



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:

**INCIDENCIA DE LOS INTERMEDIARIOS EN LA
COMERCIALIZACIÓN DE CACAO CON LOS
AGRICULTORES DEL CANTÓN CALUMA AÑO 2016**

AUTORES:

**RIVADENEIRA ECHEVERRÍA EDWIN GEOVANNY
VISCARRA MORALES ANGÉLICA ROCIO**

DIRECTOR:

PHD. DIOMEDES NÚÑEZ M.

PARES ACADÉMICOS:

ING. JORGE GOYES N. ING. CLARA MOREJÓN P.

GUARANDA – ECUADOR

AÑO 2017



A quien interese:

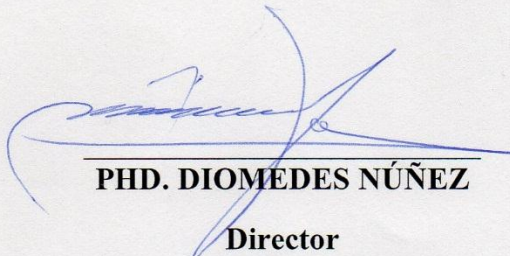
PHD. DIOMEDES NÚÑEZ, docente **DIRECTOR**, del PROYECTO DE INVESTIGACION, (PROYECTO DE INVESTIGACION), a petición de parte interesada,

CERTIFICA

Que las sugerencias y recomendaciones realizadas por mi persona en calidad de Director, el día miércoles 19 de abril del 2017, fecha en la cual se llevó a cabo la defensa del **Proyecto de Investigación**, denominado "**INCIDENCIA DE LOS INTERMEDIARIOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO CON LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN CALUMA AÑO 2016**" cuyos autores son **RIVADENEIRA ECHEVERRIA EDWIN GEOVANNY Y VISCARRA MORALES ANGÉLICA ROCIO** estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial; ha sido acogido por los autores, por lo que presento mi aval para que se continúe con el trámite posterior correspondiente.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 25 de abril del 2017



PHD. DIOMEDES NÚÑEZ
Director

20170206000P00453

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR: EDWIN

GEOVANNY RIVADENEIRA

ECHEVERRIA Y SEÑORA

CUANTIA: INDETERMINADA

En la Ciudad de Caluma, Cantón del mismo nombre, Provincia de Bolívar República del Ecuador, hoy día Miércoles diez de Mayo del año dos mil diecisiete, ante mi Doctor Fredy Fernando Fierro Yáñez, Notario de

este Cantón. Comparecen los señores: **EDWIN GEOVANNY RIVADENEIRA ECHEVERRIA Y ANGELICA ROCIO VISCARRA MORALES**, de estado civil **casados**, portadores de las cédulas de ciudadanía número uno siete uno ocho nueve cero seis cero cuatro uno; y, uno dos cero siete dos cinco ocho siete tres cero. Los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en el Cantón Caluma, Provincia Bolívar, legalmente capaces a quienes de conocerlos doy fe y dicen: Que instruidos de la naturaleza, objeto y resultados legales de este instrumento, en forma libre y voluntaria manifiestan que tienen a bien otorgar la presente Declaración Jurada. Al efecto, juramentadas que fueron en legal y debida forma, previa la explicación de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad, exponen: Que los criterios e ideas emitidos en el presente trabajo de investigación titulado: **"INCIDENCIA DE LOS INTERMEDIARIOS EN LA COMERCIALIZACION DE CACAO CON LOS AGRICULTORES DEL CANTON CALUMA AÑO 2016"**, es de nuestra exclusiva responsabilidad en calidad de autores. Previo a la obtención del Título de Ingenieros Comerciales en la Universidad Estatal de Bolívar. Es todo cuanto podemos decir en honor a la verdad; y, leída que les fue esta su declaración a los comparecientes, se afirman y ratifican en lo expuesto y firman conmigo en unidad de acto de todo lo que doy fe.

EDWIN GEOVANNY RIVADENEIRA E.
C.I: 171890604-1
C.V: 015-290



ANGELICA ROCIO VISCARRA M.
C.I: 120725873-0
C.V: 019-269



NOTARIO

Dr. Fredy Fierro Yáñez
NOTARIO PRIMERO
DEL CANTÓN CALUMA



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL	FIRMA	FECHA
Ing. Danilo Barreno: VICE-DECANO		19/04/2017
PhD. Diomedes Núñez: DIRECTOR		19/04/2017
Ing. Jorge Goyes: PAR ACADÉMICO 1		19/04/2017
Ing. Clara Morejón: PAR ACADÉMICO 2		19/04/2017

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico principalmente a Dios quien me permitió cumplir con mis objetivos propuestos.

A mis padres Víctor y Eugenia por el apoyo en todo momento, a mi tío Oswaldo, quien también supo ser el soporte para ser una profesional.

