

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

RECURSOS NATURALES Y DEL AMBIENTE

CARRERA DE INGENIERIA AGRONOMICA

TEMA

VALORACION DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DEL MAIZ DURO (*Zea mays L.*) EN EL CANTÓN PUEBLO VIEJO

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero Agrónomo, otorgado por la Universidad, a través de la Facultad de Ciencias Agropecuarias Recursos Naturales y del Ambiente, Carrera de Ingeniería Agronómica

AUTOR:

EDISON GEOVANNY MOYA CARRERA

DIRECTOR:

Ing. RODRIGO YANEZ GARCIA MSc.

GUARANDA –ECUADOR

2018

VALORACION DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DEL MAIZ DURO (*Zea mays* L.) EN EL CANTÓN PUEBLO VIEJO

REVISADO Y APROBADO POR LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DEL PROYECTO

……..
Ing. Rodrigo Yánez García MSc.
DIRECTOR.

……..
Ing. José Sánchez Morales MSc.
BIOMETRISTA

……..
Dr. C. Hugo Vásquez Coloma PhD
AREA REDACCION TECNICA

CERTIFICADO DE AUTORIA

Yo Edison Geovanny Moya Carrera con CI. 120591022-5, declaro que el trabajo y los resultados presentados en este informe, no han sido previamente reportados para ningún grado o calificación profesional; y que las referencias bibliográficas que se incluyen han sido consultadas y citadas con su respectivo autor(es).

La Universidad Estatal de Bolívar, puede hacer uso de los derechos de publicación correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y la Normativa Institucional vigente

---

Geovanny Moya Carrera
CI. 1205910225

Ing. Rodrigo Yánez García MSc.
CI. 0200502227

……..
Ing. José Sánchez Morales MSc.
CI.1801537984

……..
Dr. C. Hugo Vásquez Coloma PhD
CI.0200852523

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación quiero dedicar en primera instancia a Dios nuestro padre y creador quien hizo que todo esto sea posible, guiándome en todos los problemas que se me han presentado superando los obstáculos con carácter y valentía y sobre todo las ganas de seguir en la aventura de la vida.

A mi hijo Geovanny Alejandro Moya Aguilar quien es mi inspiración de lucha el que con su sonrisa me regala la alegría inmensa de ser padre, el motivo por el cual me impulsa a cumplir todas las metas propuestas.

A mi esposa Cecilia Leonor Aguilar Litado quien es mi compañera de vida y apoyo en cada uno de mis proyectos.

Geovanny Moya Carrera

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme su apoyo en este camino, regalándome inteligencia y sabiduría al terminar esta meta profesional.

A mi familia por su apoyo y constancia

A la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Ciencias Agropecuarias Recursos Naturales y del Ambiente, por abrir sus puertas a cada uno de los jóvenes que sueñan con cumplir sus metas propuestas.

De manera especial mi agradecimiento al Ing. Rodrigo Yánez García MSc. Por su total apoyo como director del presente proyecto de investigación, impartiendo sus conocimientos como profesional y amigo para obtener un feliz término en este trabajo.

Al Ing. José Sánchez Mg, Dr. Hugo Vásquez, miembros del tribunal, quienes con sus experiencias y conocimientos hicieron posible que se llevara a cabo el respectivo proceso del trabajo antes mencionado.

A la Ing. Mirian Aguay por ser parte de este importante trabajo que con su apoyo, ánimo y conocimientos fueron parte de este logro.

A comercial Su Agro y de manera muy especial con gran respeto y admiración al señor y amigo Ángel Alfredo Suarez por ser parte de este logro quien con sus ánimos y apoyo hizo que en mí haya fortaleza para dar feliz término a esta investigación.

INDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO **PAG**

I. INTRODUCCION 1
II. PROBLEMA 3
III. MARCO TÉORICO 4
3.1. Producción 4
3.1.1. Elementos de la producción 4
3.2. Producción agrícola 6
3.3. Comercialización 6
3.3.1. Cadena de comercialización 7
3.3.2. Funcionamiento de la cadena de comercialización 8
3.3.3. Canales de comercialización 8
3.3.4. Tipos de canales de comercialización 9
3.3.5. Funciones de la comercialización 10
3.3.6. Importancia de la comercialización 11
3.4. Intermediarios de la comercialización 12
3.4.1. Tipos de intermediarios 12
3.5. Mercado 13
3.5.1. Estudio de mercado 13
3.5.2. Tipos de mercado 14
3.6. Análisis de la oferta y demanda 15
3.7. Tecnologías utilizadas 16
IV. MARCO METODOLOGICO 18
4.1. Materiales 18
4.1.1. Localización de le investigación 18
4.1.2. Situación geográfica climática 18
4.1.3. Zona de vida 18
4.1.4. Materiales de campo 18
4.1.5. Materiales de oficina 19
4.2. Métodos 19
4.2.1. Identificación de los participantes del proceso de comercialización 19
4.2.2. Sondeo 19
4.2.3. Población 20
4.2.4. Metodología 20

4.2.5. Selección muestras 21
Tamaño de la muestra 22
Calculo de la fracción muestra 22
Muestreo estratificado proporcional.....22
4.2.6. Elaboración del formato 23
4.2.7. Variables a investigar 23
4.3. Manejo de la investigación 24
4.3.1. Fase de campo 24
4.3.2. Prueba del formato o cuestionario.....24
4.3.3. Levantamiento de la información.....25
4.3.4. Análisis de resultados.....25
V. RESULTADOS Y DISCUCIONES 26
5.1. Resultados y discusiones estadísticos de productores 26
5.1.1. Variables Sociales 26
5.1.2. Variables Agrícolas 29
5.1.3. Variables económicas 40
5.1.4. Variables ambientales 44
5.2. Resultados estadísticos de intermediarios.....50
5.2.1. Variables sociales.....50
5.2.3. Variables agrícolas.....53
VI. COMPROBACION DE LA HIPOTESIS.....58
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 59
7.1. Conclusiones 59
7.2. Recomendaciones.....60
VIII.BIBLIOGRAFIA 61

INDICE DE CUADROS

N°	CUADRO	PAG
1	Resultados estadísticos de Género	26
2	Instrucción educativa de los productores	27
3	Servicios básicos de los productores	28
4	Superficie del terreno de los productores	29
5	Híbrido de maíz que cultivan los productores	30
6	Rotación de cultivos de los productores	32
7	Meses de siembra	34
8	Control de malezas	35
9	Tipo de fertilización	36
10	Principales enfermedades del cultivo	38
11	Contratación de maquinaria agrícola	39
12	Época de la cosecha	41
13	Cuenta usted con seguro agrícola	42
14	Utilización de equipos de protección	44
15	Reciclaje de los desechos orgánicos	45
16	Protección de fuentes hídricas	46
17	Protección del suelo	47
18	Destino de los envases de los productos químicos	48
19	Género	50
20	Nivel de instrucción	51
21	Vivienda	52
22	Financiamiento para la Comercialización	53
23	Transporte certificado	56

INDICE DE CUADROS

N°	GRAFICOS	PAG
1	Género	26
2	Instrucción educativa de los productores	27
3	Superficie del terreno de los productores	30
4	Híbrido que cultivan los productores	31
5	Rotación de cultivo de los productores	32
6	Meses de siembra de los productores	34
7	Control de malezas	35
8	Tipo de fertilización	36
9	Principales enfermedades en los cultivos	38
10	Contratación de maquinaria	40
11	Época de cosecha	41
12	Seguro agrícola	43
13	Utilización de equipos de protección	44
14	Reciclaje de los desechos orgánicos	45
15	Protección de fuentes hídricas	46
16	Protección del suelo	47
17	Destino de los envases de los productos químicos	48
18	Género	50
19	Instrucción educativa	51
20	Vivienda	52
21	Financiamiento para la comercialización	54
22	Descripción del transporte	56

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N°	DESCRIPCION
1	Ubicación de la investigación.
2	Formato establecido de encuesta para productores de maíz
3	Formato de encuesta para intermediarios de maíz
4	Acuerdo ministerial de asociación de productores
5	Funcionamiento de la cadena de comercialización
6	Evidencias de la investigación
7	Glosario de términos
8	Listado de productores

RESUMEN Y SUMARY

Resumen

La producción y comercialización de maíz duro es uno de los cultivos más importantes a nivel mundial, en Estados unidos existe un rendimiento de 361,09 toneladas lo que corresponde a (36,56%), China con 215,50 millones (21,81 %); Brasil con 75 (7,59%), la Unión Europea con 73, 96 (7,48 %) y Argentina con 22 millones de toneladas (2,22). El maíz es uno de los rubros más importantes a nivel nacional, donde se ubica principalmente las provincias de Los Ríos, Guayas y Manabí las cuales suman un total de 77,34% de la superficie cosechada, en el cantón Pueblo Viejo los productores e intermediarios se dedican a esta labor agrícola por varios años la misma que es reconocida por su alto aporte a la producción y comercialización de maíz duro en el país. El tema planteado en esta investigación es, Valoración de la producción y comercialización del maíz duro **(*Zea mays L.*)** en el cantón Pueblo Viejo. Los objetivos fueron: son: 1 Conocer los actores que interviene en el proceso de producción y comercialización, 2 Determinar la tecnología utilizada en la producción de maíz duro en el área de estudio, 3 Identificar los principales canales de comercialización. La metodología utilizada fue a través de un sondeo y aplicación de encuestas dirigidas en módulos; su análisis a través de estadística descriptiva y la clasificación de datos en una base de Office Excel de acuerdo a los requerimientos. Los principales resultados obtenidos son que el 71% cultiva el híbrido De Kall 7088; los meses de mayor producción son Abril, Mayo, Junio; un 94% vende la producción a intermediarios; los intermediarios un 73% son hombres y comercializan más con todos los híbridos, el 100% compran a los productores. Los meses de menor precio son Abr, May y Jun; y de mayor precio Oct, Nov y Dic. Los productores agrícolas participan en la protección del suelo, fuentes hídricas y recolección de desechos químicos, cuentan con las debidas protecciones al momento de aplicar fertilizaciones, el 94% de productores no realizan rotación de cultivo pero el 6% siembran arroz y soya, no disponen de sistemas de riego debido a su alto costo de instalación, realizan controles de plagas y enfermedades en todo el ciclo de cultivo. El 36% utilizan transporte de 4 ejes para el transporte de producto a los diferentes destinos de comercialización.

Sumary

The production and marketing of hard corn is one of the most important crops worldwide, in the United States there is a yield of 361.09 tons corresponding to (36.56%), China with 215.50 million (21.81%).); Brazil with 75 (7.59%), the European Union with 73, 96 (7.48%) and Argentina with 22 million tons (2.22). Corn is one of the most important items at the national level, where the provinces of Los Ríos, Guayas and Manabí are located, which account for a total of 77.34% of the harvested area, in the Pueblo Viejo canton the producers and intermediaries they are dedicated to this agricultural work for several years, which is recognized for its high contribution to the production and marketing of hard corn in the country. The issue raised in this research is, Assessment of the production and marketing of hard maize (***Zea mays L***.) in the town of Pueblo Viejo. The objectives were: are: 1 To know the actors involved in the production and marketing process, 2 Determine the technology used in the production of hard corn in the study area, 3 Identify the main marketing channels. The methodology used was through a survey and application of surveys conducted in modules; its analysis through descriptive statistics and the classification of data in an Office Excel database according to the requirements. The main results obtained are that 71% cultivate the De Kall 7088 hybrid; the months of greatest production are April, May, June; 94% sell the production to intermediaries; the intermediaries 73% are men and they market more with all the hybrids, 100% buy from the producers. The lowest price months are Apr, May and Jun; and of higher price Oct, Nov and Dec. Agricultural producers participate in the protection of soil, water sources and collection of chemical waste, have due protections at the time of applying fertilizations, 94% of producers do not perform crop rotation but 6% sow rice and soybeans, do not have irrigation systems due to their high installation cost, perform pest and disease controls throughout the crop cycle. 36% use 4-axis transport to transport the product to the different commercialization destinations.

.

I. INTRODUCCION

En el 2014 la producción mundial de maíz duro fue de 987,96 millones de toneladas, de las cuales Estados Unidos obtuvo un rendimiento de 361,09 millones de toneladas (36,56 %); China con 215,50 millones (21,81 %); Brasil con 75 (7,59%), la Unión Europea con 73, 96 (7,48 %) y Argentina con 22 millones de toneladas (2,22 %). (http://www.produccionmundialmaiz.com/)

A nivel nacional la superficie cosechada de maíz duro-seco presentó una tasa media de crecimiento del 1, 89 % entre los años 2005 y 2012. En el 2012 se observa un incremento del 25, 54%. El maíz duro-seco está localizado principalmente en la región Costa, en el 2012 las provincias de Los Ríos, Guayas y Manabí sumaron el 77, 34 % de la superficie total cosechada de este producto, se observa que la provincia de Los Ríos es la que más se dedica a este cultivo, con una participación del 45,50 % a nivel nacional, de igual forma su producción es la más alta, concentrando el 56,30 % de las toneladas métricas del grano, Guayas y Manabí concentran el 19, 62 y 10, 64 % de la producción nacional, respectivamente. (Instituto Nacional Ecuatoriano de Censos INEC. 2012)

Al 2013 la producción nacional de maíz duro-seco logró cubrir el 87% del consumo aparente nacional, hecho acompañado con la reducción de las importaciones que se dio de este producto, tendencia que puede ser explicada por la puesta en marcha de políticas por parte el gobierno con la intervención del MAG en la asignación de los cupos de importación de esta materia prima, donde la industria fabricante de balanceados y avícolas tiene el compromiso de comprar el 100% de la cosecha nacional y registrar la compra en la Unidad de Registro de Transacciones Financieras de compras de cosecha de soya, maíz duro-seco, torta de soya, antes de solicitar el respectivo permiso de importación. (http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudiosagroeconomicos/produccionhistorica.pdf) (MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca)

La comercialización es el conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Los métodos de comercialización comprenden todos

los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. 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. (http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2834)

Tradicionalmente el mayor proveedor de grano al Ecuador ha sido los Estados Unidos de América, sin embargo, a partir del 2011 las importaciones provienen de países del Cono Sur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay). Las exportaciones de maíz duro seco perdieron terreno en los últimos años, Colombia nuestro principal comprador ha dejado de serlo a raíz del tratado de libre comercio con los Estados Unidos. El maíz duro-seco forma parte de la cadena "maíz-balanceado-cárnicos", su aporte al PIB agrícola es comparable con el principal productor de exportación como petróleo y el banano. (http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios_agroeconomicos/produccion_historica.pdf)

De la producción nacional de maíz, la avicultura consume el 57%, alimentos balanceados para otros animales 6%, exportación a Colombia 25%, industrias de consumo humano 4%, el resto sirve para el autoconsumo y semilla. Además Ecuador tiene la capacidad de exportar subproductos del maíz, tales como el grits y la sémola, estos productos son utilizados para elaborar polenta, arepas y snacks. (http://www.sancamilo.com.ec/maiz.html)

Los objetivos que se plantearon en esta investigación fueron:

- Conocer los actores que intervienen en el proceso de producción y comercialización.
- Determinar la tecnología utilizada en la producción de maíz duro en el área de estudio.
- Identificar las principales cadenas de comercialización.

