan con la recolección de las frutas en tiempo de cosecha. Los productores de naranja en un 84% tienen otros ingresos además del obtenido de la naranja, que lo utilizan solo para alimentación, como también para otras necesidades básicas. La falta de mantenimiento en las plantaciones de naranja que no la realizan el 71% de los agricultores les impide alcanzar producciones rentables pese a que poseen superficies cultivadas que superan las cinco hectáreas. En cuanto a la forma de comercialización el 90% de los productores manifiestan que la hace por cientos y no por lotes, en razón que sus ingresos son mayores en esa condición; sin embargo la mayor parte de los productores entregan su producto a los intermediarios (68%), porque la venta la realizan de manera inmediata y segura, pese a que el precio es bajo; siendo este el eslabón donde el productor pierde utilidad en la cadena de comercialización y por ende debilita su estatus económico. Por ello se propone en resumen una mejora en el mantenimiento de sus cultivares, crear asociaciones de productores que generen una red de comercialización (productor-supermercados -consumidor final) disminuyendo al máximo la participación del intermediario

Palabras claves: Cadena agro-comercial, eslabones**,** mayoristas, intermediarios, minoristas. Socio-económica.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The present investigation was carried out in the Caluma canton of the province of Bolívar. It is located in the foothills of the Chimbo River, with the following objectives: To identify the commercialization channels used by orange producers, to determine in which sector Of the agro-commercial chain the farmer stops obtaining the sufficient income and that weakens its socioeconomic status and make a proposal for the improvement of the socio-economic level of the orange producer of the study area. We used the descriptive, explanatory method, sources of primary and secondary research, the techniques of surveys and observation were used, asking questions in the economic, social and productive. On components of the household, quantity of oranges harvested per year, profitability of the orange and other income, forms of commercialization of the product, among others, the same ones that were tabulated and interpreted. Once the results were analyzed, it was concluded: The majority of the households of the orange producers (43.5%) of the communities under study are made up of 4 to 6 people, the same ones who help with harvesting the fruits at harvest time. Producers of orange in 84% have other income besides that obtained from orange, which use it only for food, as well as for other basic needs. The lack of maintenance in orange plantations that are not carried out by 71% of farmers prevents them from achieving profitable production, even though they have cultivated areas that exceed five hectares. As for the form of commercialization, 90% of the producers say that it does it for hundreds and not for lots, reason that their income is greater in that condition; However, most producers deliver their product to intermediaries (68%), because the sale is done immediately and safely, despite the fact that the price is low; Being the link where the producer loses usefulness in the marketing chain and therefore weakens its economic status. Therefore, it is proposed in brief an improvement in the maintenance of its cultivars, to create associations of producers that generate a marketing network (producer-supermarkets-final consumer) reducing to the maximum the participation of the intermediary

Keywords: Agro-commercial chain, links, wholesalers, intermediaries, retailers. Socio-economic.

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

PORTADA i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS ii
CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN iii
CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN v
AGRADECIMIENTO vi
DEDICATORIA vii
RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES viii
ABSTRACT AND KEYWORDS ix
TABLA DE CONTENIDO x
ÍNDICE DE CUADROS xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS xiv
CÓDIGO DUBLÍN xv
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 2
1.1. Problema de la investigación 3
1.1.1. Planteamiento del problema 3
1.1.2. Formulación del problema 3
1.2. Objetivos 3
1.2.1. General 3
1.2.2. Objetivos Específicos 3
1.3. Justificación 4
CAPITULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN 5
2.1. Fundamentación teórica 6
2.1.2. Generalidades de la naranja 6
2.1.2. Origen 6
2.1.3. Taxonomía y morfología 7
2.1.4. Cultivo 8
2.1.5. Variedades 8

2.1.5.1. Variedades que se cultivan en el cantón caluma son las siguientes: 9
2.1.6. Propiedades de la naranja.....9
2.1.7. Requerimientos agros climatológicos de la naranja 10
2.1.7.1. Suelo.....10
2.1.7.2. Clima 10
2.1.7.3. Temperatura 10
2.1.7.4. Hidrografía del cantón caluma.....11
2.1.7.5. Precipitación 11
2.1.8. Cosecha 11
2.1.8.1. Recolección.....12
2.1.8.2. Pos cosecha 12
2.1.9. Canales de comercialización.....12
2.1.9.1. Productor.....12
2.1.9.2. Intermediario.....13
2.1.10. Evaluación socioeconómica.....15
2.1.11. Importancia económica 16
2.1.12. Componente económico productivo 16
2.1.13. Diagnostico económico de Caluma.....16
2.1.14. Población económicamente activa (PEA).....16
2.1.15. Población Económicamente Activa (PEA) Agrícola por Sexo-Área.....17
2.1.16. Trabajo y empleo 17
2.1.17. Ingreso familiar.....18
2.1.18. Economía familiar.....18
2.1.19. Inflación y costo de la canasta básica familiar.....18
2.1.20. Estatus económico.....19
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 20
3.1. Localización.....21
3.2. Metodología de la investigación 21
3.2.1. Método descriptivo 21
3.2.2. Método explicativo 21
3.3. Fuentes de la investigación 21
3.3.1. Fuentes primarias.....21
3.3.2. Fuentes secundarias.....21

3.4. Técnicas de investigación 22
3.4.1. Encuestas.....22
3.4.2. Observación 22
3.5. Población y Muestra.....22
3.5.1. Población.....22
3.5.2. Muestra.....22
3.6. Formula 23
3.5.3 Selección de la muestra.....23
3.7. Materiales.....23
CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....25
4.1. Resultado.....26
4.1.1. Propuesta de mejoramiento del nivel socio-económico de productores de naranjas de las comunidades, Pueblo Lindo, Yatuví y El Triunfo, del cantón caluma provincia de Bolívar. 42
4.2. Discusión.....45
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 47
5.1. Conclusiones 48
5.2. Recomendaciones 49
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA.....50
6.1. Bibliografía 51
CAPITILO VII ANEXOS.....53

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1 Zonas Productoras en estudio.....23

Cuadro 2 Número de personas que habitan el hogar del productor de naranja 26

Cuadro 3 Agricultores que poseen otros ingresos.....27

Cuadro 4 Variación porcentual del uso de la renta generada en la comercialización de la naranja. 28

Cuadro 5 Cantidad de terreno dedicado al cultivo de naranja 29

Cuadro 6 Periodos de mantenimientos que le da al cultivo 30

Cuadro 7 Personas que realiza la cosecha.....31

Cuadro 8 Promedio de unidades cosechadas Ha/año 32

Cuadro 9 Forma de transportar el producto 33

Cuadro 10 Modo de comercialización de las naranjas 34

Cuadro 11 Forma de comercialización donde se obtendría mayor ganancia 35

Cuadro 12 Forma de venta del producto 36

Cuadro 13 Manera como el intermediario o comerciante adquiere el producto 37

Cuadro 14 Lugar donde adquiere su producto.....38

Cuadro 15 Precio de compra del producto 39

Cuadro 16 Precio al que vende el producto por ciento 40

Cuadro 17 Sectores donde el comerciante o intermediario entrega el producto 41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Pág.

Grafico 1. Personas que conforman el hogar del cultivador de naranja.....26
Grafico 2 Otros ingresos de los productores 27
Grafico 3 Uso que dan los agricultores a los ingresos generados por la naranja 28
Grafico 4 Ha. dedicada al cultivo de naranja 29
Grafico 5 Mantenimientos que se da al cultivo 30
Grafico 6 Quienes realiza la cosecha 31
Gráfico 7 Cosecha promedio Ha/años.....32
Grafico 8 Forma de transportar el producto.....33
Grafico 9 Modo de comercialización de las naranjas 34
Grafico 10 Formas de comercialización donde se obtiene mayor rentabilidad 35
Grafico 11 Lugares donde se vende el producto 36
Grafico 12 Manera como el intermediario o comerciante adquiere el producto.....37
Grafico 13 Lugar donde adquiere su producto.....38
Grafico 14 Precio de compa del producto por ciento.....39
Grafico 15 Precio al que vende el producto adquirido por ciento.....40
Grafico 16 Sectores donde el comerciante o intermediario entrega el producto 41

CÓDIGO DUBLÍN

Título:	"Evaluación Socioeconómica de los Productores de naranja, en tres comunidades del cantón Caluma, provincia de Bolívar"		
Autor:	María Dolores Varela Solórzano		
Palabras clave:	Socioeconómica	Productores	Naranja
Fecha de publicación			
Editorial:	Quevedo: UTEQ, 2016.		
Resumen: (hasta 300 palabras)	El presente proyecto de investigación titulado "Evaluación Socioeconómica de los productores de naranja, en tres comunidades del cantón Caluma, provincia de Bolívar" se realizó para Identificar los canales de comercialización que emplean los productores de naranja, por ende determinar en qué sector de la cadena agro comercial el agricultor deja de obtener los ingresos suficientes y que debilita su estatus socioeconómico. En la presente investigación se determinó el promedio de habitantes del hogar que participan en la cosecha de naranja y también la comercialización de la misma. Donde los productores el 68% venden a los intermediarios, debido a los problemas que se presentan al momento de transportar el producto. Haciendo énfasis a lo anteriormente mencionado cabe recalcar que el 62% de los comerciantes e intermediarios realizan la compra al de 3 hasta 4 dólares por ciento de naranja ya que este transporta la fruta hasta el mercado,		
Descripció	hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162		
URI:			

Introducción

La mayor producción de naranja en el mundo se encuentra en el continente americano; siendo Brasil el país con mayor producción alcanzando en los últimos años un poco más de 16 millones de toneladas que representan el 32% del total consumido en el planeta (Tropical Fruits Trading, 2011).

Siendo una fruta con grandes propiedades nutricionales, en el Ecuador hay apenas 19.486 hectáreas plantadas que producen no más de 42.000 toneladas cada año, el 65,56 % concentrado en la provincia de Bolívar, la mayoría en el cantón Caluma con un aproximado de superficie sembrada de 2.650 hectáreas (Productor, 2015)

Una de las provincias de mayor producción de naranja es la Provincia de Bolívar y entre una de sus principales actividades económicas es la agricultura y la fruticultura con énfasis en la producción de cítricos: como la mandarina y la naranja en el subtropico, que influyen en lo social y económico especialmente en la población de tres comunidades del Cantón Caluma, Provincia de Bolívar (Armas A, 2012).

Contar con un clima subtropical y templado le ha permitido al cantón Caluma, provincia de Bolívar, convertirse en uno de los principales productores de naranjas del país. Tanto así que, hasta hace años atrás, los calumeños organizaban la denominada "Feria de la naranja", evento que anteriormente se lo llamó "El Festival de la naranja de oro". (digital, 2011)
En el presente proyecto de investigación se analizó la situación socioeconómica de los productores de naranja del cantón Caluma, por la cual el documento cuenta con diversos capítulos, I Contextualización de la Investigación, II Fundamentación Teórica, III Metodología, IV Resultados, V Conclusión y Recomendación, VI Bibliografía, VII Anexos.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de la investigación

1.1.1 Planteamiento del problema

La baja rentabilidad en el sistema de producción del cultivo de naranja de los agricultores del Cantón Caluma está dada por el alto costo no necesariamente por el volumen de cosecha; sino más bien por la dificultad que demanda la misma al no contar con tecnologías para recolectar los frutos, en razón de que cada vez hay mayor escasez de mano de obra, aparte de lo difícil de la transportación de la fruta desde las fincas a los centros de acopio o comerciales, donde intervienen los mayoristas, quienes de alguna manera terminan fijando los precios de venta, que no recompensan los costos de producción, lo que ha motivado al agricultor a mostrar desinterés por desarrollar nuevas tecnologías en la producción, cosecha y comercialización, lo que ha llevado al agricultor a vender la producción en árbol y por ende deteriorando el aspecto económico-social del sector.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la situación socioeconómica de los productores de naranja, de las comunidades Pueblo Lindo, Yatuví y El Triunfo del cantón Caluma, Provincia de Bolívar?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Diagnosticar la situación socioeconómica de los productores de naranja, en tres comunidades del cantón Caluma, provincia de Bolívar.