A mi gran inspiración que es mi hijo Yerik, quien me ha dado las fuerzas para seguir adelante y culminar con mi trabajo investigativo.

Angélica Viscarra

El presente trabajo constituye un esfuerzo por superarme tanto en mi vida profesional como en la personal, lo dedico a Dios que me da fortaleza espiritual en los momentos difíciles.

A mis padres por el apoyo incondicional, a mi esposa y muy especialmente con todo mi amor a mi hijo, mi motivo de querer ser mejor cada día, a entender que no hay nada imposible en la vida y que solo hay que sacrificarse para lograr las metas que nos planteamos.

Geovanny Rivadeneira

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios, por permitirnos vivir y culminar nuestros estudios que nos servirán para nuestro futuro.

A la Universidad Estatal de Bolívar, por darnos la oportunidad de estudiar en ella y obtener nuestros títulos de Ingenieros Comerciales.

A los maestros, quienes nos brindaron los conocimientos necesarios para enfrentarnos en el campo profesional y laboral.

A nuestro Director PHD. Diomedes Núñez quien supo guiarnos en el desarrollo del proyecto de investigación.

Geovanny Rivadeneira

Angélica Viscarra

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pp.
1 PORTADA.....	I
2 CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
3 AUTORÍA DEL TRABAJO.....	III
4 APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
5 DEDICATORIA.....	V
6 AGRADECIMIENTO.....	VI
7 ÍNDICE GENERAL.....	VII
8 ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS, PLANOS.....	VIII
9 RESUMEN EJECUTIVO.....	IX
10 ABSTRACT (SUMMARY).....	X
11 INTRODUCCIÓN.....	1
12 REVISIÓN LITERARIA.....	2
13 MÉTODOS.....	4
14 RESULTADOS.....	6
15 DISCUSIÓN.....	7
16 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	17
17 APÉNDICES.....	18

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS

Tablas	Pp.
Tabla No 1 Áreas a Capacitar	9
Tabla No 2 Contenidos Módulo I.....	10
Tabla No 3 Contenidos Módulo II.....	11
Tabla No 4 Contenidos Módulo III.....	12

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe de trabajo de investigación se halla en el problema de la escases de canales de comercialización; en la incidencia de los intermediarios en la comercialización del cacao con los agricultores del Cantón Caluma, por lo que se realizó la investigación en las comunidades productoras de cacao, con la finalidad de determinar la producción de cacao, los canales de comercialización que utilizan para realizar sus respectivas ventas de su producto; y la incidencia de los intermediarios en la comercialización del cacao.

La investigación se realizó a los productores de cacao del cantón y a las comercializadoras de cacao; para el desarrollo de este estudio tomamos como base lo expuesto por: Calderón (citado por Sánchez, 2007) sobre el tema de comercialización del cacao y a (Stern, El-Ansary, Coughlan y Cruz, 1999) referente al tema de canales de comercialización.

Los resultados obtenidos nos ayudaron a determinar de qué manera inciden los intermediarios en la comercialización del cacao con los agricultores del Cantón Caluma. Determinándose así que al vender el cacao al intermediario el precio varía según el porcentaje de calificación del cacao debido a que, mientras mayor porcentaje de calificación le dan al cacao menor es el precio que obtiene el productor y mientras menor es el porcentaje de calificación el precio aumenta.

También se evidenció que el productor al vender al intermediario está perdiendo un 16 % de ingresos debido a que paga precios bajos, lo cual resultaría mejor vender directamente al exportador ya que ellos pagan precios acorde a lo establecido en el mercado internacional y ANECACAO.

La investigación permitió identificar el desconocimiento que existe en los productores cacaoteros sobre la calificación del cacao en la variación de precios y comercialización directa productor-industria, creando así la necesidad de proponer un plan de capacitación a los productores de cacao sobre la comercialización y producción, para que obtengan conocimientos de como tener un cacao de calidad, con un cero por ciento de calificación y así tener mejores precios y venderlo directamente a exportadoras e industrias ya que con ellos obtienen mayores ingresos que venderlo al intermediario y así mejorar su nivel de vida.

EXECUTIVE SUMMARY

The present investigation work is about the problem Of the scarcity of marketing channels and intermediaries in cocoa market through the farmers of the Canton Caluma, so the reseach was carried out among the cocoa producing communities in order to determine the cocoa production and the marketing channels used by producers for the future sales of their product and the impact of intermediaries on the marketing of cocoa.

The results obtained from the work give us an opportunity to determine the way to influence the intermediaries in the cocoa market.

The study was conducted through the cocoa producers in the distant areas sector and in the urban sector.

For the development of this study, we take as a basis what Calderón (cited by Sánchez, 2007) on the topic of marketing of cacao and (Stern, El-Ansary, Coughlan and Cruz, 1999) on the subject of marketing channels.