II. PROBLEMA

La comercialización se encuentra bajo la acción de los intermediarios, que son los que colocan los productos en los diferentes mercados. La fuerte intervención de los mediadores en la comercialización se debe al debilitado sector gremial, lo que provocó el oligopolio y la especulación. Por tanto, la comercialización de maíz en el cantón Pueblo Viejo no podía ser la excepción ya que también se encuentra a la voluntad de los comercializadores.

Los procesos de comercialización se determinan por varios factores, las grandes empresas son las que de una u otra forma se encuentra presentes en la comercialización, cambiando los paradigmas tradicionales que se encontraban en redes o canales de comercialización (camioneros, mayoristas, intermediarios, minoristas, consumidores).

Existen una serie de factores como el monocultivo, falta de crédito, poca asistencia técnica y capacitación, insuficiente infraestructura agrícola que impide el crecimiento del sector productivo, sistema de comercialización de productos de ciclo corto de maíz duro, agricultores venden su producto a precios muy bajos.

La presente investigación surge de la necesidad de contar con la información necesaria, incluyendo la problematización, él diagnóstico, de la comercialización de maíz duro, que durante décadas se ha realizado en el cantón Pueblo Viejo, donde ha sido evidente la fuente de ingreso permanente de la intermediación en perjuicio del productor, a efecto de respaldar los esfuerzos de sus productores para fortalecer su desarrollo y alcanzar la mayor utilidad en este importante sector agropecuario.

Otro aspecto que podemos considerar debido a que cada productor busca su propia forma de comercializar que facilita a los intermediarios, puedan acaparar la mayor parte de la producción.

III. MARCO TÉORICO

3.1.Producción

Se denomina producción agrícola al resultado de la práctica de la agricultura. La producción agrícola es aquella que consiste en generar vegetales para consumo humano. Ha variado mucho a lo largo de la historia, lográndose mejoras significativas en la misma gracias a la implementación de diferentes herramientas y procesos. Desde el punto de vista social, la producción agrícola ha jugado un papel fundamental en las condiciones de existencia de la especie, generando como resultado una mejora, en las condiciones de productividad. Hoy en día, la misma integra un gran componente tecnológico debido a los aportes de la genética, que posibilitan la existencia de cultivos resistentes a distintas plagas que antes podían estropear una cosecha. (https://definicion.mx/produccion-agricola/html).

La producción agrícola es una variable que quienes trabajan en el área deben tener muy en cuenta a la hora de pensar en créditos o beneficios. Esto es así porque la producción agrícola debe ser controlada y organizada de manera apropiada, conociendo los ciclos de la naturaleza y de los productos a cultivar, así como también los factores climáticos que muchas veces pueden hacer perder años de trabajo. Además, se deben también considerar elementos como el almacenamiento de los productos ya obtenidos en espacios apropiados y que no permitan que esos productos se echen a perder. Finalmente, para que la producción agrícola sea redituable, la misma debe permitir recuperar las inversiones realizadas y superarlas en pos de generar algún tipo de ganancias al empresario. (González, A. 2010)

3.1.1. Elementos de la producción

Los elementos de la producción son los siguientes tierra, capital y trabajo.

- **Tierra.** Es el espacio en el que se desarrolla el proceso productivo, y también los elementos naturales que son necesarios para su transformación. Por lo tanto, aquí no entra solo la tierra agrícola, los recursos mineros o cualquier factor de la naturaleza, en particular los recursos no renovables tienen un mercado muy agresivo en su competencia, y los países que disponen de estos recursos en

abundancia suelen verse favorecidos en sus términos de intercambio, el pago al factor tierra es el que se debe abonar por la utilización de los recursos naturales. (http://concepto.de/factores-de-produccion/.html.)

La tierra representa todos los recursos del suelo y del subsuelo, este factor de producción es inmóvil, limitado y presenta problemas de agotamiento (la actitud de los países productores de petróleo con respecto a los consumidores está condicionada por el hecho de que sus recursos no son indefinidos). (http://www.economia48.com/spa/d/factoresdeproduccion/factoresdeproduccion.htm.)

- **Capital.** Se refiere a todos los insumos que se han acumulado a través del tiempo que pueden generar algún tipo de valorización y expansión; capital son los bienes generados a partir de una inversión, que se utilizan para producir otros bienes o servicios. (http://www.abc.com.py/articulos/tierra-trabajo-y-capital- factores-de-produccion-834341.html)

La producción agrícola requiere capital para desempeñar todas sus actividades, la remuneración de la mano de obra del factor producción "Trabajo" se mide en dinero y el factor de producción "Tierra", también es valorado en términos monetarios. En teoría de tener capital suficiente se puede comprar los otros dos factores de producción. (http://www.agro-tecnologia-tropical.com/elcapital.html)

- **Trabajo.** Lo podemos considerar como el iniciador de desarrollo de los sistemas agrícolas, el por sí mismo ya es un beneficio, nos permite crecer, sustentar y evolucionar en la familia, sin embargo la realización del mismo lleva niveles de compromiso desde aprender un oficio hasta la perfección de la realización del mismo, implica además alcanzar niveles de eficiencia superiores, es decir realizarlo en un tiempo determinado logrando la máxima calidad posible lo cual permitirá una valorización por parte de quien realiza la labor y decidir conjuntamente con quien lo solicita o contrata cual es la remuneración justa o adecuada. (http://www.agro-tecnologia-tropical.com/eltrabajo.html.)

3.2.Producción agrícola

El concepto de producción agrícola es aquel que se utiliza en el ámbito de la economía para hacer referencia al tipo de productos y beneficios que una actividad como la agrícola puede generar. La agricultura es decir el cultivo de granos, cereales y vegetales, es una de las principales y más importantes actividades para la subsistencia del ser humano. (Olalla, F. 2011)

La producción agrícola se caracteriza por un alto grado de rigidez en el proceso productivo, y por la inestabilidad en los rendimientos, de suerte que el nivel de producto planeado es impredecible su fundamento en la explotación del suelo o de los recursos que este origina en forma natural o por la acción del hombre. (Bejarano, A. 2011)

La comercialización y la producción están muy relacionadas y el estudio de cada una de las disciplinas debe tener en cuenta la otra en una sesión de estudios en 1964 (OCDE) se llegó a un acuerdo en que la comercialización constituye un proceso que empieza en el momento en que el agricultor toma la decisión de producir un producto agrario para la venta. (Díaz, M. 2013)

3.3.Comercialización

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra. (Baca, U. 2010)

La comercialización y la producción están muy relacionadas y el estudio de cada una de las disciplinas debe tener en cuenta la otra en una sesión de estudios en 1964 (OCDE) se llegó a un acuerdo en que la comercialización constituye un proceso que empieza en el momento en que el agricultor toma la decisión de producir un producto agrario para la venta. (Díaz, M. 2013)

3.3.1. Cadena de comercialización

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra. (Franco, W. 2015)

Una cadena de comercialización efectiva no sólo saca los productos de las áreas rurales y a cambio trae dinero a ellas, sino que también genera, para los agricultores, un flujo continuo de retroalimentación sobre la situación del mercado. Esta información deberá mantener a los agricultores en contacto con las cambiantes necesidades de los mercados. Tal conocimiento capacita a los productores para tener autoconfianza en las negociaciones y les permite una visión sobre cómo se comparan la calidad y precio de sus productos con los de la competencia. (Graham, D. 2016)

Se proporciona en dos planos, micro y macro por tanto se generan dos definiciones:

- **Micro comercialización.** Observa a los clientes y/a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven, es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (Cruz, I. 2012)

- **Macro comercialización.** Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda, logra los objetivos de la sociedad.(http://www.mercados.us/financieros/capitales/segmentacion/microy macrocome realización/)

3.3.2. Funcionamiento de la cadena de comercialización

Este apartado busca describir el funcionamiento de la cadena, identificando la interrelación que presenta cada eslabón en el proceso productivo. Se toma como año de estudio el 2014, debido a que en este año existe con información estadística consensuada entre las instituciones relacionadas con la cadena.

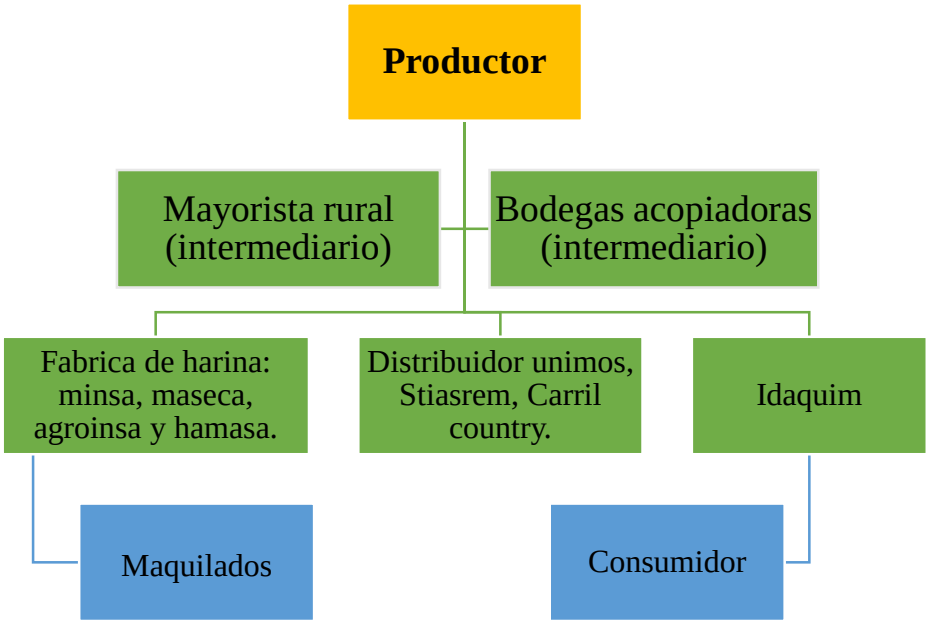
3.3.3. Canales de comercialización

Es importante la adecuación del tipo de canal de distribución, y su enlace con el consumidor y el tipo de consumidor. Es fundamental el encuadre producto canal y el comportamiento del consumidor. (Vásquez, G. 2010)

Canal de distribución es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor. Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial. (Gómez, A. 2010)

Es el medio empleado para proveer la oferta y la forma que tienen los ciudadanos para acceder a la misma, se trata de una de las decisiones más críticas que tienen que tomar los gestores ya que sus elecciones afectaran en gran medida a las respuestas de la ciudadanía. (Rufín, M. 2012)

Los canales de comercialización tradicionales no benefician ni a los productores ni a los consumidores finales, ya que los primeros reciben precios bajos por su producción y los segundos pagan precios elevados por sus insumos, por lo tanto es necesario reducir intermediarios en el proceso para beneficiar tanto a productores como a consumidores, es decir que el producto llegue de una manera más directa del productor al consumidor final. (http://www.monografias.com/trabajos/implementaciondelmodelofomentaragronegocios/implementacion-del-modelo-fomentar-agronegocios2.html.)