1.2.2 Específicos

- Identificar los canales de comercialización que emplean los productores de naranja
- Determinar en qué sector de la cadena agro comercial el agricultor deja de obtener los ingresos suficientes y que debilita su estatus socioeconómico

- Realizar una propuesta para el mejoramiento del nivel socio-económico del productor de naranja de la zona de estudio.

1.3 Justificación

La presente investigación se basa principalmente en la evaluación de los aspectos socioeconómicos de las familias productoras de naranja, tomando en cuenta las diferentes necesidades que presentan los productores.

Se pretende, determinar los factores que más inciden en los bajos ingresos de los productores de naranja de las tres zonas del cantón, para lo cual se realizó un diagnóstico, que involucra toda la cadena agro comercial de la naranja, evaluando los eslabones que disminuyen el bienestar socioeconómico del productor de naranja, (quienes consideran que su mayor problema es la comercialización) con la finalidad de generar una propuesta del mejoramiento del nivel socioeconómico de los productores de las comunidades en estudio asentadas en el cantón Caluma provincia de Bolívar.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1 Generalidades de la naranja

De acuerdo con las opiniones de destacados investigadores, los cítricos provienen de Asia Tropical y Subtropical, concretamente de Birmania Sur del Himalaya y China. Los cítricos se introdujeron en el país, a mediados del siglo XVI, distribuyéndose luego por inmigración interna. El desarrollo citrícola en el país, se concentra principalmente en el cultivo de naranja (Cortes , 2002)**.**

Al inicio nunca fue considerado como una actividad comercial, sino como un fruto marginal que llenaba las necesidades del consumo familiar. Posteriormente se utilizó como sombra para otros cultivos (Cortes , 2002).

2.1.2 Origen

Asia: el naranjo dulce procede de las regiones surorientales de Asia, concretamente de la zona sureste de China y el archipiélago malayo. Las naranjas se cultivan en el Sur de China desde hace miles de años, desde donde se extendió por el Sudeste asiático. Luego, el naranjo dulce y el naranjo amargo se expandieron por todo Oriente por la Ruta de la Seda. Las naranjas dulces son muy apreciadas por su sabor y por sus propiedades curativas (Directo del Campo.com, 2010).

Europa: el naranjo amargo fue introducido por los árabes, en Europa por el sur de España en el siglo X, aunque el naranjo dulce no comenzó a cultivarse hasta los siglos XV-XVI. Los árabes la llamaron "naranche", derivado del término arangus (Directo del Campo.com, 2010).

Brasil: se descubrieron en Bahía (Brasil), en la segunda mitad del siglo XIX, unas naranjas más dulces, jugosas y hermosas, sin pepitas y con un ombligo en el extremo opuesto al pedúnculo. Actualmente, Brasil disfruta de la cuota más alta en el mercado de las naranjas y de su zumo (Directo del Campo.com, 2010).

Estados Unidos: la variedad conocida hoy como Navel Washington se trasladó a California y se convirtió en la reina de las naranjas. Ahora hay áreas de cultivo florecientes en Florida y California (Directo del Campo.com, 2010).

2.1.3 Taxonomía y morfología

Familia: Rutaceae.
Género: Citrus.
Especie: *Citrus sinensis* (L.) Osb.
Los cítricos son plantas de hojas perennes cuyo crecimiento, aunque intermitente presenta alternancia de un periodo de crecimiento con un periodo de reposo. Bajos condiciones favorables los arboles cítricos viven muchos años (hay casos de árboles que han vivido hasta 300 años); pero en clima cálido, las plagas y enfermedades disminuyen considerablemente este periodo de vida (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

Algunas especies como las cidras, ye el limonero florecen casi continuamente y otras como el naranjo florecen en épocas definidas. Las flores de los cítricos son perfectas (con pistilos y estambres), auto compatibles (se polinizan así misma) y algunas variedades producen frutas partenocarpicamente (sin fecundación) tales como la naranja Washington y el pomelo Marsh cuyos frutos no tienen semillas (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

Es un árbol de tamaño mediano con copa redonda y ramas regulares que tienen espinas de poco filo, ubicados en las axilas de las hojas,. Las hojas presentan précielos con alas angostas, articuladas con las ramillas y el limbo foliar. Las flores fragantes, de mediano tamaño se desarrollan en racimos pequeños o simples en las axilas de las hojas. El fruto es subgloboso, oval o globoso, achatado de cascara delgada y no amarga (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

2.1.4 Cultivo

La superficie del cultivo de la naranja en Ecuador es de 55.953 hectáreas. Siendo Bolívar una de las principales provincias con una producción de 10.639 hectáreas y en el cantón Caluma se cultiva aproximadamente 2.650 hectáreas (Universo, 2008).

2.1.5 Variedades

Entre las principales variedades de naranja tenemos:

Las **naranjas Clementina nulera** son muy fáciles de pelar y cómodas de comer por la facilidad que tienen al separarla en gajos. Estas naranjas son ideales para los más pequeños de la casa, porque no tiene semillas, aunque es posible que en alguno de sus gajos haya alguna debido a la polinización de las abejas (Fosfruit, 2014**).**

La **naranja Navelina**, (Lima) es la especie que se recoge más temprano porque su piel es muy fina. No posee semillas y la facilidad con la que se puede pelar, así como la consistencia de su pulpa, permite comerla sin que se derrame su jugo, acompañada de un sabor exquisito (Fosfruit, 2014).

La variedad **Navel Powell** tiene una forma que va de achatada a ovoide, siempre con ombligo, su piel es fina y su zumo presenta bajo contenido en ácido y elevado contenido en azucares. La ausencia de limonina hace que el zumo de la naranja no adquiera sabor amargo. Una de sus características es que su pulpa es consistente y también destaca el bocado dulce de esta naranja de mesa (Fosfruit, 2014).

La naranja **Valencia Late (tardía)** que tiene su nombre en inglés significa tarde, ya que es una de las naranjas que maduran más tarde, entre mitad de la primavera y mitad del verano (Fosfruit, 2014).

La **naranja Valencia Late** pertenece al grupo de las Naranjas Blancas y, como el nombre puede engañar, os confirmamos que no tiene nada que ver que su origen sea de Valencia,

ya que esta variedad se originó posiblemente en Portugal. Para vuestro conocimiento puede ser interesante saber que hay una amplia variedad de naranjas (Fosfruit, 2014).

Naranja Washington, es una de las mas antiguas y mas utilizadas anteriormente aunque, poco a poco, va perdiendo importancia puede recogerse desde comienzos de noviembre, por lo que resulta una variedad muy tempran (Online, 2005).

Naranja Lane Late: esta naranja tiene la piel fina y menor cantidad de limonina. Estas naranjas se recolectan a partir de enero y perdura en los mercados hasta finales de mayo (Campo.com).

Naranja Thompson, es juna variedad obtenida a partir de la de whashington. Es una variedad que se produce fundamentalmente en Argelia y Marruecos, aunque es dulce es muy seca por lo que ha perdido importancia. Aparece a mediados de octubre (Online, 2005)**.**

2.1.5.1 Variedades que se cultivan en el cantón caluma son las siguientes:

Valencia tardía, Valencia común, Naranja Lane Late, Naranja lima, Washington, Naranja agria y Naranja pomelo (Universo, 2008).

2.1.6 Propiedades de la naranja

La naranja es una fuente importante de vitamina C en la dieta humana. Su pulpa tiene su suave efecto laxante facilitando la digestión. Se señala que los cítricos tienen entre 30 y 35 mg de vitamina C por cada 100 g de porción comestible. Una naranja cuyo peso bruto es de 188 g proporciona 67 mg de vitamina C, lo cual supera las necesidades diarias del adulto (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

2.1.7 Requerimientos agros climatológicos de la naranja

2.1.7.1 Suelo

Los suelos en la Provincia son de estructura diversa y han dado origen a una variedad de estos, cuya composición física - química y textura está caracterizada por los factores climáticos y por el relieve. Los tipos de suelo que existen están determinados por la altura a la que se encuentra y por otros factores que determinan (Bolivar, 2015).

2.1.7.2 Clima

Los cítricos no se explotan a gran escala en las zonas tropicales, debido a factores biológicos, históricos, económicos y tecnológicos; sin embargo, están ampliamente difundidos para el consumo local. Para lograr un desarrollo de la citricultura tropical equivalente al de las zonas subtropicales, es necesario desarrollar la tecnología apropiada y los programas de selección, y obtención de variedades adoptadas a las diferentes condiciones climáticas (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

Se han conocido los requerimientos climáticos particulares de las diferentes especies y variedades. Las naranjas dulces de tipos Washington Navel y temple, por ejemplo requieren un clima bastante especial, en cambio la naranja Valencia se adopta a un rango climático más amplio (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

La Provincia Bolívar se extiende hacia el litoral, por esta razón goza de gran variedad de climas que van desde el frío de los páramos, hasta el cálido de las zonas subtropicales (Bolivar, 2015).

2.1.7.3 Temperatura

La temperatura ejerce gran influencia sobre el desarrollo del árbol y los frutos. En los subtrópicos, la naranja valencia puede tardar hasta 16 meses para desarrollarse desde la flor, en cambio en los trópicos, este periodo se acorta a unos 9 a 10 meses. La variación de la temperatura entre el día y la noche fluyen sobre la desaparición del color verdes de los frutos y su contenido de ácidos. En los climas tropicales calurosos sin mayor variación de temperatura, los frutos son menos ácidos y en algunos casos el color no se desarrolla

satisfactoriamente. Se considera que una temperatura media entre los 16º y 20 ºC es óptico para el buen desarrollo de los cítricos (23º y 29 ºC para la naranja) (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

Como se mencionó anteriormente las variaciones climáticas imprimen ciertos cambios en las propiedades morfológicas, físicas y químicas de los suelos que se evidencian en los denominados regímenes de humedad y temperatura (Bolivar, 2015).

2.1.7.4 Hidrografía del cantón Caluma

El principal sistema hidrográfico del cantón es el río Caluma que aguas abajo toma el nombre de río Pita y, que se forma de la confluencia de los ríos Charquiyacu y Escaleras, éste último conocido también con los nombres de Churipungo y San Antonio. A los ríos antes mencionados afluyen una serie de esteros y quebradas de menor importancia que conforman pequeños subsistemas y cubre toda la zona, entre los principales están: río Tablas afluente del Charquiyacu, las quebradas de Guarumal, Turumpacha, Guayabal, Naranja Pata, Santana, Las Chorreras y los esteros Diablo Huaycu, Leche y Pacaná, cuyas aguas van hacia los ríos San Antonio, Churipungo y Escaleras, los esteros del Pescado, Huamaspungo y Caluma que afluyen directamente al río Caluma (Turistico, 2016).

2.1.7.5 Precipitación

El cultivo de los cítricos se hace marginal en las zonas con precipitaciones cerca de los 3500 mm (distribuidos a los largo del año), debido principalmente al incremento de los problemas fitosanitarios. Los cítricos necesitan agua durante todo su periodo de crecimiento el que se cumple con 1200 mm de lluvia bien distribuida en el año. No se desarrollan bien en las zonas con sequía prolongada si no se completa con riego ese déficit de agua. Los cítricos de frutas partenocarpias (Navel) son más propenso a botar la fruta durante un periodo de sequía (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

2.1.8 Cosecha

Los frutos deben cosecharse sin golpes, heridas u otros daños que afectan su calidad. Puede cosecharse a mano para consumo en fresco, tratando que el cáliz quede adherido a la fruta.

Se deben utilizar escaleras para no subir al árbol. La fruta que va a la agroindustria puede cosecharse con ganchos y recolectarlos en sacos (Cortes , 2002).