The results obtained helped us to determine how the intermediaries affect the marketing of cocoa with the farmers of Canton Caluma. Determining that when selling the cocoa to the intermediary the price varies according to the percentage of qualification of cocoa because, the higher the percentage of qualification given to the cocoa, the lower the price obtained by the producer and the lower the percentage of the price Increases.

It was also evidenced that the producer when selling to the intermediary is losing 16% of income because he pays low prices, which would be better to sell directly to the exporter since they pay prices according to the established in the international market and ANECACAO.

The research made it possible to identify the lack of knowledge about the qualification of cocoa in the variation of prices and direct marketing producer-industry, thus creating the need to propose a training plan for cocoa producers on the marketing and production, To obtain knowledge on how to have a quality cocoa, with a zero percent of qualification and thus have better prices and sell it directly to exporters and industries because they earn more income than to sell it to the intermediary and thus improve their standard of living.

INTRODUCCIÓN

El cacao (*Theobroma cacao* L), 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 de buen sabor y aroma.

En la Provincia Bolívar se cultiva las siguientes variedades de cacao como son: cacao nacional denominado también Arriba desde la época colonial y (CCN51) entre otras, considerándose como una de las fuentes económicas importantes de esta Provincia.

El presente trabajo investigativo se realizó a los productores del Cantón Caluma que cultivan el cacao, para su posterior comercialización, ya sea en baba o seco.

La problemática del presente trabajo investigativo es “de qué manera incide los intermediarios en la comercialización de cacao con los agricultores del Cantón Caluma,” debido a que este sector no cuenta con estudios que determinen cuales son los motivos, por los cuales los cacaoteros no utilizan otros canales de comercialización directos, donde puedan obtener mayores beneficios.

Para determinar la incidencia de los intermediarios en la comercialización de cacao con los agricultores del Cantón Caluma, se ha realizado encuestas a los productores en sus domicilios y entrevistas a los intermediarios en sus comercializadoras, determinándose el escaso conocimiento de los productores con respecto a la calificación del cacao y venta directa al Exportador e Industrias de tal manera se establece un Plan de Capacitación a los agricultores sobre comercialización y producción con el fin de promover el conocimiento a cada uno de los productores y así contribuir a que comercialicen de mejor manera su producto obteniendo mayor utilidad en sus ventas.

La presente trabajo investigativo servirá como base teórica y práctica para futuras propuestas en el campo de comercialización de cacao.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Comercialización

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. (Guerrero y Pérez, 2009, p.11)

Dicho concepto quiere decir que la comercialización son todas las actividades que se realizan empezando por el productor de cacao hasta que el producto llegue al consumidor final, además la comercialización se concluyen mediante la fijación de precios, la calidad del cacao, calificación que reciben.

Intermediario

“Es un canal de distribución que contribuye a hacer llegar el producto desde el fabricante hasta el consumidor” (Duran, 2013, p.44). En el Cantón Caluma un intermediario es aquella persona encargada de la compra del cacao directamente al agricultor ya sea seco o en baba, lo secan hasta un nivel apropiado de humedad para luego su posterior venta a los mayoristas.

Rentabilidad

Rentabilidad es la remuneración que una empresa es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es una medida de la eficacia y eficiencia en el uso de esos elementos tanto financieros, productivos, como humanos. Con lo cual habría que hablar de rentabilidades. (Díaz, 2012, p.69)

Es la retribución económica que reciben los agricultores cacaoteros luego de haber realizado la venta de su producto a intermediarios, lo cual sirve como sustento en la economía de las familias.

Estrategias de comercialización

“Las estrategias de comercialización constituyen una estrategia funcional que se expresa e implementa sobre la base o acorde con una estrategia global corporativa” (Cortiza, 2007, p.15). Las estrategias de comercialización son aplicadas por las comercializadoras, ya que es el medio por el cual ellos se mantienen en el mercado, consiguiendo así ventaja ante la competencia y cumplir con sus objetivos de comercialización.

Canal de comercialización

“Lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí, que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales” (Fischer y Espejo, 2004, p.264). Son las distintas vías existentes que tienen los agricultores en el proceso de realizar la venta de su producto.

MÉTODOS

La investigación objeto de estudio como anteriormente se indicó, se orienta a determinar como incide los intermediarios en la comercialización con los agricultores del Cantón Caluma, que se basó en la investigación de los procesos de comercialización que manejan los productores de cacao; para lo cual se empleó la siguiente metodología:

La investigación se realizó tanto a productores como intermediarios de cacao del Cantón Caluma, quienes nos brindaron toda la información necesaria para el desarrollo de nuestra investigación.

