



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS**  
**ESCUELA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**AGROPECUARIAS**

**Previo la Obtención del Título de Ingeniero en Administración de  
Empresas Agropecuarias**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:**

**“ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO  
(*THEOBROMA CACAO L.*) EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE  
QUEVEDO.”**

**Autor:**

**JOSÉ LUÍS ANDAGOYA GALEAS**

**Director:**

**Ing. Luis Fernando Simba Ochoa MSc.**

**QUEVEDO – LOS RIOS \_ ECUADOR**

**2016**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, José Luis Andagoya Galeas, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi auditoria; 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 normalidad institucional vigente.

---

**JOSÉ LUÍS ANDAGOYA GALEAS**

# **CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

El suscrito catedrático de la Escuela de Ingeniería en administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, CERTIFICA: Que el egresado JOSÉ LUÍS ANDAGOYA GALEAS, realizo el TRABAJO DE INVESTIGACIÓN titulado: “Análisis de la Comercialización de Cacao (*Theobroma cacao* L.) en la Zona de Influencia de Quevedo”, previo la obtención del título de ingeniero en administración de empresas agropecuarias bajo mi dirección ,habiendo cumplido con todas las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto pertinentes.

-----  
**Ing. Luis Fernando Simba Ochoa MSc.**  
**DIRECTOR DE TESIS**

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

Certifico la tesis de grado titulada “Análisis de la Comercialización de Cacao (*Theobroma cacao* L.) en la Zona de Influencia de Quevedo” ,elaborada por el aspirante al título José Luís Andagoya Galeas, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresa Agropecuaria, ha sido elevada a la plataforma del sistema antiplagio URKUND, para su revisión, cuyo informe muestra una similitud del 5% al ser comparada a otras fuentes.

Certificación que extiendo al interesado para fines consiguientes.

Rank	Path/Filename
1	TESIS LISTA ANDAGOYA.docx
2	TESIS LUIS ALFREDO MARCALLA BAJAJA CACAO FINO DE AROMA.pdf
3	tesis Produccion de Cacao.pdf
4	<a href="http://www.agricultura.gob.ec/search/demanda%20de%20flores/feed/rss2/">http://www.agricultura.gob.ec/search/demanda%20de%20flores/feed/rss2/</a>
5	<a href="http://www.redalyc.org/pdf/1541/15414207.pdf">http://www.redalyc.org/pdf/1541/15414207.pdf</a>

  
Ing. Luis Fernando Simba Ochoa MSc.  
DIRECTOR DE TESIS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN SISTEMAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

**“ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO (*THEOBROMA CACAO*  
L.) EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE QUEVEDO.”**

**Presentado a la Comisión Académica como Previo a la Obtención del Título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Agropecuarias**

Aprobado por:

---

Ing. Ignacio Sotomayor Herrera MSc.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

Ing. Freddy Amores Puyutaxi MSc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

Econ. Livingston Tapia Ortiz MSc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

QUEVEDO – LOS RIOS – ECUADOR

2016

## **AGRADECIMIENTO**

El autor del presente trabajo de investigación deja constancia de su agradecimiento a las siguientes personas:

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Me complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo en la Facultad de Ciencias Agrarias y en ella a los distinguidos docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas enrumban a cada uno de los que acudimos con sus conocimientos que nos servirán para ser útiles a la sociedad.

A mi Director Ing. Luis Simba Ochoa quien con su experiencia como docente ha sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado el realizar esta tesis, me ha brindado el tiempo necesario, como la información para que este anhelo llegue a ser felizmente culminada.

A las personas encuestadas por la información que brindaron desinteresadamente.

A mis familiares por brindarme su apoyo y comprensión durante mis años de estudio y durante la ejecución de este trabajo de investigación.

**GRACIAS A TODOS**

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo está dedicado al creador de todas las cosas, que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios.*

*A mi PADRE, que ha sido el pilar fundamental en mi carrera universitaria la cual siempre estuvo a mi lado sin esperar nada a cambio, y a mi esposa la que paso a paso me ayudo a subir peldaño a peldaño hasta obtener mi sueño.*

**JOSÉ LUÍS ANDAGOYA GALEAS**

## RESUMEN Y PALABRAS CLAVES

El presente estudio tuvo lugar en el primer semestre 2015. Se aplicó una encuesta a 106 productores de cacao de los cantones Mocache, Valencia y Buena Fe. El objetivo fue identificar factores vinculados a la dinámica de la producción y comercialización. Se describen resultados promedios a través de cantones. Se destaca la ausencia de asociatividad señalada por todos los encuestados. El 43% de los productores poseionados viene trabajando la finca en un rango de 5-10 años; el 50% tiene de 3 a 5 años dedicados a la producción de cacao. Casi tres quintas partes respondieron que manejan un cultivo semi tecnificado; más de un tercio manejan cultivos tradicionales; el cultivo tecnificado con riego es practicado por el 5% de los productores. El 45% cultiva la variedad CCN- 51 y un tercio tiene huertas tradicionales. Los productores de CCN 51 se benefician de un mayor rango de productividad. Las plagas-enfermedades, seguido de los bajos precios, representan los principales factores limitantes de la producción para dos tercios de los encuestados. Cuatro quintas partes financian sus actividades productivas con fondos propios. Aquellos que no recibe asistencia técnica representan el 50%; tres cuartas parte tienen interés por acceder a este recurso. Productores con experiencia y técnicos de los centros de acopio son fuentes valiosas de asistencia técnica. La mayoría quiere asesoramiento técnico para bajar la incidencia de enfermedades; en segundo lugar para mejorar la poda y fertilización. Prácticamente el 100% de los productores seca el cacao en tendales de cemento durante uno a dos días. Un tercio respondió que vende su cosecha a la Exportadora Hnos. Manobanda en la ciudad de Quevedo, el mayor comprador de la zona. Dos tercios de los encuestados venden directamente al exportador y una cuarta parte al intermediario de cantones. Según la mayoría el exportador tiene la mayor influencia en la determinación del precio. Más del 90% vende cacao con distintos grados de secado para negociar un mejor precio y recibe el pago en efectivo. La mayoría posee un vehículo para movilizar su producto ahorrando costos de transporte. Durante el estudio los precios se ubicaron en el rango \$ 104-128. La cadena de comercialización es corta porque en la mayoría de los casos el cacao pasa del productor al exportador. Un nuevo estudio para buscar las causas de la ausencia de asociatividad, sería de gran utilidad para el desarrollo cacaotero de la zona estudiada.

Palabras claves: Productores, Asociación, Comercialización, Exportadores y Precios.

## **ABSTRACT AND KEYWORDS**

The present study took place in the first three months in 2015. A survey was applied to 106 cocoa producers in Mocache, Valencia, and Buena Fe cantons. The main aim was to identify factors related to production dynamic and marketing. Average results are described by cantons. The absence of association is perceived by producers. 43% of producers have been working on their farms for 5-10 years; 50% of producers with 3-5 years in the production of cocoa. Almost three-fifths of interviewed producers belong to semi-technical crops; more than a third deal with traditional crops; technical irrigated farming is practiced by 5% of producers. 45% of producers work with a variety of CCN-51 and a third has traditional crops. CCN 51 producers have a high productivity. Pest-disease, followed by the low prices, represent the main limiting factors of production for two-thirds of producers. Four-fifths finance their productive activities with their own funds. Those who do not receive technical assistance represent 50%; three-quarters are interested in accessing this resource. Experienced producers and technicians from the gathering centers are valuable sources of technical assistance. Most of the producers want technical advice to lower the incidence of disease; secondly to enhance the pruning and fertilization. Virtually 100% of producers dry cocoa seeds on flat cement area for one or two days. A third sells the cocoa seeds to Exportadora Hnos. Manobanda in Quevedo, the largest buyer of the area. Two-thirds of producers sell directly to exporters and one-quarter to smaller buyers. According to the producers, the exporter has the greatest influence in determining the price. Over 90% sell cocoa with varying degrees of dry to negotiate a better price and receive payment in cash. Most of the producers have a vehicle to carry their product saving transportation costs. During the study, the prices were an \$ 104-128 range. Marketing chain is short because in most cases the product goes from producer to exporter. A new study to find causes for no association would be useful for cocoa development in the study area.

Key words: producers, association, Merchandising, exporters, Price.

# TABLA DE CONTENIDO

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
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
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA.....	vii
RESUMEN Y PALABRAS CLAVES.....	viii
ABSTRACT AND KEYWORDS .....	ix
INDICE.....	x
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiv
CÓDIGO DUBLIN .....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>3</b>
1.1 Problema de la Investigación. ....	4
1.1.1 Planteamiento del Problema.....	4
1.1.2 Formulación del Problema. ....	4
1.1.3 Sistematización del Problema. ....	4
1.2 Objetivos. ....	5
1.2.1 Objetivo General. ....	5
1.2.2 Objetivo Específico. ....	5
1.3 Justificación.....	6
<b>CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>7</b>
2.1 Marco Conceptual. ....	8
2.1.1 Origen del Cacao (Theobroma cacao L). ....	8
2.1.2 Definición del Cacao (Theobroma cacao L). ....	8

2.1.3	Inicios del Cultivo en el Ecuador. ....	9
2.1.4	Descripción Botánica. ....	9
2.1.5	Características del Sector Ecuatoriano. ....	10
2.1.6	Exportación del Cacao. ....	11
2.1.7	Importancia del Cacao en el Ecuador. ....	11
2.1.8	Producto Emblemático del Ecuador. ....	12
2.1.9	La tarea de Comercialización del Cacao. ....	13
2.1.10	Mercado. ....	14
2.1.11	La Comercialización. ....	14
2.1.12	Comercialización del Cacao. ....	15
2.1.13	La Oferta de Cacao. ....	16
2.1.14	La Demanda de Cacao. ....	16
2.1.15	Precios. ....	17
2.1.16	Rentabilidad. ....	17
2.1.17	Beneficio. ....	17
2.1.18	Análisis del Mercado. ....	18
2.1.19	Canales de Comercialización. ....	18
2.1.20	Agentes de Comercialización. ....	19
2.1.20.1	Productor. ....	19
2.1.20.2	Acopiador Rural. ....	19
2.1.20.3	Mayorista. ....	19
2.1.20.4	Detallistas. ....	19
2.1.20.5	Empresas Transformadoras. ....	20
2.1.20.6	Exportadores e Importadores. ....	20
2.1.20.7	Comisionista. ....	20
2.1.20.8	Consumidor. ....	20
2.1.21	Factores Limitantes en la Comercialización del Cacao. ....	20
2.1.22	Problemas de Comercialización. ....	21

2.2	Marco Referencial.....	21
2.2.2	Antecedentes de la Investigación.....	21
2.2.3	Postura Metodológica.....	23
	<b>CAPÍTULO III METODOLOGIA DE LA</b>	
	<b>INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>25</b>
3.1	Localización del Escenario de Medición de Variables.....	26
3.2	Tipo de Investigación.....	26
3.3	Métodos de la Investigación.....	26
3.4	Fuentes de Recopilación de Información.....	27
3.5	Diseño de la Investigación.....	27
3.5.1	Fórmula para Calcular el Tamaño de la Muestra.....	28
3.5.2	Instrumentos de Investigación.....	29
3.5.2.1	Estructura de la Encuesta.....	29
3.5.2.2	Trabajo de Campo.....	30
3.5.2.3	Técnica para Interpretar la Información.....	30
3.5.2.4	Tratamiento de Datos.....	30
3.5.2.5	Materiales.....	30
3.5.2.6	Equipos.....	30
	<b>CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>31</b>
4.1	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
4.1.1	Resultados Sobre las Características de la Finca.....	32
4.1.1.1	Superficie y Modalidad de Tenencia de la Tierra de las Huertas Cacaoteras.....	32
4.1.1.2	Pertenencia a Organizaciones de Productores y Tiempo que Vienen Produciendo Cacao.....	34
4.1.1.3	Tecnología Aplicada, Variedades Comunes, Rangos de Producción y Financiamiento.....	35
4.1.1.4	Demanda de asistencia técnica.....	38
4.1.1.5	Prácticas de Secado del Grano.....	40
4.1.1.6	Comercialización.....	41
4.1.1.7	Venta del Cacao en Seco vs Baba.....	42
4.1.1.8	Canales de Comercialización del Cacao.....	48
4.2	<b>DISCUSIÓN.....</b>	<b>49</b>

	<b>CAPITULO V CONCLUSIONES Y</b>	
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>52</b>
5.1	CONCLUSIONES.....	53
5.2	RECOMENDACIONES.....	54
	<b>CAPITULO VI BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>55</b>
6.1	Bibliografía.....	56
	<b>CAPITULO VII ANEXOS.....</b>	<b>61</b>
7.1	Encuestas.....	63
7.2	Fotografías.....	67

# ÍNDICE DE CUADROS

## Cuadros

1	Variación del Tamaño de la Superficie Sembrada con Cacao por Finca.....	32
2	Proporción de Productores Cacaoteros Asignados a dos Modalidades de Tenencia .....	33
3	Cuánto Tiempo está Trabajando la Finca los Productores de Cacao en la Zona Bajo Estudio .....	33
4	Tiempo que Tienen los Productores Dedicados a la Producción de cacao.....	34
5	Nivel de Tecnología Aplicado por los Productores en el Manejo de Huertas de Cacao en la Zona de Estudio.....	35
6	Proporción de Productores que Siembran las Variedades más Comunes en las Zonas de Estudio.....	36
7	Proporción de Productores que Cosechan Distintos Rangos en quintales de Cacao por Hectárea en las Zonas Bajo Estudio Durante la Época Seca.....	36
8	Proporción de Productores que Cosechan Distintos Rangos en quintales de Cacao por Hectárea en las Zonas Bajo Estudio Durante la Época Lluviosa. ....	37
9	Factores que los Productores Consideran como más Limitantes para Producción de Cacao. ....	37
10	Proporción de Productores que Acuden a Distintas Fuentes de Financiamiento para la Producción de Cacao en las Zonas Bajo Estudio.....	38
11	Proporción de Productores que Acceden a distintas Fuentes de Asistencia Técnica para el Cultivo del Cacao.....	39
12	Interés de los Productores de Cacao por Acceder a Servicios de Asistencia Técnica.....	39