2.1.8.1 Recolección

Tiene lugar cuando la relación de sólidos solubles/acidez es de 8 a 10 y el color amarillo-naranja en al menos el 25% de la superficie del fruto. La recolección es manual y debe realizarse con alicates, evitando el tirón. Supone el 25% de los costos totales de la producción y emplea más del 50% de la mano de obra requerida en el cultivo. Los envases empleados en la recolección cajas de plástico con buena capacidad, siendo deseable protecciones de goma espuma y volcado cuidadoso. Una vez en los envases definitivos se cargan en camiones ventilados y se trasladan al almacén, procurando evitar daños mecánicos en el transporte (AnaCafe, 2011).

2.1.8.2 Pos cosecha

Calidad: intensidad y uniformidad de color, firmeza, tamaño, forma, suavidad de la cáscara, ausencia de pudriciones y libertad de defectos incluyendo daño físico (abrasión y magulladuras), defectos en la cáscara o decoloración, daño por congelamiento y daño de insectos. La calidad del sabor está relacionada a la relación de sólidos solubles/acidez y la ausencia de compuestos que producen sabores indeseables, incluyendo metabolitos producidos por fermentación (AnaCafe, 2011).

2.1.9 Canales de comercialización

Los Canales de Comercialización o Distribución son el conjunto de personas naturales o jurídicas que adquieren la propiedad o participan en la transferencia, de un producto, bien o servicio a medida que éste se desplaza desde el productor hasta el consumidor. Los Canales de Comercialización o Distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

2.1.9.1 Productor

Es toda persona natural o jurídica que se dedique a la producción de productos agrícolas de tipo alimentario o no alimentario; los que pueden tener la calidad de propietario, arrendatario o posesionario; y se los categorizará en micro, pequeños, medianos y grandes productores, según lo establezca el órgano regulador de la política agrícola del Ecuador, considerando para su clasificación el límite de la propiedad, el volumen de producción, los niveles de productividad, el nivel de ingreso, entre otros (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

2.1.9.2 Intermediario

Los Intermediarios son todas aquellas personas naturales o jurídicas que conforman los eslabones de la cadena que representa a los Canales de Distribución, y que están colocados entre los productores y los consumidores o usuarios finales; añadiendo a los mismos valores o utilidades de tiempo, lugar y propiedad. El número y clase de Intermediarios dependerá de la clase y tipo de producto, así como de la clase y tipo de consumidores o usuarios finales, ósea al mercado al que va dirigido o para el cual ha sido concebido el producto (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

- **Clasificación de los Intermediarios**

Centros de Acopio, Mayoristas, Agroindustrias, detallistas y consumidor final.

- **Centros de Acopio**

Los Centros de Acopio es toda persona natural o jurídica que reúne en una construcción en el área rural los productos alimentarios o no alimentarios, de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial, de varios productores para alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles hacia el flujo de comercio mayorista o de supermercado.

Los Centros de Acopio pueden o no realizar su actividad comercial a través de las Bolsas de Productos, previa a su registro o afiliación a la misma (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

- **Mayorista**

El Mayorista es toda persona natural o jurídica que vende, compra o contrata al por mayor, intercambia o realiza trueque; el mayorista en general no entra en contacto directo con el consumidor final; el mayorista tiene la particularidad de asumir la propiedad del producto que comercializa, su utilidad se genera por el diferencial entre el precio de compra y el precio de venta; su función dentro de la cadena de distribución es ser el eslabón entre el productor y el vendedor minorista, aunque en casos excepcionales pueden distribuir al consumidor final.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, regularán la comercialización mayorista de productos alimentarios de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial; y proveerán de la infraestructura necesaria, a través de una Terminal de Mercado o un Mercado Mayorista, para el desarrollo organizado de este eslabón de la cadena de comercialización (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

- **Agroindustria**

Para efectos de la presente ley, se entenderá a la agroindustria como toda persona natural o jurídica que realiza una actividad que transforma los productos alimentarios o no alimentarios, de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial en productos elaborados, transformados o con valor agregado. El órgano rector de la política agroindustrial, registrará a todos las Agroindustrias que realizan la actividad comercial, como requisito obligatorio para poder desempeñar esta actividad, como mecanismo de control y regulación (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

- **Minorista**

el Minorista es toda persona natural o jurídica que vende, compra o contrata al por menor o al detalle, intercambia o realiza trueque; el minorista es el intermediario que vende

directamente a los consumidores finales; el minorista tiene la particularidad de asumir la propiedad del producto que comercializa, su utilidad se genera por el diferencial entre el precio de compra y el precio de venta; su función dentro de la cadena de distribución es ser el eslabón entre el intermediario mayorista y el consumidor final.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, regularán la comercialización minorista de productos alimentarios de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial; y proveerán de la infraestructura necesaria, a través de una Red de Mercados, para el desarrollo organizado de este eslabón de la cadena de comercialización (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

- **Consumidor final**

Persona o conjunto de personas naturales o jurídicas que satisface sus necesidades mediante el uso de productos alimentarios o no alimentarios, de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial generados en el proceso productivo; Un consumidor es aquella persona natural o jurídica que piensa comprar o ha consumido un producto determinado, eligiéndolo entre los de la competencia, para consumirlo de forma definitiva o usarlo como materia prima para el desarrollo de un nuevo producto.

Los Consumidores pueden agruparse en asociaciones, redes o colectivos, para ejercer su derechos de poder acceder a productos sanos, nutritivos y de calidad, según se establece en la Ley de Defensa del Consumidor y la Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012).

2.1.10 Evaluación socioeconómica

Permite verificar de manera directa y objetiva las condiciones en las que se desenvuelve una comunidad. Es de suma importancia conocer el nivel económico de una población, así como sus condiciones de vida, sus relaciones familiares, las referencias personales y las de

trabajo. La información socioeconómica generalmente se obtiene por medio de un cuestionario aplicado por una persona encargada en el estudio del caso (Galeon, 2010).

2.1.11 Importancia económica

La naranja es de gran importancia comercial y económica por ende su distribución. A partir de los cuarenta, adquirió importancia la industrialización del jugo, que ha permitido en la actualidad la producción de una gran variedad de productos tales como: jugos concentrados y congelados, jugos enlatados, y polvo de jugos deshidratados. Además se obtiene otros productos de la industrialización como: pectina, mermeladas, pulpa seca para forraje, mezcla y los aceites de la cascara y semillas (Barahona Cockrell & Sanchos Barrantes, 2000).

2.1.12 Componente económico productivo

La definición de sistema económico es sin dudas de gran interés para el ser humano. Entendemos, en términos generales que el sistema económico es aquel medio implementado para regular las diferentes actividades económicas, así como también los intercambios resultantes de la compra y venta de los productos generados por el ser humano u obtenidos de la naturaleza. El sistema económico, sin embargo, no se limita exclusivamente a cuestiones económicas o comerciales sino que en muchos sentidos traspasa esas fronteras para también incluir conceptos sociales, políticos y culturales (Bolivar, 2015).

2.1.13 Diagnostico económico de Caluma

Comprende el análisis de las principales actividades económicas del territorio y las relaciones entre los factores productivos que permiten el desarrollo de la economía. Busca conocer los niveles de instrucción, especialización, habilidades y aptitudes que posee la población económicamente activa en el territorio (Caluma, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territoria de Caluma 2014 - 2019, 2014).

2.1.14 Población económicamente activa (PEA)

Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad. La PEA está constituida por los productores, es decir, por quienes desempeñan alguna función en la actividad productiva de la sociedad o están en posibilidad de hacerlo por sus condiciones de edad y aptitud, aunque transitoriamente carezcan de empleo (Caluma, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territoria de Caluma 2014 - 2019, 2014).

2.1.15 Población Económicamente Activa (PEA) Agrícola por Sexo-Área

La población económicamente activa que se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en mayor porcentaje se encuentra en el sector rural con el 92% , únicamente el 8% de la población urbana se dedica a esta actividad es decir que viven en el área urbana pero que tienen sus terrenos en el sector rural , siendo posiblemente los jefes de hogares los que mayoritariamente se dedican a esta actividad lo que representa el 70% y el 30% es de mujeres que posiblemente acompañan en esta actividad a los jefes de hogar (Bolivar, 2015).

2.1.16 Trabajo y empleo

Situación del empleo en el territorio cantonal (comprende el análisis de la PEA, tasa desempleo y sub empleo y de creación de nuevas plazas de trabajo) (Caluma, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territoria de Caluma 2014 - 2019, 2014).

Educación Históricamente, ha habido un acceso desigual a los servicios educativos y a una educación de calidad, especialmente de la población rural, mujeres, indígenas y pobres. La Constitución del Ecuador del 2008, en su artículo 28 establece que “La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir”. La educación permite la movilidad social de las personas y el mejoramiento de su calidad de

vida (Caluma, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territoria de Caluma 2014 - 2019, 2014).

2.1.17 Ingreso familiar

El ingreso monetario es un factor preponderante para el bienestar económico del hogar ecuatoriano, considerando, salarios, pensiones y además que incluye beneficios del seguro social (Toscano H, 2014).

2.1.18 Economía familiar

La economía familiar tiene por objeto una adecuada gestión de los ingresos y los gastos del núcleo familiar haciendo una correcta distribución de los primeros, permitiendo así la satisfacción de sus necesidades materiales, atendiendo aspectos fundamentales de su desarrollo, como la alimentación, la ropa o la vivienda. La economía doméstica es, por tanto, regular, controlar, proveer y satisfacer a los miembros de una familia de los recursos suficientes para tener una calidad de vida. Esta gestión es una responsabilidad de todos los miembros del núcleo familiar, que deben conocer todos los componentes de dicha economía, como son el trabajo, los ingresos, los gastos y el ahorro. La economía familiar es entendida como una microeconomía que se debe distribuir adecuadamente, evitando el sobreendeudamiento y aumentando la capacidad de ahorro del individuo. Para ello deben existir normas internas que la rijan, abogando por un consumo responsable en el hogar, atendiendo a las realidades existentes (FACUA, 2010).

2.1.19 Inflación y costo de la canasta básica familiar

El índice de precios al consumidor para abril del 2014 alcanzó los 148.12 puntos, por lo que la inflación mensual fue de 0.30% mientras que la anual y la acumulada fueron de 3.23% y 1.83%, reactivamente. La región costa muestra una inflación mensual de 0.21% (Toscano H, 2014).

La división de artículos que aporta en mayor proporción a la variación del IPC es la de “alimentos y bebidas no alcohólicas”, con el 50.65%, seguido de la división “educación”

23.71%, “bienes y servicios diversos” 11.92%, “alojamientos, agua, electricidad, gas y otros combustibles 4.79% y “otros” 8.93% (Toscano H, 2014).
El costo de la canasta básica familiar fue de 66.61, mientras que el costo de la canasta vital alcanzo los 453.66 (abril 2014). El ingreso familiar cubre el 100% el valor de la canasta básica (Toscano H, 2014).

2.1.20 Estatus económico

El estatus es la posición, es la escala social y económica a la cvual pertenece un individuo dentro de una comunidad o grupo social. En tanto, el estatus social presenta cuatro tipos:

Estatus adscrito o asignado (es aquel que resulta de factores sociales anteriores, tal es el caso de la raza, el genero, la edad, el ciclo de vida, la clase, la casta, entre otros).

Estatus adquirido (resulta de la asignación de un individuo basándose en méritos, prestigio o en acciones, tal es el caso de actores, músicos, científicos y también un padre, una madre, un jefe, es decir, las posiciones que el individuo va adquiriendo a lo largo de su vida y no proceden del nacimiento; este tipo lo determina la sociedad y es variable en el tiempo.

Estatus objetivo (asignado por la sociedad, el grupo particular o la cultura del individuo en cuestión y se adquiere cumpliendo algunos criterios que lo han determinado: riqueza, ocupación, característica física, entre otros).

Estatus subjetivo (aquel que el individuo cree poseer y no resulta de una correcta aprobación social o cultural) (ABC, 2011).

CAPITULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

La investigación se llevó a cabo en el cantón Caluma perteneciente a la provincia de Bolívar, se ubica en las estribaciones de la hoya del rio Chimbo, a una distancia aproximada de 57 km de la capital provincial Guaranda y 150 km de Guayaquil (Caluma, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2016, 2011).