El método cualitativo se utilizó en la investigación para conocer cuáles son las apreciaciones u opiniones acerca de la comercialización del cacao a través de la entrevista a los intermediarios del Cantón Caluma.

La aplicación del método cuantitativo dentro de nuestro trabajo nos permitió realizar la interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los productores.

La investigación documental, aportó significativamente en el proceso de construcción de nuestro tema investigativo, al recabar información de libros, conceptualizaciones y criterios de artículos de internet, trabajos anteriores sobre la comercialización de cacao. Lo cual nos permitió usar para tener fundamentos teóricos científico de temáticas que fueron cimientos para el avance de la investigación sobre comercialización y su temas afines necesarios para el soporte investigativo.

Así mismo tenemos la investigación de campo con la que accedimos a los domicilios de los productores para realizar la respectiva encuesta, y en la entrevista que se practicó a los intermediarios inmersos en nuestra investigación, donde conocimos la realidad de la comercialización del cacao.

Mediante el uso de la observación se pudo apreciar los distintos procesos utilizados por los productores, desde el cultivo hasta su comercialización del cacao, de igual manera los procesos de compra de cacao a los productores por parte de los intermediarios.

Hemos aplicado la estadística descriptiva para recopilar la información de la población en estudio en este caso del Cantón Caluma; que cuenta con 150 productores, de ellos se aplicó la fórmula para calcular la muestra y se obtuvo un total de 109 productores, con quienes trabajamos en las encuestas; además se practicaron entrevistas a los gerentes de las comercializadoras, con la finalidad de obtener información que tribute a la investigación.

De igual manera se utilizó la estadística inferencial para la comprobación de la hipótesis de nuestro trabajo mediante la prueba de Chi-cuadrado, donde realizamos el procesamiento de los criterios emitidos en cinco preguntas de las encuestas practicadas a los productores del Cantón Caluma.

La utilización de los métodos, técnicas e instrumentos en el desarrollo de nuestra investigación nos permitió obtener información de calidad, en la que se trabajó su procesamiento, interpretación y su respectivo análisis, para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

RESULTADOS

Mediante la elaboración, aplicación, y al haber realizado su respectiva interpretación y análisis de las encuestas, notoriamente se evidencia un malestar en los productores de cacao del Cantón Caluma, quienes venden su producto a los intermediarios, debido a que por no hacerlo directamente en las exportadoras e industrias procesadoras de cacao no logran obtener una mejor rentabilidad económica que les permita mejorar su calidad de vida, esto se pudo constatar al realizar un análisis comparativo de precios entre el intermediario y el exportador donde se determinó que el productor al vender al intermediario pierde una utilidad del 16% por cada quintal de cacao.

Un alto porcentaje de productores de cacao encuestados manifestaron que la participación de los intermediarios en el proceso de comercialización de cacao, afecta la utilidad de los pequeños productores; ya que muchos de ellos pagan precios bajos, no brindan una calificación adecuada, ponen muchas excusas al momento de calificar el cacao, o se ponen de acuerdo con los demás intermediarios para pagar el mismo precio y realizar la misma calificación.

De igual manera se pudo conocer a través de nuestros encuestados, que a muchos de ellos les gustaría que se cambien los procesos de comercialización de cacao en donde a ellos les permita obtener mejores ingresos para el sustento de las familias.

DISCUSIÓN

El objetivo del trabajo investigativo fue determinar la incidencia de los intermediarios en la comercialización de cacao con los agricultores del Cantón Caluma; para lo cual se empleó métodos, tipos de investigación y técnicas investigativas, que ayudaron a obtener toda la información necesaria para llegar a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Conclusiones

Se determinaron la incidencia de las condiciones físicas del grano en el precio de compra de cacao al productor donde la mayor incidencia se encuentra en la calidad del cacao como la humedad, impurezas y granos defectuosos.

Los canales de comercialización más utilizados por los productores son los intermediarios el cual limita los ingresos del agricultor en un 16% que al vender directamente al exportador ocasionando el abandono de las fincas por no ser productivas, buscando realizar otra actividad para mantener a su familia, causando la emigración del padre de familia a otras ciudades y por ende la desintegración familiar.

Es importante que ellos reciban las capacitaciones en los temas sobre comercialización y producción del cacao, porque mediante la información y la colaboración de los productores se podrá reducir su desconocimiento, permitiéndole mejorar su nivel de vida.

Recomendaciones

Se recomienda a los agricultores cacaoteros del Cantón Caluma, que se capaciten en las áreas de comercialización y producción, para que así tengan conocimiento sobre los factores que afectan la calificación del cacao, obteniendo cacao de calidad y mejores precios de su producto.

Recomendamos que los productores de cacao del Cantón Caluma vendan su producto directamente a las exportadoras o industrias obteniendo mejores ingresos.