13	Proporción de Productores Interesados en Recibir Asistencia Técnica para Mejorar el Desempeño de Distintas Labores de su Sistema de Producción. ....	40
14	Proporción de Productores que Utilizan Distintas Prácticas de Secado del Cacao. ....	40
15	Número de Días de Secado que el Productor le da al Cacao Cosechado Antes de Comercializarlo.....	41
16	Distintos Niveles de Operadores de Compra de Cacao a Quienes los Productores Venden su Cosecha. ....	41
17	Razones por lo que el Productor Seca el Cacao Antes de comercializarlo. ....	42
18	Compradores de Cacao Abastecido por los Productores de las Zonas Bajo Estudio .....	43
19	Principales Aspectos de la Comercialización del Cacao que los Productores Consideran que les Afectan Negativamente.....	44
20	Forma de Pago que Recibe el Productor por la Venta de Cacao en las Zonas Bajo de Estudio. ....	44
21	Opinión de los Productores Respecto del Nivel de Rentabilidad que se Origina por la Venta del Cacao en Baba. ....	45
22	Proporción de la Venta de su Producción de Cacao en Seco Obtiene la Rentabilidad Deseada los Productores de la Zona Bajo Estudio. ....	45
23	Nivel de los Operadores que Determinan el Precio de la Compra de Cacao Según el Punto de Vista de los Productores. ....	46
24	Rangos de Precios Oficiales que Rigen el Proceso de Compra – Venta del Cacao Durante el 2015.....	46
25	Los Productores Cacaoteros de las Zonas de Estudio Cuentan con Vehículos Propios para la Transportación su Producto al Lugar de la Venta del Cacao. ....	47
26	Rangos de Precios por la Transportación del Cacao en las Zonas Bajo Estudio. ....	47

## CÓDIGO DUBLIN

Título:	Análisis de la Comercialización de Cacao ( <i>Theobroma cacao</i> L.) en la Zona de Influencia de Quevedo				
Autor:	<u>Andagoya Gáleas José Luis</u>				
Palabras clave:	Productores	Comercialización	Asociación	Exportadores	Precios
Fecha de publicación:					
Editorial:	Quevedo.				
Resumen: (hasta 300 palabras)	<p><b>Resumen.-</b> El presente estudio tuvo lugar en el primer semestre 2015. Se aplicó una encuesta a 106 productores de cacao de los cantones Mocache, Valencia y Buena Fe. El objetivo fue identificar factores vinculados a la dinámica de la producción y comercialización. Se describen resultados promedios a través de cantones. Se destaca la ausencia de asociatividad señalada por todos los encuestados. El 43% de los productores posesionados viene trabajando la finca en un rango de 5-10 años; el 50% tiene de 3 a 5 años dedicados a la producción de cacao. Casi tres quintas partes respondieron que manejan un cultivo semi tecnificado; más de un tercio manejan cultivos tradicionales; el cultivo tecnificado con riego es practicado por el 5% de los productores.. Los productores de CCN 51 se benefician de un mayor rango de productividad. Las plagas-enfermedades, seguido de los bajos precios, representan los principales factores limitantes de la producción para dos tercios de los encuestados.</p> <p><b>Abstract.-</b> The present study took place in the first three months in 2015. A survey was applied to 106 cocoa producers in Mocache, Valencia, and Buena Fe cantons. The main aim was to identify factors related to production dynamic and marketing. Average results are described by cantons. The absence of association is perceived by producers. 43% of producers have been working on their farms for 5-10 years; 50% of producers with 3-5 years in the production of cocoa. Almost three-fifths of interviewed producers belong to semi-technical crops; more than a third deal with traditional crops; technical irrigated farming is practiced by 5% of producers. CCN 51 producers have a high productivity. Pest-disease, followed by the low prices, represent the main limiting factors of production for two-thirds of producers.</p>				
Descripción:	84 hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162				
URI:					

# INTRODUCCIÓN

La actividad cacaotera en el Ecuador involucra alrededor de 100.000 familias de pequeños y medianos productores y una superficie estimada de 500.000 hectáreas; en el país se cultiva cacao en 16 provincias de las 24 existentes, especialmente en las provincias de la Costa, Amazonia y en aquellas ubicadas en las estribaciones de la cordillera de los Andes. De la superficie Nacional el 8,86% corresponde a la región Norte de la Amazonia con 44.300 hectáreas de las cuales el 83% de la superficie corresponde a cacao de tipo nacional; y el restante 17% a otros tipos de cacao trinitarios.(INIAP, 2012)

El cultivo del cacao tiene una historia relevante en la economía nacional; este producto conocido además como la “Pepa de oro”, ocupó durante muchos años el primer lugar en la generación de divisas para nuestro país, contribuyendo al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, la industria y el comercio. El cacao es un árbol originario de las selvas de América Central y del Sur, su nombre científico es *Theobroma cacao* L., en griego Theobroma significa “comida de los dioses”. Crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 – 28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción, esto dependerá de tipo de cacao y las condiciones de la zona.(PROECUADOR, 2011)

El cultivo del cacao, (*Theobroma cacao* L.), tiene gran importancia dentro de la economía del Ecuador, por tratarse de un producto de exportación y materia prima para industrias locales de fabricación de chocolate y sus derivados. Esto se traduce además, en fuentes de trabajo para un alto porcentaje de personas del campo y la ciudad(INAP, 1987)

El cacao nacional desde hace dos siglos era cultivado en las zonas de la cuenca alta de los ríos Daule y Babahoyo, los cuales forman el Río Guayas en las riveras del cual se encuentra la ciudad de Guayaquil, principal puerto de Ecuador y desde donde se realizan hasta la actualidad todas las exportaciones de cacao hacia el mundo. Desde esa época el producto adquirió reputación y comenzó a ser conocido con el término de cacao arriba(QUINGAISA, 2007)

La producción del cacao en el Ecuador se encuentra muy ligada a las condiciones del ecosistema y esto es determinante para que las causas que reducen el rendimiento sean diferentes a las de otros países productores; entre éstas se citan comúnmente la irregular distribución de las lluvias, escasas horas de luz y presencia de enfermedades difíciles de manejar, insectos de foliadores; conservadorismo en la forma de explotación; edad avanzada de los árboles; pérdida de fertilidad del suelo; falta de zonificación del cultivo, problemas de comercialización interna, etc.(INAP, 1987)

El sector cacaotero es muy importante tanto a nivel social como para la economía nacional. Cerca del 80% de la producción total la realizan pequeños productores que poseen alrededor de 3 hectáreas de cultivo, el intermediario o comerciante se convierte por tanto en un actor clave. Al mismo tiempo, su importancia crece al administrar centros de acopio sin el cuidado necesario y sin manejar estándares de calidad que rijan la comercialización del producto. En los últimos años la exportación de cacao desde Ecuador pasa en promedio de las 130 mil toneladas al año, el 80 % corresponde a grano y el 20 % restante son elaborados y semielaborados, pero la Organización internacional del cacao (ICCO), reconoce tan solo el 75 % como fino de aroma “sabor arriba”.(AGROCALIDAD, 2011)

Según la historia, se dice que los mayas fueron descubriendo nuevas formas de procesar y utilizar el cacao. Este era secado al aire libre y luego se lo tostaba en vasijas de tierra, con lo que el aroma se hacía presente, en este punto la cascarilla se podía desprender fácilmente con las manos. Seguidamente se procedía a molerlo bien frío para prepararlo en polvo; o también se lo podía moler en caliente para finalmente formar una masa redonda, la cual se podía mezclar con cualquier otro ingrediente, que existía en aquella época.(CARRIEL, 2012)

**CAPÍTULO I**  
**CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1 Problema de la Investigación**

### **1.1.1 Planteamiento del Problema**

La falta de información de los productores cacaoteros sobre el comportamiento del mercado de cacao, incide sobre sus economías.

La comercialización del Cacao seco se convierte en un problema central para los campesinos y por falta de una organización propia para acopiar y comercializar sus productos a un mejor precio. Actualmente el cacao seco se vende a diferentes niveles de operadores de compra – venta del cacao por un precio que el productor considera que no es justo. Es importante señalar un poco más sobre la problemática que vive actualmente los productores cacaoteros con respecto a la venta del producto conoceremos los factores que influyen en el recorte de la producción del cacao y las aspectos más relevantes de la comercialización en la cual los productores consideran que les afecta negativamente en la ventas de sus cosechas .

### **1.1.2 Formulación del Problema**

¿Es posible identificar las causas que genera efectos en la comercialización del cacao en la zona de influencia del cantón Quevedo?

### **1.1.3 Sistematización del Problema**

¿La comercialización de cacao abastece a distintos niveles de operadores dedicados a la compra – venta de cacao en la zona de influencia del cantón Quevedo?

¿Cuáles son los factores que disminuyen las producciones para la comercialización del cacao en la zona de influencia de Quevedo?

¿Cuáles son los aspectos que afectan a los productores cacaoteros en la comercialización de cacao?

## **1.2       Objetivos**

### **1.2.1      Objetivo General**

Identificar canales de comercialización del cacao en la zona de influencia del cantón Quevedo.

### **1.2.2      Objetivo Específico**

- Identificar las causas que controlan la producción, precios e ingresos generados por la venta del cacao.
- Identificar los actores internos que participan en la comercialización del cacao.
- Identificar las ventajas y desventajas de los medios de comercialización.

### **1.3 Justificación**

En la zona cubierta por los cantones Mocache, Valencia y Buena Fe, la producción de cacao es un componente de importancia para la economía familiar de los pequeños productores como fuente de ingreso. Por esta razón es conveniente mejorar la comprensión del circuito producción-procesamiento-comercialización para buscar oportunidades que permitan aumentar la eficiencia del circuito para que el productor aumente sus ingresos con la venta de cacao. Los resultados del presente estudio son relevantes pues aportan con información útil para la búsqueda de estas oportunidades de mejoramiento.

**CAPÍTULO II**  
**FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2.1 Marco Conceptual**

### **2.1.1 Origen del Cacao (*Theobroma cacao* L)**

El cultivo de cacao tuvo su origen en América pero aún no se ha podido identificar con exactitud el lugar puntual ni su distribución. Aun hoy en día sigue siendo un tema de discusión. Algunos autores indican que el cultivo de cacao se inició en México y América Central y señalan al mismo tiempo que los españoles no lo vieron cultivado en América del Sur cuando arribaron a este continente, lo encontraron creciendo en forma natural en muchos bosques a lo largo de los ríos Amazonas y Orinoco y sus afluentes, donde aún hoy existen tipos genéticos de un alto valor.(ESTRADA, 2011)

El cultivo del cacao tuvo su origen en América pero no se puede indicar con precisión el lugar específico ni su distribución. Aún hoy día continúa siendo tema de discusión. Algunos autores indican que el cultivo del cacao se inició en México y América Central y señalan al mismo tiempo que los españoles no lo vieron cultivado en América del Sur cuando arribaron a ese continente, aunque lo encontraron creciendo en forma natural en muchos bosques a lo largo de los ríos Amazonas y Orinoco y sus afluentes, donde aún hoy existen tipos genéticos de mucho valor. Los toltecas y los aztecas de México apreciaban el cacao desde hacía mucho tiempo, antes del descubrimiento de América. Cuando Hernán Cortés conquistó ese país encontró que los aztecas usaban las almendras del cacao no sólo para la preparación de bebidas sino también como moneda.(LEPIDO, 2009)

### **2.1.2 Definición del Cacao (*Theobroma cacao* L)**

El cacao es una fruta tropical, sus cultivos se encuentran mayormente en el Litoral y en la Amazonía. Es un árbol con flores pequeñas que se observan en las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar. La producción de cacao se concentra principalmente en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos.(GUERRERO, 2015)

En el país se cultivan dos tipos de cacao: el Cacao CCN-51 y el denominado Cacao Nacional. Es un Cacao Fino de Aroma conocido como 'Arriba', desde la época colonial. Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento del mercado mundial (un 63% de acuerdo con las estadísticas de ProEcuador).(GUERRERO, 2015)

### **2.1.3 Inicios del Cultivo en el Ecuador**

En la segunda mitad del siglo XVI fue tan rentable el negocio del cacao, que atrajo el interés de empresarios guayaquileños de cultivar este producto, a pesar de las prohibiciones establecidas mediante las Cédulas Reales. Ya en 1623, el Corregidor de Guayaquil, don Diego de Portugal, informa a la Corte de España que había un gran número de plantas sembradas en la provincia y que su producto era comercializado clandestinamente desde Guayaquil, primero por Acapulco y posteriormente, por prohibiciones desde España, salía por los puertos de Sonsonate en Nicaragua, Ajacutla y Amapala en Guatemala. La producción y comercio clandestino desde Guayaquil en vez de detenerse, siguió en aumento, pero esta vez con envíos a Acapulco desde el Callao, lo cual motivó que el Cabildo de Caracas entre 1593 a 1778 elevara quejas y solicitudes al Rey y las Cortes para parar la producción y el negocio de cacao en Guayaquil, pero sin tener éxito. Finalmente, en 1789, el Rey Carlos IV permitió, mediante Cédula Real, el cultivo y exportación de cacao desde la costa ecuatoriana.(VASCO, 2015)

Los especialistas opinan que el mejor Cacao Fino y de Aroma del mundo proviene de Ecuador, un pequeño país atravesado por la línea ecuatorial, la cordillera de los Andes y la selva amazónica. Esta ubicación geográfica permite que tenga más horas luz por año y disponga de fuentes de agua pura, lo que hace a esta nación apta para cultivar cacao de diferentes variedades.(MAGAP, 2012)

### **2.1.4 Descripción Botánica**

- **Planta:** Árbol de tamaño mediano (5 - 8 m.) aunque puede alcanzar alturas de hasta 20 m. cuando crece libremente bajo sombra intensa. Su corona es densa, redondeada y con un diámetro de 7 a 9 m.