3.2 Metodología de la investigación

La información proporcionada por los agricultores fue procesada con herramientas estadísticas empleando los métodos descriptivos y explicativos.

3.2.1 Método Descriptivo

El método descriptivo es uno de los tipos de investigación en el cual se basa este trabajo al efectuar encuestas donde se formularon preguntas a los productores de naranja.

3.2.2 Método explicativo

Con este método se logró verificar y observar la situación social y económica de los productores de naranja del cantón Caluma tomando en cuenta las tres comunidades en estudio.

3.3 Fuentes de la investigación

3.3.1 Fuentes primarias

Para la obtención de datos primarios se realizo encuestas a los agricultores dedicados a la producción de la naranja de las comunidades, Pueblo Lindo, Yatuvi y El Triunfo.

3.3.2 Fuentes secundarias

En esta parte de la información se procedió la revisión de trabajos de investigación, tesis de grado, revistas, documentos y páginas web.

3.4 Técnicas de investigación

Por medio de las técnicas utilizadas se identifican las condiciones sociales de las familias productoras de naranja. Se empleó la observación directa a los agricultores dedicados a esta actividad, se recopiló información en trabajos de investigación varios.

3.4.1 Encuestas

Las encuestas están elaboradas y adecuadas a las necesidades de la investigación, tratando aspectos productivos, económicos y sociales de la población, donde una vez formuladas las preguntas se procedió a encuestar a los productores de naranja en las tres comunidades del cantón Caluma.

3.4.2 Observación

Mediante esta técnica se observó atentamente el fenómeno, hecho o caso, que se presenta en la producción y comercialización de naranja, así una vez tomada y registrada la información se procedió a analizarla.

3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población

Caluma es conocida como la capital cítrica del Ecuador ya que se cultivan 2.650 hectáreas de naranja teniendo un total de 360 productores en las tres comunidades investigadas, a los cuales se les aplicó la fórmula de tamaño de la muestra.

Además se encuestaron a 21 comerciantes que normalmente acuden a comprar naranjas a los productores del cantón Caluma.

3.5.2 Muestra

La muestra es representativa de la población en estudio que son los productores de naranja a los cuales se le realizo las respectivas encuestas, para determinar los distintos aspectos que se evaluaron, para la cual se determinó el tamaño de la muestra, que se definió con la fórmula.

Formula

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.95 * 0.05 * (360-1)}{(0.05)^2\ (360-1) +)1.96)^2 * 0.95 * 0.05} = \frac{65.51}{1.07} = 61$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

Z = Nivel de confianza 95% de probabilidad = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia (0.95)

q = Probabilidad de no ocurrencia (0.05)

e = Error del 5%

3.5.3 Selección de la muestra

A los 62 productores de naranja que se les realizo las respectivas encuestas fueron seleccionadas al azar del total de la población.

Cuadro 1 Zonas Productoras en estudio

Zonas	N° de Productores
Pueblo Lindo	12
Yatuvi	34
El Triunfo	16

FUENTE: PRODUCTORES DE NARANJA
ELABORACION: LA AUTORA

3.6 Materiales

Los materiales usados en el presente trabajo de investigación donde se determina la situación socioeconómica de los productores de naranja son los siguientes:

Material	Detalle	Cantidad
Hojas INEN A4	resma 500 unidades	1
Computadora	Unidad	1
Internet	Horas	5
Memorias digitales	Unidad	1
Grapadora	Unidad	1
Carpeta	Unidad	5
Copias	Unidad	100

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultado

Pregunta 1 ¿Cuántas personas viven en su hogar?

Cuadro N° 2 Número de personas que habitan el hogar del productor de naranja

Habitantes del hogar	N° Productores	Porcentaje %
1 a 3	23	37
4 a 6	27	44
7 a 9	10	16
Más de 9	2	3
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

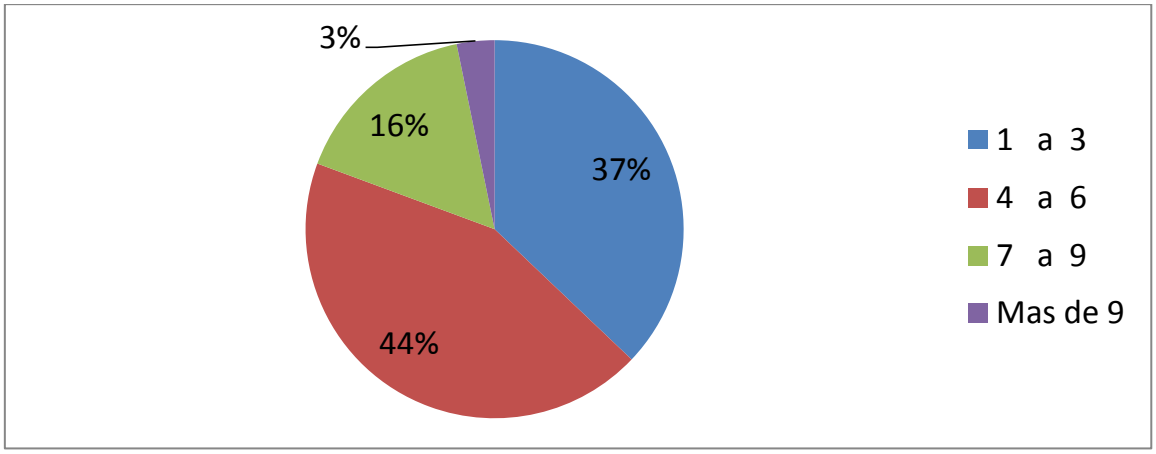

Grafico 1. Personas que conforman el hogar del cultivador de naranja

Análisis

El gráfico muestra que el 43.5% de los hogares de los productores de naranjas están conformados entre 4 – 6 personas, mientras que un 37.9% de familia la conforman de una a tres personas el restante porcentaje fluctúan entre 7 o más integrantes en una misma familia, lo que muestra la variabilidad en la conformación familiar de los productores de naranjas.

Pregunta 2 ¿Además de lo que percibe de la naranja tiene otro ingreso?

Cuadro 3. Agricultores que poseen otros ingresos

Ingresos	**N° Productores**	**Porcentaje %**
Si	52	84
No	10	16
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

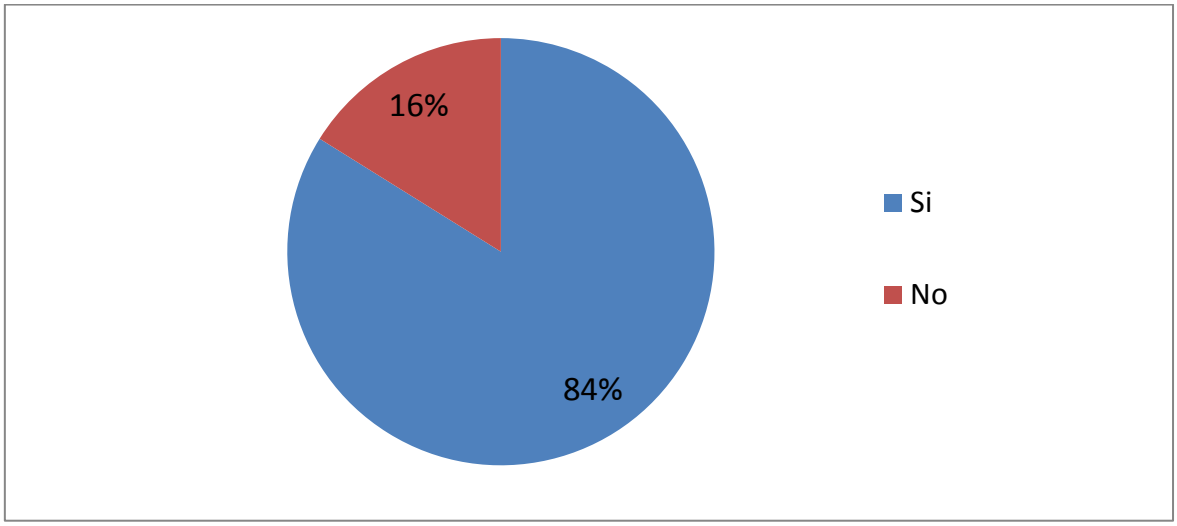

Grafico N° 2 Otros ingresos de los productores

Análisis

De los productores encuestados el 84% mencionan que tienen otros ingresos para contribuir al bienestar familiar, mientras que solo el 16% tiene como ingreso único la producción de la naranja ya que son dependientes de este tipo de cultivo.

Pregunta 3 ¿La rentabilidad generada en la producción y comercialización de la naranja, sirve para?

Cuadro 4. Variación porcentual del uso de la renta generada en la comercialización de la naranja.

Uso de los ingresos	N° Productores	Porcentaje %
Solo Alimentación	**27**	**43**
Alimentación y Educación	**11**	**18**
Alimentación, Educación y Salud	**19**	**31**
Alimentación, Educación, Salud y Vestuario	**5**	**8**
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTAS A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

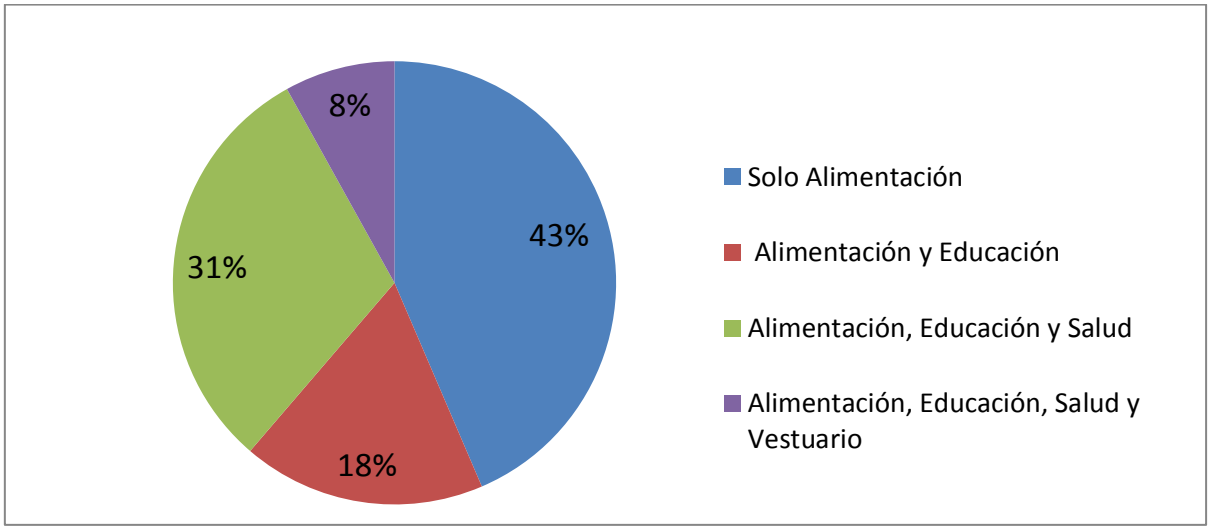

Grafico 3. Uso que dan los agricultores a los ingresos generados por la naranja

Análisis

El uso que le dan los productores a los ingresos generados en la producción y comercialización de la naranja, el 43% la utiliza solo para la alimentación, el 31% en Alimentación, Educación y Salud el 18% en alimentación y educación mientras, que el 8% Alimentación, Educación, Salud y Vestuario. Cabe indicar que algunos agricultores cuentan con otros ingresos provenientes de actividades diferentes al cultivo de naranja.

Pregunta 4 ¿Qué cantidad de terreno (Hectáreas) está dedicado al cultivo de naranja?

