



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN - (INFORME FINAL) PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS
COMERCIALES.

TEMA

“EL VALOR AGREGADO A LA MATERIA PRIMA Y SU
FORTALECIMIENTO AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO
DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN ECHEANDIA,
PROVINCIA BOLÍVAR AL 2016.”

AUTORES:

MONTESDEOCA GUAMAN CHRISTIAN HUGO
ALVAREZ CHAVEZ LUZ MABEL

DIRECTOR:

ING. WILTER CAMACHO

PARES ACADEMICOS

ING.MARIO ESCOBAR ING.MARLON GARCIA

2016

GUARANDA – ECUADOR

CERTIFICADO DEL DIRECTOR



CERTIFICADO DEL DIRECTOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA
UNIDAD TITULACIÓN - INGENIERÍA COMERCIAL

A quien interese:

ING. WILTER CAMACHO, DIRECTOR, del PROYECTO DE INVESTIGACION,
(Modalidad de Titulación), a petición de parte interesada,

CERTIFICA

Que el presente Proyecto de Investigación, denominado "EL VALOR AGREGADO A LA MATERIA PRIMA Y SU FORTALECIMIENTO AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN ECHEANDIA, PROVINCIA BOLÍVAR AL 2016.", supervisado por mi persona como director del proyecto de investigación cuyos autores **MONTESDEOCA GUAMÁN CHRISTIAN HUGO Y ÁLVAREZ CHÁVEZ LUZ MABEL** estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial; han acogido las recomendaciones, por lo que presento mi aval para que se continúe con el trámite posterior correspondiente.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 12 de septiembre del 2016

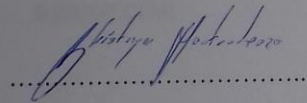
Ing. Wilter Camacho

Docente

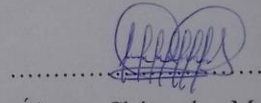
AUTORIA DEL TRABAJO

AUTORÍA DEL TRABAJO

Nosotros MONTESDEOCA GUAMAN CHRISTIAN HUGO y ALVAREZ CHAVEZ LUZ MABEL, declaramos ser autores del trabajo y eximo expresamente a la Universidad Estatal de Bolívar y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales



Montesdeoca Christian Hugo
C.I. 020207961-2



Álvarez Chávez luz Mabel
C.I: 120709220-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL

FIRMA

FECHA

Ing. Maricela Espín
VICEDECANA



24 de Octubre 2016

Ing. Wilter Camacho
DIRECTOR



24 de Octubre 2016

Ing. Mario Escobar
PAR ACADÉMICO



24 de Octubre 2016

Ing. Marlon García
PAR ACADÉMICO 2



24 de Octubre 2016

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación quiero dedicar primeramente a Dios, por brindarme la perseverancia para continuar adelante, a mi madre María Isabel Guamán por ser un pilar fundamental en mi desarrollo como persona y guía moral, también dedico este trabajo a mis maestros(as) compañeros(as) con los que compartí muchas experiencias en el momento de aprendizaje.

Christian Montesdeoca

Este proyecto de investigación dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, y a mis padres Epifanio Álvarez y Alba Chávez, quienes con nobleza y entusiasmo depositaron en mí su confianza y apoyo en el logro de mi meta de ser una profesional y ser útil a la sociedad también dedico a mi hermana Moraima Álvarez Chávez quien me brindó su apoyo incondicional.

Gracias a los docentes y compañeros de la Universidad Estatal de Bolívar quienes compartieron sus conocimientos y experiencia hacia mí.

Mabel Álvarez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la sabiduría necesaria para seguir adelante y concluir con éxito mis estudios, a mi madre por sus consejos los cuales me han ayudado en el proceso de formación por siempre cuidarme y aconsejarme cuantas lo necesitaba y agradecerles al director del proyecto de investigación Ing. Wilter Camacho y pares académicos Ing. Marlon García e Ing. Mario Escobar, por haber impartido sus conocimientos para lograr ser un excelente profesional.

Christian Montesdeoca

Un agradecimiento profundo a la Universidad Estatal de Bolívar por la apertura y facilidad que ha brindado para ser estudiante de esta Institución, a la Facultad de Ciencias Administrativa, al Ing. Wilter Camacho director del proyecto de investigación y pares académicos Ing. Marlon García e Ing. Mario Escobar por su incondicional ayuda y orientación del trabajo de grado.