3.3.4. Tipos de canales de comercialización

Los Canales para productos de consumo se dividen a su vez en cinco tipos que se consideran los más usuales:

- **Productores Consumidores.** Esta es la vía más corta y rápida que se utiliza en este tipo de productos. La forma que más se utiliza es la venta de puerta en puerta, la venta por correo, el tele mercadeo y la venta por teléfono. Los intermediarios quedan fuera de este sistema. (Paladines, L. 2012)

- **Productores minoristas consumidores.** Este es el canal más visible para el consumidor final y gran número de las compras que efectúa él público en general se realiza a través de este sistema. Denominado como canal dos. Este tipo de canal tiene un nivel de intermediarios a saber: los minoristas o detallistas. (Velázquez, E. 2012)

- **Productores mayoristas minoristas o detallistas.** Se usa con productos de gran demanda ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor. Si hay un canal de distribución para los bienes de consumo es este. A los pequeños detallistas y a los fabricantes les

parece que este canal es la única opción económica mente viable. (Agurto, T. 2013)

- **Productores intermediarios mayoristas consumidores.** Este canal tiene dos niveles de intermediarios, y se denomina como canal tres, lo utilizan con frecuencia los pequeños comerciantes de alimentos y de medicinas, o bien aquellos fabricantes que no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos al consumidor. (Velázquez, E. 2012)

3.3.5. Funciones de la comercialización

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar, clasificar, financiar, correr riesgo y lograr información del mercado, el intercambio suele implicar compra venta de bienes o servicios, entre las principales funciones tenemos:

- **Compra.** Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros. (http://empresactualidad.blogspot.com)

- **Venta.** Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancias. (Cruz, I. 2012)

- **Transporte.** El transporte es una de las principales funciones logísticas. Además de representar la mayor parte de los costos logísticos en la mayoría de las organizaciones, tiene un papel fundamental en el desempeño de diversas dimensiones del Servicio al Cliente. (http://johanmsf.blogspot.com)

- **Financiamiento.** Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor. (Gitman, L. 2010)

- **Toma de riesgos.** Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización. (http://empresactualidad.blogspot.com)

Para realizar una comercialización buena y formal, en el ámbito empresarial el sistema gerencial es indispensable ya que es el encargado de realizar ciertas tareas que garanticen una comercialización justa, legal y equitativa en ambas partes, por lo general la gerencia tiene tres tareas básicas:

- Establecer un plano o una estrategia de carácter general para la empresa.
- Dirigir la ejecución de este plan.
- Evaluar, analizar y controlar el plan en su funcionamiento real.

Por razones de sencillez, estas tareas se pueden sintetizar como la planificación, ejecución y control, de cada una de estas tareas es indispensable para poder manejar una comercialización estable y provechosa para ambas partes que intervengan en un sistema comercial. (Hernández, R. 2014)

3.3.6. Importancia de la comercialización

La importancia del estudio de comercialización variará dependiendo del producto de que se trate, si es de consumo final, intermedio o de capital; o si se trata de productos agrícolas, industriales, mineros, etc. El conocer los canales de comercialización permite determinar el costo agregado al producto por efecto de su distribución. En ocasiones se descubre que los márgenes de intermediación son exagerados con respecto al costo del producto; por otro lado, la distribución de ciertos productos implica exigencias técnicas de alto costo, como en el caso de transporte de pescado, mariscos o carne, por ejemplo; que por falta de una adecuada distribución podría generar deterioro y desde luego menoscabo en la demanda. Podemos afirmar, que el canal de comercialización o de distribución, está determinado por al camino que recorre un bien o servicio desde el productor hasta el consumidor; esto supone de hecho, vinculaciones que se pactan entre la empresa que produce el bien o atiende el servicio y los intermediarios que garantizan la relación con los usuarios finales. (Miranda, J. 2012)

3.4. Intermediarios de la comercialización

Los intermediarios de mercadotecnia son personas que cooperan con el productor para la promoción, venta y distribución de sus productos entre los compradores finales. Incluyen intermediarios, compañías de distribución física, agencias de servicios de mercadotecnia e intermediarios financieras. (Paladines, L. 2012)

Un intermediario es un agente comercial que presta servicio relacionados directamente con la venta o compra de un producto mientras este fluye del productor al consumidor. Un intermediario es dueño del producto en algún punto o ayuda activamente en transferencia de la propiedad. (Agurto, T. 2013)

3.4.1. Tipos de intermediarios

- **Intermediarios Comerciantes**. Se pueden clasificar de muchas maneras y están en función del número de vías de distribución que quieren los consumidores y que las organizaciones pueden diseñar. Son los que recibe el título de propiedad del producto y lo revenden. Estos se clasifican, de acuerdo al volumen de sus operaciones, en: Mayoristas y Minoristas. (Paladines, L. 2012)

- **Agentes Intermediarios.** Son los que se encargan de acelerar las transacciones manejando el producto dentro del canal de distribución, sin recibir el título de propiedad del producto. Solo reciben una comisión por su actividad. Son personas íntimamente relacionadas con la empresa y que deben respetar zonas geográficas de venta y cumplir cuotas. (Velázquez, E. 2012)

- **Mayoristas.** Son los distribuidores y adquieren en propiedad los productos que distribuyen. Con base en los servicios que proporcionase clasifican en mayoristas de servicio completo y de servicio limitado. El mayorista consiste en abastecer a los mercados y a las industrias con los productos adquiridos a los pequeños y grandes productores agrícolas o de cualquier otro bien con el objetivo de obtener rentabilidad y de satisfacer las necesidades de los clientes. (Díaz, M. 2013)

- **Minorista.** (También llamado detallista), que vende al cliente final. Los detallistas o minoristas son personas que venden al consumidor final, para el uso personal, no de negocios. Las ventas detallistas afectan de un modo directo o indirecto, pues existen una gran cantidad minoristas y por ende un gran porcentaje de personas trabajan para este tipo de comercio. (Velázquez, E. 2012)

3.5.Mercado

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y demanda para realizar la transacción de bienes o servicios a un determinado precio, comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. (Grajales, G. 2010)

Los comerciantes pueden estar diseminados por toda la ciudad o una región, sin embargo constituyen un mercado, si se hallan en estrecha comunicación los unos con los otros, gracias a ferias, reuniones, listas de precios, el correo u otros medios. (Mankiw, G. 2011)

3.5.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el analista del mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de Mercado, para generar refinar y evaluar las medidas de comercio y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. (Grajales, J. 2010)

El estudio de mercado en cualquier tipo de proyecto constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricara o del servicio que se ofrecerá. (Nassir, S. 2011)

3.5.2. Tipos de mercado

Puesto que los mercados están construidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas, así tenemos diversos tipos de mercados:

- **Mercados de tránsito.** (Ambato y Riobamba) son centros de acopio de importantes volúmenes de producción que luego son distribuidos hacia mercados de terminales. Además, sirven para abastecer a la ciudad y provincia respectiva. Existen también mercados de tránsito menores sobre todo en zonas rurales que sirven de centro de acopio y distribución de y para el cantón y la parroquia. (http://www.incidenciapolitica.info/html.)

- **Mercados Terminales.** (Quito, Guayaquil y Cuenca) son centros que reciben el producto de los mercados de tránsito y de zonas de producción cercanas para su distribución a los mercados minoristas. Existen también mercados terminales medios (Esmeraldas, Santo Domingo e Ibarra) que manejan un menor volumen y son básicamente mercados de consumo. (Chiriboga, M. 2011)

- **Mercados Fronterizos.** (Tulcán y Huaquillas) son centros q sirven para el intercambio comercial (terrestre) con Colombia y Perú. (Arellano, J. 2011)

- **Mercado potencial.** Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, están en condiciones de adquirirlas. (Cruz, I. 2012)

- **Mercado objetivo.** Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar. (Gitman, L. 2010)

- **Mercado minorista.** Llamados también de abastos donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores, una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados supermercados de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales, en ellos se estila el "autoservicio", es decir que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos. (Cruz, I. 2012)

- **Mercado de los revendedores.** Los demandantes de este mercado son las empresas, personas o instituciones que adquieren los productos con objetivo de venderlos o alquilarlos a otros pero sin transformarlos, estos revendedores compran dos tipos de productos, los destinados a la reventa y los destinados al desarrollo de su trabajo y mantenimiento y mejora de instalaciones, las motivaciones de compra en este sector son parecidas a las del mercado de productores, también en este caso las compras suponen costes y por ello, las decisiones están igualmente protagonizadas por el componente racional y económico, si esta empresa es pequeña el proceso de decisiones es corto y más largo según esta sea mayor. (Grajales, G. 2010)

- **Mercado de instituciones oficiales.** En este mercado se englobarían todas las instituciones oficiales, se diferencia en que en el proceso de compra no es tan importante el factor económico como el servicio a la comunidad, por otra parte las decisiones siguen pautas legales con procedimientos rígidos y preestablecidos. (Mankin, G. 2012)

3.6. Análisis de la oferta y demanda

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades o condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. la investigación de

campo que se haga deberá tomar en cuenta todos esos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto. (Baca, U. 2010)

El análisis de la demanda busca corroborar y dimensionar la existencia de personas o grupos organizados o instituciones, dentro de un ámbito espacial que estarían dispuestos a consumir un bien o recibir un servicio (población de referencia), tenga o no capacidad de pago. La teoría económica indica que la demanda es una función que depende del nivel de ingreso de los consumidores, del patrón de gasto de los mismos y sus preferencia, de la tasa de crecimiento de la población del comportamiento de los precios tanto de los bienes sustitutos como complementarios y naturalmente de la acción de los entes gubernamentales (por ejemplo, políticas con respecto a la tasa de interés para bienes o servicios ofrecidos a crédito, tales como vivienda o construcciones de diferente tipo, o productos de consumo masivo, etc.). (Miranda, M. 2012)

3.7.Tecnologías utilizadas

Los componentes de la producción varían desde la especificidad del lugar, tales como los niveles de nutrimentos, hasta las recomendaciones específicas de un dominio, por ejemplo, grupos de agricultores para los que una cierta tecnología o componente tecnológico es válido, como cultivares, sistemas de labranza, fecha de siembra, componentes de los cultivos intercalados o sistemas de control de la escorrentía y de la erosión. Algunos componentes tecnológicos podrán variar en lo que se refiere a la sostenibilidad, la cual a su vez dependerá de la fragilidad del ambiente y de las condiciones agroecológicas a las que esos componentes seránaplicados.(http://www.fao.org/docrep/003/X7650S/x7650s22.htm#TopOfPage)

Adicional existen otros elementos del manejo del cultivo ajenos a las características biológicas que inciden en el rendimiento. Los más importantes de estos elementos son el paquete tecnológico utilizado y la tecnificación del cultivo. Un paquete tecnológico se compone de insumos agroquímicos, fertilizantes y semillas de similares calidades que determinan la capacidad productiva de la planta. Por otro lado, la tecnificación implica la mecanización de labores cultures y la

construcción de infraestructura productiva. La aplicación de paquetes tecnológicos de alto rendimiento o paquetes acordes a la calidad del suelo y variedad sembrada incrementan el rendimiento del cultivo, debido a que aportan los nutrientes necesarios para el desarrollo de la planta y protegen a la misma de plagas y enfermedades. (Franco, W. 2015).

IV. MARCO METODOLOGICO

4.1.Materiales

4.1.1. Localización de le investigación

El presente trabajo de investigación se realizó en el cantón Pueblo Viejo Provincia de los Ríos.

4.1.2. Situación geográfica climática

Localidad	**Pueblo Viejo**
Altitud	14 msnm
Latitud	01°32’59’’S
Longitud	79°32’00’’W
Temperatura media anual	25.3°C
Temperatura máxima	29.4°C
Temperatura mínima	21.2°C
Precipitación media anual	1466 mm
Heliofania media anual	1991.5 horas /luz/año
Humedad relativa	82%

(Fuente: GAD Pueblo Viejo, Plan de ordenamiento territorial 2016)

4.1.3. Zona de vida

Según la clasificación Ecología de Holdridge esta zona ecológica corresponde a la formación de bosque seco tropical (BST)

4.1.4. Materiales de campo

- Formularios de encuesta
- Libreta de campo
- Mapas guía de la localidad
- Esferográficos
- Lápiz

- Tablero sujetador de papel
- Borrador
- Cámara fotográfica
- Vehículo

4.1.5. Materiales de oficina

- Computadora y sus accesorios
- Resmas de Papel Bonn
- Cd´s
- Flash memory
- Paquete estadístico Excel.
- Internet

4.2.Métodos

4.2.1. Identificación de los participantes del proceso de comercialización

El trabajo de investigación se ejecutó con los miembros de nueve asociaciones de productores agropecuarios del cantón Pueblo Viejo, la misma que tiene su domicilio en el cantón antes mencionado, cuyo objetivo es agrupar a todos los productores agropecuarios y comercializadores de la zona y sectores aledaños que así lo desearen, para trabajar armónicamente con la comunidad con el fin de mejorar sus condiciones de vida y de esta manera impulsar el desarrollo integral del cantón, cave recalca que estas asociaciones constan con acuerdos ministeriales y registro proporcionados por el MAG.

4.2.2. Sondeo

Previo el trabajo se elaboró encuestas y su aplicación, se realizó un sondeo que permito identificar, en forma rápida y confiable las características de los moradores y unidades productivas del sector a investigarse.

Para la realización del sondeo se visitó a todos los integrantes de las nueve Asociaciones de Productores Agropecuarios e intermediarios del sector se determinó las variables más importantes que serán estudiadas.

4.2.3. Población

Para obtener la población de los agricultores a investigar, se acudió al Ministerio de Agricultura, Ganadería, para unificar los integrantes y que son los siguientes:

Aso.	**ESTRATOS**	**N. DE SOCIOS**
1	Asociación de agricultores 4 de septiembre	34
2	Asociación agropecuaria "Fuente del futuro"	22
3	Asociación de montubios Puerto de Pechiche	36
4	Asociación de Campesinos "Unidos somos más"	26
5	Asociación agropecuaria de montubios "Voluntad de Dios"	24
6	Asociación agropecuaria "San Ramón"	44
7	Asociación de agricultores Autónomos 18 de marzo	67
8	Asociación de Agropecuaria autónomo "Unión y Progreso"	24
9	Asociación campesina " La panchita "	34
Tamaño de la población		311

Fuente: MAG. Ministerio de Agricultura y Ganadería 2017)

4.2.4. Metodología

Se visitó a los 124 miembros de la asociación, el número que fue calculado el 7% de error admisible de la población, las entrevistas y los diálogos con los dirigentes de cada uno de los estratos en estudio, para implementar el instrumento con efectividad, verificando que las preguntas sean de un lenguaje claro y de fácil comprensión que ayuden a identificar los actores y proceso del cultivo y comercialización en las diferentes etapas fenológicas de las mismas.