Cuadro 5. Cantidad de terreno dedicado al cultivo de naranja

Hectáreas	**N° Productores**	**Porcentaje %**
Hasta 2	16	26
Más de 2 hasta 4	20	32
Más de 4 hasta 6	12	19
Más de 6	14	23
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTAS A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

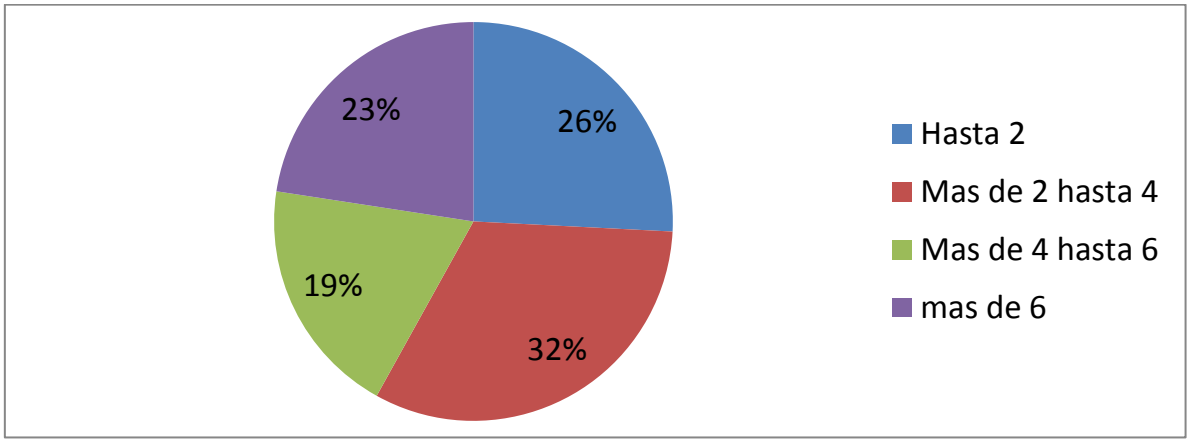

Grafico 4. Ha. dedicada al cultivo de naranja

Análisis

El 58% de los agricultores poseen cultivos de naranjas con superficies que fluctúan entre una hasta cuatro Ha.; mientras que el 42% tiene cuatro y más de 6 hectárea dedicada al cultivo.

Pregunta 5 ¿Cada tiempo realiza mantenimiento al cultivo?

Cuadro 6 Periodos de mantenimientos que le da al cultivo

Mantenimiento	N° Productores	Porcentaje %
Una vez al año	**44**	**71**
Estacional	**15**	**24**
Nunca	**3**	**5**
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES DE LA NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

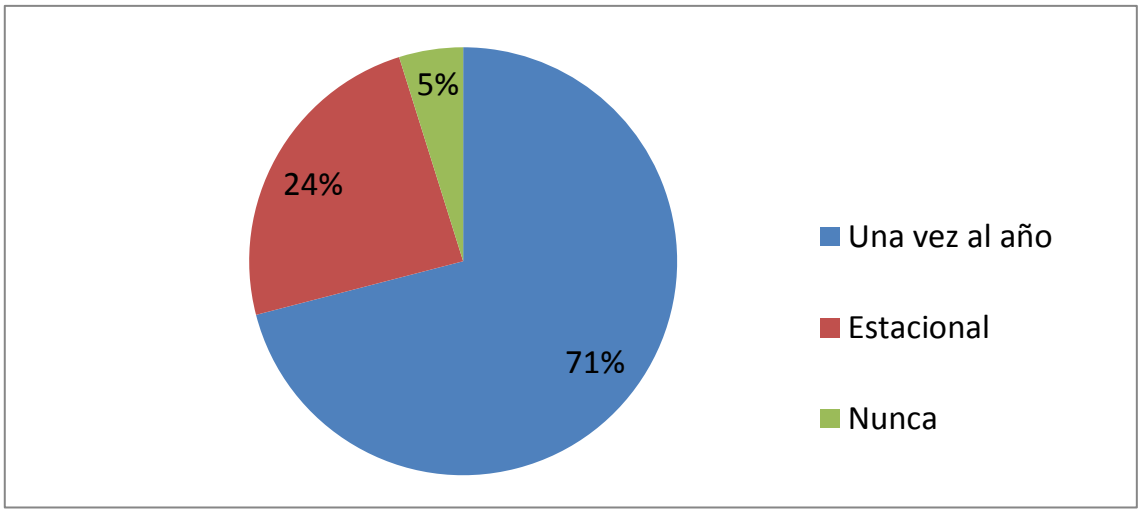

Grafico 5. Mantenimientos que se da al cultivo

Análisis

El 71 % de los agricultores realiza mantenimiento al cultivo conformado por poda de ramas improductivas, retiro de vegetación embriofitas, musgos, piñas, así como también las malezas una vez al año, el 24% lo hace mediante estaciones, y el 5% no realiza nunca.

Pegunta 6 ¿Quiénes participan en la cosecha?

Cuadro 7. Personas que realiza la cosecha

Cosecha	N° Productores	Porcentaje %
Propietarios (Familias)	32	51
Contrata obreros	24	39
Venta por lote	6	10
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

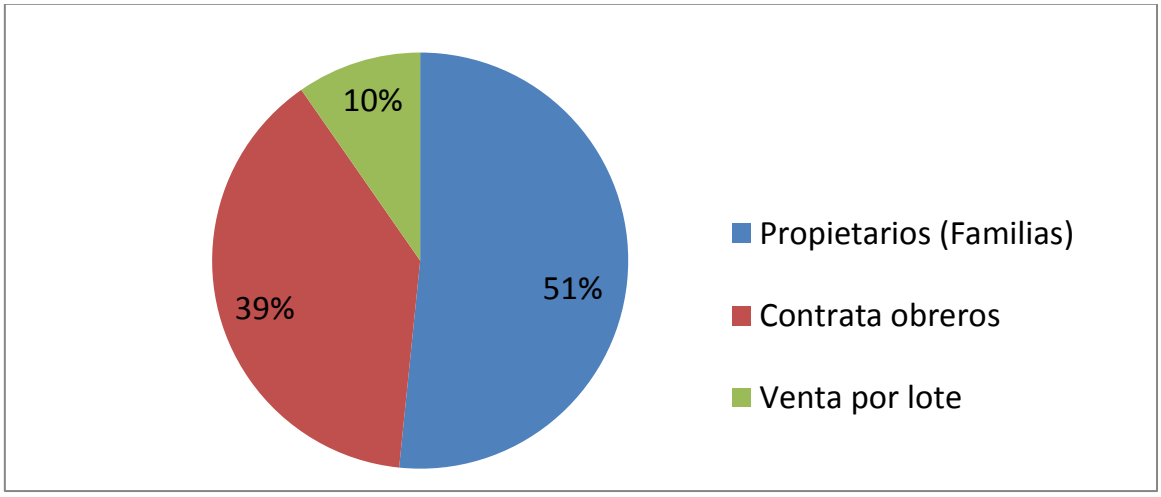

Grafico 6. Quienes realiza la cosecha

Análisis

De los 62 productores encuestados el 51% que realiza la son los propietarios (familias), el 39% mediante la contratación de jornaleros y el restante vende su producción por lote.

Pregunta 7 ¿Qué cantidad de naranjas cosecha por año?

Cuadro 8. Promedio de unidades cosechadas Ha/año

Unidades/ha	N° Productores	Porcentaje %
Hasta 50.000	41	66
50.001 - 70.000	15	24
70.001 - 100.000	5	8
100.001 - 120.000	1	2
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

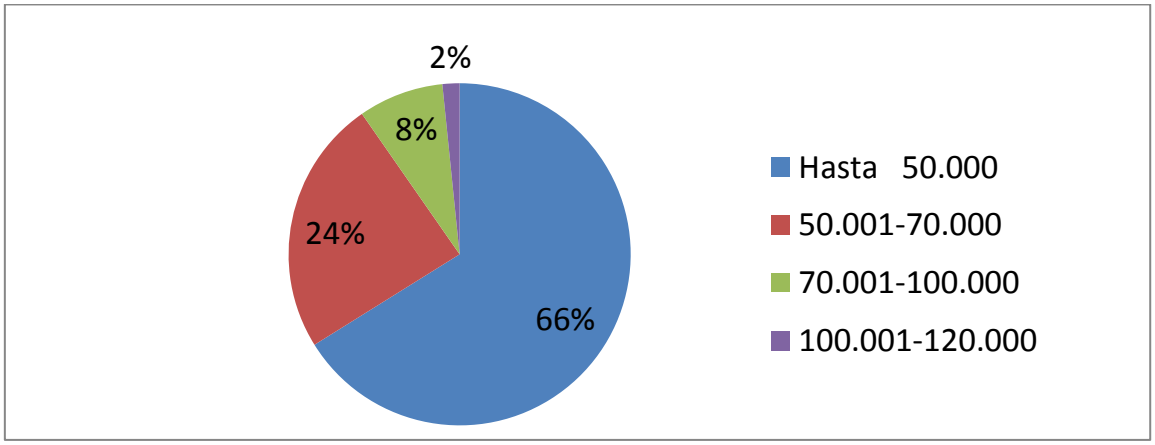

Gráfico 7. Cosecha promedio Ha/años

Análisis

El 66% de los productores de naranja manifiesta que su producción promedio por Ha. Oscila hasta 50.000 unidades, el 24% está entre 50.001 a 70.000, el restante entre los 70.001 y 100.000. Lo que muestra la falta de atención al cultivo para lograr mayor rendimiento.

Pregunta 8 ¿De qué forma traslada el producto al mercado?

Cuadro 9. Forma de transportar el producto

Transporte	N° Productores	Porcentaje %
Alquila Vehículo	40	64
Vehículo propio	16	26
Venta por lote	6	10
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

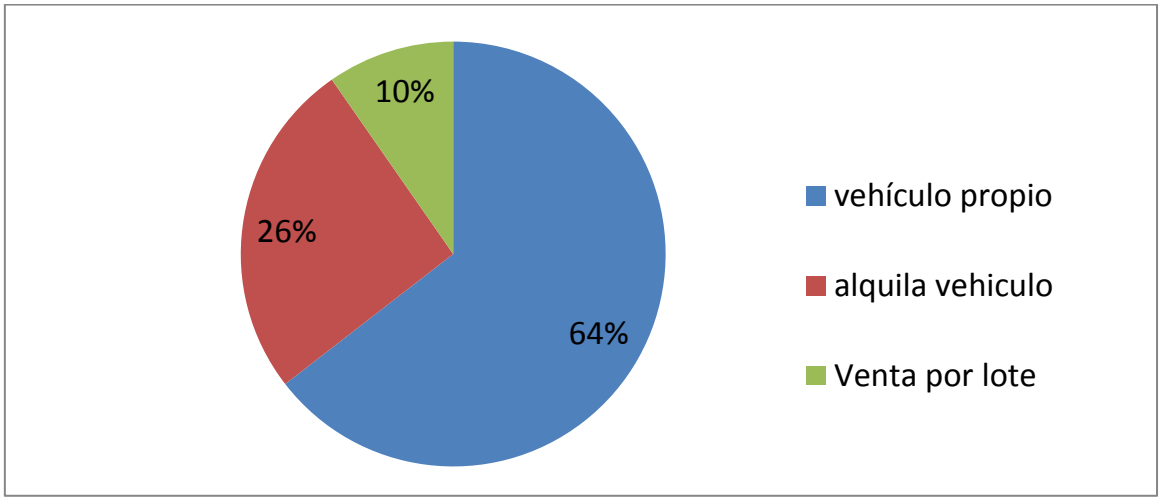

Grafico 8. Forma de transportar el producto

Análisis

Los productores de naranjas transportan la naranja el 64% en vehículo alquilado, ya este sea camión o camioneta, el 26% manifiestan que ellos hacen el traslado de la fruta en transporte propio y el 10% realiza la venta por lote es decir en la finca.

Pregunta 9 ¿Cómo comercializa el producto?