Mabel Álvarez

ÍNDICES

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICADO DEL DIRECTOR.....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICES.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS.....	VIII
RESUMEN EJECUTIVO.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN.....	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	2
MÉTODO.....	5
RESULTADOS.....	6
DISCUSIÓN.....	9
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	12
APÉNDICES.....	14

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comercialización del producto	6
Tabla 2 Porque no se procesa el cacao	6
Tabla 3 Clasifica el cacao para su venta	7
Tabla 4 Sistemas de capacitación para el mejoramiento de sus cultivos	8

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 12 Encuesta a los agricultores de cacao	23
Gráfico 13 Conversación sobre la forma de producción de cacao	23
Gráfico 14 Cacao seco después de su cosecha	24
Gráfico 15 Encuesta a los productores de cacao	24
Gráfico 16 Entrevista previa a las encuestas, visitas a las comunidades	25
Gráfico 17 Encuestas a los productores de cacao	25
Gráfico 18 Cultivos de cacao	26

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad del desarrollo de esta investigación es proporcionar un valor agregado al cacao (materia prima) y su fortalecimiento al desarrollo socio económico de los habitantes del cantón Echeandía, provincia Bolívar al 2016. Se realizó a través de los siguientes objetivos, de forma general “Determinar si el valor agregado del cacao, permite el desarrollo socio económico de los productores agrícolas del Cantón Echeandía Provincia Bolívar..” que en su defecto determinó los siguientes objetivos específicos: Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Echeandía sobre la producción del cacao y su valor agregado; analizar aspectos teóricos sobre la producción del cacao, valor agregado y desarrollo socio-económico; redactar el informe final de acuerdo a los resultados obtenidos, el aspecto fundamental radica en el diseño e implementación de nuevas estrategias para generar un valor agregado a la producción de cacao, impulsando su desarrollo en base a las necesidades de los habitantes del Cantón.

La metodología que se utilizó en el presente proyecto de investigación fue mediante el método deductivo inductivo, y analítico; los tipos de investigación son: descriptivos, bibliográficos, y de campo; el universo del proyecto de investigación lo constituyen las 16 comunidades localizadas en el sector rural del Cantón Echeandía, a quienes se les aplicó la encuesta, dándonos a conocer que no le dan un valor agregado a su producción agrícola, la capacitación para el mejoramiento de sus cultivos y la falta de accesos para el transporte al momento de vender el producto a los compradores mayoristas y minoristas.

Para obtener los resultados que fundamentaron estadísticamente el trabajo de investigación para su formulación e interpretación, fue establecido de la siguiente manera: datos informativos, Tema, Antecedente o estado del arte, justificación. Objetivos generales y tres específicos, marco teórico establecidos por teorías conceptuales, preguntas a defender, desarrollo de preguntas, métodos, tipos de investigación, técnicas e instrumentos para la obtención de datos, universo y muestra. Para el análisis e interpretación de datos, se realizó un total de 227 encuestas a los productores de cacao del cantón Echeandía y una observación directa en su manera de laborar.

ABSTRACT

The purpose of this researching is to provide added value to cacao crops, and its strengthening towards to the socio-economic development of Echeandía canton, 2016 Bolivar province. This researching was conducted through these following objectives, in general "To determine whether if the added cocoa value, allows socio-economic development of agricultural producers from Echeandía City, Bolivar Province . " we identified the following specific objectives: Conduct a situational analysis of Echeandía about cocoa production and its added value; Analyze theoretical aspects of cocoa production, also its value added and socio-economic development; at the end we write a final report according to the interpretation of the results. The fundamental aspect is the design and implement new strategies in order to generate an added value to cocoa production, boosting its development based on their inhabitants needs.

The methodology used in this researching project was through the inductive deductive, and analytical methods; the researching types are descriptive, bibliographic and field researching too. The researching sample in this project constitute 16 communities, they are located in the rural Echeandía sector, who they were administered the survey, letting us know that do not give added value to their agricultural production, also training to improve their crops and get over the lack of transaportation access when they need to sell their product to the wholesale and retail buyers. For the results statistically substantiated form this researching work, its formulation and interpretation, was established as follows: Informative data, Topic, history or state of the art, justification. general objective and three specific objectives, theoretical framework established by conceptual theories, questions to defend, developing questions, methods, researching types, techniques and tools for data collection, samples. For the analysis and interpretation data, a total of 227 surveys were conducted to cocoa producers from Echeandía canton, and it was directed as an observation on their way of working. The research project contains relevant terminology about the problem and its theoretical foundation that takes part of the socio-economic developmen

INTRODUCCIÓN

La naturaleza de investigación se lo desarrolla en base a las organizaciones campesinas de producción y comercialización del cantón que se encuentran debilitadas ya que existe una gran pérdida de credibilidad en las instituciones del gobierno por el poco apoyo que brindan

Por lo cual el centro de acopio del Cantón Echeandía UNORCIE tiene muchos problemas al receptor el producto y los comerciantes lo hacen fuera del Cantón provocando un gran impacto en el desarrollo socioeconómico para todos sus habitantes, la carencia de compromiso que tiene el centro de acopio y los precios por intermediarios que no son rentables para el productor y la falta de recursos se ha visto la necesidad de implementar estrategias de acción a favor de la UNORCIE, por lo cual se aplicara una tarea investigativa para el mejoramiento de la misma y así obtener un mejor desarrollo socioeconómico para todo el cantón

Por lo cual se estableció una línea de acción titulado “EL VALOR AGREGADO A LA MATERIA PRIMA Y SU FORTALECIMIENTO AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN ECHEANDIA, PROVINCIA BOLÍVAR AL 2016.”