A través del análisis y la observación se determina que lo más factible para mejorar la comercialización de cacao del Cantón Caluma, es reducir el desconocimiento que

ellos tienen, elaborando el siguiente plan de capacitación a los productores de cacao sobre la comercialización y producción:

Plan de capacitación a productores de cacao del Cantón Caluma

Antecedentes

Una de las necesidades que presentan los productores de cacao es la capacitación sobre comercialización y producción, debido a la falta de conocimiento sobre como calificar el cacao y venta directa productor- industria que permita tener mayores ingresos al agricultor.

En la actualidad se pueden impartir capacitaciones muy bien difundidos, para que los agricultores tengan mayores ingresos, con adecuados conocimientos acerca del producto cultivado; en los últimos años no han existido procesos de capacitación, a los productores cacaoteros.

Justificación

Por medio de este Plan de Capacitación se contribuye a una adecuada solución a los productores de cacao del Cantón Caluma, proponiendo así de manera generalizada a los productores a mejorar los conocimientos sobre los procesos de comercialización de cacao.

Para esto, se brindará capacitación; en el que podrán adquirir conocimientos necesarios para mejorar el trato directo en la relación industria-productor y calificación del cacao con el fin de incrementar su utilidad y mejorar su nivel de vida.

Objetivos

General

Mejorar los ingresos de los productores de cacao mediante los conocimientos adquiridos en la capacitación.

Específicos

- Brindar capacitación sobre el proceso de calificación del cacao para ayudar al buen desenvolvimiento de los productores.
- Lograr que el participante conozca a través de las capacitaciones información necesaria sobre comercialización directa productor-industria.
- Capacitar a los productores a cerca del cuidado y mantenimiento de las plantaciones de cacao, para tener un grano de calidad.

Perfil del capacitador

- Disposición, compostura y modales adecuados.
- Amabilidad y paciencia.
- Responsabilidad como docente y por la seguridad de los participantes.
- Ecuanimidad y respeto en el trato de todos los participantes.
- Autoridad moral, demostrando que es consecuente con lo que hace y enseña.
- Motivador, para lograr que el grupo participe en forma activa y entusiasta.
- Flexibilidad, para adaptarse a las necesidades del grupo y las circunstancias de trabajo.
- Buena dicción y capacidad para adecuar su lenguaje al nivel de comprensión del grupo.
- Dominio teórico y experiencia en la profesión u oficio que enseña.
- Voluntad de superación y de actualización constantemente de sus conocimientos.
- Vocación para comunicar y compartir su saber y experiencias.
- Autocontrol y autocrítica.

Tabla 1

Áreas a capacitar

ÁREAS	ASIGNATURAS O MÓDULOS	CARGA HORARIA
Comercialización	Comercialización del cacao Calificación del cacao	16
Producción	Producción y manejo de semilleros de cultivo de cacao	11

Módulo I

Comercialización

Propósito de la capacitación: Brindar conocimientos sobre el proceso de comercialización de cacao para ayudar al buen desenvolvimiento de los productores e información necesaria sobre comercialización directa productor-industria

Objetivos de Aprendizaje:

- Identificar las características de los canales de comercialización.
- Describir en que se basan los precios del cacao
- Determinar cuáles son los agentes comerciales

Dirigida a: productores de cacao del Cantón Caluma.

Tabla 2

UNIDAD	COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO	ÁREA: comercialización
I		
1.	Canales de Comercialización	Carga Horaria
Temario:		3
1.1	Directos, indirectos	1
2.	Agentes comerciales	
Temario:		6
2.1	Mayoristas	1
2.2	Minoristas	1
2.3	Agentes comerciales	1
2.4	Comisionistas	1
2.5	Corredores	1

2.6	Intermediarios	1
3.	Precios	
Temario:		1
3.1	Precios al productor	1

Módulo II

Calificación del cacao

Propósito de la capacitación: brindar conocimientos al productor sobre la evaluación de la calidad del cacao.

Objetivos de Aprendizaje:

- Determinar la humedad del cacao
- Conocer las características de los granos defectuosos
- Determinar impurezas

Dirigida a: productores de cacao del Cantón Caluma.

Tabla 3

UNIDAD	CALIFICACIÓN DEL CACAO	ÁREA:
II		comercialización
1.	Humedad del cacao	Carga Horaria
Temario:		2
1.1	Porcentaje de humedad	1
1.2	Métodos y materiales para determinar la humedad	1
2.	Granos defectuosos	

Temario:		2
2.1	Grano mohoso	0,50
2.2	Grano dañado por insectos	0,50
2.3	Grano partido	0,50
2.4	Grano negro	0,50
3.	Impurezas	

Temario:		2
3.1	Clases de impurezas	2

De la observación a las fincas de los productores de cacao se pudo determinar que hace falta una capacitación técnica para lo cual proponemos el siguiente modulo:

Módulo III

Producción

Propósito de la capacitación: Proporcionar conocimientos acerca del cuidado y mantenimiento de las plantaciones de cacao, para tener un grano de calidad.