4.2.5. Selección muestras

El tamaño de la muestra se obtuvo a través del muestreo aleatorio simple donde cada productor tenía igual probabilidad de ser tomado en cuenta para la aplicación del instrumento.

Para obtener el tamaño muestra se utilizó el 7% de error y se aplicó la siguiente formula:

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

PQ= Constante de la varianza poblacional (0.25) N = Tamaño de la población
E^2 = Error máximo admisible (7% = 0.07) A mayor error probable, menor tamaño de la muestra y viceversa.
K^2 = Coeficiente de corrección (2^2)

$$n = \frac{PQxN}{(N-1)\frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25x311}{(311-1)\frac{(7\%)^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{78}{310\ \frac{(O.07)^2}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{78}{310\ \frac{0.0049}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{78}{0.6297}$$

$$n = 124$$

Tamaño de la muestra

Asociaciones	Población	Error admisible	Tamaño de la muestra
9	311	7%	124

Calculo de la fracción muestra

Simbología:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

$$f = \frac{n}{N} = \frac{124}{311} = 0.3987$$

Muestreo estratificado proporcional

N°	Estratos	Sub Població	Fracción Muestral	Muestra
1	Asociación de agricultores 4 de septiembre	34	0,3987	14
2	Asociación agropecuaria de montubios acción positiva	22	0,3987	9
3	Asociación de montubios puerto de Pechiche	36	0,3987	14
4	Asociación de montubios autónomos juntos progresamos	26	0,3987	10
5	Asociación agropecuaria de montubios voluntad de dios	24	0,3987	10
6	Asociación de montubios unidos por el progreso	44	0,3987	18
7	Asociación de agricultores autónomos 18 de marzo	67	0,3987	27
8	Asociación de montubios nuevas pampas grandes ii	24	0,3987	10
9	Asociación agropecuaria unidos a un futuro mejor	34	0,3987	14
TOTAL				124

Muestreo sistemático o en serie

F = Intervalo de selección

N = Población o universo

n = Tamaño de muestra

$$F = \frac{N}{n}$$

$$F = \frac{311}{124} = 2.5 \text{ Intervalo de Seleccion}$$

Número sorteado 3

3+3=6

6+3=9

A partir del intervalo de selección (tres), se sumó en forma sucesiva este número hasta llegar al límite de la población o cerca de él, identificando los elementos muéstrales de esta investigación.

4.2.6. Elaboración del formato

Se obtuvo la información mediante la elaboración de un cuestionario en módulos con preguntas cerradas, en abanico, escala y múltiple elección. Utilizando un lenguaje claro y sencillo de fácil comprensión por parte del entrevistado, considerando el total de la población de productores, comerciantes e intermediarios.

4.2.7. Variables a investigar

- **Variables sociales**

En esta variable se aplicó el tamaño de la muestra a 124 productores y comerciantes para codificar y cuantificar la información de la población como: genero, edad, instrucción, vivienda, servicios básicos, superficie (Anexos 2), así se determinó la calidad de vida de cada uno de los agricultores.

- **Variables agrícolas**

Las variables agrícolas se realizaron básicamente para determinar la naturaleza actual del sector agropecuario mediante la generación de información estructural y de comportamiento, se efectuó la muestra de productores, comerciantes e intermediarios, se midió parámetros como: superficie, preparación del suelo,

semillas, control de malezas, fertilización, sistemas de riego, asesoría técnica y parámetros productivos. (Anexos 2).

- **Variables económicas**

Se aplicó básicamente para conocer todas y cada una de las unidades que conforman el sector productivo de la población de productores, comerciantes e intermediarios, así como el registro de sus características de mano de obra, jornal/día, arriendo/ hectárea, maquinaria, créditos, producción, lugar de comercialización, a quien vende la producción., precio promedio, rentabilidad de producción y seguro agrícola. (Anexos 2, 3).

- **Variables ambientales**

Esta variable se realizó básicamente para generar información referente a las pautas de impactos ambientales generados por la producción, el sector agropecuario, prácticas de ahorro y conservación del agua y energía, conciencia ambiental y principales afectaciones ambientales, tales como: reciclaje de desechos orgánicos, plásticos y de vidrio, protección de fuentes hídricas, especies nativas, del suelo. (Anexos 2, 3).

4.3.Manejo de la investigación

4.3.1. Fase de campo

En esta etapa de la investigación se realizó el contacto directo con los productores y comerciantes intermediarios en sus fincas y acopios obteniendo información mediante las encuestas; previo a la inspección general del movimiento comercial y económico en dicha área de investigación.

4.3.2. Prueba del formato o cuestionario

La prueba del cuestionario se realizó al 5% de la muestra, con el propósito de corregir el lenguaje a utilizar, el tiempo de su aplicación con las preguntas acorde a la investigación.

4.3.3. Levantamiento de la información

El levantamiento de la información se realizó, con el apoyo de los directivos de las asociaciones, y la supervisión de los Miembros del Tribunal del Proyecto de Investigación.

4.3.4. Análisis de resultados

Una vez aplicada la encuesta se ordenó el instrumento para su procesamiento y tabulación, esta fue sometida a un proceso de depuración y sistematización en una base de datos utilizando el programa estadístico Excel, para el análisis de la información de las variables socio-económicas, ambientales y productivas se utilizó la estadística descriptiva para calcular: la media, máximos, mínimos, frecuencias, varianza, coeficiente de variación y gráficos con sus respectivas interpretaciones.

V. RESULTADOS Y DISCUCIONES

5.1.Resultados y discusiones estadísticos de productores

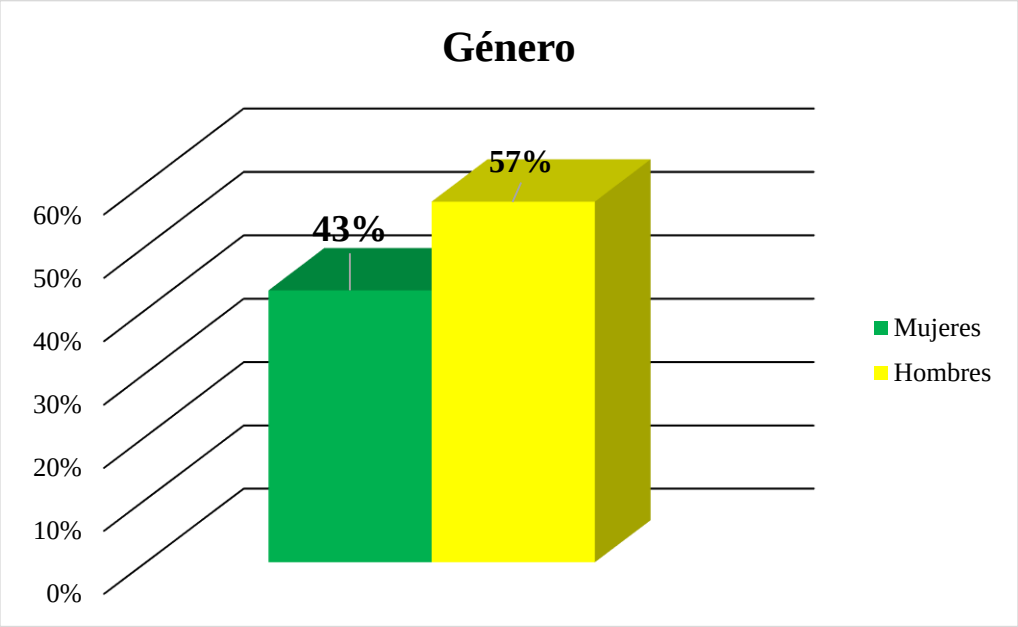
5.1.1. Variables Sociales

Cuadro N° 1. Resultados estadísticos de Género

Género	Fr	%
Mujer	53	43
Hombre	71	57
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 1. Género



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

En lo concerniente al género o sexo de los productores se observa la participación mayoritaria de los hombres con un 57%, pero también la cooperación importante de las mujeres lo que representa un 43% dato que registra siendo difícil la actividad de producción las mujeres lo realizan con similitud a los hombres, se sienten involucradas debido a que gracias a esta labor agrícola pueden sustentar económicamente a sus familias para alcanzar un futuro mejor.

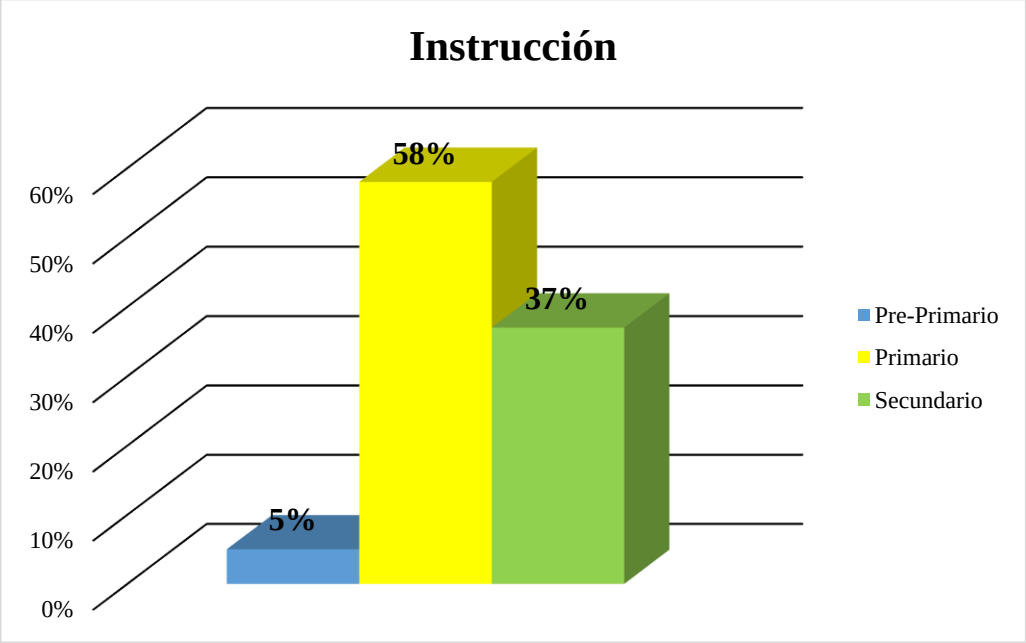
Necesariamente dado el esfuerzo que demanda esta actividad debería ser trabajo de los hombres, pero se ve que las mujeres contribuyen en gran medida en la producción, hasta el momento de la comercialización.

Cuadro N° 2. Instrucción educativa de los productores

Instrucción	Fr	%
Pre-primario	6	5
Primario	72	58
Secundario	46	37
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 2. Instrucción educativa de los productores



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

El nivel de instrucción se refiere a lo que cada productor ha logrado cumplir en la educación formal establecida por el gobierno en nuestro país.

El 5%, tienen educación preprimaria, luego con un 58% de la población tiene educación primaria y complementando con el 37% con una educación secundaria,

se puede manifestar que a pesar de estar en una zona cercana a las universidades la población avanza muy lentamente en educación superior.

La montablemente no han alcanzado grados de estudios superiores debido al factor económico y tiempo, ya que han tenido que sustentar a sus familias siendo los mismos jefes de hogar, el mismo que requiere de esfuerzos y dedicación para cumplir con responsabilidad sus debidos labores agrícolas.

Cuadro N° 3. Servicios básicos de los productores

Servicios básicos de los productores	**Fr**	**%**
Vivienda	124	100
S. básicos	124	100
T. de tierras	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

La vivienda es una necesidad de seguridad y protección básica de la población, las condiciones de las viviendas y de saneamiento humano definen en gran parte la forma de vida de la población. La vivienda influye sobre la satisfacción de otras necesidades importantes como salud y educación. La calidad de vida depende a su vez de la capacidad para proteger a los habitantes de agentes externos, brindarles seguridad, privacidad y controlar sus riesgos sanitarios, según el estudio realizado a los productores de maíz duro el 100% de productores posee vivienda propia.

Los productores disponen del 100% de agua de pozo debido a la ausencia de redes de agua potable, en épocas de fuertes veranos existe gran escases de líquido vital para la población, es por esta razón que optan en realizar sus propias fuentes de agua para su uso diario. De igual manera cuentan con pozo séptico y energía eléctrica siendo estos servicios básicos para mejoras en su vida sus necesidades diarias.

El 100%, dispone de telefonía móvil de todas las operadoras; ya que esto es de gran importancia, siendo este un medio de comunicación y comercialización para la

compra-venta de maíz duro con los productores e intermediarios, gracias a este servicio de telefonía pueden asegurar precios y negociaciones dentro y fuera del país.

- **Forma de tenencia de la tierra**

De acuerdo a este estudio estadístico realizado en esta investigación los productores cuentan con el 100% de tierras de su propiedad, esto se debe a que son productores de maíz duro desde generaciones familiares y muchas de estas tierras agrícolas han sido obtenidas por herencias de sus padres, de la misma forma muchos de los productores continúan comprando cantidades de tierras para el aumento de la producción de maíz, ya que es el sustento diario para sus familiares y es la principal fuente de ingresos económicos en esta zona de producción.