- **Sistema radicular:** Raíz principal pivotante y tiene muchas secundarias, la mayoría de las cuales se encuentran en los primeros 30 cm. de suelo.
- **Hojas:** Simples, enteras y de color verde bastante variable (color café claro, morado o rojizo, verde pálido) y de pecíolo corto.
- **Flores:** Son pequeñas y se producen, al igual que los frutos, en racimos pequeños sobre el tejido maduro mayor de un año del tronco y de las ramas, alrededor en los sitios donde antes hubo hojas.
- **Fruto:** De tamaño, color y formas variables, pero generalmente tienen forma de baya, de 30 cm. de largo y 10 cm. de diámetro.
- **Semilla:** así como en el fruto también las semillas son polimorfas, varían de elipsoides, ovoides a amigdaloides (forma de almendras) de sección redondeada e irregularmente comprimida.(CNCH, 1988)

### 2.1.5 Características del Sector Ecuatoriano

Según la Asociación de Exportadores de Cacao, ANECACAO, la producción de este producto en el Ecuador se duplicó en 1880 (15.000 TM). Durante la década de 1890, Ecuador se convierte en el principal exportador mundial de cacao, dinamizando la economía del país, y gracias a ello se crearon los primeros bancos del país. Sin embargo, la década de 1920 fue negativa para este sector, ya que aparecieron y se expandieron enfermedades como la Monilla y Escoba de la Bruja, que causaron la reducción de la producción al 30%. Agravando la crisis, la falta de medios de transporte y mercados internacionales como consecuencias de la Primera Guerra Mundial, el cacao y la economía ecuatoriana entran en un periodo de depresión e inestabilidad. El cacao es conocido en el Ecuador como la “pepa de oro”, que dominó por varios siglos la generación de divisas para el país, antes del boom petrolero, dando lugar al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, industria y el comercio. El cacao es uno de los más significativos símbolos del país. Durante casi un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao.(PROECUADOR, 2013)

## **2.1.6 Exportación del Cacao**

Los principales países exportadores de cacao en grano corresponden a los principales productores. Sin embargo, países como Brasil y Malasia, que han ocupado un lugar importante en la producción mundial, no son grandes exportadores debido al significativo tamaño de la industria de transformación nacional. En América Latina, algunos países productores como Ecuador y República Dominicana exportan cantidades superiores a las registradas por Brasil.(QUINTERO, 2004)

## **2.1.7 Importancia del Cacao en el Ecuador**

El Ecuador ha sido por historia uno de los principales productores de cacao arriba a escala mundial, produciendo en la actualidad aproximadamente el 60% de la producción mundial de esta variedad. Este producto ha tenido además importantes contribuciones para la economía nacional: siendo uno de los principales productos de exportación (tercer producto agrícola exportado), su participación dentro del PIB total promedia el 0,40% y dentro de PIB agropecuario de aproximadamente 6,7%. Además, es un importante generador de empleo: se estima que aproximadamente 600.000 personas de diversas culturas, etnias, se encuentran vinculadas directamente a la actividad. La cadena de cacao representa el 4 % de la PEA nacional y el 12,5% de la PEA agrícola. La provincia de Los Ríos representa el 24% de la superficie total sembrada en el país, Guayas y Manabí contribuyen cada una con el 22%, respectivamente, en tanto que la provincia de Esmeraldas participa con el 10% y El Oro con el 8%; la diferencia se encuentra en el resto de provincias del callejón interandino y la Amazonía.(QUINGAISA, 2007)

El cacao es de gran importancia en las actividades agrícolas del país. Siendo la tercera mayor exportación de Ecuador, el cacao genera fuentes de trabajo directas e indirectas. Es parte esencial de la cotidianidad de muchas comunidades. Solo el 5% del cacao producido en el mundo es fino. De este porcentaje, más del 65% proviene del Ecuador, lo que lo convierte en el mayor productor de cacao fino en el mundo.(NESTLE, 2011)

Participan en la cadena de comercialización alrededor de 1.000 acopiadores, 36 exportadores y 7 empresas productoras de derivados y chocolates. En el exterior están

vinculados más de 70 Importadores y Empresas Chocolateras. Las exportaciones para el 2007 fueron de 105.000 TM, generando US \$ 248 millones en divisas. Las cifras de CCN51 son de 5.000 TM.(CANACACAO, 2011)

Es evidente el desarrollo sustentable que está teniendo el Ecuador, es cierto que Ecuador siempre tuvo una gran posición respecto al Cacao; pero aun así, existen varias economías extranjeras que ostentan el título de tener el mejor chocolate del mundo, cuando el mejor cacao del mundo está en América, y en especial en Ecuador, que es único en su especie siendo muy suave y dulce(JACOME, 2014)

### **2.1.8 Producto Emblemático del Ecuador**

- **Cacao Nacional:** El cacao fino y de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor buscadas por los fabricantes de chocolate. Representa únicamente 5% de la producción mundial de cacao. Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de Cacao Arriba fino y de aroma (63% de la producción mundial) proveniente de la variedad Nacional cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional. Este tipo de grano es utilizado en todos los chocolates refinados. Sin embargo, los que muchos no saben que el chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que el cacao tiene. Éste es el tipo de cacao que promueve Anecacao. Del total de la exportación ecuatoriana se estima que un 80% es cacao fino de aroma mientras que el restante 20% pertenece a otras variedades como el CCN51. Ecuador se posiciona como el país más competitivo de América Latina en este campo, seguido de lejos por Venezuela, Panamá y México, que son países que poco a poco han incrementado su participación en el mercado mundial del cacao fino en grano.
- **Cacao de exportación:** El Ecuador exporta cacao en 3 diferentes formas, que se refieren a etapas distintas de elaboración: Granos de cacao, Semi-elaborados y Producto Terminado.
- **Granos del cacao:** Los granos o almendras se encuentran dentro de la mazorca del cacao y constituyen la materia prima para la elaboración de todo tipo de chocolates. En Ecuador existen sobre todo dos variedades de cacao: Sabor Arriba y CCN51.

- **Sabor Arriba:** También conocido como € Fino y de Aroma. Es el producto tradicional y emblemático del Ecuador. Por sus fragancias y sabores frutales y florales, se volvió famoso entre los extranjeros y poco a poco lo fueron llamando Cacao Arriba. Por su organoléptica tiene un valor agregado que es reconocido por la industria de la confitería.
- **CCN – 51:** Los frutos tienen una coloración rojiza en su estado de desarrollo y en su madurez. Contienen grandes cantidades de grasa, por lo que define sus propios nichos de mercados. Es una variedad que se caracteriza por su capacidad productiva, siendo esta cuatro veces mayor a las clásicas producciones y a su vez por ser resistente a las enfermedades. (ANECACAO, ASOCIACION NACIONAL DE EXPORTADORES DE CACAO - ECUADOR, 2015)

### **2.1.9 La Tarea de Comercialización del Cacao**

La comercialización de cacao se lleva a cabo a través de asociaciones de productores, intermediarios, comisionistas y exportadores. La estructura de los canales de comercialización de cacao difiere de una región a otra. Los intermediarios tienen un contacto directo con el agricultor, unos se ubican en las poblaciones de las zonas de producción en las principales provincias; mientras que otros las recorren adquiriendo el grano; y, en muchas ocasiones, comercializan el cacao para otros intermediarios y comisionistas. En un extremo del espectro encontramos que el canal entre el productor y el exportador tiene por lo menos dos intermediarios: los pequeños acopiadores y los mayoristas. Los pequeños acopiadores compran el grano directamente del agricultor visitando las fincas individuales. En una etapa posterior, estos acopiadores venden lo adquirido a los mayoristas quienes, a su vez, revenden a los exportadores. En el otro extremo de la cadena de comercialización del cacao, el grano se vende directamente al exportador. Esto se lo hace a través de la participación de asociaciones o cooperativas de productores y, en ocasiones, estas agrupaciones gremiales exportan directamente. (GUERRERO G. , 2015)

### **2.1.10 Mercado**

El mercado son "los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio" 1) La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer. 2) La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades. 3) La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos.(ESPEJO, 2005)

Philip Kotler , afirma que el concepto de intercambio conduce al concepto de mercado. En ese sentido, "un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. (KOTLER P. , 2005)

El mercadeo es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización"(STANTON, 2010)

El mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto(FARBER, 2010)

### **2.1.11 La Comercialización**

El proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado(KOTLER, 1995)

Lugares o sitios donde pasan los productos desde el productor hasta el consumidor, e involucran los distintos tipos de intermediarios entre uno u otros.(BARRIGA, 2011)

Es un proceso que permite que los productos lleguen a los consumidores localizados en zonas urbanas distantes de las áreas de explotación agrícolas, de tal manera que, el número de operaciones y funciones que se llevan a cabo, determinan el grado de complejidad del proceso. De esta forma, se puede decir que la comercialización es el conjunto de procesos o etapas que deben superar los productos en el flujo de traslado desde el productor hasta el consumidor final.(AGROP. REVISTA DE LA FACULTAD, 2004)

### **2.1.12 Comercialización del Cacao**

El cacao se comercializa en grano, productos intermedios y chocolate, los mismos que se destinan en su mayor parte a la exportación, es así que en el 2003, el 65% de la producción mundial fue comercializada en mercados internacionales. La comercialización en mercados internacionales del cacao alcanzó una tasa del 16.4% en el período 2000-2003, tasa dos veces mayor al sector de alimentos que fue de 8.8%, para el mismo período, lo que da cuenta de un crecimiento dinámico en el sector del cacao.(MORAN, 2008)

Países como China o la India empiezan a consumir este producto mientras que en Europa cada día se consume más chocolate fino o gourmet. En los Estados Unidos de Norteamérica aparecen cada semana nuevos chocolates negros. Japón también empieza a ser un consumidor importante, al igual que Latinoamérica. La WCF (Fundación Mundial del Cacao, por sus siglas en inglés) manifiesta que en los últimos 100 años la demanda de cacao se incrementa en un promedio del 3% anual. En el 2007, el déficit en la oferta mundial de cacao en grano para la industria chocolatera alcanzó 219.000 toneladas métricas. A nivel mundial el cacao representa un negocio de 5 mil millones de dólares cada año.(GONZALES, 2009)

Los agricultores no han solicitado la fijación de un precio referencial, dice Ontaneda, porque estiman que no es necesario. Actualmente, los productores perciben un buen precio 125 dólares por el quintal. “Los precios mínimos de sustentación se dan sólo cuando hay descomposiciones en los mercados”. Los cacaoteros ecuatorianos tienen 40 opciones de libre mercado para vender, además de una intermediación que les permite comercializar el producto con quien más les convenga. Los valores que actualmente se pagan por quintal se mantienen hace dos años y se cree que los mismos seguirán en aumento en los próximos tres años.(ANECACAO, 2014)

### **2.1.13 La Oferta de Cacao**

La producción de cacao tiene un impacto significativo en las economías de algunos países del mundo menos desarrollado, proporcionando los medios de subsistencia a 40-50 millones de personas en África, América Latina y el Sudeste Asiático. Además del empleo rural generalizado, el cacao también contribuye de manera significativa a los ingresos del gobierno y los ingresos en divisas.(INTERNACIONAL, 2011)

El lado de la oferta de un mercado se refiere normalmente a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. Cuando se analiza la oferta de un bien, se mantienen constantes todos los factores que pueden influir en su comportamiento, con excepción del precio del bien.(FLORES, 2011)

### **2.1.14 La Demanda de Cacao**

La demanda de cacao alcanzó un máximo de 3,7 millones de toneladas en 2007/08. Desde entonces, ha caído debido a la menor demanda en los mercados desarrollados tras la recesión. Antes de la recesión, la demanda estaba creciendo a más del 3% por año. En 2008/09, la demanda cayó un 5,7%. A más largo plazo, se espera una recuperación de la demanda a niveles previos a la recesión. Mientras que los mercados desarrollados representan más del 60% de la demanda, esta proporción está disminuyendo dado que las tasas de crecimiento son bajas debido a la proximidad de saturación del mercado.(INTERNACIONAL, 2011)

Una de las razones son la oferta y la demanda, que no son suficientes para invertir en la fabricación de elaborados, falta de capital para inversiones y mantenimiento, insuficiente capacidad entre las organizaciones (de pequeños productores y de los organismos internacionales de apoyo). Otra es la combinación con orgánico que mejora también los precios. (RADI, 2005)

Esta fuerza intenta adquirir o comprar bienes al menor precio posible. Está compuesta por el conjunto de compradores que está dispuesto a adquirir bienes a diferentes precios. (FLORES, 2011)

### **2.1.15 Precios**

El precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio". Él precio como "la expresión de un valor. El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor. Por ejemplo, una margarina del tipo light tiene un costo menor que el de una margarina común; sin embargo, los consumidores perciben cualquier producto "bueno para la salud" como algo de valor superior.(BONTA, 2006)

### **2.1.16 Rentabilidad**

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.(KATTER, 2002)

La rentabilidad es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios.(GUADAÑO, 2015)

### **2.1.17 Beneficio**

La palabra Beneficio es un término genérico que define todo aquello que es bueno o resulta positivo para quien lo da o para quien lo recibe, entiéndase como un beneficio todo aquello representativo del bien, la cuestión enmarca una utilidad la cual trae consecuencias positivas que mejoran la situación en la que se plantean las vicisitudes o problemas a superar. Un beneficio es obtenido de cualquier manera y para poder identificarlos es necesario aplicar el concepto a cualquier campo en específico.(GONZALEZ, 2014)

### **2.1.18 Análisis del Mercado**

Los clientes indirectos son los exportadores e industriales a través de la amplia red de canales que constituyen la estructura de mercado interno la estructura del mercado interno se desarrolla en una estructura manejada con varios mecanismos. (STOPSON FERNANDA , 2007)

Es " la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia.(MALHOTRA, 2004)

### **2.1.19 Canales de Comercialización**

La clasificación de los diferentes canales de comercialización que se emplean usualmente, parte de la premisa de que los productos de consumo (aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal) y los productos industriales (aquellos que se compran para un procesamiento posterior o para usarse en un negocio) necesitan canales de comercialización muy diferentes; por tanto, éstos se dividen en primera instancia, en dos tipos de canales de distribución: 1) Canales para productos de consumo y 2) Canales para productos industriales o de negocio a negocio.(THOMPSON, 2007)

Un canal de comercialización (también llamado canal de distribución), como "las etapas por las cuales deben pasar los bienes en el proceso de transferencia entre productor y consumidor final". Se habla de consumidor final para diferenciarlo de los compradores intermediarios y de los consumidores intermedios (por ejemplo las agroindustrias transformadoras).(MENDOZA.G, 1987)

Un canal de comercialización (también llamado "circuito", "canal de distribución", "cadena de intermediación", etcétera) es una forma sistemática de conocer el flujo de circulación de un producto desde su origen (producción) hasta su destino (consumo), de acuerdo con las instituciones o personas (agentes) que eslabonan el proceso. En este canal intervienen productores, intermediarios y consumidores; agentes que cumplen un doble

objetivo: obtener un beneficio personal y agregar valor a la producción. Por ejemplo, el propósito de un acopiador rural (camionero) es obtener una ganancia económica, al trasladar el producto hacia los centros de consumo.(MENDOZA, 2000)