Es recomendable que todos los productores de cacao del Cantón Echeandía conozcan el valor agregado para que sean cada vez, mayor el número de agricultores que decidan transformar la materia prima y así obtener una mayor rentabilidad al momento de su venta, de esta manera generando mayor desarrollo socio económico a los productores del Cantón Echeandía, brindando una estabilidad económica y fomentando la producción técnica de cacao a nivel nacional, para el desarrollo del proyecto de investigación se ha establecido estrategias, que ayudaran a que mejore la situación de los habitantes y productores del Cantón Echeandía, tomando como parte fundamental la clasificación del cacao por parte de los productores al momento de su venta , así mismo las capacitaciones brindadas por el centro de acopio UNORCIE y el MAGAP y la implementación del transporte por parte del centro de acopio UNORCIE , esto nos ayudara a que se obtenga un mayor beneficio en la venta de la materia prima y así se mejorara el desarrollo socio económico del mismo.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Valor Agregado

Valor agregado o valor añadido es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial; generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores y que aporta cierta diferenciación a un producto o empresa.

Beneficios del valor agregado

Fideliza con el cliente por medio de la superación de sus expectativas

- Diferencia nuestra oferta de la de los competidores
- Cautiva a los clientes actuales, y atrae nuevos
- Aumenta el valor de nuestra marca, así como su posicionamiento

El valor desde el punto de vista del consumidor como la interacción que surge entre el producto y el consumidor durante la situación de uso.

Esta manera de conceptualizar el valor nos proporciona una perspectiva más amplia, trascendiendo las fronteras que contienen solamente las características y los atributos del producto, incluyendo el aspecto experimental que se produce cuando se enfrenta al consumidor con el producto durante la situación de uso del mismo.

El valor agregado a los insumos y materias primas en el proceso de transformación de los mismos hasta llegar al producto o bien, el cual resulta calculado, sumando las remuneraciones a los factores productivos necesarios a emplear. (Horacio, 2001)

Desarrollo Socioeconómico

Destaca el papel decisivo para el nacimiento del consenso en los sistemas democráticos por ejemplo, que una democracia más “rica” es más estable, en cuanto a un ingreso nacional más alto corresponde una mayor igualdad social, una distribución más equitativa de bienes de consumo y, por lo tanto, un mayor apoyo al sistema, es por lo tanto el desarrollo socioeconómico el único factor que está en la base de esta explicación de estabilidad.

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de

una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo. (LISET, DICCIONARIO DE POLÍTICA VOLUMEN 1, 2001)

Direccionamiento Comercial

El éxito en la gestión para alcanzar los objetivos comerciales de la empresa, depende del saber enfrentar los constantes cambios del mercado y de planear, ejecutar, coordinar y evaluar el programa de ventas. En otras palabras (Muñiz 2010), dentro del espíritu de marketing, el direccionamiento comercial ajusta la oferta de la empresa a la demanda existente en el mercado.

En resumen el direccionamiento comercial lo que pretende es llegar al mayor número de clientes de la forma más efectiva para venderle sus productos en este orden de ideas, la empresa mejora las relaciones con sus socios comerciales y utilizan las tic para tener una comunicación personalizada y un mejor conocimiento de ellos.

Para llegar al mayor número de clientes se hace necesaria una excelente selección del personal comercial, que incluye el reclutamiento de los candidatos, formación comercial con nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades y competencias motivación en el entorno laboral y remuneración de vendedores. (Jorge, 2010)

Materia Prima

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final. (Gomez, 1986)

Cacao Nacional

El cacao nacional fino y de aroma del Ecuador es un producto con valor histórico, con identidad rural, es un cultivo que provee recursos de forma permanente a familias de pequeños agricultores y que facilita los sistemas agros productivos y la biodiversidad (Urrutia, 2012)

Producción

Es la serie total de fases, por las que pasa un material cambiando de forma mediante la utilización del trabajo, herramientas, maquinaria y operarios de acuerdo a un plan estratégico

Rendimiento que es el resultado de la acción del hombre, de los materiales, de la maquinaria, trabajando de acuerdo a un plan utilizando los materiales, maquinaria y equipo de la manera adecuada y más eficiente. (Perez, 2003)

MÉTODO

Los métodos que se utilizaron en el presente proyecto de investigación es el inductivo, deductivo y analítico, los cuales permitieron determinar la realidad actual a través del análisis del problema.