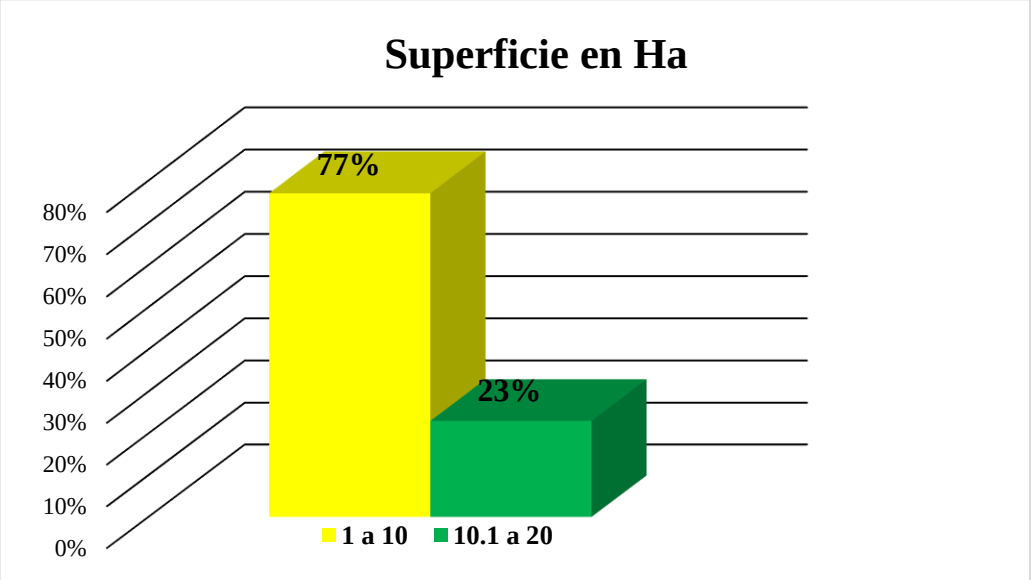
5.1.2. Variables Agrícolas

Cuadro N° 4. Superficie del terreno de los productores

Superficie	**Fr**	**%**
1 a 10	110	77
10.1 a 20	14	23
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 3. Superficie del terreno de los productores



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

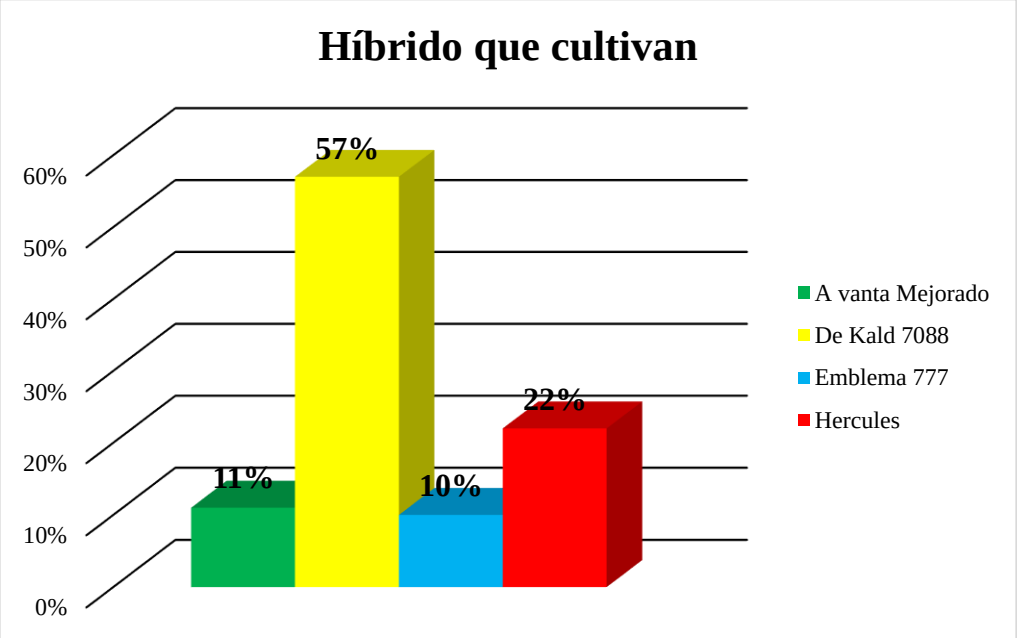
De acuerdo a los datos registrados en esta investigación el 77% de los productores posen de 1 a 10 Ha de producción de maíz duro, mientras el 23% poseen entre 10.1 a 20 Ha, lo que significa que existe un volumen alto de producción en esta zona, estos resultados son similares a los reportados por INEC: 2010.

Cuadro N° 5. Híbrido de maíz que cultivan los productores

Híbrido que cultiva	**Fr**	**%**
Abanta Mejorado	14	11
De Kald 7088	71	57
Emblema 777	12	10
Hércules	27	22
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 4. Híbrido que cultivan los productores



Elaborado por: Geovanny Moya

Gracias a las condiciones climáticas y culturales en el Cantón Pueblo Viejo se cultiva distintos híbridos de maíz, teniendo como resultado que el 57% de los productores de las asociaciones tienen como base de producción el híbrido De Kald 7088, seguido por un 22% de productores que manifiestan que solo cultivan el híbrido Hércules, también se cultivan Avanta mejorado, y Emblema 777, esto se debe a la demanda del mercado y adaptabilidad que ha tenido cada uno de los híbridos y más estos. Lo que da como resultado que los productores de maíz duro lo cultiven en sus tierras para una pronta cosecha en esta zona agrícola.

- **Origen de la semilla**

El 100% de los productores utilizan semilla certificada que en su gran mayoría la obtienen en los centros agrícolas de su confianza las mismas que cuentan con un grado de germinación de gama alta, en muy pocos casos las asociaciones adquieren semillas proporcionadas en conjunto con paquetes tecnológicos por parte del MAG de acuerdo a los procesos y negociaciones que realiza la directiva.

- **Principal cultivo de los productores**

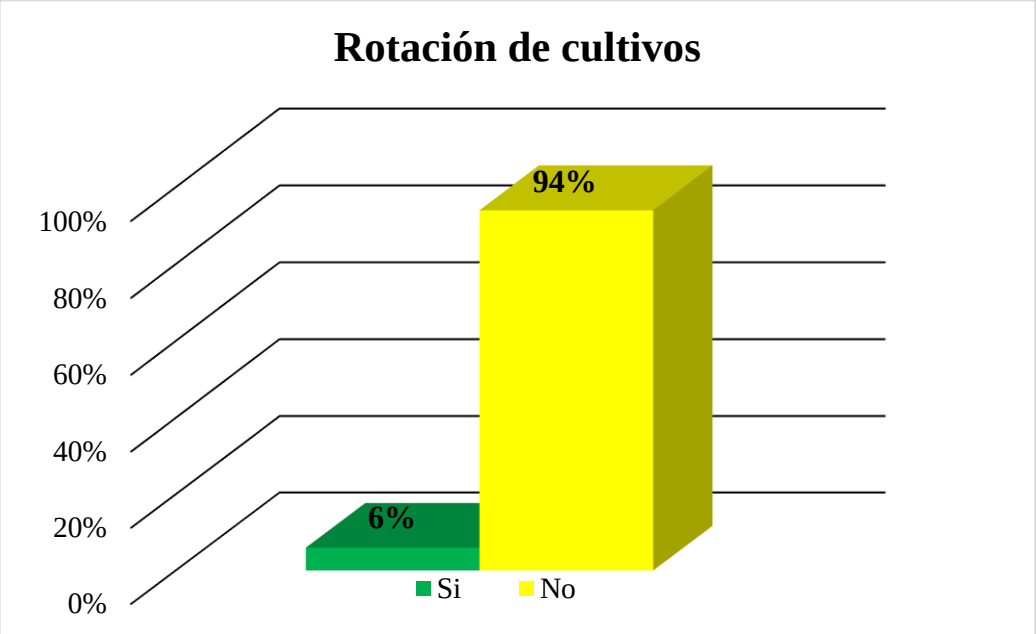
Dadas las condiciones óptimas tanto agroclimáticas como edáficas del sector en estudio el 100% de los agricultores, el cultivo principal es el maíz duro que, representa la principal actividad económica de las asociaciones de productores del medio.

Cuadro N° 6. Rotación de cultivos de los productores

Rotación de Cultivos	Fr	%
Si	8	6%
No	116	94%
Total	124	100%

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 5. Rotación de cultivo de los productores



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

Los agricultores de maíz duro realizan esta labor con la finalidad de evitar la destrucción del suelo ya que necesitan mantener micro y macro mutrientes para los cultivos que se decida plantar en la zona determinada, asu vez evitan la

contaminación o sobre población de plagas y enfermedades que vayan a destruir la plantación de los cultivos, tratándose de una zona agroclimática eminentemente productora de maíz el 94% no practica la rotación de cultivos mientras que el 6% que practican este sistema lo hacen con arroz y soya luego de la cosecha.

- **Calidad del suelo**

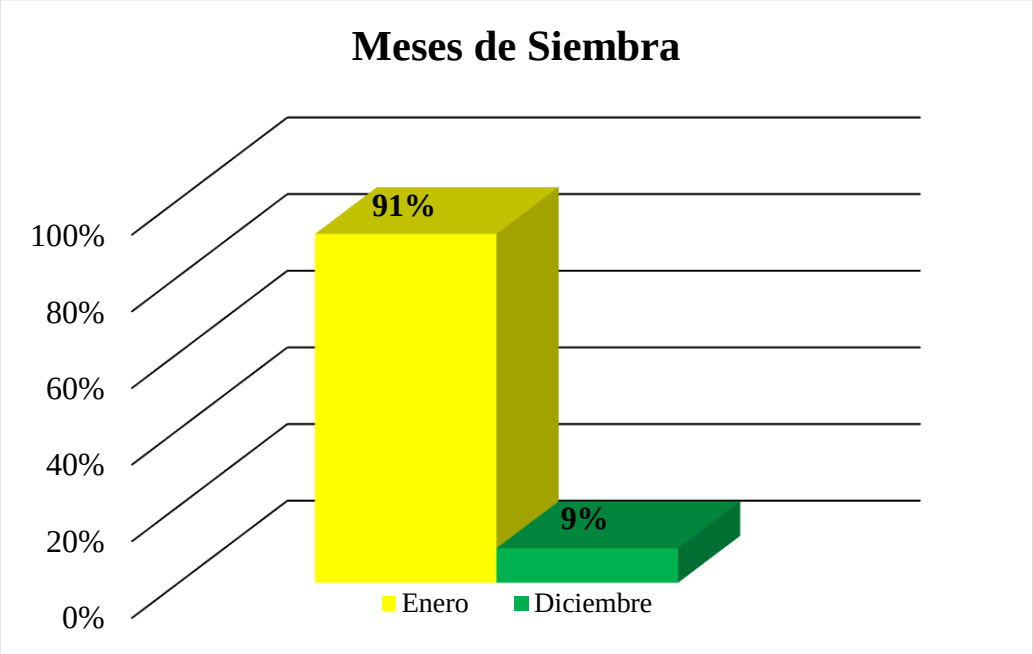
Por medio de este estudio se establece que el 100% de los agricultores consideran que el suelo que utilizan para la producción de maíz duro es de buena calidad. Pero también manifiestan que la disminución de la calidad misma se da por la utilización de fertilizantes químicos, herbicidas y al uso de arados con tracción mecánica donde provoca erosión hídrica y la disminución de la fauna microbiana quienes descomponen la materia orgánica. Muchos de los agricultores realizan algunos procesos agrícolas para mejorar la calidad de suelo como es agragar materia organica después de la cosecha

Cuadro N° 7. Meses de siembra

Mes de siembra	**Fr**	**%**
Enero	113	91
Diciembre	10	9
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 6. Meses de siembra de los productores



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

La siembra en la zona de estudio, lo realizan en el mes de enero con el 91% seguido con el 9% en diciembre ya que la mayoría de productores inician las actividades de preparación del suelo con la aparición de las primeras lluvias que por lo general se presentan en el mes de diciembre, ya que es un cultivo que demanda de humedad al suelo.

- **Híbrido más precoz**

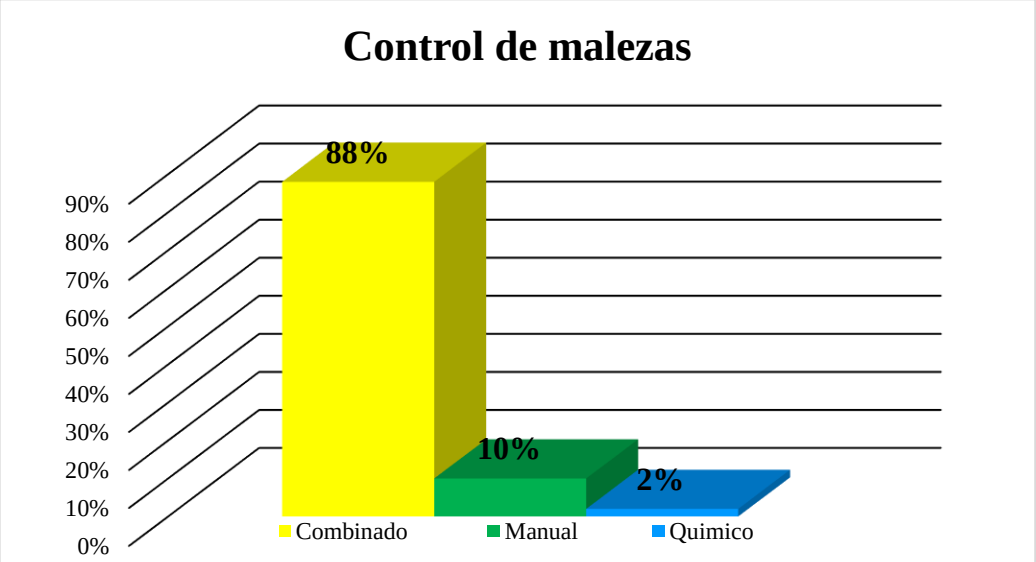
Los productores usan híbridos más precoces para la producción de maíz duro debido a que existen variedades en las cuales al pasar de 120 días hay una gran demanda del producto lo que es satisfactorio al momento de la cosecha porque no hay presencia de pérdidas de producción, pero existen casos donde la sobre producción de maíz es excesiva lo que provoca que los precios bajen es ahí donde se presentan dificultades para los productores, cabe recalcar que esto es en muy pocos casos por ende los agricultores siguen cultivando el 100% híbridos precoces de alta gama.