Objetivos de Aprendizaje: Que los productores pongan en práctica la teoría durante el proceso agrícola.

Dirigida a: Productores de cacao del Cantón Caluma.

Tabla 4

UNIDAD	PRODUCCIÓN	ÁREA:
III		producción
		n
1.	Limpieza del terreno	Carga
		Horaria
Temario:		3

1.1	Trazado	0,50
1.2	Hoyado	0,50
1.3	Trasplante	1
1.4	Fertilización	1
2.	Manejo de la sombra	
Temario:		1
2.1	Sombra temporal y permanente	1
3.	Poda	
Temario:		1
3.1	Poda de formación, mantenimiento, fitosanitaria, rehabilitación, renovación.	1
4.	Enfermedades del cacao	
Temario:		2
4.1	Mazorca negra, escoba bruja, monilia, antracnosis, mal del machete, enfermedad rosada.	2
5.	Cosecha o recolección	
Temario:		1
5.1	Proceso de cosecha	0,50
5.2	Herramientas utilizadas en la cosecha	0,50

6. Sistemas de fermentación

Temario: **1**

6.1 Fermentación en sacos, fermentación en rumas o montones, fermentación en cajones. 1

7. Secado

Temario: **1**

7.1 Secado en tendales, secado en secadoras. 1

8. Almacenamiento

Temario: **1**

8.1 Almacenamiento en costales de yute 1

Metodología

El modelo a seguir en la capacitación tendrá un enfoque socio-critico donde los productores son protagonistas que resuelven situaciones negativas, generan ideas en función de lograr comercializar de la mejor manera el cacao.

Las capacitaciones se basaran mediante estrategias cognitivistas, donde adquieren los conocimientos, la comprenden, lo cual será el principal accionar que ayudará para la aplicación en tema comercial y de producción.

Por lo tanto la metodología a ser aplicada será la metodología dual, ya que nos permite dentro del lugar a capacitar y poner a prueba los conocimientos adquiridos, empleando pruebas creadas para el efecto.

Los talleres deberán ser impartidos por personal capacitado en manejo del cultivo del cacao como lo es un Ingeniero Agrónomo, y un Ingeniero Comercial con aptitud para promover conocimientos sobre la comercialización del cacao.

Sistema de evaluación

Mediante las evaluaciones se podrá evidenciar avances en el conocimiento, pero también aspectos que definan el cambio de actitud de los productores. La propuesta sugiere lo siguiente.

La evaluación estará a cargo del capacitador del proceso, al finalizar cada módulo, la finalidad es comprobar de modo sistemático, en qué medida se han logrado los objetivos previstos en el plan; para lo cual se espera que los productores de cacao logren aplicar los conocimientos de los temas tratados.

Resultados esperados de la propuesta

Luego de la aplicación del proceso de capacitación a los productores de cacao del Cantón Caluma, se desea que los conocimientos de cada uno mejoren, por lo que se espera lo siguiente:

- Al menos que el 80% de los productores de cacao del Cantón Caluma reciben proceso de formación en todas las áreas ya enunciadas.
- Los productores mejoran sus procesos de comercialización del cacao, identificando las características de los canales de comercialización, mecanismos para establecer los precios del cacao, factores que determinan la calificación del cacao.
- Los productores mejoran sus conocimientos sobre los procesos de cuidado y mantenimiento de las plantaciones del cacao, al recibir las capacitaciones y así se obtiene una producción de calidad.
- Al finalizar el proceso de capacitación, al menos un 80% de los productores comercializará directamente su producto a las exportadoras e industrias para mejorar su rentabilidad.

Implicaciones.

El presente trabajo investigativo, es el primer estudio que se realiza acerca de la incidencia de los intermediarios en la comercialización de cacao con los agricultores del Cantón Caluma. Los hallazgos obtenidos en la investigación serán útiles para buscar solución y que exista una buena comercialización que beneficie al agricultor.

De acuerdo a la información obtenida sobre el desconocimiento de los agricultores de la mejor manera de comercializar su producto, se ha determinado que existen varios aspectos negativos al momento de efectuar una comercialización apropiada entre productores y comercializadoras de cacao del Cantón, lo que es ocasionado por varios factores como son: el desconocimiento sobre la calificación del cacao y de comercialización directa productor-industria; ocasionando que el sector cacaotero calumeño no tenga mayores ingresos, reflejando de esta manera la necesidad de proponer un Plan de Capacitación a los productores de cacao que contribuyan al mejoramiento en los procesos de comercialización de los productores cacaoteros.