Cuadro 10. Modo de comercialización de las naranjas

Forma de comercialización	N° Productores	Porcentaje %
Por lote	6	10
Por cientos	52	90
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

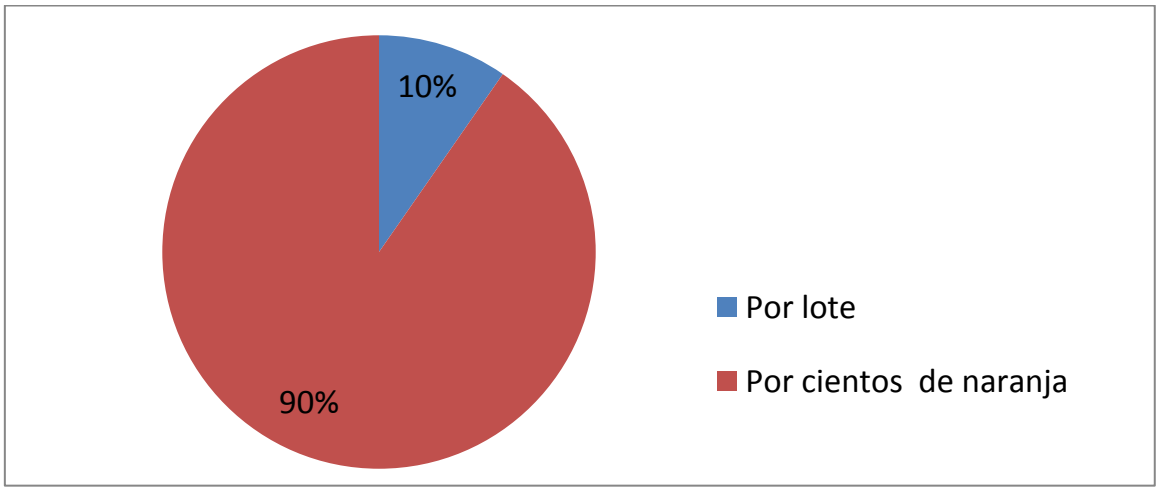

Grafico 9. Modo de comercialización de las naranjas

Análisis

El 90% de los productores encuestados aseguran que la forma de comercializar el producto es por cientos; mientras que el 10% lo comercializa por lote.

Pregunta 10 ¿De qué forma de comercialización cree que obtendría más ganancias?

Cuadro 11. Forma de comercialización donde se obtendría mayor ganancia

Forma de comercialización	N° Productores	Porcentaje %
Por lote	9	15
Por cientos	53	85
Total	**62**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

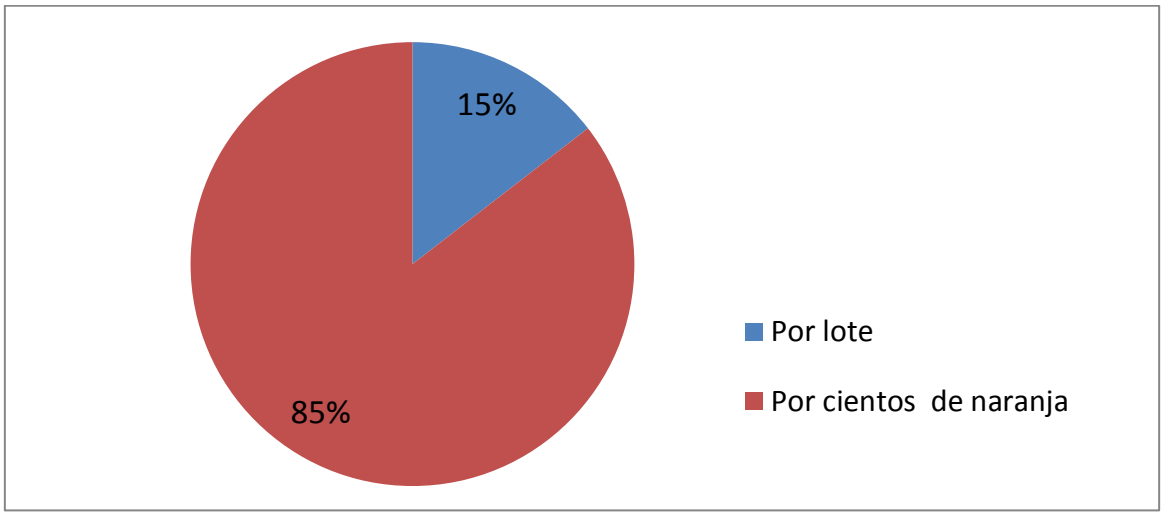

Grafico 10. Formas de comercialización donde se obtiene mayor rentabilidad

Análisis

De los 62 productores de naranja encuestados el 85% indican que la forma que mayor ingreso genera es vendiendo la producción por ciento, y que el 15% restante considera que es a través de venta por lote.

Pregunta 11 ¿Venta y precio del producto?

Cuadro 12. Forma de venta y precio del producto

Precios $ (100)	Lugar de Venta											
	Lote		Acopio		Intermediario		Merc. Frut		Cons. Final		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1,00 - 2,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
2,01 - 3,00	3	50	-	-	15	36	-	-	-	-	18	29
3,01 - 4,00	3	50	3	60	24	57	4	80	-	-	34	55
Más de 4,00	-	-	2	40	3	7	1	20	4	100	10	16
Total	6	100	5	100	42	100	5	100	4	100	62	100

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES DE NARANJAS DE LAS ZONAS
ELABORACIÓN: AUTORA

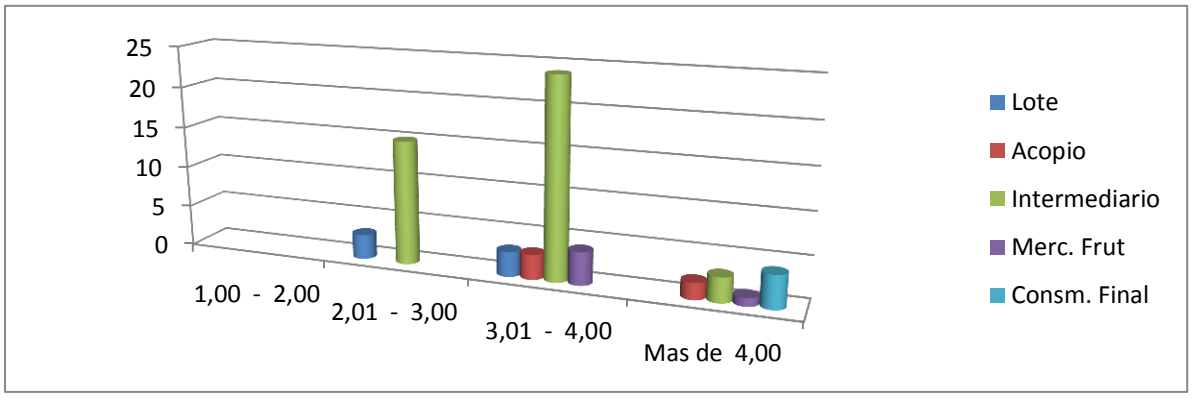

Grafico 11. Lugares donde se vende el producto

Análisis

Cuando se vende por lote un 50% de los productores estima que vende el ciento entre 2 y 3 dólares; mientras que el otro 50% estima el valor de venta entre 3 y 4 dólares.

Los productores para los acopiadores un 60% venden entre 3 y 4 dólares, en tanto que un 40% de ellos vende a más de 4 dólares el ciento. La venta a intermediarios esta representada en un 57% de ellos vende el ciento de 3 a 4 dólares, un 36% entre 2 y 3 y solo un 7 % afirma vender a mas de 4 dólares . Cuando el producto lo llevan al mercado de frutas el 80% de productores que lo hace vende entre 3 y 4 dólares el ciento; mientras que un 20% vende a más de 4 dólares el ciento.

Los productores que venden al consumidor final el 100% lo hacen a más de 4 dólares.

En el análisis total se demostró que el 55% de los productores venden entre 3 y 4 dólares, el 29% a precios de 2 y 3 dólares y solo el 16% venden la fruta a precios superiores a los 4 dólares.

Pregunta 12 ¿Qué forma adquiere la naranja para comercializarla?

Cuadro 13. Manera como el intermediario o comerciante adquiere el producto

Forma de adquirir el producto	N° Intermediarios	Porcentaje %
Por cientos	**17**	**81**
Por lote y por Ciento	**4**	**19**
Total	**21**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A INTERMEDIARIOS Y COMERCIANTES DE NARANJAS
ELABORACIÓN: AUTORA

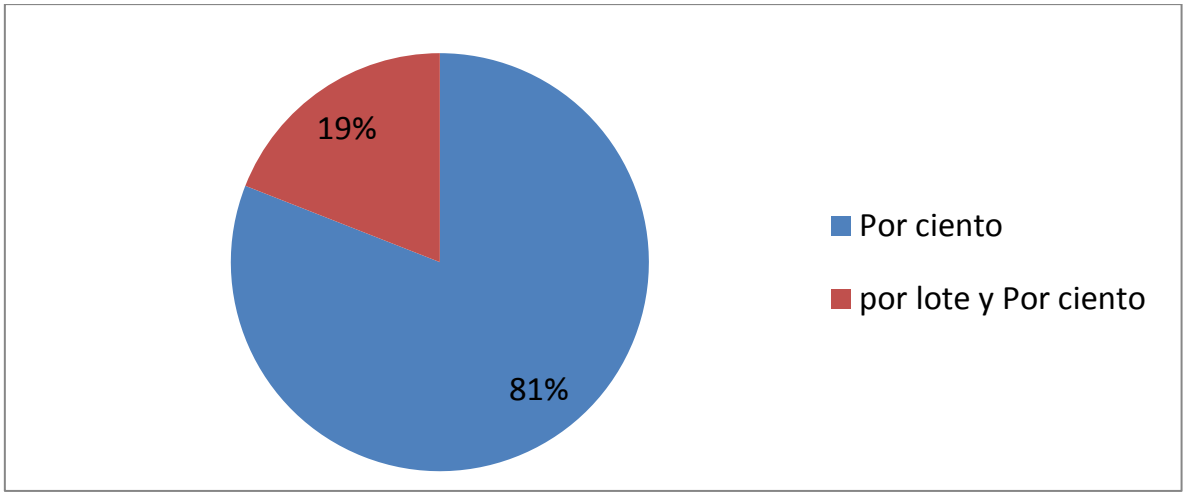

Grafico 12. Manera como el intermediario o comerciante adquiere el producto

Análisis

El total de comerciantes e intermediarios de naranja encuestados, el 81% realizan la compra a los productores en cientos de naranjas, el 19% compra por lote y también lo hace por cientos.

Pregunta 13 ¿dónde adquiere el producto?

Cuadro 14. Lugar donde adquiere su producto

Donde adquiere el producto	N° Intermediarios	Porcentaje %
Finca y Negocio	18	86
Negocio	3	14
Total	**21**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A INTERMEDIARIOS Y COMERCIANTES DE NARANJAS
ELABORACIÓN: AUTORA

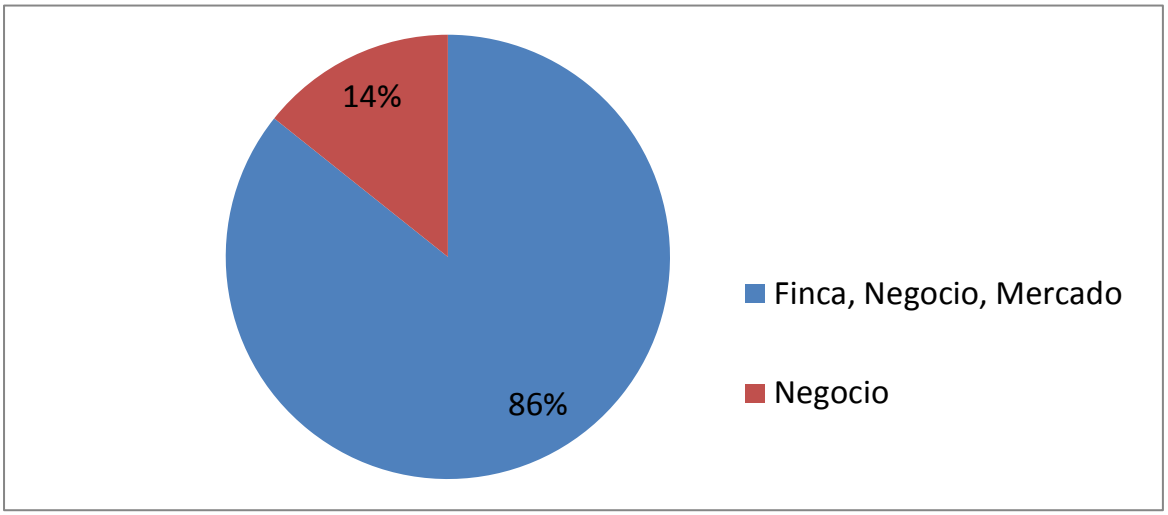

Grafico N° 13 Lugar donde adquiere su producto

Análisis

El 86% de los comerciantes e intermediarios encuestados revelan que hacen la compra en la finca, y en el Negocio, el porcentaje restante de los productores entregan el producto en su negocio**.**

Pregunta 14 ¿Precio al que compra el producto?