La investigación se realizó en el centro de acopio UNORCIE (Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía), que se encuentra ubicado en el km 1 vía a Ventanas cerca del retén policial, cuenta con todos los permisos respectivos para su funcionamiento, se contó con la ayuda permanente del Gerente el Sr Carlos Dorado del centro de acopio, que nos brindó toda la información requerida para el desarrollo y su ejecución.

Se investigó el proceso de comercialización, la forma de cultivo del producto (cacao), valor agregado a la producción, para saber cómo se encuentra su situación actual y así mirar los problemas que afectan en el desarrollo socioeconómico de los habitantes.

Se aplicó la estadística descriptiva con la que se obtuvo la información para realizar la muestra tomando en cuenta las 16 comunidades asociadas al centro de acopio UNORCIE, datos obtenidos del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Echeandía conformada por 2091 habitantes, que dividido para un promedio familiar de 4 personas representan 523 familias; a las cuales se realizó una distribución pues existen 16 comunidades productoras de cacao ,se utilizó el método estadístico “Método Aleatorio Estratificado Uniforme, el cual nos determinó una muestra de 227 encuestas aplicar.

Para la obtención de la información se realizaron entrevistas previas a los productores con temas referidos al valor agregado a la materia prima , mejoramiento de su calidad de vida y procesos de cultivo, la cual fue ejecutada en el tiempo de un mes estimado aproximadamente, de la misma manera se aplicó las encuestas a las 227 familias productoras de cacao la cual fue diseñada junto al director del trabajo de investigación, mediante las entrevistas pudimos observar los problemas que existe entre los productores al momento de comercializar, cultivar sus productos y dar valor agregado, para continuar con las tabulaciones mediante gráficos y dar la interpretación a cada uno de ellos , los resultados obtenidos no han sido manipulados por los autores del trabajo de investigación,

RESULTADOS

Con las encuestas realizadas a los productores de cacao de las comunidades del sector rural del Cantón Echeandía y las entrevistas previas, se ha determinado que la producción de cacao al momento de comercializar, lo realizan directamente los productores a otros cantones de preferencia Ventanas, ya que no existe un transporte del sector mismo el cual les facilite su traslado para su respectiva compra

Tabla 1 Comercialización del producto

Variables	Porcentaje
Dentro del Cantón	27%
Fuera del Cantón	51%
Centro de acopio	22%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Los autores

Forma de comercializar

Con la encuesta aplicada a las productores de cacao para saber en qué lugar comercializa su producto los resultados fueron que un mayor porcentaje comercializa su producto fuera del cantón, como Ventanas ya que lo pueden vender a un mejor precio , pero esto implica gastos de dinero en su transporte y tiempo hasta llegar a su lugar de venta y el productor pierde horas de trabajo que pueden en su cultivo y un porcentaje menor manifestaron que entregan dentro del cantón a pequeños comerciantes y otra parte son entregados en el centro de acopio como es el de la UNORCIE.

Tabla 2 Porque no se procesa el cacao

Variables	Porcentaje
No tiene instalación	20%
Desconoce procesos	17%
Personal no capacitado	11%
Poco interés	13%
Inversión elevada	39%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Los autores

Procesamiento del cacao

Mediante la encuesta aplicada a los productores para saber porque no se procesa el cacao, se obtuvo los resultados: que un alto porcentaje no realizan porque necesitan de una gran inversión, los productores no tienen condiciones económicas las cuales les ayuden a transformar la materia en producto terminado, con la compra de maquinaria, además no tienen los conocimientos para realizar su transformación y otro porcentaje manifestaron que en las diferentes comunidades no existe instalaciones para dichos procesos, ya que en el cantón Echeandia no existe una fábrica el cual aproveche el producto y así obtener productos como el chocolate que sería un buen ingreso y un desarrollo socioeconómico y mejorar la calidad de vida de sus habitantes y un menor porcentaje que desconocía las distintas transformaciones del producto por falta de conocimiento para dar un valor agregado a la materia prima

Tabla 3 *Clasifica el cacao para su venta*

Variables	Porcentajes
Si	0%
No	100%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Los autores

Clasificación del cacao

Las encuestas realizadas a los productores de cacao un 100% de los agricultores respondieron que no clasifican el producto al momento de su venta por falta de conocimiento en técnicas de clasificación según su variedad, peso, los agricultores al momento de clasificar su materia prima podrá vender un productor de buena calidad y venderlo a un mayor precio y así obtener un mayor beneficio, mediante las buenas prácticas agrícolas de cacao, con capacitaciones el productor tendrá un mejor conocimiento al momento de clasificarlo para venderlo.