Limitaciones de la investigación. Las limitaciones presentes en el desarrollo de la investigación, fueron que al momento de realizar las encuestas los productores no tenían la facilidad para responder a las preguntas por lo que se tuvo que explicar de una manera más detallada, otro limitante fue el acceso a cada uno de los domicilios de los productores y las fincas donde se encontraban para el levantamiento de la información, del mismo modo al realizar las entrevistas a las comercializadoras los propietarios se encontraban ocupados atendiendo a clientes por lo que se tuvo que esperar para poder concluir con el trabajo.

Importancia

La importancia del presente trabajo investigativo radica en el estudio realizado al proceso de comercialización de cacao, en los hallazgos obtenidos en la investigación y sobre todo en la determinación de la incidencia de los intermediarios en la comercialización para lo cual se mejorará mediante el Plan de Capacitación a los productores de cacao propuesto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cortiza, P. (2007, septiembre). "Estrategia de producción y comercialización de semilla de girasol para la provincia de Villa Clara". Revista academica de economia.
- Díaz, M. (2012). Análisis contable con un enfoque empresarial. Eumed.
- Duran, G. (2013). Proyecto para implementar estrategias en la compra de cacao a fin de mejorar su calidad: uso de la trazabilidad. (Maestría). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. P.44.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2004). Mercadotecnia. México. Mc Graw-Hill interamericana editores, S.A.
- Guerrero, M. y Pérez, Y. (2009). Procedimientos para el proceso de comercialización en cadenas de tienda. México: edición electrónica.
- Sánchez, V. (2007). Caracterización organoléptica del cacao (*Theobroma cacao* L.), para la selección de árboles con perfiles de sabor de interés comercial (tesis de grado). Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Ecuador. P.4.
- Stern, L., El-Ansary, A., Coughlan, A. y Cruz, I. (1999). Canales de Comercializacion. Madrid, España: Prentice hall.P.4.

Web grafía

<http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/cu/2007/mpc.pdf>

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9936/1/MSO%20GALO%20MAURICIO%20DURAN%20SALAZAR%20TESIS%20FINAL%20AGOSTO%202013.pdf>

http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Caracterizacion_organoleptica_cacao%20Theobroma%20cacao%20L._seleccion_arboles_%20perfiles_sabor_interes_comercial.pdf

APÉNDICES.

Apéndice A

Entrevista a los gerentes de las comercializadoras de cacao







Apéndice B

Comprobantes de venta al exportador



GoldCocoa Export S. A.
 Vía a Pueblo Viejo Km. 1 sin * Telfs.: (05) 2971928 - 2970787 - Cel.: (09) 7541536
 VENTANAS - LOS RIOS
 R.U.C. 0992715987001

**COMPRA DE CACAO
 CONTROL INTERNO**

Nº. 0005719

Comprado a: Alfredo Bauderino Fecha: 01-11-2016
 Sacos: _____ Marca: _____ R.U.C.: 020024764-1001112-
 PRODUCTO: CACAO Doc. Adjunto: 4
 Telf.: _____

Quintales	Quintales	Quintales	Quintales	Quintales
<u>165-711</u>	<u>149-173</u>	<u>71</u>		
	<u>148-149</u>			
	<u>148-</u>		<u>1537</u>	<u>1704,00</u>
	<u>148-</u>	<u>16,59</u>		
	<u>149-</u>			
	<u>149-</u>	<u>16,53</u>		
	<u>149-</u>			
	<u>148-</u>			
Total				
Tara	<u>0,06</u>			
Sub-Total				
Descuento				
Peso Neto			Pesador	Liquidador

Martinetti Mawyin Pedro Andres

R.U.C.: 1202120497001

Dir.: Parrq. Catarama, Vía a la Parrq. Ricaurte Km. 2 Justino Landivar s/n

Teléfono: 0982818945

Urdaneta - Los Ríos - Ecuador

00011875

Proveedor: Sr. Angel Mendoza C.I.: _____

Nombre de la Hcda.: _____ Fecha Diciembre 10-2016

COMPRA DE CACAO NACIONAL

Peso Neto: 5210-18 ^{LB SACOS} = 5192

Dcto. por humedad: _____ - 415 -

Peso a pagar: _____ - 4777 -

Precio: \$ 133,00

Total a pagar: U.S. \$ 6.353,41

% Humedad: 8%

Orgánico: _____



Pesador

Pagador

Apéndice C

Comprobantes de compras al agricultor

COMERCIAL KARINA
RIVADENEIRA RUIZ ALFREDO
 Compra de Cacao y Café al por mayor y menor
 Dirección: Av. La Naranja s/n y Galo Miño
 Telef: 032974-245 /Cel: 0939989257
 RUC. 0200247641001 CONTROL
 Caluma - Bolivar - Ecuador INTERNO