## **2.1.20 Agentes de Comercialización**

**2.1.20.1 Productor:** Los pequeños productores agropecuarios, considerándolos como una empresa, presentan una característica distintiva en cuanto a que sus ingresos le deben permitir cubrir sus costos de producción y los costos del consumo familiar, los cuales están representados por educación, vivienda, salud.(FELLNER, 2004)

**2.1.20.2 Acopiador rural:** Se conoce también como camionero o intermediario - camionero. Sus funciones son reunir la producción rural dispersa, efectuar una función básica: el transporte e iniciar la concentración de la oferta. Por lo general, el productor está sujeto a las reglas que le imponga el acopiador en términos de precio, cantidades de producción, presentación del producto, forma de pago y otras condiciones de negociación. (THOMPSON, 2007)

**2.1.20.3 Mayorista:** son aquellas personas, jurídicas o físicas, que compran a fabricantes, con objeto de volver a vender el artículo a un detallista para obtener un beneficio. Son varias las razones por las que un fabricante debe considerar el uso de un almacenista, pero principalmente destacaremos aquella que le permite llegar a un mayor número de puntos de venta, con menor coste operativo, una mejor rentabilidad y aprovechamiento del equipo humano del fabricante, consiguiéndose así aumentar la cifra de ventas. En la actualidad es un segmento de la distribución que está a la baja.(MUÑIZ, 2015)

**2.1.20.4 Detallistas:** El comerciante detallista o minorista es el que vende los productos al consumidor final. Al constituir el eslabón final de la cadena de distribución, pueden potenciar, frenar o alterar las acciones de marketing del fabricante o del mayorista e influir en las ventas y resultados finales.(COMERCIO, 2005)

**2.1.20.5 Empresas Transformadoras:** Estos agentes utilizan como materias primas los productos agropecuarios y cumplen funciones relacionadas con el procesamiento (transformación) y preparación para el consumo. En esta categoría se incluyen las plantas de sacrificio, molinos y empresas enlatadoras, entre otras. (THOMPSON, 2007)

**2.1.20.6 Exportadores e importadores:** Son los agentes (generalmente empresas) que se especializan en el comercio exterior de productos agropecuarios, con mayor o menor grado de procesamiento. . (THOMPSON, 2007)

**2.1.20.7 Comisionista:** Cumple algunas funciones para los demás participantes y actúa en todos los niveles del proceso de distribución. Estos agentes perciben una comisión fija o porcentual según su gestión.(THOMPSON, 2007)

**2.1.20.8 Consumidor:** El consumidor significa “aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”, se habla de un comportamiento dirigido de manera específica a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios o de actividades externas (búsqueda de un producto, compra física y el transporte del mismo) y actividades internas (el deseo de un producto, lealtad de marca, influencia psicológica producida por la publicidad)(ARELLANO, 2002).

## **2.1.21 Factores Limitantes en la Comercialización del Cacao**

Los factores que limitaron a las asociaciones en la comercialización del cacao fueron: 1) falta de asesores profesionales en los procesos de acopio, beneficio y venta del cacao, 2) insuficiente apoyo crediticio oportuno por parte del Estado, 3) desconocimiento de fuentes alternativas de crédito, 4) falta de capacitación para mejorar los canales de comercialización, 5) las asociaciones no dispusieron de sistemas de contabilidad computarizados que facilite la comercialización, 6) falta de innovación para mejorar los procesos de acopio, fermentado y secado del cacao, 7) carencia de sistemas de información computacionales para buscar, conocer y manejar oportunamente los precios y 8) falta de vinculación entre los investigadores de las universidades e instituciones de investigación y las asociaciones.(Avalos, 2008)

## **2.1.22 Problemas de Comercialización**

El problema es que no se aprovecha el potencial del cacao de la amazonía, considerando sus características especiales, pues se comercializa individualmente y no se tiene la posibilidad de negociar en función de la calidad y el volumen.(ECORAE, INIAP, CORPEI Y GTZ-PAC, 2003)

El presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador (Anecacao), Iván Ontaneda B., expresó que los precios de este producto se mueven de acuerdo a la oferta y a la demanda. “En los periódicos nunca vemos que los cacaoteros estamos descontentos, que existan huelgas o peleas entre exportadores y productores. Ontaneda señaló que el cacao se maneja bajo las políticas de los diferentes actores que están involucrados en la producción y comercialización. “No hay una sola pepa de cacao ecuatoriano que se quede sin vender y sin exportar. El agricultor ecuatoriano es el que más alto precio recibe en el mundo por su producto”, el productor de hasta 2.300 dólares por tonelada, lo que es un equivalente al valor de 105 dólares por quintal. “África, el primer productor de cacao del mundo, recibe el 70% de ese valor”, El Ecuador existe preocupación constante para que se mantenga el funcionamiento armónico de la cadena agroindustrial. “Cuando se logra armonía en todos los niveles de la cadena, se logra un negocio sustentable en el tiempo”, manifestó.(ANECACAO, 2014)

## **2.2 Marco Referencial**

### **2.2.1 Antecedentes de la Investigación**

Por información de la Organización Internacional de Cacao (ICCO), en el mundo se producen alrededor de 3,5 millones de toneladas de cacao; de las cuales, el Ecuador apenas aporta con el 3% de la oferta mundial. Los principales países productores de cacao son Costa de Marfil, Ghana e Indonesia. Sin embargo, nuestro país es el líder mundial en la producción y exportación de cacao fino o de aroma con el 61% del total mundial. En el plano nacional, el cacao se ha producido desde hace más de 400 años. La contribución en los años 2002-2011 al PIB total ha sido del 0,57% y al PIB agropecuario del 6,4%. Además, es un importante generador de empleo, pues se estima que aproximadamente

600.000 personas participan directamente en la actividad. El cacao de Ecuador ha sido considerado como un cacao diferente a los otros, debido a sus características organolépticas especiales que le diferencian de otros cacaos de calidad con otros sabores también apetecidos por mercados especializados (sabor a nuez o sabor frutal) /. El cacao arriba posee un sabor floral que es dulce de sensación a flores, como un perfume fresco, entre jazmín, rosas y lilas /. Es importante señalar que todavía no existen las instancias verificadoras de las características diferenciadoras del cacao. Al ser utilizado ancestralmente, el cacao arriba se ha vinculado estrechamente a la cultura y costumbres del Ecuador.(AGRO, 2013)

El cacao del Ecuador significa alta calidad y sabores especiales. Los mercados de calidad tienen un interés creciente en encontrar cacao de alta calidad, de sabores y orígenes especiales. El cacao Nacional fino y de aroma es un reto para cada empresa de fabricación de elaborados. Sus diferentes sabores y aromas naturales pueden mejorar, pero también deteriorarse si los procesos aplicados no son suficientemente controlados y adaptados(RADI, 2005)

“El Cacao Nacional Fino o de Aroma, representa para el Ecuador un símbolo al igual que el Cóndor de nuestro glorioso Escudo Nacional. Está catapultado en el planeta como el Mejor Cacao, es uno de nuestros patrimonios ancestrales, que se cultiva y produce en nuestro territorio desde la época colonial. Ecuador es el primer país productor de Cacao Fino o de Aroma “Arriba” en el mundo. El 80% de la producción de cacao en Ecuador se da en el Litoral ecuatoriano, la comercialización y la industria chocolatera se encuentran establecidas en las ciudades de Guayaquil, Machala, Manta y Esmeraldas, desde cuyos puertos es exportado hacia el mercado mundial para el consumo de los paladares más exigentes. El “Salón del Cacao y Chocolate Ecuatoriano”, premiará la innovación, el comercio justo, el descubrimiento, el talento; además estará disponible para los interesados la librería del cacao y el chocolate. (AGRO, 2012)

El regreso del resplandor de la ‘pepa de oro’ obedece también a los buenos precios que se pagan en el mercado internacional. Durante el 2012, el precio promedio por tonelada fue de USD 2 392, el año pasado fue de 2 439 y en lo que va del 2014 subió a USD 3 126. Iván Ontaneda, presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del

Ecuador (Anecacao), cuenta que con este panorama el sector no solo busca ascender posiciones en la lista de exportación de productos no petroleros del Ecuador (ahora ocupa el quinto), sino que gracias al acuerdo comercial también quiere abrirse mercado en Europa, en el área de la chocolatería fina, destino del 60% de las exportaciones del gremio. (FUTURE, 2014)

Wilson Montoya, consultor agrícola y experto en cacao, dice que todavía es necesario que se mejoren los procesos de tratado del cacao, para que el objetivo de acaparar mercado de chocolatería en Europa se cumpla y para que las cifras de productividad suban. El problema, según dice, radica en que la mayor parte de los productores que venden el cacao son agricultores con dos o tres hectáreas, es decir, pequeños productores que no reciben capacitación. “Todavía hay falencias en el proceso poscosecha, que implica una buena fermentación y buen secado”, indica Montoya.(MONTROYA, 2014).

En un mundo de exquisitos aromas y sabores, el CCN-51, el cacao clonado ecuatoriano, rechazado en principio por su acidez, conquista a los chocolateros del mundo y emerge como estrella en los mercados del grano. "El CCN-51 se está convirtiendo en el salvador de la industria del chocolate y va a generar un boom para el desarrollo agropecuario ecuatoriano", afirma VincentZeller, el tercer exportador de cacao de Ecuador, detrás de las multinacionales Nestlé y la estadounidense Transmar(EL COMERCIO, 2015).

### **2.2.3 Postura Metodológica**

Para fundamentar la presente investigación se considera los canales de comercialización de la zona influencia del Cantón Quevedo:

Los canales de comercialización en el Cantón Buena fe, existentes dentro del área de estudio estuvieron dados de la siguiente manera: En un 60% de agricultor a intermediario y este al exportador y un 40% de agricultor directamente al exportador. Teniendo un rendimiento promedio de la zona d estudio del cacao CCN-51 es de 28qq/ha mientras que el rendimiento promedio del cacao Nacional es de 15qq/ha, lo que se considera bajo si compara la producción del Nacional con la producción del CCN – 51(ZAMBRANO, 2013).

Entre los problemas que afectan a la comercialización del cacao fino de aroma en grano seco y en baba en la zona de Buena fe, se determinó que se debe a la variación de precios y su bajo precio, estos son los problemas más frecuentes al comercializar este producto, al momento de la comercialización del cacao en grano seco en el cual reciben un descuento o tara del 10% por parte de la comercial; por motivos (humedad, gastos de manipuleo y la falta de certificación o precisión en las balanzas), que le realizan al momento de la venta, mientras que en el cacao en baba no reciben ningún descuento por parte de la exportadora Transmar Ecuador S.A, siempre y cuando cumplan con las condiciones pactadas por el comprador. En cuanto a los canales de comercialización existentes dentro del área de estudio se determinaron de la siguiente manera; En un 68,75% de productor a intermediario y este al exportador; y en un 31,25% de productor directamente al exportador(BAJAÑA, 2014).

La comercialización frecuente en la zona de Quevedo, se realiza en los mercados locales es tradicional (productor-intermediario-exportador), lo más importante es observar las fluctuaciones de precios entre cacao nacional y CCN-51, de los resultados se determinó que no existe diferencia de precio en el mercado entre el cacao nacional de aroma y el cacao clonal CCN-51 lo mismo se paga por las dos variedades; la diferencia de precio se da en los mercados internacionales(AVILES, 2013).

El Cantón Mocache se destaca por ser uno de los mayores productores de cacao fino de aroma de la Provincia de Los Ríos, pero entre tanto auge cacaotero no existen procesos de industrialización para darle valor agregado a la pepa de oro. La situación actual de los productores de cacao se está viendo afecta por la volatilidad de los precios al momento de la comercialización, ya que la mayoría de ellos venden su producción a intermediarios (casas comerciales) las cuales desvalorizan y desmotivan a los pequeños agrocacaoteros. Un gran porcentaje de agricultores consideran que sería factible poder implementar una planta procesadora de cacao para la elaboración de la pasta, ya que de esta manera se estaría dando prioridad y realce a la pepa de oro y por ende sus productores ganarían un mejor precio. La mayoría de los agricultores no poseen vehículo propio para el traslado respectivo de su producción lo que representa un gasto; además la falta de asistencia técnica especializada perjudica los cultivos ya que plagas y enfermedades asechan la producción del cacao (FRANCO, 2012).

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Localización del Escenario de Medición de Variables**

La presente investigación se la realizo en los cantones vecinos del Cantón Quevedo como: Mocache, Valencia y Buena Fe, sobre la comercialización de cacao en colectividad con los pequeños productores cacaoteros de las zonas especificadas.

### **3.2 Tipo de Investigación**

#### **➤ De Campo**

Se ejecutó la investigación en las zonas de influencias del cantón Quevedo, evaluando las respuestas de los productores cacaoteros en la cual se tendrá contacto directo con los actores responsables del problema que se investiga.

#### **➤ Descriptiva**

El objeto de la investigación descriptiva consistió en describir y evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más momentos del tiempo. En la investigación descriptiva se analizan los datos reunidos para descubrir así, cuáles variables están relacionadas entre sí.

#### **➤ Analítica**

Esta investigación nos permitió analizar e interpretarlos de manera clara y precisa información que permitió darnos las correspondientes conclusiones y recomendaciones del problema planteado.

### **3.3 Métodos de la Investigación**

Para la realización del presente estudio, se realizaron encuestas a los pequeños productores de la zona de influencia del cantón Quevedo (Valencia, Buena fe y Mocache), realizando observaciones directas de las labores de producción de cacao en grano seco y en baba.

Se aplicó el método inductivo con nivel descriptivo ya que una vez diseñadas y aplicadas las encuestas se procedió a la realización de las encuesta a los productores de las zonas seleccionadas en las unidades productivas.

### **3.4 Fuentes de Recopilación de Información**

#### **➤ Primaria**

Se utilizó la encuesta directa a los productores de cacao de la zona de influencia del cantón Quevedo con el propósito de obtener una información confiable y válida, estudiada en cuadros.

#### **➤ Secundaria**

La información secundaria, se obtuvo de manera referencial ya que realizamos consultas en libros, revistas, documentos gubernamentales e internet.

### **3.5 Diseño de la Investigación.**

#### **Población**

Consistió en obtener una representativa respuesta (cuantitativa y cualitativa) en la que se tomara una muestra aleatoria la misma que será obtenida de la población que se encuentra constituida por los productores cacaoteros de la zona de influencia del cantón Quevedo sujeta a investigar.