Tabla 4 *Sistemas de capacitación para el mejoramiento de sus cultivos*

Variables	Porcentajes
Si	88%
No	12%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Los autores

Capacitación en los procesos de cultivo del cacao

Con las encuestas realizadas pudimos notar que los productores de cacao del Cantón Echeandia, necesitan capacitaciones sobre procesos productivos, no existe un cuidado en el desarrollo del producto por lo cual tienen perdidas al momento de cosechar, instituciones privadas como el centro de acopio UNORCIE y públicas como el Magap, podrán brindar capacitaciones sobre las buenas prácticas de cultivo, de esta manera se podrá obtener un producto acorde a las exigencias de los compradores y tendrán, mejores ganancias al momento de su venta.

Además con las observaciones pertinentes que se realizó se pudo observar que los productores realizan sus cultivos de forma empírica, para lo cual se desea implementar capacitaciones sobre las buenas prácticas agrícolas que serán de mucha ayuda para brindar un producto de buena calidad, el producto además no es entregado de manera adecuada sin haber sido clasificado: grado de humedad, sin impurezas, tipo de cacao.

DISCUSIÓN

Conclusiones:

- a) Los productores de cacao no clasifican el producto para la venta, de las encuestas realizadas un 100% lo realiza empíricamente, sin técnicas adecuadas las cuales les ayuden a brindar al mercado un producto de buena calidad, la separación según su variedad como ccn-51 y cacao fino de aroma, además su grado establecido de humedad del 8% lo que le permita tener un mayor valor nominal al momento de ofertar su producto, el no saber aprovechar la materia prima como la cascara de cacao al momento de extraer el grano, hace que los agricultores tenga muy poca utilidad por no brindar un valor agregado a su materia prima, este subproducto se lo puede obtener de forma manual y técnicamente venderlo como harina de cascara de cacao, que sirve como alimento nutricional para el ganado, lo que le permitirá tener un ingreso adicional a la venta de su materia prima clasificada.
- b) La comercialización del cacao se lo realiza fuera del cantón Echeandia tal es el caso de Ventanas y Quinsaloma en la provincia de los Ríos, por lo que de acuerdo a las encuestas, un 51% de los productores llevan su materia prima gastando tiempo y dinero para su venta, un 27% lo venden a intermediarios desde sus fincas pagándoles por el producto el precio que ellos creen conveniente, ya que los agricultores por necesidad en su familia prefieren ahorrar un poco de dinero al momento de venderlo fuera del cantón; esto origina un gasto adicional.

La dotación de transporte por parte del centro de acopio UNORCIE del cantón Echeandia, mejorara las condiciones de comercialización con lo que trabajaran en conjunto con los agricultores, mejorando la relación que existe entre comprador y vendedor, de esta manera se ahorrara el tiempo y dinero pagando jornaleros al momento de llevar a vender su producto a otro cantón; el dinero será redistribuido en el cantón Echeandia mejorando la calidad de vida de los pobladores.
- c) Los agricultores poseen poco conocimiento sobre los costos de producción y comercialización del producto, lo que constituye una herramienta fundamental para mejorar su nivel de vida así como los sistemas de producción agrícola.

El sector productivo cacaoero ha sido uno de los sectores muy descuidados, en especial los pequeños y medianos productores agrícolas, debido a la falta de metodologías de registro de información sobre los gastos que incurren, al poco nivel de conocimiento en contabilidad y uso de herramientas informáticas de las familias campesinas.

Recomendaciones

De acuerdo a la investigación realizada en el cantón Echeandía a los productores de cacao se detectó muchos problemas al momento de realizar la investigación en actividades como el proceso de producción y comercialización, por lo cual se recomienda lo siguiente:

- a) Los productores deben clasificar el producto para la venta, que sería una parte del valor agregado a la materia prima, lo que va permitir que el precio del producto mejore y se incrementen los ingresos de los agricultores, con lo que se mejoraría su estilo de vida y tendrían mayores ingresos.
- b) De las encuestas realizadas el 100% no clasifica el producto, por lo que tanto hombres y mujeres deben aplicar las buenas prácticas agrícolas de cacao (B.P.A), con lo que mejoraran el manipuleo, de la semilla y productos en las diferentes etapas de siembra, cosecha y comercialización incidiendo en el incremento de los ingresos de los productores.

El productor podrá darle un valor agregado en la forma de cultivar, entregaran para su venta materia prima, acorde a las necesidades para la transformación y no lo harán empíricamente sin técnicas, servirá las capacitaciones para concientizar sobre las formas de cultivo que se utilizan.