Cuadro N° 8. Control de malezas

Control de malezas	Fr	%
Combinado	109	88
Manual	13	10
Químico	2	2
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 7.Control de malezas



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

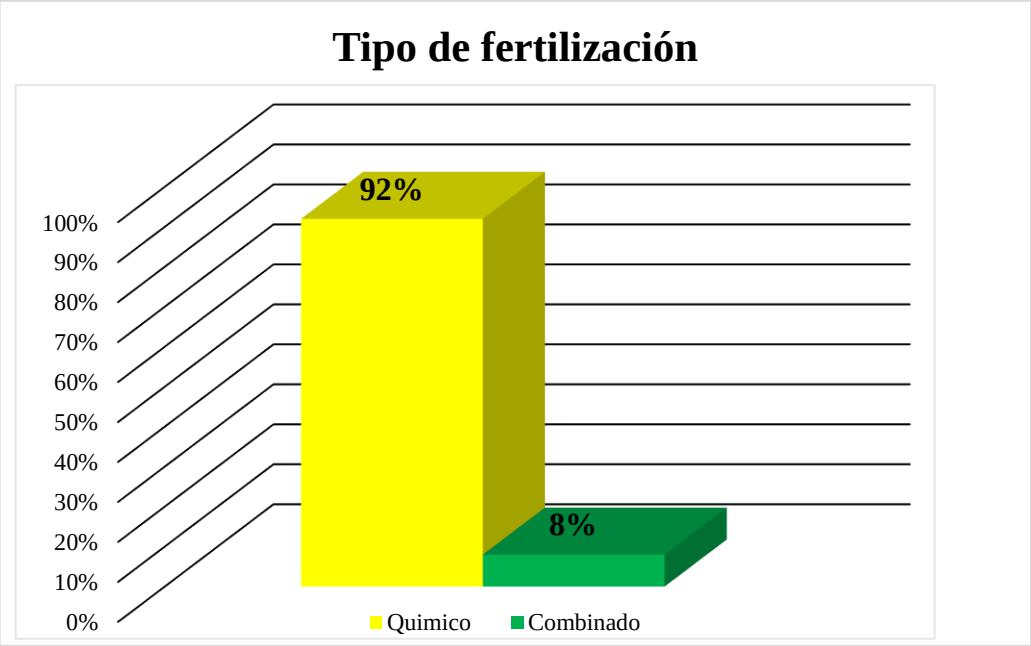
En el cultivo de maíz es de gran importancia el control de malezas debido a que el cultivo compite por luz, nutrientes y agua, lo que provoca la deficiencia y rendimiento del grano, de igual manera son hospederos de plagas y enfermedades, los productores tienen problemas más frecuentes y difíciles de controlar en cuanto a malezas tales como son las gramas **(*Elytrigia repens*)**. En cuanto al control de malezas el 88% lo realizan de forma combinada como es manual y con la utilización de herbicidas, el 10% de forma manual, y un 2% lo hace con la aplicación de herbicidas pre-emergentes al momento de la siembra y pos-emergentes a partir de los 30 días de su siembra, para el control de malezas se utiliza herbicidas de contacto como es el Paraquat con dosis de 150cc en bomba de 20 l de agua.

Cuadro N° 9. Tipo de fertilización

Tipo de Fertilización	Fr	%
Combinado	114	92%
Químico	10	8%
Total	124	100%

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 8. Tipo de fertilización



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

Los fertilizantes químicos que se utilizan con frecuencia al momento de la siembra es 10-30-10 con dosis de 4 sacos de 50kg/Ha, utilizan este fertilizante químico el 92% y apenas el 8% realizan combinación de al momento de fertilizar los cultivos

Parte de la aplicación de fertilizantes químicos en el cultivo de maíz duro es la aplicación de urea con dosis de 2 qq/Ha y 1 qq de abono completo (10-30-10) a los 18 días de su siembra, a los 40 días se aplica urea con dosis 3 qq/Ha.

La fertilización es una práctica generalizada y muy variada en cuanto a dosis, fuentes y épocas de aplicación, depende principalmente del factor económico, donde parte la decisión de utilizar fertilizante químico y combinación. La compra de los productos químicos lo realizan por recomendaciones de los vecinos y vendedores de las diferentes casas comerciales de agroquímicos, y muy frecuentemente de un análisis del suelo, cálculo (cantidad) y fuente de fertilizante, influye también la época de aplicación y más a lo mencionado viene incorporado en los kit que proporciona el MAG.

- **Dispone de sistema de riego**

La utilización de riego es muy limitada ya que el 100 %, no cuenta con sistemas de riego, esto es debido a que la inversión en un sistemas de riego tecnificado representa costos muy altos, la falta de implementación de riego en el cultivo de maíz duro es la consecuencia de la ausencia de la productividad del mismo. Las diferentes asociaciones se han propuesto implementar estos sistemas pero debido a los precios elevados de la implementación de los mismos han desistido hacerlo y solo explotan este cultivo en época de invierno debido que es una forma de aprovechar naturalmente el suelo y el agua para la producción de este cultivo de ciclo corto.

- **Identificación de plagas**

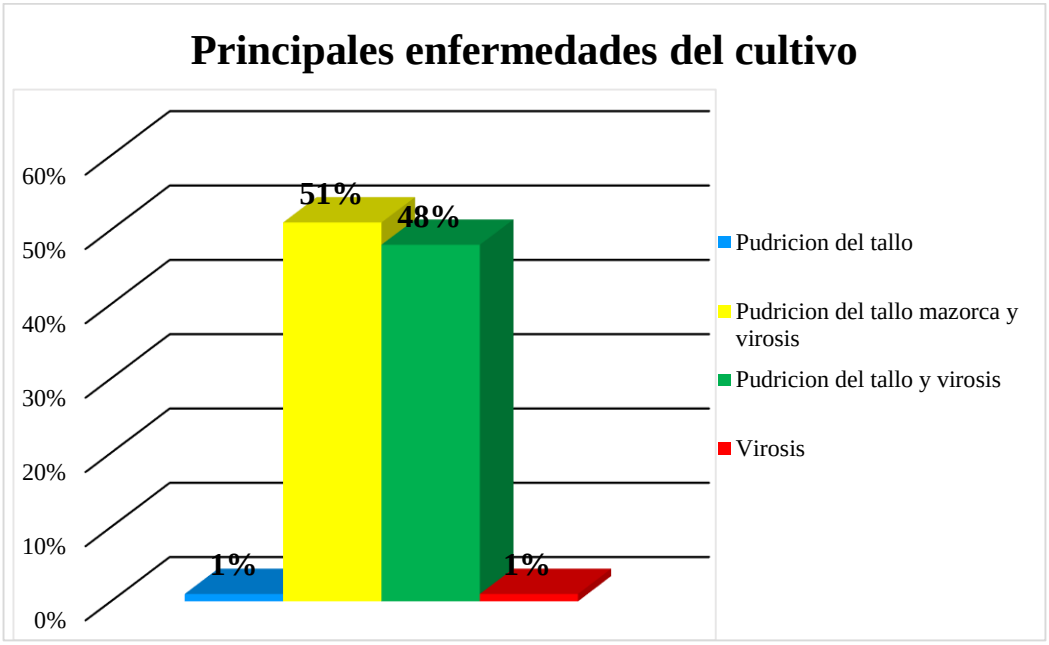
El 100% de los productores identifican a diario la presencia de plagas y para evitar pérdidas de producción, se menciona que el principal enemigo de los productores es el gusano cogollero (***Spodoptera frugiperda***) es el que más afecta al cultivo mismo que se presenta a partir de los 8 días después de la siembra, por lo que realizan controles químicos con insecticidas a base de Diflubenzuron WG, Imidacroprid SC y Pyridalyl 50 EC, en dosis que van desde los 25cc hasta los 50cc por bomba de 20 l de agua, con un costo de 30 dólares por ha. En la producción de maíz no se utiliza productos con etiqueta verde debido a que son cultivos de ciclo corto y esta etiqueta es de productos orgánicos los cuales ni influyen en este tipo de producción, pero si se utiliza productos de etiqueta azul, amarilla y roja por la acelerada incidencia de plagas.

Cuadro N° 10. Principales enfermedades del cultivo

Principales enfermedades del cultivo	Fr	%
Pudrición de tallo	1	1
Pudrición del tallo y mazorca y virosis	63	51
Pudrición del tallo y virosis	59	48
Maize Mosaic Virus (MMV)	1	1
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 9. Principales enfermedades en los cultivos



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

La presencia de enfermedades en el cultivo de maíz 100% mencionadas que las más críticas son pudrición del tallo y mazorca (***Antracnosis***, ***Giberella/Fusarium*** y ***Macrophomina***) y virosis, en su totalidad la enfermedad que ataca el cultivo de maíz, según agricultores esto depende mucho de las condiciones agroclimáticas como el exceso de lluvias los agricultores aseguran haber perdido toda su producción de maíz, los cultivadores realizan controles químicos para estas enfermedades en su totalidad, utiliza Difenconazole EC, Tebuconazole en dosis de 50 cc por bomba de 20l de agua este producto es sistémico, con actividad fungicida preventiva curativa y erradicativa y Clorotalonil en dosis de 50cc/20 l de agua ya que este es contacto y de acción preventiva.

- **Asistencia técnica en el cultivo**

En lo que concierne a la asistencia técnica los agricultores mencionaron el 100% reciben asistencia técnica, la misma es brindada por el MAG, al parecer las personas que también salen a buscar asesoramiento y lo hacen en almacenes agrícolas más no donde un técnico o instituciones pertinentes, los temas de interés para los agricultores son; tipo de fertilizantes la utilización y formas de aplicaciones, créditos entre otros.

- **Disposición de mano de obra.**

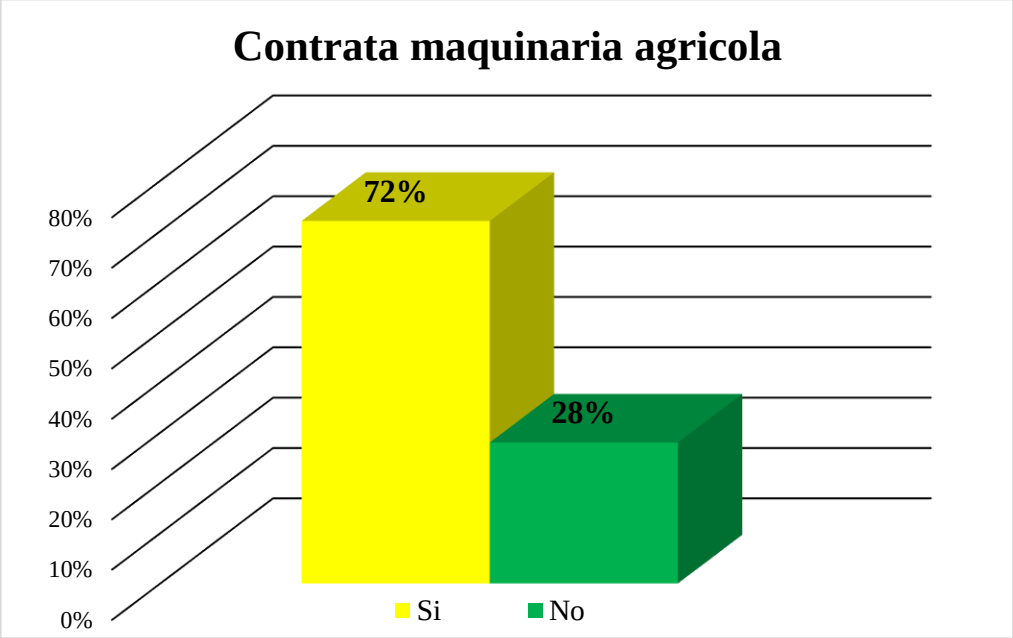
El 100% de los productores de las asociaciones afirman que por el momento en sus sectores aún existe disponibilidad y contrata mano de obra para las labores de siembra, control de malezas, fertilización complementaria, control de plagas y enfermedades y cosecha pues esta es una fuente de trabajo muy importante en el sector agrícola del cantón Pueblo Viejo ya que ayuda a la subsistencia de varias familias, el personal que labora en la producción de maíz cumple un horario de 6 am a 11 am siendo un total de 5 horas diarias las cuales cumplen debido al exceso de radiación solar la misma que impide cumplir más horas de trabajo el valor del jornal rodea los 12 dólares diarios sin alimentación esto lo realizan de lunes a sábado.

Cuadro N° 11. Contracion de maquinaria agrícola

Maquinaria agrícola	**Fr**	**%**
Si	89	72
No	35	28
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 10. Contratación de maquinaria agrícola



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

En cuanto a la utilización de maquinaria agrícola el 72% contratan maquinaria para labores de arado, rastrado, siembra, fumigaciones y cosecha, por el contrario, el 28% no lo hace, dependiendo siempre de la disponibilidad de mano de obra y la extensión de terreno que tiene cada uno de los productores.