Cuadro 15 Precio de compra del producto

Precio de compra/ciento	N° Intermediarios	Porcentaje %
$ 1.00 – 2.00	0	0
$2.01 – 3.00	5	24
$3.01 - 4.00	13	62
Mas de 4.00	3	14
Total	**21**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A INTERMEDIARIOS Y COMERCIANTES DE NARANJAS
ELABORACIÓN: AUTORA

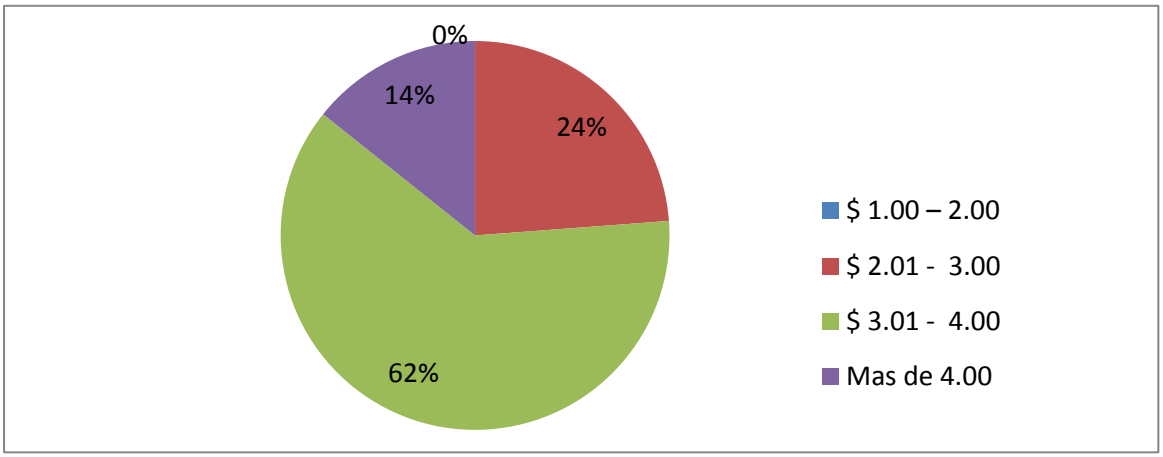

Grafico 14. Precio de compa del producto por ciento

Análisis

El 62% de los comerciantes e intermediarios realiza la compra a un precio que oscila entre más de 3 hasta 4 dólares el ciento de naranja, el 24% compran el ciento a precios entre 2 y 3 dólares en tanto que el 14% compra a más de $ 4.00.

Pregunta 15 ¿Precio que vende el producto?

Cuadro 16. Precio al que vende el producto por ciento

Precio de venta/ciento	N° Intermediarios	Porcentaje %
$ 3.00 – 4.00	0	0
$ 4.01 – 5.00	6	29
$ 5.01 - 6.00	11	52
Mas de $ 6.00	4	19
Total	**21**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A INTERMEDIARIO Y COMERCIANTES DE NARANJAS
ELABORACIÓN: AUTORA

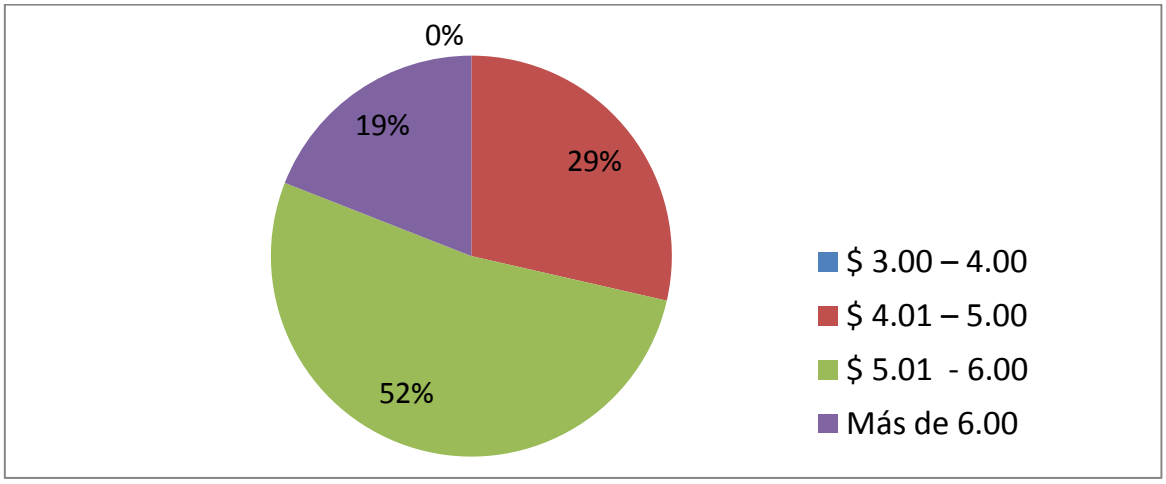

Grafico 15. Precio al que vende el producto adquirido por ciento

Análisis

El cuadro muestra el precio de venta de la naranja de los comerciantes e intermediarios a los consumidores finales o mercados de frutas, 52% vende a precios de cinco a $6.00 , el 29% vende su producto en el rango de precio de cuatro a cinco dólares mientras; que el porcentaje restante vende a precios superiores a los 6 dólares.

Pregunta 16 ¿A qué sectores entrega el producto adquirido?

Cuadro 17. Sectores donde el comerciante o intermediario entrega el producto

Lugar de entrega	N° Productores	Porcentaje %
Industrias	1	5
Centro de Acopio	2	0
Mercados de frutas	8	38
Consumidor final	10	57
Total	**21**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A INTERMEDIARIOS Y COMERCIANTES DE NARANJAS
ELABORACIÓN: AUTORA

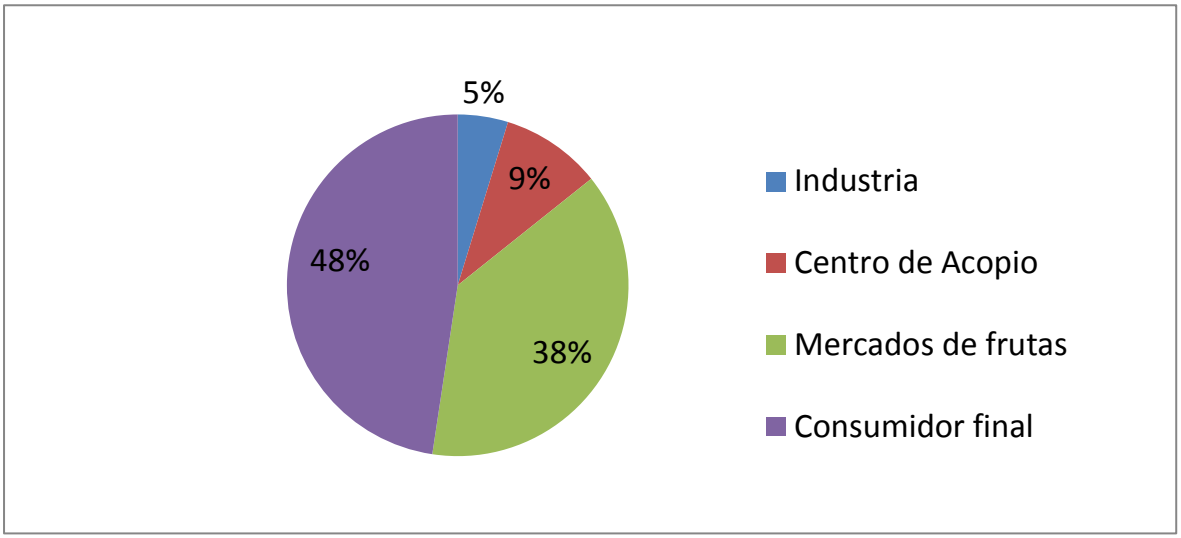

Grafico 16. Sectores donde el comerciante o intermediario entrega el producto

Análisis

El 48% de los comerciantes e intermediarios entregan el producto adquirido a los consumidores finales, el 38% a los mercados de frutas el 9% a centros de acopio y solo el 5% los industrias extractoras.

4.1.1 Propuesta de mejoramiento del nivel socio-económico de productores de naranjas de las comunidades, Pueblo Lindo, Yatuví y El Triunfo, del cantón caluma provincia de Bolívar.

Introducción

Una vez hecho el análisis de la investigación realizada a los productores de naranjas de las comunidades investigas del cantón caluma en la que hay una población de 360 agricultores, alrededor de 2.650 hectáreas cultivadas.

Se determino el principal problemas que presentan los productores de naranja que al momento de la comercialización de su producto por el exceso de intermediación, lo que disminuye los ingresos y por tanto el nivel de vida del agricultor y su familia, un segundo problema observado es la falta de mantenimiento de las fincas generando bajos rendimientos.

Justificación.

La propuesta de mejoramiento se hace en base a el análisis de la información, se justifica en razón de que con dichas actividades lograrían alcanzar un mejoramiento en el volumen de producción y el incremento en el ingreso monetario en virtud de que se busca disminuir la dependencia de intermediarios en la comercialización, otro de los aspecto que se pretende aportar con la propuesta es la forma de cosecha ya que algunos de los productores realizan la venta directamente en la finca, donde el intermediario hace la compra en el árbol es decir por lote, esta forma de venta hace que el productor obtenga menores ingresos y muchas veces con daños al cultivo.

Los objetivos que se plantean a continuación, pretenden alcanzar incrementos en el rendimiento y por ende en los ingresos, en base a un plan de mantenimiento de sus frutales, mejora en los canales de comercialización, tratando de asociar a los productores y disminuir en gran medida los intermediarios que se benefician de sus cosechas.

Objetivo General

Proponer el incremento de la producción y los ingresos de un medio de mejoramiento del nivel socio-económico de productores de naranjas y sus familias en tres comunidades del cantón Caluma

Objetivos específicos

Objetivos específicos

- Presentar un diagnóstico del mantenimiento de sus frutales, para el logro del incremento de sus cosechas.

- Crear una red de comercialización a fin de evitar la intervención de los intermediarios y acopiadores.

- Recomendar la formación de una asociación de productores de naranja para llevar el producto a las industrias, centros de acopio y consumidor final.

Desarrollo de la Propuesta

En base a las encuestas realizadas a los productores de naranjas se determinó que el mantenimiento de la plantación lo realizan el 71% una vez al año, el 24% lo hacen de manera estacional, dando como resultado una baja producción debido a que el árbol no tiene la suficiente libertad de oxigenación. Lo que se propone en este plan de mejora es que el mantenimiento sea realizado cada cuatro meses para así incrementar el rendimiento, por ende tener mayores ingresos.

El mayor porcentaje de los agricultores venden la fruta a los intermediarios, debido a esta acción el agricultor pierde ingresos, por lo que se propone agruparse en asociaciones para realizar venta directa a industrias, supermercados o ha consumidores finales, de manera que de tal forma las familias productoras de naranjas tengan mayor ingresos y por ende mejores condiciones de vida.

La red de comercialización debe basarse en la forma de compra y vende desde el productor hasta en consumidor para lo cual el agricultor al momento de cosechar sus productos debe tener información del movimiento del mercado, oportunidades de venta y fluctuación de los precios. Con lo cual podrá reducir los eslabones de la cadena de comercialización y obtener mayor precio por el producto, que finalmente mejorara sus ingresos monetarios.