- c) Se les brindara capacitación para la transformación de harina de cacao, que servirá de alimento del ganado y obtener un ingreso complementario pues se aprovechara de la mejor manera posible la materia prima.
- d) Deben recibir capacitación sobre costos de producción y formas o canales de comercialización, lo que les va a permitir determinar sus costos reales de producción así como la rentabilidad que obtengan en un periodo de tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ Biblioteca jurídica. (2013). Constitución de la República del Ecuador. Quito.
- ❖ Bunge, M. (2004). Investigación Científica. Florida: siglo veintiuno editores.
- ❖ Carrasco , i., & castaño, r. (2008). revista del instituto de comercio exterior de España, noviembre-diciembre 2008
- ❖ Castillo A. (2000). estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. chile: intec.
- ❖ Drucker, p. (1985). innovation and entrepreneurship . Nueva York, usa.: harper y row, editorial usa compania .
- ❖ Eliecer, p. h. (agosto 2010). gerencia de servicio). 2da edicion , editorial: service edition.
- ❖ G Arias, F. (2012). El proyecto de investigacion. Caracas: editorial episteme.
- ❖ Google Maps. (s.f.). recuperado el 7 de julio de 2016, de google maps:
- ❖ Horacio, C. O. (2001). marketing de plan de emprendedores. suecia: 1ra edicion,editorial Suiza editores.
- ❖ Lasio Virginia, C. G. (2015). Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/gemeEcuador2014.pdf>
- ❖ Libardo, P. (2014). gestión del emprendimiento en perspectiva curricular. Bogotá : publicaciones la salle .
- ❖ Liset. (2001). diccionario de política volumen 1. Madrid: ediciones españa.
- ❖ Livio, G. (2006). Encuestas: elementos para su diseño y analisis. argentina: encuentro grupo editor.
- ❖ Lòpez, C. (2002). Los factores claves de èxito . Colombia : editorial Colombina.
- ❖ Lòpez, F. H. (2016). Catedra de la calidad . Ecuador: editorial: Sinergium.
- ❖ NEC-MAG-SICA. (2010). III censo nacional agropecuario . Bolivar : Editorial Bolivar .
- ❖ Samperi, R. H. (2006). metodología de la investigación. México: Editorial McGraw-Hill.
- ❖ Schnarch k., a. (2013). marketing para pymes: Un enfoque para Latinoamérica. Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A,editorial: Colombina
- ❖ TTorres Bernal, C. A. (2010). Metodologia de la investigacion . Colombia: E - book.

- ❖ Varela, R. (2014). *Educación Empresarial basada en competencias empresariales, en currículo y emprendimiento* . Bogotá: Publicaciones la Salle .
- ❖ Voyer, h. m. (s.f.). *el proceso estrategico conceptos contextoz y casos* . 1ra edicion,publicaciones la Salle editorial.
- ❖ Wandemberg, J. (2015). *Desarrollo Económico, Social y Ambiental*. Quito: Spanish Edition.

APÉNDICES

Marco Georeferencial

El Cantón de Echeandía, fue creado el 5 de enero del año 1984, abarca una superficie de 230,6 km² y representa el 5,9% de la superficie total de la provincia de Bolívar de acuerdo al censo poblacional y vivienda (INEC 2010) está ubicado al noroccidente de la provincia de Bolívar, a 65km, de la capital provincial, su superficie es de 229.9 km y representa el 5.9% de la superficie total de la provincia Bolívar.

El clima es subtropical y templado, con temperaturas que oscilan entre los 18 a 24 grados centígrados, sin embargo debemos indicar que cambia durante el día, en las mañanas las variaciones no son muy amplias, mientras que al mediodía y la tarde es de 24 a 28 grados centígrados, en la noche baja de 12 a 18 grados centígrados.

Las principales actividades económicas productivas son eminentemente la agrícola, por lo cual sus mayores actividades están enfocadas en el sector agropecuario, estas actividades están relacionadas con la compra y venta de los bienes producidos a nivel local, además en cuanto a la manufactura tiene actividades dentro de la rama textil y la mueblería, al ser Echeandía un cantón con un rango altitudinal amplio es apto para una gran variedad productiva se han identificado tres zonas como son baja media y alta.

Zona Baja: Está comprendida entre los 200 hasta los 500 m.s.n.m con temperaturas las cuales varían entre 23° y 25° centígrados, sus principales productos son cacao, maíz, guineo de seda, cítricos, plátano, maracuyá y en poca cantidad arroz, además se ha introducido la pitajaya.

Zona Media: Su altura es de 500 m.s.n.m hasta 1000 m.s.n.m con una temperatura que varía entre los 21° y 23° centígrados sus principales productos son el guineo de seda, el pasto, el pasto para ganado, cacao, café, plátano, cítricos y naranjilla.

Zona Alta: Su altura es de 1000 m.s.n.m hasta 1800 m.s.n.m con una temperatura que varía entre los 18° y 21° centígrados, en esta zona se produce una gran cantidad de pasto para ganado, caña de azúcar, y en poca intensidad el orito.