El formulario que se elaboró cubrió las características generales (ubicación, área), asistencia técnica, funcionamiento, acceso a mercados y precios, inversiones, aspectos culturales, evaluación económica (costos ingresos y rentabilidad).

Según: El Reporte de Resultados del Censo Provincial Agropecuario. INEC-MAG-SICA.2012. el número de productores que tienen relación con la cadena productiva de cacao fino de aroma y ccn-51 en los cantones como: Mocache 1.016 productores, valencia 801 productores y buena fe 337 productores. Indica que existen un total de 2.154 productores cacaoteros de la zona de influencia del cantón Quevedo(SINAGAP, 2012)

### 3.5.1 Fórmula para Calcular el Tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

Dónde:

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

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error maestro que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.(SUAREZ, 2004)

Datos:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza. 94%. 1.90

e = Precisión o error de muestra. 0.09

p = Variabilidad positiva. 50% 0.50

q = Variabilidad negativa. 50% 0.50

N = Total de la población. 2154

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

$$n = \frac{1.90^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 2154}{0.09^2 \times (2154 - 1) + 1.90^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{3,61 \times 0.50 \times 0.50 \times 2154}{0.0081 \times (2154 - 1) + 3,61 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{1943,99}{17,4393 + 0.9025}$$

$$n = \frac{1943,99}{18,3418}$$

$$n = 106$$

## Muestra

La muestra se la realizo a 106 entrevistas a productores que tienen relación en la cadena productiva del cacao fino de aroma y ccn-51 las cuales fueron divididas para los 3 cantones de la zona de influencia de Quevedo (Cuadro 1).

**Cuadro 1 Muestra de los 3 Cantones de la Zona de Influencia de Quevedo**

Agricultores			
%	Nro.	Cantón	Muestra
37%	801	Valencia	39
47%	1016	Mocache	50
16%	337	Buena Fe	17
100%	2154		106

## 3.5.2 Instrumentos de Investigación

### 3.5.2.1 Estructura de la Encuesta

Para obtener información, se aplicó un cuestionario: que estará enfocado a los agricultores en la zona bajo estudio, cuyo formulario estará compuesto por un banco preguntas, destinadas a obtener la información confiable, clara y precisa para la investigación pertinente.

### **3.5.2.2 Trabajo de Campo**

El trabajo de campo consistió en visitar las fincas que se dedican a la actividad de producción y comercialización de las variedades de cacao en grano seco y en baba de pequeños productores de la zona de influencia del cantón Quevedo con el fin de aplicar respectivas encuestas.

### **3.5.2.3 Técnica para Interpretar la Información**

Una vez obtenida la información se la tabuló, analizando e interpretando las encuestas de la presente investigación en base a las variables incluidas en el cuestionario:

- Identificación de la propiedad.
- Características de la finca.
- Características de la producción.
- Financiamiento.
- Asistencia técnica.
- Comercialización.

### **3.5.2.4 Tratamiento de Datos**

La información de las encuestas fue recopilada, analizadas y tabuladas para proceder a realizar el análisis respectivo. Se empleó métodos estadísticos como: infostat y relaciones porcentuales. Los datos fueron analizados en el Excel.

### **3.5.2.5 Materiales**

Remas de papel A4, anillado, Cd-RW, bolígrafos, libros, lápiz, borrador, pendriver, cuadernos y folletos.

### **3.5.2.6 Equipos**

Computador, impresora, escáner, cámara digital y copiadora

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

## 4.1 RESULTADOS

### 4.1.1 Resultados Sobre las Características de la Finca

#### 4.1.1.1 Superficie y Modalidad de Tenencia de la Tierra de las Huertas Cacaoteras

Según el **Cuadro 1** en el cantón Buena Fe predominan los productores con superficies cacaoteras mayores a 6 hectáreas. En el cantón Mocache predominan aquellos con superficies intermedias en el rango de 3-6 hectáreas; en cambio el porcentaje de productores con superficies en el rango de 6-10 hectáreas es el mínimo comparado con los otros dos cantones. Al promediar las cifras de los tres cantones hay un balance entre las proporciones de productores asignados a cada rango de superficies cacaoteras. La asignación parece ser aleatoria por lo que se podría adelantar la conclusión de que la proporción de productores asignados a cada rango señalado es aproximadamente un tercio.

**Cuadro 1 Variación del Tamaño de la Superficie Sembrada con Cacao por Finca**

SUPERFICIE SEMBRADA	Mocache	Valencia	Buena Fe	X
	% de productores			
1 - 3 ha	32	23	35	30
3 - 6 ha	52	44	24	40
6 - 10 ha	16	33	41	30
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

La modalidad de la tenencia de la tierra que predomina en la zona bajo estudio es la de propietario con escrituras y pagos de impuestos, según las cifras mostradas en el **Cuadro 2**. La proporción de productores propietarios en el cantón Buena Fe es la más baja, mientras que la proporción de productores asignados como posesionarios es la más baja en Mocache y Valencia. El promedio de las cifras a través de los tres cantones muestra de manera general que a través de los tres cantones poco más de 27% de productores son posesionarios, y poco menos que un 73% son propietarios.

**Cuadro 2 Proporción de Productores Cacaoteros Asignados a dos Modalidades de Tenencia en Tierra**

TENENCIA DE LA FINCA	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
POSESIONARIO	18	21	41	27
PROPIETARIO	82	79	59	73
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Las cifras del **Cuadro 3** muestran que en el cantón Buena Fe encontramos la proporción más alta (53%) de productores que ha permanecido por más de 10 años trabajando su finca. La proporción más alta (59%) para el rango 5-10 años corresponde al cantón Valencia. La proporción más baja (30%) de productores para el rango 1-5 años corresponde al cantón Mocache. El promedio a través de cantones muestra que el porcentaje más alto de productores (43) asignado al rango de 5-10 años.

**Cuadro 3 Cuánto Tiempo está Trabajando la Finca los Productores de Cacao en la Zona Bajo Estudio**

AÑO DE POSESION	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
1 - 5	30	15	12	19
5 - 10	34	59	35	43
> 10	36	26	53	38
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

#### 4.1.1.2 Pertenencia a Organizaciones de Productores y Tiempo que Vienen Produciendo Cacao

La pertenencia a alguna organización de productores agrícolas no fue mencionada por ninguno de los productores encuestados en la zona bajo estudio. Falta de información, falta de tiempo, desconocimiento de los beneficios de la asociatividad fueron algunas de las razones expuestas por los productores.

El **Cuadro 4** La proporción más alta (64%) que viene produciendo cacao más de 10 años corresponde al cantón Valencia. En el lado opuesto, para el rango 3-5 años, la proporción más alta (74%) corresponde el cantón Mocache. Es interesante anotar que hay un bajo porcentaje (6%) de productores que vienen produciendo cacao en el rango de 5-10 años. En promedio para la zona bajo estudio, con el 50%, predominan los productores que vienen produciendo cacao en el rango de 3-5 años.

**Cuadro 4 Tiempo que Tienen los Productores Dedicados a la Producción de Cacao**

TIEMPO DE PRODUCCION DE CACAO, AÑOS	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
3 - 5	74	28	47	50
5 - 10	20	8	29	19
> 10	6	64	24	31
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

#### 4.1.1.3 Tecnología Aplicada, Variedades Comunes, Rangos de Producción Financiamiento

Las cifras del **Cuadro 5** señalan que la proporción de productores que aplican un nivel alto de tecnología cacaotera es baja, entre 3% y 6%. A los cantones Mocache y Buena Fe le corresponden una proporción alta (70%) de productores que manejan sistemas de producción semi-tecnificados. La mayor proporción de productores (59%) que manejan su cacao de manera tradicional corresponde al cantón Valencia. En promedio en la zona cubierta por los tres cantones predomina las huertas de cacao con manejo semi-tecnificado.

**Cuadro 5 Nivel de Tecnología Aplicado por los Productores en el Manejo de Huertas de Cacao en la Zona de Estudio**

SISTEMA DE MANEJO	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
NO-TECNIFICADO	24	59	24	36
SEMI-TECNIFICADO	70	38	70	59
TECNIFICADO	6	3	6	5
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Según el **Cuadro 6** la mayor proporción de productores en Buena Fe y Mocache, es 42% y 58% producen cacao de la variedad CCN 51, mientras que en el cantón Valencia aun predominan (44%) los productores que producen cacao en huertas tradicionales. La proporción de productores que producen cacao clonal del tipo Nacional es bastante equilibrada en los tres cantones. Sin embargo, a través de los tres cantones la proporción de productores que producen CCN 51 se aproxima al 50% a gran distancia de aquellas que producen en huertas tradicionales (30%) y clones de cacao tipo Nacional (25%).

**Cuadro 6 Proporción de Productores que Siembran las Variedades más Comunes en las Zonas Bajo Estudio**

VARIEDAD	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
CLON CCN-51	58	33	42	45
HUERTAS TRADICIONALES	18	44	29	30
CLON TIPO NACIONAL	24	23	29	25
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

El **Cuadro 7** muestra el rango de productividad durante la época seca, y el **Cuadro 8** muestra dicho rango para la época lluviosa, para cada variedad de cacao observándose poca diferencia entre cantones. Es la razón para que el promedio la proporción de productores asignados a cada rango a través de cantones, prácticamente no difiere de las cifras mostradas en el Cuadro 6.

**Cuadro 7 Proporción de Productores que Cosechan Distintos Rangos en Quintales de Cacao por Hectárea en las Zonas bajo Estudio Durante la Época Seca**

VARIEDAD DE CACAO	Mocache		Valencia		Buena Fe		$\bar{X}$
	QQ/ha	proporción de productores,%	QQ/ha	proporción de productores,%	QQ/ha	proporción de productores,%	
Huerta tradicional	0,9 - 2	20	0,73 - 2	43	0,90 - 1	29	31
Clon CCN-51	3 - 4	60	3 - 4	31	3 - 4	41	44
Clon tipo nacional	2 - 3	20	3 - 4	26	3 - 4	30	25
TOTAL		100		100		100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**Cuadro 8 Proporción de Productores que Cosechan Distintos Rangos en Quintales de Cacao por Hectárea en las Zonas Bajo Estudio Durante la Época Lluviosa**

VARIEDAD DE CACAO	Mocache		Valencia		Buena Fe		$\bar{X}$
	QQ/ha	proporción de productores, %	QQ/ha	proporción de productores, %	QQ/ha	proporción de productores, %	
Huerta tradicional	1,75 – 2	20	2 – 3	43	2 – 3	29	30,7
Clon CCN-51	1,26 – 2	62	1,5 – 2	31	1,5 – 2	41	44,7
Clon tipo nacional	1,1 – 2	18	1,5 – 2	26	1,5 - 2	30	24,7
TOTAL		100		100		100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Un gran porcentaje de productores de Mocache, Valencia y Buena Fe (76, 62 y 47%) consideran a las plagas-enfermedades como el principal factor que limita la producción de cacao, de acuerdo con las cifras que muestra el **Cuadro 9** La proporción de productores que ve al proceso de comercialización como un factor limitante es mucho menor, menos de la mitad, que aquella asignada a al factor precios y que es visto por ellos como el segundo factor limitante. El promedio a través de cantones confirma esta descripción pues el 62% de los productores encuestados ven a las plagas-enfermedades como la principal causa de los bajos ingresos que perciben con este cultivo.

**Cuadro 9 Factores que los Productores Consideran como más Limitantes para Producción de Cacao.**

FACTORES LIMITANTES EN LA PRODUCCIÓN DE CACAO	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
COMERCIALIZACIÓN	2	15	12	10
PLAGAS-ENFERMEDADES	76	62	47	62
PRECIOS	22	23	41	29
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Según el **Cuadro 10** los productores invierten en forma abrumadora, arriba del 80%, sus recursos propios para financiar la producción de cacao. A través de cantones la proporción de productores que se financian con recursos propios es el 85%. El 9% y el 6% acuden al sistema financiero nacional y a prestamistas particulares.

**Cuadro 10 Proporción de Productores que Acuden a Distintas Fuentes de Financiamiento para la Producción de Cacao en las Zonas Bajo Estudio**

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
INGRESOS-PROPIOS	82	92	82	85
PRESTAMOS-INSTITUCIONES	6	8	12	9
PRESTAMOS-PARTICULARES	12	0	6	6
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

#### 4.1.1.4 Demanda de Asistencia Técnica

En general, la mayor proporción de productores de cacao en los cantones Mocache (66%) y Valencia (74%), no recibe asistencia técnica de fuente alguna, todo esto según el **Cuadro 11**. Pero en el cantón Buena Fe todos los productores entrevistados si reciben algún tipo de asistencia técnica, un resultado sorprendente. En este cantón la mayoría de los productores (82%) se beneficia de la asistencia técnica de productores con más experiencia. Es necesario señalar que la proporción de productores que se beneficia de la asistencia técnica de los operadores de los centros de acopio, particularmente en Mocache (22%) y Buena Fe (18%), es significativa y representa la segunda fuente de este servicio. A pesar de que en Buena Fe todos los productores participantes en la encuesta reciben algún tipo de asistencia técnica, el promedio a través de cantones asigna a la categoría “no recibe asistencia técnica” la mayor proporción (47%).

**Cuadro 11 Proporción de Productores que Acceden a Distintas Fuentes de Asistencia Técnica para el Cultivo del Cacao**

FUENTE DE ASISTENCIA TECNICA	Mocache	Valencia	Buena FE	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
TÉCNICO DE CENTRO-DE- ACOPIO	22	8	18	16
PRODUCTOR CON EXPERIENCIA	12	18	82	37
NO RECIBE ASISTENCIA TECNICA	66	74	0	47
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA  
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Según el **Cuadro 12** la mayor proporción de productores cacaoteros interesados en recibir asistencia técnica en los tres cantones muestra de manera general un porcentaje alto (75%), mientras que los productores asignados a la categoría que no se beneficia de asistencia técnica representan una proporción del 25%.

**Cuadro 12 Interés de los Productores de Cacao por Acceder a Servicios de Asistencia Técnica**

INTERES EN RECIBIR AISTENCIA TECNICA	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
NO	12	38	24	25
SI	88	62	76	75
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA  
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Las cifras del **Cuadro 13** muestran que para cualquier cantón, la mayor proporción de los productores tiene interés en recibir asistencia para el control de plagas y enfermedades, correspondiendo al cantón Mocache el porcentaje más alto (68%). En segundo lugar hay un buen nivel de interés para recibir asistencia sobre las prácticas de podas con una respuesta que vario entre 13 y 18%, según el cantón. Las cifras indican el mismo

comportamiento a través de cantones. La más baja proporción de productores (2%) mostró un interés por una asistencia en podas-fertilización.