Que se hagan convenios con los municipios y empresas estatales para entregar el producto en las instituciones, así como para formar red de venta con los mercados locales sin intermediación que pueda favorecer al productor y al consumidor final.

La agrupación de los agricultores en asociaciones permitirá al productor que tiene menos cantidad de naranja vender en conjunto, de tal modo que puede captar mejores precios por sus productos llegando con ellos a los supermercados y consumidor final.

4.2 Discusión

Los hogares de los cultivadores de naranja en un 43.5% están conformados por cuatro a seis personas, las mismas que de alguna manera participan en la cosecha del producto; sin embargo el 84% de los productores de naranjas buscan otros ingresos a mas de la que obtienen del cultivo.

La cantidad de terreno dedicada al cultivo oscila entre una y más de seis hectáreas, siendo la más representativa de dos hasta cuatro hectáreas que pertenece a un 32% de los productores; en tanto que restante porcentaje varía desde uno a dos, de cuatro hasta 6 y más de 6

Sobre el mantenimiento que se le da al cultivo el 71% de los productores que realizan una sola vez al año, lo que no favorece para alcanzar mayores rendimientos y tan solo un 24% lo hace cada estación.

Los agricultores en un 51% realizan la cosecha de forma personal, con ayuda de los miembros de la familia coincidiendo con (Cortes , 2002); quien indica que la recolección es manual y emplea más del 50% de mano de obra requerida en el cultivo. Lo que supone un 25% de los costos totales de la producción.

La comercialización del producto se encuentra manejado por un conjunto de personas que hacen las fases de canales de comercialización intermediario (68%) ya que participan en la transferencia de la naranja desde el productor hasta el consumidor final para lo cual emplean diferente formas de transportes y rutas, lo que concuerda con (Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario, 2012) quienes manifiestan que los canales de comercialización son distintas rutas para acercarse cada vez más hacia el consumidor final.

El 66% de los productores cosecha hasta 50.000 unidades por hectárea/año lo que puede deberse a la falta de mantenimiento de sus frutales, ya que el 24% de los productores logran entre 50.001 a 70.000 unidades Ha/año, lo que coincide con aquellos productores que realizan mantenimiento estacional es decir dos veces al año.

El mayor porcentaje de las agricultores representados con el 90% vende sus productos por cientos donde hay diferencia con los productores que realizan la venta por lote es decir el fruto en el árbol, de tal manera que entregan a intermediario, donde este compra a un precio que oscila entre los tres y cuatro dólares, a su vez el intermediario realiza la venta de frutos a valores sobre los 8 dólares al consumidor final debido a lo cual el productor por no hacer la venta directo al consumidor pierde beneficios económicos.

El análisis del componente económico – productivo es de gran importancia en razón de que permite diagnosticar en que parte de la cadena de comercializaron el agricultor pierde hegemonía en sus productos al ceder espacio al intermediario o comerciante mayorista que termina siendo el beneficiario de la producción por ello se hace necesario mostrar la diferencia entre el precio del productor y el valor que paga el consumidor final por el producto, ese margen de ganancia debería corresponder en gran medida al productor y no al intermediario.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En relación de los resultados obtenidos en el proyecto de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El 90% de los productores manifiestan que su forma de comercialización es hacerla por cientos y no por lotes, en razón que sus ingresos son mayores bajo esa condición.

- La mayor parte de los productores entregan su producto a los intermediarios (68%), porque la venta la realizan de manera inmediata y segura pese a que el precio es bajo.

- La mayoría de los hogares de los productores de naranjas (43.5%) de las comunidades en estudio están conformado por 4 a 6 personas, los mismos que ayudan con la recolección de las frutas en tiempo de cosechas.

- Los productores de naranja en un 84% tienen otros ingresos además del obtenido de la naranja, debido a los problemas que se presentan al momento de la comercialización. (no alcanza para la subsistencia de la familia)

- El 43% de los agricultores utilizan el ingreso obtenido de la venta de naranjas solo para alimentación; mientras que el porcentaje restante lo hace para alimentación y otras necesidades básicas.

- El eslabón donde el productor pierde utilidad por ende debilita su estatus económico es al realizar la transacción con el intermediario (68%).

5.2 Recomendaciones

- Concientizar a los productores para que realizasen de mantenimiento a sus frutales en lo que obtendrán mayores rendimientos al momento de cosechar la naranja y por ende incrementen sus ingresos.

- Ejecutar la propuesta para potencializar el rendimiento, eliminando la intervención de los intermediarios.

- Que formen asociaciones de productores de naranja, que tengan su propio centro de acopio y vendan sus productos directamente a: supermercados y consumidor final con mejora en el precio e ingresos económicos.

- Que los gobiernos locales y seccionales suscriban en convenios con los productores para la entrega de las frutas, basados en el comercio justo.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1 Bibliografía

ABC, D. (17 de 11 de 2011). *Definicion ABC, tu diccionario hecho facil.* Recuperado el 17 de 11 de 2016, de http://www.definicionabc.com/social/estatus.php

AnaCafe. (29 de 11 de 2011). *Asociacion Nacional del Cafe.* Recuperado el 10 de 09 de 2016, de cultivo de naranja: http://anacafe.org/glifos/index.php?title=Cultivo_de_naranja

Armas A. (2012). "Diseño de una Planta Modular para la Elaboración de Licor de Naranja en el Cantón Caluma". *Tesis de Grado*. Guayquil, Guayas, Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL. 70p.

Barahona Cockrell, M., & Sanchos Barrantes, E. (2000). *Citrico Fruticultura Especial* . San Jose: Universidad Estatal a Distancia .

Bolivar, G. A. (09 de 02 de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Bolivar.* Garanda: Departamento de Desarrollo y Planificacion.

Caluma, G. A. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2016.* Caluma: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Caluma.

Caluma, G. A. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territoria de caluma 2014 - 2019.* Caluma: (DACMC).

Campo.com, D. d. (s.f.). *Tipos de Naranja.* Obtenido de http://www.directodelcampo.com/noticias/tipos-de-naranjas--txt--2imbi8g32.html

Cortes Enrrique, G. (2002). *Atlas Agropecuario de Costa Rica.* San Jose: Universidad Estatal a Distancia .

digital, P. (17 de 6 de 2011). Recuperado el 25 de 10 de 2016, de http://www.ppdigital.com.ec/noticias/ciudadania/4/nueve-tipos-de-naranjas-ofrece-caluma-al-pais

Directo del Campo.com. (23 de 12 de 2010). *Directo del Campo.com.* Recuperado el 12 de 9 de 2016, de http://www.directodelcampo.com/noticias/origen-de-la-naranja--txt--2j3h8af42.html

FACUA, S. C. (6 de 11 de 2010). *Gestion Eficaz de la Economia Domestica.* Recuperado el 10 de 8 de 2016, de https://www.facua.org/es/guias/economia_domestica_sevilla.pdf

Fosfruit. (28 de 01 de 2014). *Variedades de naranjas.* Recuperado el 05 de 10 de 2016, de http://www.naranjasfosfruit.com/blog/variedad-de-naranjas/

Galeon. (02 de 08 de 2010). *Galeon.com*. Recuperado el 10 de 10 de 2016, de Galeon.com: http://galeon.com/maplia/PsicOrg/328EvaSocEc.htm

Online, B. (27 de 12 de 2005). *Botanical Online*. Recuperado el 03 de 12 de 2016, de Clases de naranjas: http://www.botanical-online.com/naranjasclases.htm

Productor, P. E. (20 de 04 de 2015). *Noticias Agropecuarias y Agrarias del Ecuador*. Recuperado el 05 de 10 de 2016, de Noticias Agropecuarias y Agrarias del Ecuador: https://www.google.com/search?q=produccion+de+naranja+en+el+ecuador&biw=1920&bih=939&source=lnt&tbs=cdr%3A1%2Ccd_min%3A2010%2Ccd_max%3A2015&tbm=

Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario. (12 de 2012). *Proyecto de Ley Organica de Comercializacion y Abastecimiento Alimentario.* Obtenido de Conferencia Plurinacional e Intercultutal de Soberania Alimentaria : http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/01/PROYECTO-DE-LEY-DE-COMERCIALIZACION-Y-ABASTECIMIENTO-AGROPECUARIO-FINAL.pdf

Toscano H. (2014). FINANZAS, ECONOMIA Y EMPRESAS, ingresos familiares, cubren la canasta basica familiar. *FINANZAS, ECONOMIA Y EMPRESAS*.

Tropical Fruits Trading. (28 de febrero de 2011). *Historia de la naranja*. Recuperado el 14 de Junio de 2016, de http://www.tropicfruitstrading.com/?page_id=162

Turistico, G. P. (23 de 01 de 2016). *Gobierno Provincial de Bolivar Turistico*. Recuperado el 05 de 12 de 2016, de Gobierno Provincial de Bolivar Turistico: http://www.bolivar.gob.ec/gpbTuristico/index.php/es/layout/servicios/120-caluma/324-caluma

UNIVERSO, E. (15 de 08 de 2008). *EL UNIVERSO.* Recuperado el 9 de 11 de 2016, de LOS FESTEJOS DE CALUMA FUERON EN HONOR A LA NARANJA: http://www.eluniverso.com/2008/08/15/0001/12/15E6378B8F44487B80EC226114F14606.html

CAPITILO VII
ANEXOS

UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIA AGRARIAS

CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

Cuestionario de preguntas de la tesis titulada "evaluación socioeconómica de los productores de naranja, en tres comunidades del cantón Caluma, provincia de Bolívar"

1. **Cuántas personas viven en su hogar?**

   Personas que habitan en el hogar # ( )

2. **Además de lo que percibe de la naranja tiene otro ingreso?**

   Si ( )
   No ( )

3. **La rentabilidad generada en la producción y comercialización de la naranja, sirve para?**

   Solo Alimentación ( )
   Alimentación y Educación ( )
   Alimentación, Educación y Salud ( )
   Alimentación, Educación, Salud y Vestuario **( )**

4. **Qué cantidad de terreno (Hectáreas) esta dedicado al cultivo de naranja?**

   Hasta 2 ( )
   Más de 2 hasta 4 ( )
   Más de 4 hasta 6 ( )
   Mas de 6 ( )

5. **Cada tiempo realiza mantenimiento al cultivo?**

   Una vez al año ( )
   Estacional ( )
   Nunca ( )

6. Quiénes participan en la cosecha?

Familias ( )

Contrata obreros ( )

Venta por lote ( )

7. Cantidad promedio que cosecha por año?

Hasta 50.000 ( )

50.001-70.000 ( )

70.001-100.000 ( )

100.001-120.000 ( )

120.000 a mas ( )

8. De que forma traslada el producto al mercado?

Vehículo propio ( )

Alquila vehículo ( )

Venta por lote ( )

9. Como comercializa el producto?

Por lote ( )

Por cientos de naranja ( )

10. De que forma de comercialización cree que obtiene mayor rentabilidad?

Por lote ( )

Por cientos de naranja ( )

11. Venta del producto?

Por lote “venta en finca” ( )

Acopiadores ( )

Intermediarios ( )

Mercado de frutas ( )

Consumidor Final ( )

Cuestionario de preguntas de la tesis titulada "evaluación socioeconómica de los comerciantes de naranja, del cantón Caluma, provincia de Bolívar"

1. **De que manera adquiere la naranja para comercializarla?**

   Por cientos de naranja ( )
   Por cosecha ( )

2. **De donde adquiere el producto?**

   Directamente de la finca ( )
   Compra en su negocio ( )

3. **precio al que compra el producto por ciento?**

   $ 1.00 – 2.00 ( )
   $ 2.01 - 3.00 ( )
   $ 3.01 - 4.00 ( )
   Mas de 4.00 ( )

4. **precio que vende el producto?**

   $ 3.00 – 4.00 ( )
   $ 4.01 – 5.00 ( )
   $ 5.01 - 6.00 ( )
   Mas de $ 6.00 ( )

5. **A que sectores entrega el producto adquirido?**

   Industria ( )
   Centros de acopio ( )
   Mercados de frutas ( )
   Consumidor final ( )