Números de Upas (Unidades de Producción Agrícola) y Superficie en Hectáreas por principales productos

PRODUCTOS	Upas	SUPERFICIE SEMBRADA
Arroz	16	51
Frejol seco	11	*
Maíz suave choclo	7	*
Maíz suave seco	27	*
Banano	854	3913
Cacao	616	3490
Café	329	1817
Caña de azúcar para otros usos	21	61
Naranja	780	3898
Plátano	367	1188

Fuente: (NEC-MAG-SICA, 2010)

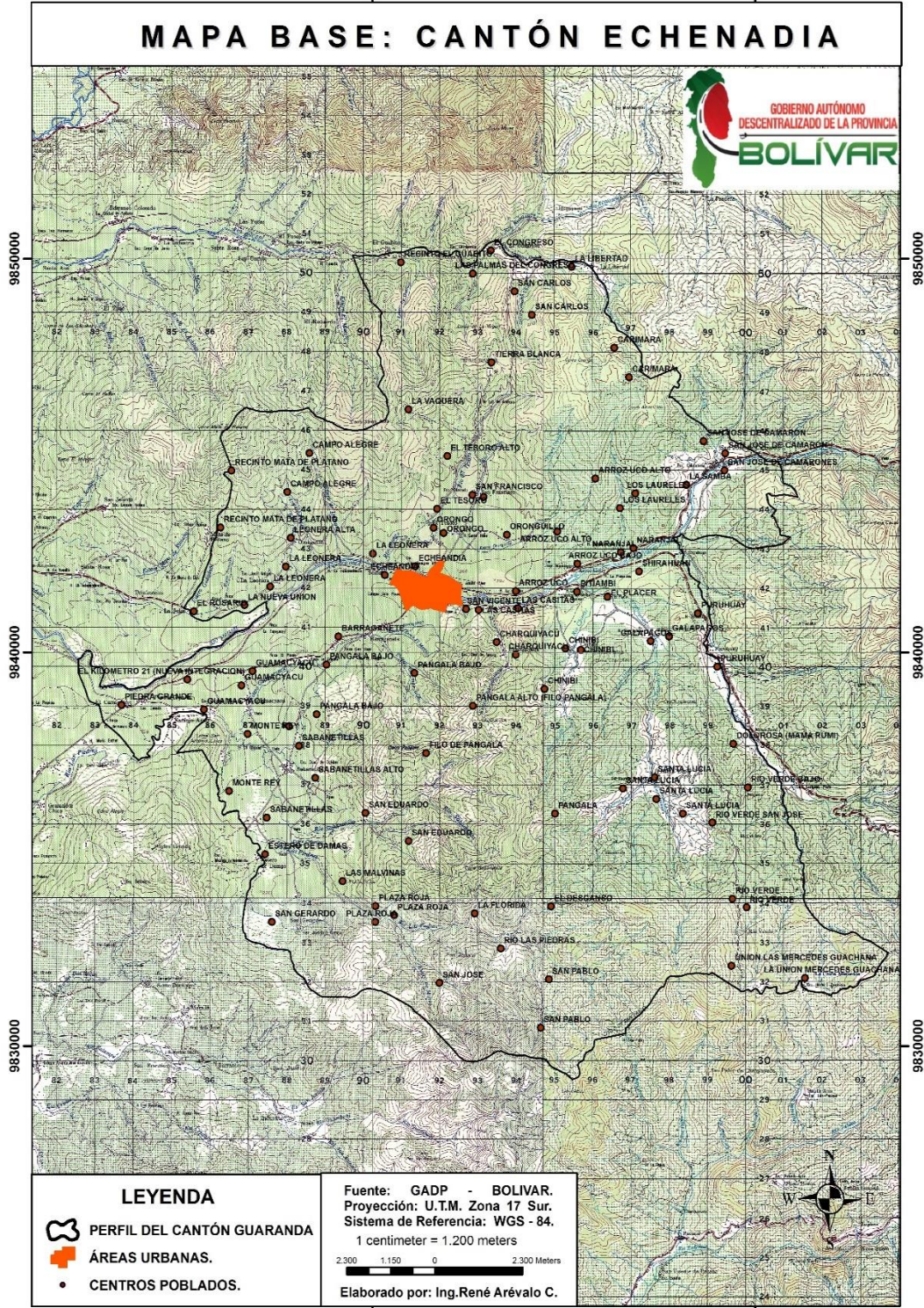
Significado (*) Dato oculto en salvaguarda de la confiabilidad individual y confiabilidad estadísticas

Los productores de cacao comercializan su producto fuera del Cantón Echeandia a través de intermediarios o directamente, una cantidad mínima es comercializada a la empresa chocolatera Salinerito ya que el cacao que se lo puede dar varias transformaciones para obtener un producto terminado como el chocolate, manteca, licor y polvo de cacao. (Territorial, 1984)

690000

700000

MAPA BASE: CANTÓN ECHENADIA



9850000

9850000




9840000

9840000

9830000

9830000

LEYENDA

-  PERFIL DEL CANTÓN GUARANDA
-  ÁREAS URBANAS.
-  CENTROS POBLADOS.