5.1.3. Variables económicas

- **Disponibilidad de crédito**

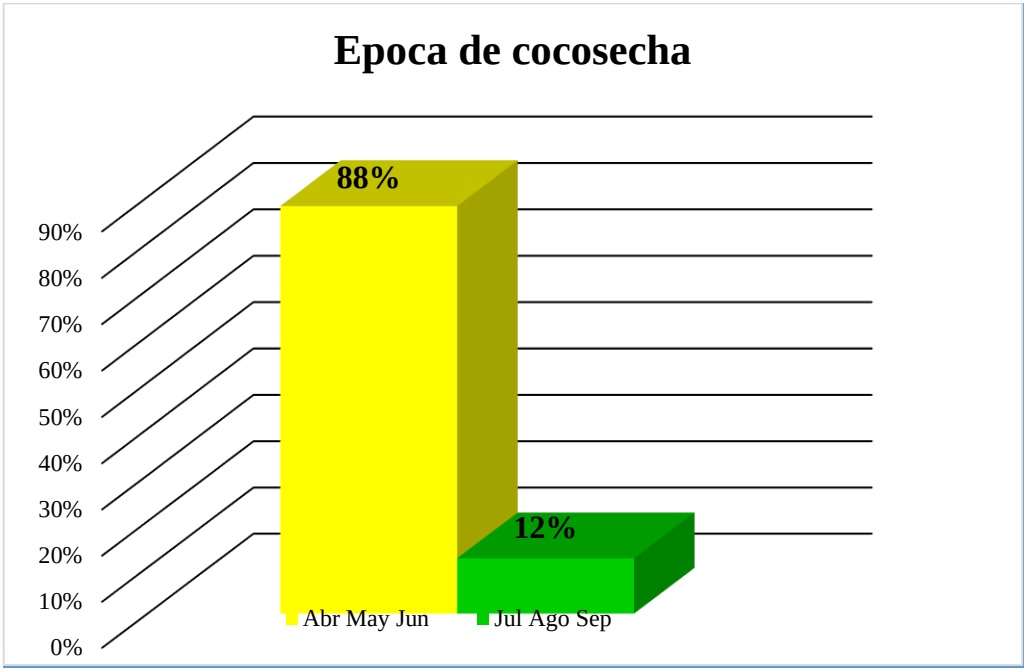
En la zona de estudio el 100% de los agricultores disponen de crédito bancarios y en cooperativas para la producción de maíz el mismo que es destinado para la compra de semillas, insumos, equipos agrícolas y fertilizantes, donde la gran mayoría lo realizan en bancos del estado (55%) como es el BAN Ecuador tiene una tasa de interés del 11% anual para agricultura y ganadería con 5 años plazos y 2 de gracia y el banco del Pichincha con los CREDIFE y las cooperativas de ahorro y crédito trabaja con 3 tipos de interés desde 18.95 a 19.95, de los cuales son socios y que han facilitado el crédito a pagar con la venta de la cosecha generalmete. En el medio no existen personas dedicadas al préstamo a altos intereses ni los almacenes de insumos proporcionan créditos.

Cuadro N˚12. Epoca de la cosecha

Epoca de cosecha	Fr	%
Abr, May, Jun	109	88
Jul, Ago, Sep	15	12
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 11. Epoca de cosecha



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

Se pudo determinar que el 88% de los agricultores certifican que los meses de cosecha de maíz duro oscilan entre abril y junio, los precios caen debido a la abundante oferta de la producción tanto en el mercado provincial y a nivel nacional. En cuanto los meses de julio y septiembre representan el 12% de la cosecha ya que son épocas de bajo nivel de producción y esto se debe a las condiciones climáticas que presenta la época, de igual manera la semilla que es usada.

Los agricultores que cosechan en el mes de abril se sienten obligados a vender en esta época con alto porcentaje de humedad lo que baja el precio del maíz duro debido que se sienten obligados a cubrir cuentas de créditos bancarios.

- **Clasificación del producto**

En cuanto a la clasificación del producto los agricultores, el 100% no hacen esta actividad debido a que este rubro no es considerado el momento de la venta y no tiene ningún valor adicional, también viene dado a la forma de cosecha ya que su gran mayoría utiliza cosechadoras y también usan trilladoras esta venta es de forma directa a los intermediarios.

- **A quien vende el producto**

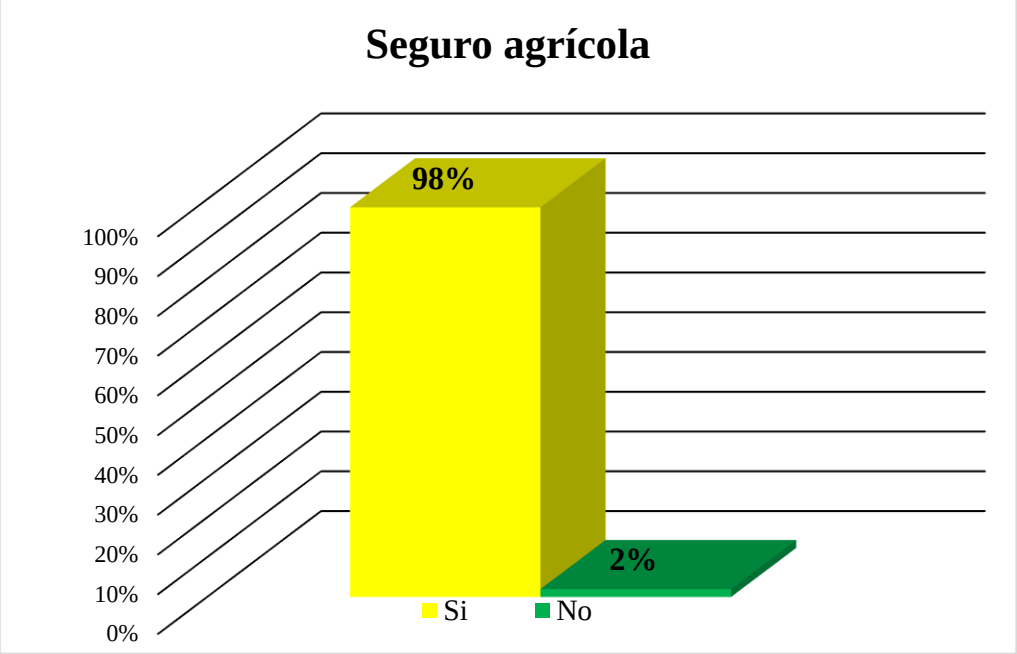
La comercialización constituye el cierre del proceso productivo, donde el 100% lo realiza al intermediario, quienes adquieren el producto con un porcentaje de humedad que oscilan entre el 24 a 32 % de humedad y un 2% de impurezas que fluctúan entre 12 y 13.50 dólares el quintal mismo que son transportados a centros de acopio donde son distribuidos a todo el país.

Cuadro N° 13. Cuenta usted con seguro agrícola

Seguro agrícola	**Fr**	**%**
Si	122	98
No	2	2
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 12. Cuenta usted con seguro agrícola



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

El 98% de productores son beneficiarios de un seguro agrícola, por parte del Gobierno Nacional que, a través del MAG, mismos que se han venido implementando principalmente en agricultores que cuentan con unas asociaciónes, para apoyar a los pequeños y medianos productores de maíz del país que son afectados por eventos climáticos y biológicos. Solo el sistema bancario de BAN Ecuador cuenta con un seguro SEGDEC el mismo que es cobra de acuerdo al monto que se realiza, pero con un bajo porcentaje de interés, lo que permite y garantiza la seguridad de la producción para cada uno de los agricultores que se dedican a esta actividad. Mientras que el 2% manifiesta no estar interesado en contar con dicho seguro.

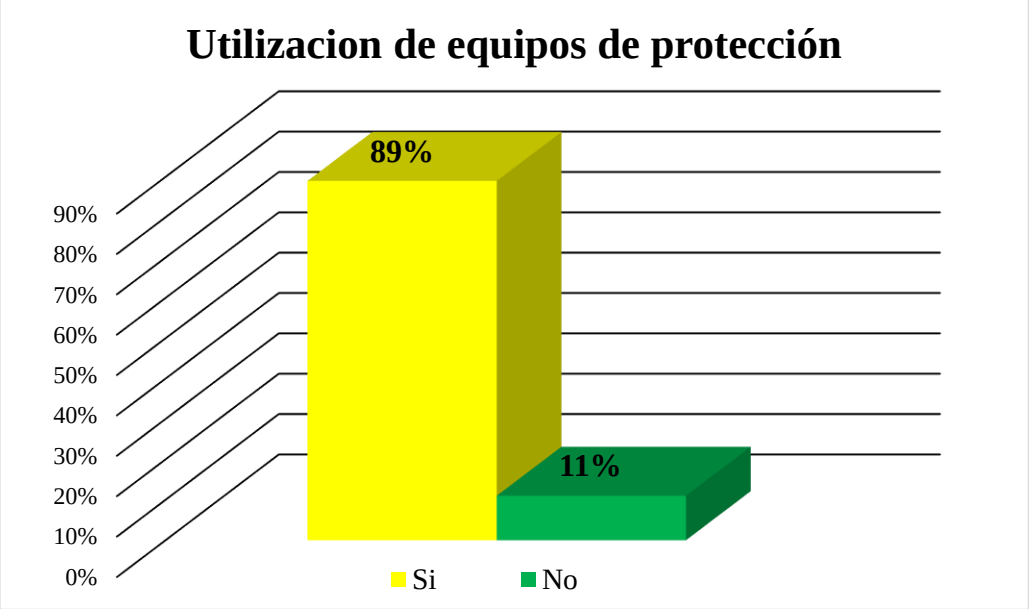
5.1.4. Variables ambientales

Cuadro N° 14. Utilización de equipos de protección

Utilización de equipos de protección	Fr	%
Si	110	89
No	14	11
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 13. Utilización de equipos de protección



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

El 89% de los productores expresan que, sí utilizan equipos de protección con el objetivo de evitar intoxicaciones a causa del mal uso de productos químicos, es por esto que muchos de los productores utilizan mascarillas guantes y mandiles de esta manera se evita posibles enfermedades con el pasar de los años.

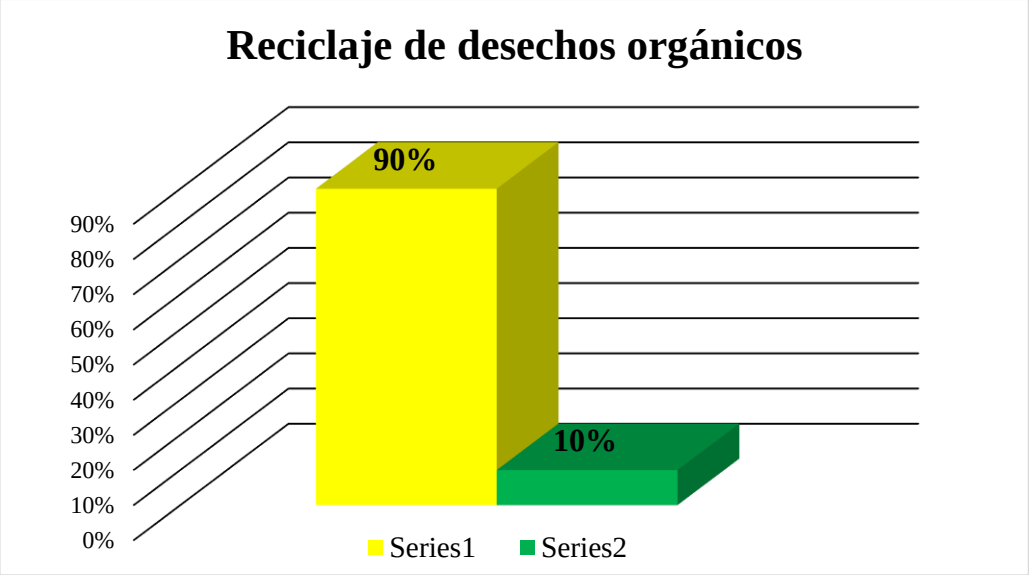
Cabe indicar que el 11 % de los productores no usan equipos de protección debido que son incomodos al momento de realizar labores culturales en su lugar de trabajo, ellos expresan que las mascarillas no les permiten respirar bien al igual y que el usar guantes y mandiles son incomodos al momento de aplicar insumos agrícolas.

Cuadro N° 15. Reciclaje de los desechos orgánicos

Reciclaje desechos orgánicos	Fr	%
Si	112	90
No	12	10
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 14. Reciclaje de los desechos orgánicos



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

Debido a que el suelo sufre grandes cantidades de intoxicación por el uso de insumos agrícolas el 90% de los productores recogen los producción y realizan por un tiempo determinado la re ciclación de materia orgánica, la misma que al pasar los meses cumple la función de ser una capa protectora para el suelo la misma que evita su erosión, al transcurrir un tiempo los agricultores proceden a quemar esta materia orgánica para de esta manera proceder a realizar nuevamente la siembra.

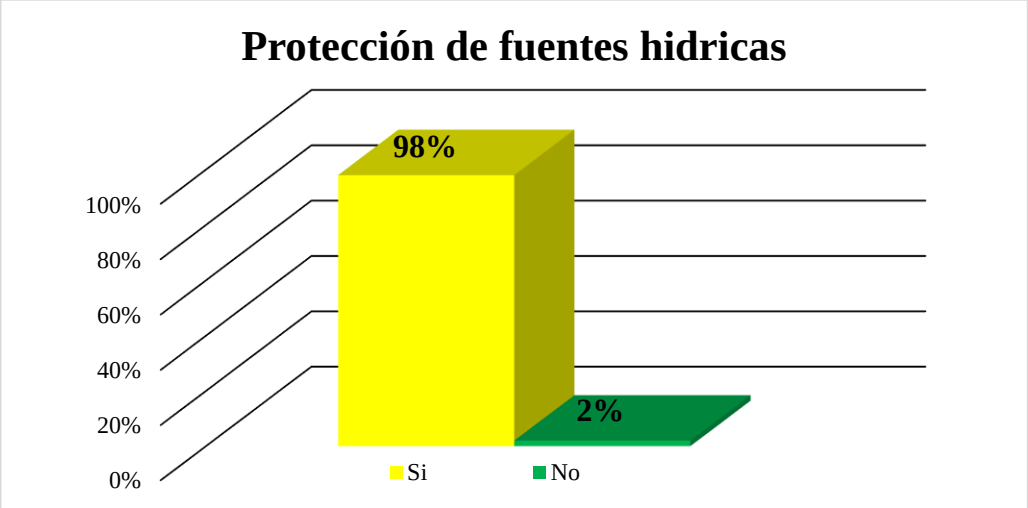
Tan solo un 10 % no realizan esta práctica debido principalmente a la falta de conocimiento, a la carencia de técnicas eficientes para la recolección, elaboración y uso de estos materiales orgánicos, al igual que algunos no lo realizan porque lo ven como una manera innecesaria de ejecutar esta labor.