**Cuadro 13 Proporción de Productores Interesados en Recibir Asistencia Técnica para Mejorar el Desempeño de Distintas Labores de su Sistema de Producción**

ASISTENCIA TECNICA	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
COMERCIALIZACION	10	18	12	13
COSECHA	0	0	12	4
FERTILIZACION		15	18	11
CONTROL DE PLAGAS- ENFERMEDADES	68	54	40	54
PODAS	16	13	18	16
PODAS-FERTILIZACION	6	0	0	2
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA  
ELABORACIÓN: EL AUTOR

#### 4.1.1.5 Prácticas de Secado del Grano

Según el **Cuadro 14** los productores cacaoteros de cualquier cantón mayoritariamente secan el cacao en tendal de cemento; a través de cantones la proporción es casi 97%.

**Cuadro 14 Proporción de Productores que Utilizan Distintas Prácticas de Secado del Cacao**

SECADO DE LA ALMENDRA	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
TENDAL-DE-CEMENTO	96	100	94	96,6
TENDAL-DE-CAÑA	2	0	6	2,7
NO-SECA	2	0	0	0,7
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA  
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Según las cifras del **Cuadro 15** la mayoría de los productores secan el cacao en un periodo de tiempo que va de 1 a 2 días. La diferencia (15%) corresponde a aquellos que secan en el rango 3-4 días o no secan.

**Cuadro 15 Número de Días de Secado que el Productor le da al Cacao Cosechado Antes de Comercializarlo**

TIEMPO EN SECAR LA ALMENDRA, DIAS	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
1 - 2	88	92	76	85
3 - 4	10	8	24	14
NO	2	0	0	1

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

#### 4.1.1.6 Comercialización

En el **Cuadro 16** se observa el mayor porcentaje de productores de los cantones Mocache (52), Valencia (85) y Buena Fe (59) venden su cacao directamente a compañías exportadoras porque reciben un mayor precio por quintal. Una importante proporción de productores de Mocache (44%) y Buena Fe (35%) venden su cacao a intermediarios de la cabecera cantonal. En los tres cantones son pocos los productores que venden a intermediarios del recinto. Los promedios a través de cantones muestran el comportamiento de los productores respecto la venta de su cacao.

**Cuadro 16 Distintos Niveles de Operadores de Compra de Cacao a Quienes los Productores Venden su Cosecha**

COMPRADORES DE LA ALMENDRA	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
EXPORTADOR	52	85	59	65
INTERMEDIARIO-CIUDAD	44	5	35	28
INTERMEDIARIO-RECINTO	4	10	6	7
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

#### 4.1.1.7 Venta del Cacao en Secovs Baba

El 99% de los productores encuestados venden el cacao con distintos niveles de secado. Prefieren venderlo en ese estado porque le facilita la manipulación y transporte y pueden negociar un mejor precio. Apenas el 1% vende el cacao en baba porque le significa menos trabajo.

Según el **Cuadro 17** la mayoría de los productores vende el cacao seco para negociar mejores precios. El promedio a través de cantones es el 91%. El resto dijo que seca su cacao para facilitar la manipulación y transporte.

**Cuadro 17 Razones por lo que el Productor Seca el Cacao Antes de Comercializarlo**

RAZONES	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
NEGOCIACION DE MEJORES PRECIOS	92	95	88	91,7
MANIPULACION Y TRANSPORTE	8	5	12	8,3
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Podemos observar en el **Cuadro 18** que casi el 70% de los productores del cantón Mocache vende su producción como cacao seco a diferentes compradores de cacao. Las ventas se descomponen de la siguiente manera: 30% a Comercial Zambrano (intermediario); 24% a Exportadora Hermanos Manobanda; 14% a exportadora Quevexport. El porcentaje restante se distribuye entre compradores menores que a su vez revenden el producto a exportadores principalmente del cantón Quevedo. En el cantón Valencia alrededor del 85% de los productores vende su cacao a compañías exportadoras del cantón Quevedo. Las tres compañías que más compran (Hnos. Manobanda; Pedro Martinetti y Quevexport) en el cantón Quevedo se beneficia cada una del cacao entregado por igual proporción de productores (23%). El 13% de productores le vende a la exportadora Casa del Cacao. El 18% de los productores que vende su cosecha a varios intermediarios de parroquia la Esperanza, en el cantón Valencia. En Buena Fe el 52% de

los productores vende su cacao a la compañía Armando Manobanda, el 18% vende a Comercial Triviño. El 30% restante de productores distribuye sus ventas entre 5 intermediarios del cantón Buena Fe y un intermediario del cantón Quevedo.

**Cuadro 18 Compradores de Cacao Abastecido por los Productores de las Zonas Bajo Estudio**

CODICION DE LA ALMENDRA	COMPRADOR (Ubicación)	Mocache	COMPRADOR	VALENCIA	COMPRADOR	BUENA FE
		Proporción de productores		Proporción de productores		Proporción de productores
SECO	COMERCIAL-MENDOZA (Mocache)	2	COMERCIAL-OLAYA. (Quevedo)	5	BUENA-FE"COMERCIAL-TRIVIÑO. (Buena Fe)	18
SECO	COMERCIAL-MOCACHEXPOR T (Mocache)	10	COMERCIAL-ORTEGA. (Parroq, la esperanza)	5	BUENA-FE-"COMERCIAL-FRANCISCO.(Buena Fe)	6
SECO	COMERCIAL-OLAYA. (Quevedo)	2	COMERCIAL-YANEZ. (Parroq, la esperanza)	5	COMERCIAL"JHONNY-HIDALGO". (Buena Fe)	6
SECO	COMERCIAL-ZAMBRANO (Mocache)	30	EXPORTADORA - MOREIRA-ALBAN. (Parroq, la esperanza)	3	COMERCIAL-"SAN-JAVIER". (Buena Fe)	6
SECO	EXPORTADORA-HNOS-MANOBANDA. (Quevedo)	24	EXPORTADORA -HNOS-MANOBANDA. (Quevedo)	23	EXPORTADORA-ARMANDO-MANOBANDA. (Buena Fe)	52
SECO	INTERMEDIARIO -DE-POBLADO. (Mocache)	4	EXPORTADORA -LA-CASA-DEL-CACAO. (Quevedo)	13	EXPORTADORA-PEDRO-MARTINETHI. (Quevedo)	6
SECO	EXPORTADORA-PEDRO-MARTINET. (Quevedo)	12	EXPORTADORA -PEDRO-MARTINETHI. (Quevedo)	23	INTERMEDIARIO-DEL-RECINTO. (Buena Fe)	6
SECO	EXPORTADORA-QUEVEXPORT. (Quevedo)	14	EXPORTADORA -QUEVEXPORT. (Quevedo)	23		
BABA	EXPORTADORA-LA-CASA-DEL-CACAO. (Quevedo)	2				
TOTAL		100		100		100

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADA  
**ELABORACIÓN:** EL AUTOR

En cuanto la comercialización se observa en el **Cuadro 19** que la mayor proporción de productores en cualquier cantón está asignada a la categoría “Precios variable”, indicando que la variación es el principal factor que les preocupa al momento de vender su cacao; el porcentaje promedio de productores a través de cantones es de 74%. El 26% restante se asigna casi por igual a las categorías “Precios bajos” e “Injusta forma de pago”.

**Cuadro 19 Principales Aspectos de la Comercialización del Cacao que los Productores Consideran que les Afectan Negativamente**

ASPECTOS	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
INJUSTA-FORMA-DE-PAGO	20	10	6	12
PRECIOS-BAJOS	14	10	18	14
PRECIOS-VARIABLES	66	80	76	74
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA  
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Según el **Cuadro 20** la mayoría de los productores recibe el pago en efectivo por la venta de su cacao; el promedio de la proporción a través de cantones para esta clase es casi el 88%. El 12% restante de productores recibe mayoritariamente (11%) el pago en cheques.

**Cuadro 20 Forma de Pago que Recibe el Productor por la Venta de Cacao en las Zonas Bajo de Estudio.**

FORMA DE PAGO	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
CHEQUE	20	8	6	11,3
COMPROBANTE- RETIRO	0	3	0	1,0
EN-EFECTIVO	80	89	94	87,7
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA  
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Según el **Cuadro 21** casi todos los productores señalaron que no están satisfechos con la rentabilidad que genera la venta del cacao en baba.

**Cuadro 21 Opinión de los Productores Respecto del Nivel de Rentabilidad que se Origina por la Venta del Cacao en Baba**

SATISFACCION	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
SI	2	0	0	0,7
NO	98	100	100	99,3
TOTAL	100	100	100	100

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADA

**ELABORACIÓN:** EL AUTOR

De acuerdo a las cifras del **Cuadro 22** la opinión de los productores respecto a si están satisfechos o no con la rentabilidad derivada de la venta del cacao en seco, se reparte en proporciones casi iguales (48 vs 52%)

**Cuadro 22 Proporción de la Venta de su Producción de Cacao en Seco Obtiene la Rentabilidad Deseada los Productores de la Zona Bajo Estudio**

VENTA DE LA ALMENDRA EN SECO.	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
SI	72	54	18	48,0
NO	28	46	82	52,0
TOTAL	100	100	100	100

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADA

**ELABORACIÓN:** EL AUTOR

El promedio a través de cantones muestra que el porcentaje más alto de productores (65%) considera al exportador como el operador más influyente en la determinación de los precios, seguido por el intermediario de la ciudad con el 28% (**Cuadro 23**)

**Cuadro 23 Nivel de los Operadores que Determinan el Precio de la Compra de Cacao  
Según el Punto de Vista de los Productores**

OPERADORES DE LA COMPRA DEL CACAO	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
EXPORTADOR	52	85	59	65,3
INTERMEDIARIO DE LA CIUDAD	44	5	35	28,0
INTERMEDIARIO DEL RECINTO	0	10	6	5,3
INTERMEDIARIO DEL POBLADO	4	0	0	1,3
TOTAL	100	100	100	100

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADA

**ELABORACIÓN:** EL AUTOR

Según en el **cuadro 24** los rango de precios por la venta del cacao por quintales equivale un (54%) de los productores del cantón Mocache que reciben el precio por quintales en un rango de \$ 104 - \$ 115 siendo este el más alto del cantón. Mientras que en el cantón valencia la proporción más alta (84%) de los productores que reciben un precio de \$ 124 - \$ 128. Mientras que en el cantón Buena Fe existe un rango en los precios entre \$ 120 - \$130 por quintales existiendo un promedio de (82%). Por el otro lado podemos observar un rango muy interesante del precio del cacao de que realiza el productor por venta del grano en baba a un precio de \$115/qq a un porcentaje del 38% siendo este un precio exacto de \$44/qq en baba representando un promedio de (2%) de los productores del cantón Mocache.

**Cuadro 24 Rangos de Precios Oficiales que Rigen el Proceso de Compra – Venta del Cacao Durante el 2015**

Mocache		Valencia		Buena Fe	
RANGO DEL PRECIO DE LA ALMENDRA /QQ	Proporción de productores,%	RANGO DEL PRECIO DE LA ALMENDRA /QQ	Proporción de productores,%	RANGO DEL PRECIO DE LA ALMENDRA /QQ	Proporción de productores,%
\$ 104 - \$ 115	54	\$ 108 - \$ 115	15,4	\$ 110 - \$ 115	17,6
\$ 124 - \$ 128	44	\$ 122 - \$ 126	84,6	\$ 120 - \$ 130	82,4
\$44 (vendido en baba a 115/qq al 38% )	2		0		0
TOTAL	100		100		100

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADA

**ELABORACIÓN:** EL AUTOR

De acuerdo con las cifras del **Cuadro 25** más del 60% de los productores encuestados no cuentan con transporte propio para llevar su producto al mercado. Casi un 40% si cuenta con esta facilidad.

**Cuadro 25 Los Productores Cacaoteros de las Zonas de Estudio Cuentan con Vehículos Propios para Transportar su Producto al Lugar de la Venta**

TRANSPORTE	Mocache	Valencia	Buena Fe	$\bar{X}$
	-----% de productores-----			
NO	56	62	65	61
SI	44	38	35	39
TOTAL	100	100	100	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Según el **Cuadro 26** en el cantón Buena Fe predominan los productores con un rango más alto de los precios por la transportación de sus productos entre \$8 - \$10 con una proporción de (53%). En el cantón Mocache predominan aquellos productores que pagan por la movilización del producto aun teniendo vehículos propios le dan un valor por la transportación del grano en uno de los rango más bajo de \$2 - \$7 con un promedio más alto de (56%). Mientras que el cantón Valencia con un rango más bajo de \$3,50 - \$5 por pagos de transportación de grano con uno de los promedios más alto (87%).