Fuente: GADP - BOLÍVAR.
 Proyección: U.T.M. Zona 17 Sur.
 Sistema de Referencia: WGS - 84.
 1 centimeter = 1.200 meters

2,300 1,150 0 2,300 Meters

Elaborado por: Ing. René Arévalo C.



690000

700000

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
DE LA PROVINCIA BOLÍVAR

ESPECIE VALORADA

USD 2.00

Nº 09166

Guaranda de 22 julio del 2016

DR.

Vinicio Coloma Romero

PREFECTO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA BOLÍVAR

Presente:

Yo Montesdeoca Guamán Christian con cédula de ciudadanía No. 0202079612, estudiante de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Estatal de Bolívar, respetuosamente solicito un mapa georeferencial del cantón Echeandía el mismo que será utilizado en el trabajo de investigación con el tema: **EL VALOR AGREGADO A LA MATERIA PRIMA Y SU FORTALECIMIENTO AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN ECHEANDÍA, PROVINCIA BOLÍVAR AL 2016** El cual fue aprobado en consejo directivo de la Universidad Estatal de Bolívar

Por la atención prestada anticipo mi debido agradecimiento.

Atentamente.

Christian Montesdeoca
SOLICITANTE

*Ing. René Arévalo
ayudar con 1/2
Solicitado*

Pamela Chela

RECIBIDO

PREFECTURA
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA
BOLÍVAR

FECHA: 22 07 2016
DIA MES AÑO

HORA: 11:11

Av. Monseñor Cándido Rada y 9 de Abril - esquina
Telfs.: (03) 298 0202 - 298 0106 - 298 0175 • Fax: (03) 298 2190 • Talleres: (03) 298 0203 - 298 2250
Casilla: 02-01-068 • Guaranda - Bolívar - Ecuador





**ENCUESTA A LOS PRODUCTORES DE CACAO DEL CANTON
ECHEANDIA PROVINCIA BOLIVAR**

Proyecto de Investigación que permita identificar el fortalecimiento al desarrollo socio económico proporcionándole el valor agregado a la materia prima como es el cacao del Cantón Echeandía

Agradecemos anticipadamente que su respuesta sea sincera al momento de responder

CANTON.....

NOMBRE.....

HOMBRE...MUJER.....EDAD...NIVEL ACADEMICO.....

TIEMPO DE EXPERIENCIA EN EL TRABAJO.....

1 ¿Usted produce o no produce cacao?

- Si
- No

2 ¿Indique usted cuantas cuadras de producción de cacao posee?

- 1 a 2
- 2 a 4
- 4 a 6
- Otros

3 ¿Que canales de distribución utiliza usted?

- Canal directo
- Canal indirecto

4 ¿Cómo vende el cacao al consumidor?

- Seco

Baba

5 ¿A qué precio comercializa generalmente el qq de cacao

Seco ,,,,,,,,,,

Baba,,,,,,,,,,

6 ¿Usted donde comercializa su producto?

Dentro del Cantón

Fuera del Cantón

Centro de acopio

7 ¿En qué trimestre del año se comercializa en mayor proporción el cacao?

1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
Enero	Abril	Julio	Octubre
Febrero	Mayo	Agosto	Noviembre
Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre

8 ¿Por qué razón no procesa el cacao que extrae?

- No tiene instalación
- Desconocimientos de los procesos
- Personal no capacitado
- Poco interés en ese aspecto
- Se requiere de una inversión elevada

9 ¿Usted vende clasificado el cacao?

- Si
- No

10 Le gustaría que alguna institución brindara sistemas de capacitación sobre el mejoramiento de los cultivos para su venta

- Si
- No

11¿Si el centro de acopio del cantón Echeandia incrementaría el servicio de transporte, usted entregaría directamente?

- Si
- No

AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN BRINDADA

Director: Ing. Wilter Camacho.

Autores: Christian Hugo Montesdeoca Guamán

Luz Mabel Álvarez Chávez

Actividad	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.
1.- Investigación bibliográfica									
2.- Elaboración del marco teórico									
3.- Diseño de los instrumentos									
4.- Trabajo de campo (recolección de datos, aplicación de técnicas, etc.)									
5.- Procesamiento de los datos									
6.- Análisis de los datos									
7.- Redacción del borrador									
8.- Revisión y corrección del borrador									
9.- Presentación del proyecto a los pares, realización de correcciones en base a revisión de los pares y director									
10.- Defensa									



Gráfico 12 Encuesta a los agricultores de cacao



Gráfico 13 Conversación sobre la forma de producción de cacao



Gráfico 14 Cacao seco después de su cosecha



Gráfico 15 Encuesta a los productores de cacao



Gráfico 16 Entrevista previa a las encuestas, visitas a las comunidades



Gráfico 17 Encuestas a los productores de cacao



Gráfico 18 Cultivos de cacao.