CACAO

10%

420
 100

 520
 52

 468
 x 90

 \$ 421,20





TOTAL \$. 421,20

COMERCIAL "RIVADENEIRA"
 R.U.C. 0200451292001 RIVADENEIRA RUIZ ERASMO NEPTALI
 Dirección: Héroes del Cenepa 571 y Elias Fierro
 (Frente al Comercial Castillo) Telef: 032974-133
 Documento Categorizado: NO Caluma - Bolivar - Ecuador
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD
 Aut. S.R.I.: 117414917 LIQUIDACIÓN DE COMPRAS DE BIENES O
 PRESTACIÓN DE SERVICIOS 001-001-00

0001134

VENDEDOR: Ismael Plumbando
 RUC / CI.: 020029814-9 FECHA: 09-11-2016
 DIR.: Caluma LUGAR:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V./UNIT:	V./TOTAL
2,00	Cacao	100	200,00
Son: <u>doscientos.</u>		SUB-TOTAL	200,00
		IVA 0%	
		IVA %	
		TOTAL	200,00

FIRMA AUTORIZADA  CLIENTE 

IMPRESA FAST PRINT RUC: 1201371406001, GOYES JERVIS JOSÉ ERNESTO, AUT. 7350 FECHA AUTORIZACIÓN: 09-AGO-2016 DEL: 0000001101 AL 0000001150 FECHA CADUCIDAD: 09-AGO-2016 (1B 50X1) Caluma: Telef. 032975-340 Original: Cliente Copia: Emisor

Apéndice D

Almacenamiento del cacao en las comercializadoras



Apéndice E

Sistema de control diario de compras de comercial “Karina”

CACAO X LATAS			CAFÉ			GASTOS						
LIBRAS	PRECIO	TOTAL	LIBRAS	PRECIO	TOTAL							
3	1	3	133	0,35	46,55	2	17	34	0,15	0	diana presto sabado noche	30
42	1,05	44,1	36	0,35	12,6		17	0	0,15	0	lleva jasselo	10
51	1,03	52,53	80	0,35	28		17	0	0,15	0	gas 21	21
313	1,04	325,52		0,35	0		17	0	0,15	0	devuelvo alfredo	60
45	1,04	46,8		0,35	0		17	0	0,15	0		
166	1,04	172,64		0,35	0		17	0	0,15	0		
57	1,04	59,28		0,35	0		17	0	0,15	0		
81	1,03	83,43		0,35	0		17	0	0,15	0		
75	1,03	77,25		0,35	0		17	0	0,15	0		
4	1,03	4,12		0,35	0		17	0	0,15	0		
62	1,03	63,86			0			0	0,15	0		
140	1,03	144,2			0			0	0,12	0		
	1,03	0			0			0	0,12	0		

Apéndice F

Investigando precios del exportador



Urkund Analysis Result

Analysed Document: PROYECTO GEOVANNY R._ANGELICA V._DOC.docx
(D27923263)
Submitted: 2017-05-05 18:51:00
Submitted By: edgerie@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

TIPOS DE GRAFICOS ESTADISTICOS.docx (D11431658)
TIPOS DE GRAFICOS ESTADISTICOS.docx (D11343793)
1436068733_120__Putrescible%252By%252Bno%252Bputrescible.docx (D14934356)
<http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/3652/ANABEL%20SUAREZ%20GONZALEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instances where selected sources appear:

9



[Handwritten signature]
09-05-2017
[Handwritten initials]

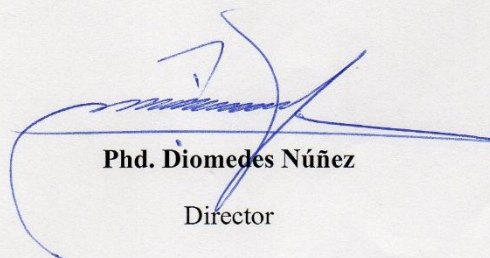


Guaranda, 09 de mayo del 2017.

CERTIFICADO ANTIPLAGIO:

Yo, Diomedes Núñez M., Director del Proyecto de Investigación, certifica que los señores **RIVADENEIRA ECHEVERRIA EDWIN GEOVANNY** y **VISCARRA MORALES ANGELICA ROCIO** estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, dentro de la modalidad de Titulación (Proyecto de Investigación); ha cumplido con la revisión a través de la herramienta URKUND, el día 08 de mayo del 2017, del Informe Final del Proyecto de Investigación denominado **INCIDENCIA DE LOS INTERMEDIARIOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO CON LOS AGRICULTORES DEL CANTÓN CALUMA AÑO 2016**; dando como resultado un 5% de coincidencia; porcentaje que se encuentra dentro del parámetro legal establecido.

Es todo cuanto puedo certificar,



Phd. Diomedes Núñez
Director