**Cuadro 26 Rangos de Precios por la Transportación del Cacao en las Zonas Bajo Estudio**

Mocache		Valencia		Buena Fe	
RANGO DEL PRECIO DE LA TRANSPORTACIÓN DEL PRODUCTO	--% de productores--	RANGO DEL PRECIO DE LA TRANSPORTACIÓN DEL PRODUCTO	--% de productores--	RANGO DEL PRECIO DE LA TRANSPORTACIÓN DEL PRODUCTO	--% de productores--
\$ 2 - \$ 7	56	\$ 3,5 - \$ 5	87	\$ 2 - \$ 5	47
\$ 8 - \$ 14	40	\$ 12 - \$ 20	13	\$ 8 - \$ 10	53
NO PAGA	4		0		0
TOTAL	100		100		100

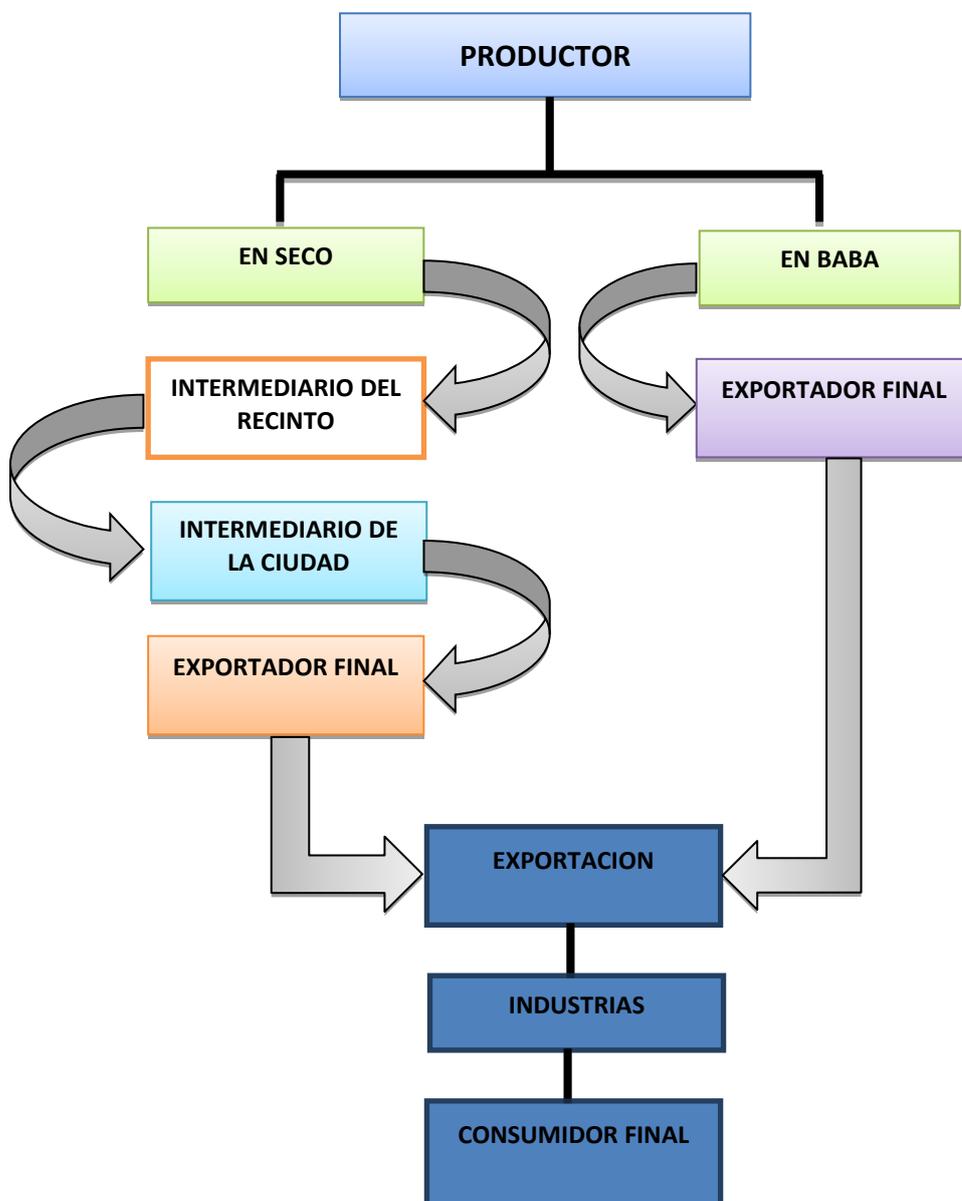
FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

#### 4.1.1.8 Canales de Comercialización del Cacao

Los canales de comercialización de cacao están enfocados desde el productor a los centros de acopio, los mismos que se encuentran ubicados en la zona de estudio. El grano se comercializa mayoritariamente seco; en unos pocos casos en baba. Luego de este proceso el cacao se destina al mercado local y extranjero. La Figura 1 describe la dinámica de la comercialización en la zona.

Figura 1 Canales de Comercialización de Cacao



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADA  
ELABORACIÓN: EL AUTOR

## 4.2 DISCUSIÓN

Aunque en cada cantón predomina un rango diferente de superficie cacaotera con la mayor proporción de productores, el promedio a través de cantones muestra una asignación equilibrada del porcentaje para cada categoría (1-3 ha, 3-6 ha, 6-10 ha). Todos los rangos corresponden a pequeños productores. La predominancia de productores propietarios de su tierra es un factor de estabilidad que estimula las decisiones para invertir en el desarrollo de las fincas. El hecho de que la proporción más alta de productores vienen produciendo cacao en un rango 5-10 años, sugiere la existencia de un activo proceso de compra-venta de tierra agrícola en la última década, posiblemente estimulado por ventas realizadas por posesionarios. La falta de pertenencia a organizaciones de productores posiblemente revela un rasgo cultural de excesiva individualidad, pero también muestra que hay oportunidades para trabajar en el desarrollo de la asociatividad como fuente de servicios para mejorar la productividad y desarrollo rural. La falta de coincidencia entre el tiempo transcurrido desde que los productores se asentaron en la finca y el tiempo que tienen dedicado a la producción de cacao, al parecer es el resultado de los diferentes momentos en que decidieron sembrar cacao, luego de adquirida la finca. Durante la última década el cacao se ha mantenido con una creciente demanda internacional con precios que la mayor parte del tiempo varían entre \$ 2500 y \$ 3000/tonelada, despertando el interés por sembrar cacao usando clones de alta productividad. Gran parte de la siembra ha ocurrido en los últimos cinco años, coincidiendo con la alta tasa de crecimiento de la superficie sembrada con cacao clonal, particularmente CCN 51 a nivel nacional (el cacao CCN51 fue declarado mediante acuerdo ministerial un bien de alta productividad). Actualmente los expertos consideran que el crecimiento del sector cacaotero se debe a que las plantaciones de esta variedad se han incrementado en el país en un 50% en diez años, a un ritmo mayor que las plantaciones de cacao de fino aroma (ZURITA, 2014)). La predominancia en la zona de huertas con manejo semi-tecnificado respalda este argumento pues la mayoría del cacao clonal no cuenta con riego para aliviar la sequía en el verano. Los resultados sugieren que solo un 3 al 6% de productores conducen sistemas intensivos de producción de cacao que al parecer incluye sistema de riego. Más del 50% del cacao sembrado en la zona corresponde al clon CCN 51 y es común observar que aquellas siembras con riego es cacao de esta variedad. La mayor productividad es reportada para el cacao CCN 51 en la época seca, particularmente el último cuatrimestre que es cuando se cosecha el 60% o más de su producción; esta característica de producción estacional está determinada

genéticamente. Por tanto hay una gran brecha con relación a la producción en la época lluviosa que es menor, por lo que el recorte de la producción por enfermedades es menor en CCN 51 en relación con otras variedades. Por el contrario, la variedad presente en las huertas tradicionales (fino de aroma) es afectada agresivamente por las enfermedades pues el 60% de la producción sale en el primer semestre del año. La destrucción de una porción importante de la cosecha recorta sensiblemente los ingresos. Por ese motivo los productores se ven obligados a sustituirlos con otras variedades, principalmente CCN 51. Esta afirmación coincide con la respuesta de los productores encuestados acerca de que las plagas-enfermedades representan el principal factor limitante de su producción e ingresos. Un alto porcentaje (85%) de los productores se financian con recursos propios por temor de no poder cancelar sus deudas si la cosecha es pobre y los precios son bajos, combinación que minimiza sus ingresos. Al no recibir asistencia técnica, la mayoría de los productores toman decisiones de manejo del cultivo apoyándose en su experiencia y la de vecinos cacaoteros a quienes consulta. Sin embargo, el estudio reveló que en gran parte si muestran interés por recibir servicios técnicos de otras fuentes. De esta manera, el interés mostrado se convierte en una necesidad y recurso para la formulación de programas más efectivos de transferencia de tecnología cacaotera. Puesto que casi el 100% de los productores encuestados poseen tendales de cemento esto explica porque gran parte del cacao comercializado en la zona se vende seco, aunque con distintos niveles de humedad en función del número de días que ha estado secándose. Además, la venta en seco del cacao les permite negociar mejores precios al tiempo que se facilita la manipulación y transporte del producto. Esta es la razón por la que el porcentaje de productores que vende su cacao en baba es mínimo, y lo hacen posiblemente apremiados por la urgencia de algún pago inmediato pero a costa de una menor rentabilidad. Los productores venden directamente su cacao a las compañías exportadoras porque les pagan más, sin demora y en efectivo. Es la razón por la que los exportadores dominan el mercado de compra de cacao a los pequeños productores. La variación frecuente del precio que reciben por la venta del cacao es un factor interno de difícil control, a menos que los productores se organicen y comercialicen su producto con operadores de mercados “nicho” de alto precio. Aquí hay otra oportunidad de desarrollo que debe ser abordado por las políticas públicas. El precio que los productores reciben por el cacao es variable; un factor que influye sobre esta variación es la distancia entre el sitio de compra, el punto de acopio y exportación. A mayor distancia se tiende a pagar menor precio. El otro factor es externo y depende de la demanda y oferta del grano a nivel mundial. Déficits globales de menos de cien mil toneladas en un mercado de poco

más de cuatro millones de toneladas, pueden producir amplias variaciones del precio que se van a reflejar en el mercado interno. Según una publicación del Suplemento La Revista de diario El Comercio (2013), los mercados respaldan su optimismo pues la producción del cacao se quintuplicó entre 2005 y 2013. De las 205 000 toneladas de cacao que exportó Ecuador en el 2014, la mitad fue CCN-51(ELCOMERCIO, 2013)). La falta de transporte propio para movilizar el cacao por parte de un alto porcentaje de productores podría estar agregando costos de comercialización con potencial para recortar el ingreso por la venta del producto.

**CAPITULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **5.1 CONCLUSIONES**

Los actores que participan en la cadena de comercialización del cacao están vinculados de la siguiente manera: productor – intermediario – exportador, demostrando que es una cadena relativamente corta porque la mayoría de los productores (65%) vende directamente al exportador.

Casi el total de los productores vende su cacao con distintos niveles de secado que le facilita la manipulación y transportación del producto, pero que además le permite negociar mejores precios a medida que la humedad se acerca al 8% y el contenido de impurezas sea mínimo.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

Es necesario planificar y conducir estudios para identificar los factores que impiden la formación de asociaciones o cooperativas de productores, como fuente de servicios agrícolas para el desarrollo de la actividad cacaotera. La asociatividad permite bajar costos de producción, adquirir insumos al por mayor para reducir precios y aumentar la accesibilidad de los productores a la asistencia técnica. Además se benefician de una mayor capacidad para negociar precios y buscar mercados con mayor valoración de su producto.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1 BIBLIOGRAFÍA

- AGRO, E. (26 de 09 de 2012). El Salón del Cacao y Chocolate ecuatoriano 2012. *EL AGRO*.
- AGRO, E. (2013). EL CACAO EN LA ECONOMIA DEL ECUADOR. *REVISTA \_ DEL AGRO*.
- AGRO, E. (2013). EL CACAO EN LA ECONOMIA DEL ECUADOR. *REVISTA \_ DEL AGRO*.
- AGROCALIDAD. (2011). *MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL REGISTRO Y*. <http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/pdfs/sanidadvegetal/Manualdec-entrosdeacopioybodegas.pdf>.
- AGROP. REVISTA DE LA FACULTAD. (2004). Los pequeños productores y su participación en el proceso de comercialización agrícola. *Revista de la Facultad de Agronomía*, [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0378-78182004000200007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0378-78182004000200007&script=sci_arttext).
- ANECACAO. (2014). *Libre mercado regula el precio del Cacao*. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ICDzNuRU1BEJ:www.anecacao.com/es/libre-mercado-regula-el-precio-del-cacao/+COMERCIALIZACION+DE+CACAO+SECTOR+ECUATORIANO&cd=7&hl=es&ct=clnk&gl=ec>.
- ANECACAO. (18 de 06 de 2014). Libre mercado regula el precio del Cacao. *ANECACAO*.
- ANECACAO. (2015). *ASOCIACION NACIONAL DE EXPORTADORES DE CACAO - ECUADOR*. ECUADOR: <http://www.anecacao.com/es/cacao-nacional/>.
- ARELLANO, R. (2002). *marco teorico de Concepto de Comportamiento del Consumido*. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/419/Concepto%20de%20Comportamiento%20del%20Consumidor.htm>.
- Avalos, V. C. (2008). *Participación de las asociaciones campesinas en el acopio y comercialización de cacao (Theobroma cacao L.) en Tabasco, México*. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-29792008000200007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-29792008000200007).
- AVILES, R. C. (2013). Tesis. *EVALUACIÓN ECONÓMICA DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CULTIVO DE CACAO (Theobroma cacao L.) EN LA ZONA DE QUEVEDO*. Quevedo, Los Rios, Ecuador.

- BAJAÑA, L. A. (2014). Tesis. *ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA RENTABILIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO FINO DE AROMA EN GRANO SECO Y EN BABA DE LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES 23 DE FEBRERO DEL RECINTO EL CONGO, CANTÓN BUENA FE*. Buena Fe, Los Rios, Ecuador.
- BARRIGA, J. M. (2011). *PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL*. GUAYAQUIL, GUAYAS, ECUADOR:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1637/1/JOS%C3%89%20MIGUEL%20CEVALLOS%20BARRIGA.pdf>.
- BONTA. (2006). *Definición de Precio*.  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>.
- CANACACAO. (2011). *ESTUDIO DE CASO CACAO FINO DE AROMA*.  
[http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19\\_Estudio\\_de\\_Caso\\_Cacao\\_Ecuador.pdf](http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19_Estudio_de_Caso_Cacao_Ecuador.pdf).
- CARRIEL. (2012). *ESTUDIO DEL CACAO Y PROPUESTA GASTRONÓMICA DE AUTOR*. QUITO, ECUADOR:  
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BUdviPhJjiEJ:dspace.internacional.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/23/1/ESTUDIO%2520DEL%2520CACAO%2520Y%2520PROPUESTA%2520GASTRON%25C3%2593MICA%2520DE%2520AUTOR.pdf+%&cd=5&hl=es&ct=clnk&client=opera>.
- CASTRO ZURITA. (2014). *El cacao ecuatoriano*.
- COMERCIO, E. (2005). *COMERCIO DETALLISTA. COMERCIO DETALLISTA*.
- ECORAE, INIAP, CORPEI Y GTZ-PAC. (2003). *DESARROLLO DE LA CADENA DE CACAO ORGÁNICO EN LA AMAZONIA*. ECUADOR:  
[http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/DESARROLLO\\_CADENA\\_CAO\\_ORGÁNICO\\_AMAZONIA.pdf](http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/DESARROLLO_CADENA_CAO_ORGÁNICO_AMAZONIA.pdf).
- EL COMERCIO. (2015). *El cacao CCN-51 pasó de patito feo a cisne de la producción ecuatoriana*. Recuperado el 05 de Agosto de 2015, de  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cacao-ccn-51-paso-de.html>
- ELCOMERCIO. (2013). *El cacao CCN-51 pasó de patito feo a cisne de la producción ecuatoriana. EL COMERCIO*.
- ESPEJO, L. F. (2005). *Concepto de Mercado, Según Expertos en Mercadotecnia*.  
<http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>.

- ESTRADA. (2011). *“Guía técnica del cultivo de cacao manejado con técnicas agroecológicas”*. EL SALVADOR:  
[http://biblioteca.catie.ac.cr/descargas/Estrada\\_et\\_al\\_Guia\\_Tecnica\\_Cacao.pdf](http://biblioteca.catie.ac.cr/descargas/Estrada_et_al_Guia_Tecnica_Cacao.pdf).
- FARBER, P. B. (2010). <http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-Mercado-Seg%C3%BAn-Expertos-En/137780.html>.
- FELLNER, A. (2004). *PEQUEÑO PRODUCTOR AGRÍCOLA: INFORME DE COSTOS Y APLICACIÓN DEL TABLERO DE CONTROL*.  
[http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/iapuco/trabajo26\\_iapuco\\_condicional.pdf](http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/iapuco/trabajo26_iapuco_condicional.pdf)
- FLORES, D. L. (2011). Conceptos de oferta y demanda y producción del cacao (página 2).  
 En D. L. FLORES. <http://www.monografias.com/trabajos58/oferta-demanda-cacao/oferta-demanda-cacao2.shtml>.
- FRANCO. (Julio de 2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA*. Recuperado el 05 de agosto de 2015, de  
[http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/933/3/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20UNA%20PLANTA%20QUE%20PROCESE%20Y%20TRANSFORME%20EL%20CACAO%20EN%20PASTA%20EN%20CANT%C3%93N%20MOCACHE%20PROVINCIA%20DE%20LOS%20R%](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/933/3/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20UNA%20PLANTA%20QUE%20PROCESE%20Y%20TRANSFORME%20EL%20CACAO%20EN%20PASTA%20EN%20CANT%C3%93N%20MOCACHE%20PROVINCIA%20DE%20LOS%20R%20)
- FUTURE. (08 de 25 de 2014). El mercado mundial demanda cada vez más cacao ecuatoriano. *EL COMERCIO*.
- GONZALES, J. F. (2009). *La Comercialización del Cacao*. <http://www.camaren.org/la-comercializacion-del-cacao-2/>.
- GONZALEZ, L. (2014). *Definición de Beneficio*. <http://conceptodefinicion.de/beneficio/>.
- GTZ-PAC. (2003). *DESARROLLO DE LA CADENA DE CACAO ORGÁNICO EN LA AMAZONIA*.  
[http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/DESARROLLO\\_CADENA\\_CAO\\_ORG%C3%81NICO\\_AMAZONIA.pdf](http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/DESARROLLO_CADENA_CAO_ORG%C3%81NICO_AMAZONIA.pdf).
- GUADAÑO, F. (2015). *RENTABILIDAD*. <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>.
- GUERRERO. (02 de 03 de 2015). EL CACAO ECUATORIANO. *LIDERES*, 1.
- GUERRERO, G. (2015). MERCADO CACAO EN ECUADOR. *LIDERES*.
- INAP. (1987). *MANUAL DEL CULTIVO DE CACAO* (2 ed.). (E. E. INIAP, Ed.)  
 QUEVEDO, LOS RIOS, ECUADOR:

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mfZ7vXDRTO0J:190.12.29.194:2080/AGRIS\\_SP/TEXTOCOMP/MANUALES/MANUAL%2520DEL%25200%2520CULTIVO%2520DE%2520CACAO.PDF+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mfZ7vXDRTO0J:190.12.29.194:2080/AGRIS_SP/TEXTOCOMP/MANUALES/MANUAL%2520DEL%25200%2520CULTIVO%2520DE%2520CACAO.PDF+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec)

- INIAP. (2012). *GUIA DEL MANEJO INTEGRADO DE ENFERMEDADES DEL CULTIVO DE CACAO*. JOYA DE LOS SACHAS, ORELLANA, ECUADOR.
- INTERNACIONAL, L. (2011). *SOSTIIBILIDAD DEL CACAO. REPORTE DE TIIBILIDAD DEL CACAO*.
- JACOME, C. (2014). *VENTAJA COMPARATIVA DEL ECUADOR*.  
<http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/191-ventaja-comparativa-del-ecuador-hablemos-del-cacao>.
- KATTER. (2002). *Definición de rentabilidad*. <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>.
- KOTLER. (1995). *Reflexiones teóricas sobre la comercialización de productos y servicios universitarios*.  
<http://www.monografias.com/trabajos42/productos-universitarios/productos-universitarios.shtml>.
- KOTLER, P. (2005). *Concepto de Mercado, Según Expertos en Mercadotecnia*.  
<http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>.
- LEPIDO, B. (2009). *GUIA TECNICA DEL CULTIVO DE CACAO*. Santo Domingo, República Dominicana.
- MAGAP. (19 de OCTUBRE de 2012). *MAGAP impulsa proyecto de reactivación del Cacao Fino y de Aroma*. <http://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-proyecto-de-reactivacion-del-cacao-fino-y-de-aroma/>.
- MALHOTRA, N. (2004). *Definición de Investigación de Mercados*.  
<http://es.scribd.com/doc/86371120/Definicion-de-Investigacion-de-Mercados#scribd>.
- MENDOZA. (2000). *MERCADEO AGROPECUARIO*.  
<file:///C:/Users/pc/Downloads/Mercadeo%20agropecuario.pdf>.
- MENDOZA.G. (1987). *Compendio de mercadeo de productos agropecuarios*.  
[http://smye.info/gia-mexico/wp-content/uploads/2010/07/10\\_CGAEARALC/Modulo\\_IV/Unidad\\_01/01\\_unidad.htm#1.6](http://smye.info/gia-mexico/wp-content/uploads/2010/07/10_CGAEARALC/Modulo_IV/Unidad_01/01_unidad.htm#1.6).
- MONTOYA, W. (25 de 08 de 2014). El mercado mundial demanda cada vez más cacao ecuatoriano. *EL COMERCIO*.

- MORAN, I. (2008). *FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO*. QUITO, ECUADOR: <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/410/1/IAEN-M041-2008>.
- MUÑIZ, R. (2015). *Detallistas y mayoristas*. <http://www.marketing-xxi.com/detallistas-y-mayoristas-65.htm>.
- NESTLE. (2011). *PLAN CACAO*. <http://ww1.nestle.com.ec/csv/desarrollorural/plancacao>.
- PROECUADOR. (2011). *ANALISIS SECTORIA DEL CACAO*. ECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>.
- PROECUADOR. (2013). *ANALISIS DEL SECTOR DE CACAO* . ECUADOR: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC\\_AS2013\\_CACAO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf).
- QUINGAISA. (2007). *DENOMINACION DE ORIGEN “CACAO ARRIBA”*. QUITO, ECUADOR: <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A7704E/A7704E.PDF>.
- QUINTERO, M. L. (2004). *Agroalimentaria Versión impresa ISSN 1316-0354*. En M. L. QUINTERO, *El mercado mundial del cacao*. [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-03542004000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-03542004000100004&script=sci_arttext).
- RADI.(2005). ESTUDIO SOBRE EL MERCADO DE VALOR PARA EL CACAO NACIONAL DE ORIGEN Y CON CERTIFICACIONES, *Iniciativa Biocomercio Sostenible - CORPEI* (pág. 8). <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RgoWxW2KKaAJ:www.ecociencia.org/archivos/EstudiodeMercadoparaCacaoNacionaldeOrigenyconcertificaciones-100226.pdf+revista+cientifica+sobre+el+cacao+y+su+comercializacion&cd=8&hl=es&ct=clnk&gl=ec>.
- SINAGAP. (2012). SISTEMA DE INFORMACION NACIONAL DE AGRICULTURA , GANADERIA Y PESCA. En *Reporte de Resultados del Censo Provincial Completo en excel (Todas las Provincias)* (pág. 4). QUEVEDO, LOS RIOS, ECUADOR: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/censo-nacional-agropecuario/24-iii-censo-nacional-agropecuario>.
- STANTON, E. Y. (2010). *Definición de mercado, según expertos en la materia*. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-Mercado-Seg%C3%BAn-Expertos-En/137780.html>.

- STANTON, E. Y. (2010). *Definición de mercado, según expertos en la materia*.  
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-Mercado-Seg%C3%BAn-Expertos-En/137780.html>.
- STOPSON FERNANDA . (2007). *PROYECTO DE REINGENIERIA COMERCIAL, RECURSOS HUMANOS ,ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA*. GUAYAQUIL, ECUADOR:  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../6810/1/tesis%20completa.doc>.
- SUAREZ, M. (2004). APRENDIZAJE HISTORICO DE MATEMATICAS. En M. SUAREZ. ECUADOR: <http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml>.
- THOMPSON, I. (2007). *TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCION*.  
<http://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html>.
- TRONCOSO, C. (2004). *Márgenes de comercialización y concentración industrial en el mercado de frutas y hortalizas en Chile*.  
[http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-03542004000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-03542004000100006&script=sci_arttext).
- VASCO. (2015). Breve Historia del Cultivo de Cacao en el Ecuador. ACUACOCOA,  
[http://www.ecuacocoa.com/espanol/index.php?option=com\\_content&task=view&id=12&Itemid=51](http://www.ecuacocoa.com/espanol/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=51).
- ZAMBRANO, D. J., & PINCAY, M. E. (2013). Tesis de Grado. *ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS CULTIVOS DE CACAO NACIONAL (Theobroma cacao) Y CLONAL (CCN51) EN LA ZONA DE LA COLONIA 24 DE MAYO DEL CANTÓN BUENA FE*. Buena Fe, Los Rios, Ecuador.

**CAPITULO VII**  
**ANEXOS**

## 7 ANEXOS

### 7.1 ENCUESTA A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO EN EL CANTON: MOCACHE, VALENCIA Y BUENA FE.

ENCUESTA N°.....

FECHA: .....

#### IDENTIFICACION DE LA PROPIEDAD

Nombre de la finca .....

Nombre del propietario.....

#### NUMERO DE HECTAREA

NUMERO DE HECTAREA		
MAS DE 1 O MENOS DE 3	MAS DE 3 O MENOS DE 6	MAS DE 6 MENOS DE 10

#### CARACTERÍSTICAS DE LA FINCA

Tenencia de la tierra

Propietario ( )

Posesionario ( )

Otros(especifique).....

¿Hace cuánto tiempo tiene la finca?

AÑO DE POSESION DE LA FINCA		
DE 1 A 5 AÑOS	DE 5 A 10 AÑOS	DE 10 A MAS AÑOS

¿Pertenece a asociaciones u organizaciones de pequeños productores cacaoteros?

SI ( ) NO ( )

OBSERVACIÓN \_\_\_\_\_

#### CARACTERÍSTICA DE LA PRODUCCIÓN

¿Hace que tiempo se dedica a la producción de cacao?

3 a 5 años ( )

5 a 10 años ( )

10 años y más ( )

¿Qué sistema de manejo utiliza en su producción de cacao?

Tecnificada ( )

Semi-tecnificada ( )

No tecnificada ( )

OBSERVACION \_\_\_\_\_

Tipo de cultivo de cacao?

CCN-51 ..... Injerto..... Fino de aroma.....

OBSERVACION \_\_\_\_\_

¿Promedio de quintales de cacao cosechados por hectárea?

Invierno..... Verano.....

¿Según su criterio cuales son los problemas que afectan a la producción?

PROBLEMA		
Plagas y Enfermedades	Comercialización	Precios

OBSERVACION \_\_\_\_\_

#### IV FINANCIAMIENTO

¿Cómo financia su producción de cacao?

Ingresos propios ( )

Préstamos a instituciones financieras ( )

Préstamos a particulares ( )

OBSERVACION \_\_\_\_\_

#### ASISTENCIA TECNICA

¿Recibe Ud. Visita de técnicos que le asesoren en esta actividad?

Si..... No.....

(Si la respuesta es sí) Quien le asesora

Centros de acopio. ( )

Profesionales particulares ( )

MAGAP ( )

INIAP ( )

Otros(especifique).....

(Si la respuesta es no) Por qué.....

¿Desearía solicitar asistencia técnica?

Si ( ) No ( )

OBSERVACIÓN \_\_\_\_\_

¿En qué actividad desearía la colaboración de un profesional?

- Podas ( )  
Fertilización ( )  
Control de plagas y enfermedades ( )  
Cosecha ( )

### COMERCIALIZACIÓN

¿De qué manera comercializa su cacao?

Seco ( ) baba ( )

Por qué? .....

Donde ?.....

¿Dónde seca el cacao?

- Tendal de cemento ( )  
Tendal de caña ( )  
Secadora ( )  
No es necesario ( )

OBSERVACION \_\_\_\_\_

¿Cuántos días seca el cacao?

- 1 – 2 días  
3 – 4 días  
No es necesario

OBSERVACION \_\_\_\_\_

¿Dónde comercializa usted su cacao?

- Intermediario de recinto o poblado ( )  
Intermediario de ciudad ( )  
Industrial ( )  
Exportador ( )

¿Por qué prefiere vender cacao en baba? ( )

- Mayor facilidad ( )  
Menor labor ( )  
Mayor beneficio ( )

OBSERVACIÓN \_\_\_\_\_ ( )

¿Por qué prefiere vender cacao seco?

Mayor facilidad

Menor labor

Mayor beneficio

( )  
( )  
( )

¿Qué problema tiene al vender el producto?

Precios bajos

Injusta forma de pago

Precios variables

( )  
( )  
( )

OBSERVACIÓN \_\_\_\_\_

¿De qué manera recibe el pago por la venta de cacao?

En efectivo

Cheque

Comprobante de retiro

Otros(especifique).....

( )  
( )  
( )  
( )

¿Al vender su cacao en baba obtiene la rentabilidad deseada.?

Si ( ) No ( )

Por qué.....

¿Al vender su cacao en seco obtiene la rentabilidad deseada.?

Si ( ) No ( )

Por qué.....

¿Quién determina el precio de su cacao?

Intermediario de recinto o poblado

Intermediario de ciudad

Industrial

Exportador

( )  
( )  
( )  
( )

OBSERVACIÓN \_\_\_\_\_

¿Cuál es el precio oficial en que vende su cacao?

SECO \$.....qq.

BABA \$.....qq.

## 7.2 Fotos de Trabajo de Campo con los Agricultores Cacaoteros