Cuadro N° 16. Protección de fuentes hídricas

Protección de fuentes hídricas	Fr	%
Si	120	98
No	3	2
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 15. Protección de fuentes hídricas



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

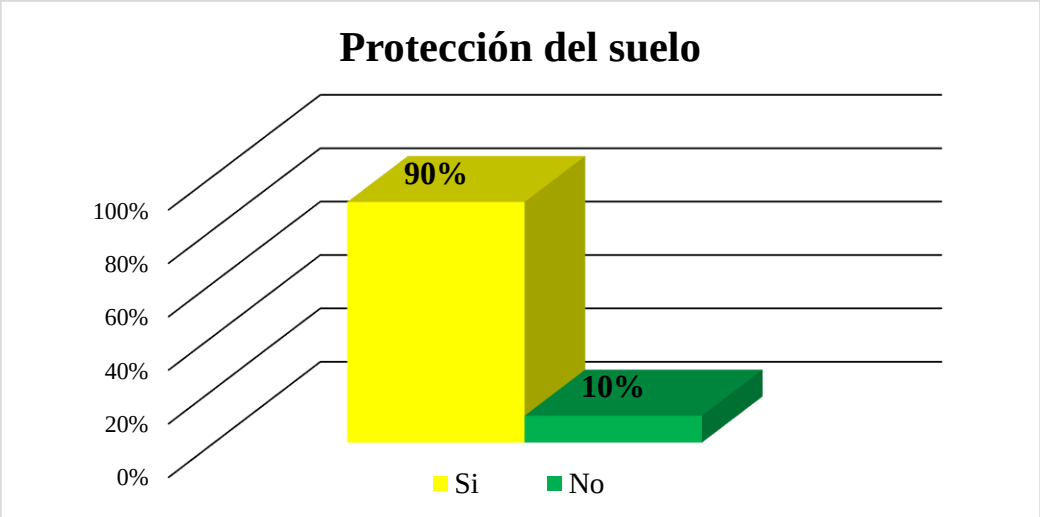
El agua es el líquido vital más importante para la vida y producción agrícola es por esto que el 98% de los productores si protege fuentes hídricas manteniendo los bosques y sembrando especies como bambú **(*Bambusa oldhamii*)**, caña guadua **(*Gadua angustifolia*)** que ayudan a la captación de agua, una de las formas de la protección es recolectando desechos de insumos agrícolas cercanos a fuentes hídricas, de esta manera evitamos todo tipo de contaminación, que afecte o dañe la vida útil de los ríos, quebradas, cuencas, manantiales y nacimientos de agua. El 2% que no realiza esta práctica de conservación por desconocimiento de la importancia de este recurso realizando prácticas como tala de los bosques por aumentar más su área de cultivos y obtener un mayoy ingresos, arrojando desechos tóxicos a los ríos como restos de químicos utilizados en los cultivos.

Cuadro N° 17. Protección del suelo

Protección del suelo	Fr	%
Si	112	90%
No	12	10%
Total	124	100%

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 16. Protección del suelo



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

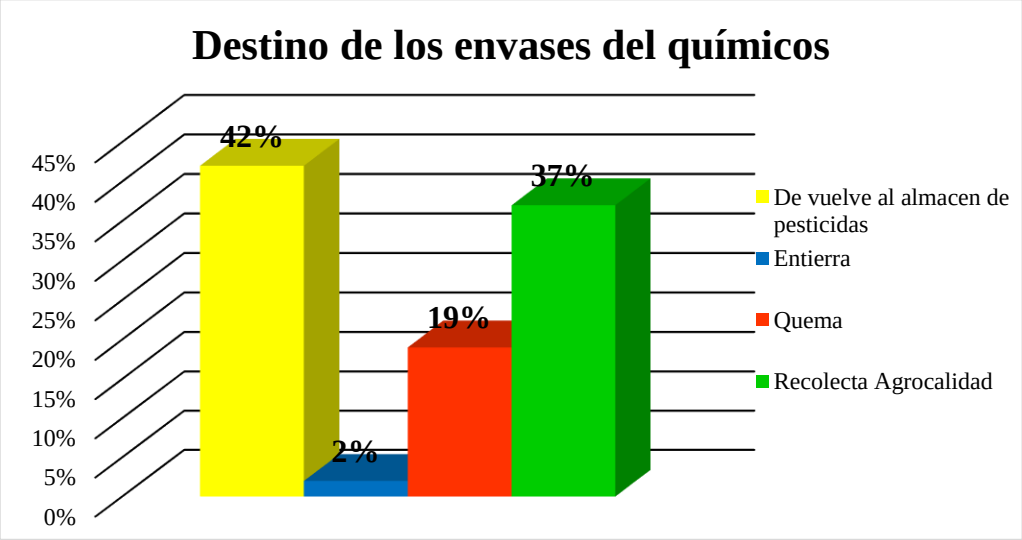
El suelo aporta servicios eco sistémicos que permiten la vida en la tierra, por esta razón los productores son los responsables de la protección del suelo el 90% realiza esta actividad debido a que el suelo es de importancia básica para la vida sobre la tierra, es la fuente de vida de las plantas, animales y la especie humana. La producción agrícola y por ende la pecuaria, dependen de manera indiscutible de la fertilidad del suelo para una mayor absorción de nutrientes para los cultivos; el 10% de los productores no le dan la importancia necesaria al recurso suelo ya que está comprobado que el uso indebido de la mecanización agrícola, los agroquímicos y los propios fertilizantes, ocasionan impactos negativos en el suelo donde el mayor problema es la erosión, consiguientemente provoca desgaste físico y perdida de la actividad microbiana. En ocasiones no me muy frecuentes realizan la protección de la capa arable con el uso de materia organica.

Cuadro N° 18. Destino de los envases de los productos químicos

Destino de los envases de productos químicos	Fr	%
Devuelve al almacén de Pesticidas	52	42
Entierra	2	2
Quema	24	19
Recolecta Agro calidad	46	37
Total	124	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 17. Destino de los envases de los productos químicos



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

El manejo de los envases que han contenido agroquímicos tiene gran significado ambiental, siendo necesario un manejo especial posterior a su uso en cultivos agrícolas para prevenir riesgos al medio ambiente y a la salud humana.

En este estudio se reflejó que el 42% de los agricultores devuelven al almacén donde compraron los pesticidas, mientras que un 37% afirma que recolectan para evitar contaminar el suelo, el 19% de los encuestados manifiestan que incineran los embaces y un 2% entierra los recipientes siendo estas dos últimas las menos recomendadas. De los porcentajes expuestos en esta encuesta se puede indicar que es mejor perforar los envases y entregar en las oficinas de agro calidad y almacenes

agrícolas para que ellos realicen un debido reciclaje evitando todo tipo de contaminación, pero en algunas ocasiones ejecutan proceso de reutilización.

- **Ha cambiado el clima en su zona**

El 100% manifestaron que el clima cambio en los últimos años, presentándose fenómenos como exceso de temperaturas, precipitaciones en épocas diferentes a las acostumbradas, es decir los cambios se producen a muy diversas escalas de tiempo y es debido principalmente a causas naturales y en los últimos años, también a la acción del hombre en cuanto a la contaminación ambiental a influenciado de gran manera en los cambios climáticos, afectando así a la producción y productividad del maíz duro es por esta razón que cuando hay la presencia de cambios bruscos y evolutivos en el clima afecta por completo la producción y de esta manera al momento de realizar la cosecha hay muchas pérdidas por causa de enfermedades plagas y bajo vigor del grano, entre otras.

- **Ha perdido la cosecha por exceso o deficiencia de lluvia**

El 100% afirma haber perdido sus cosechas por los cambios climáticos presentes, fenómenos naturales, vientos, exceso de lluvias al igual que la falta de las mismas, que por lo consecuente esto genera nuevas plagas y enfermedades en el cultivo de maíz duro lo que provoca que no se pueda controlar estés tipo de inconvenientes a tiempo

5.2.Resultados estadísticos de intermediarios

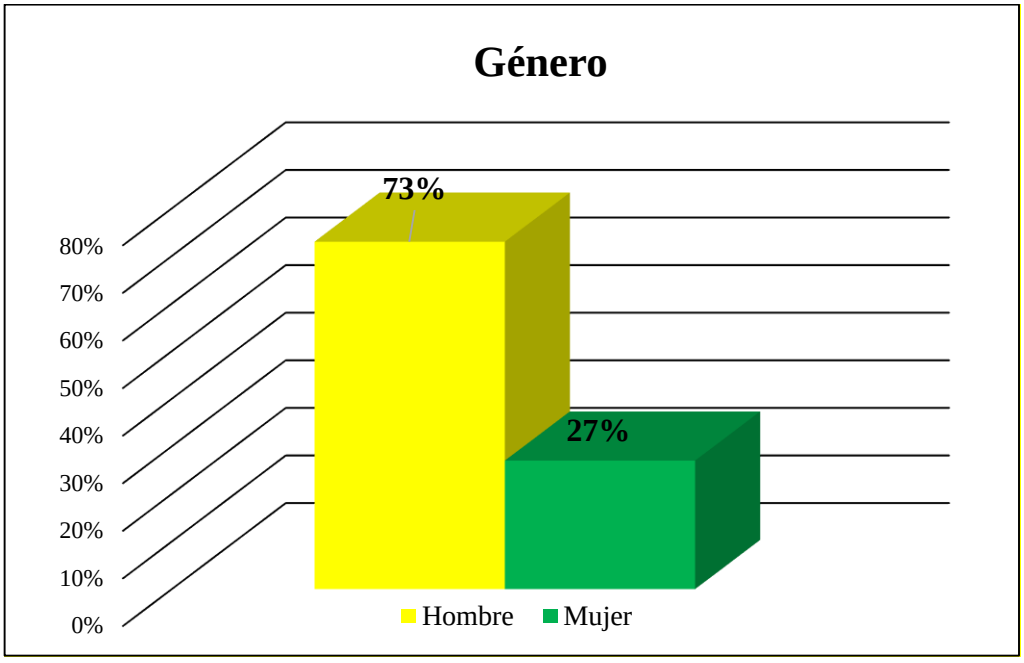
5.2.1. Variables sociales

Cuadro N° 19. Genero

Género	Fr	%
Hombre	8	73
Mujer	3	27
Total	11	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 18. Género



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

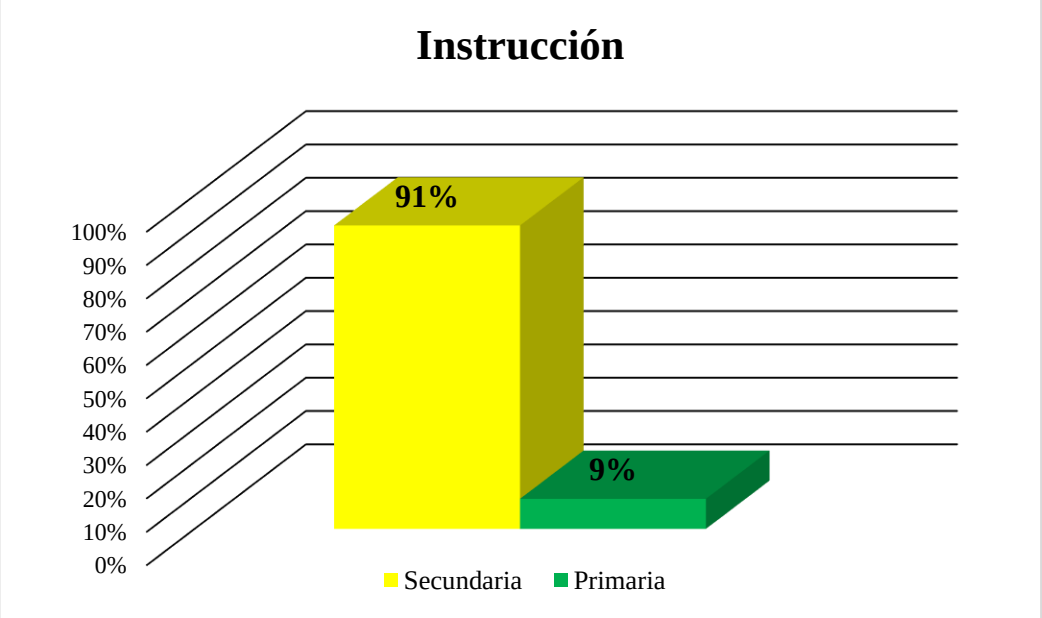
El 73% de intermediarios que se dedica a esta actividad son los hombres, básicamente por la dificultad del trabajo en el campo al momento de la recolección del producto para el acopio y venta, en algunos casos adicionales esta actividad siempre ha predominado el papel del hombre, solo un 27 % de mujeres se dedica a la compra, venta y acopio del producto en el sector; tratando de afianzar más el papel de la mujer en la comercialización de maíz.

Cuadro N° 20. Nivel de instrucción

Instrucción	Fr	%
Secundario	10	91
Superior	1	9
Total	11	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 19. Instrucción educativa



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

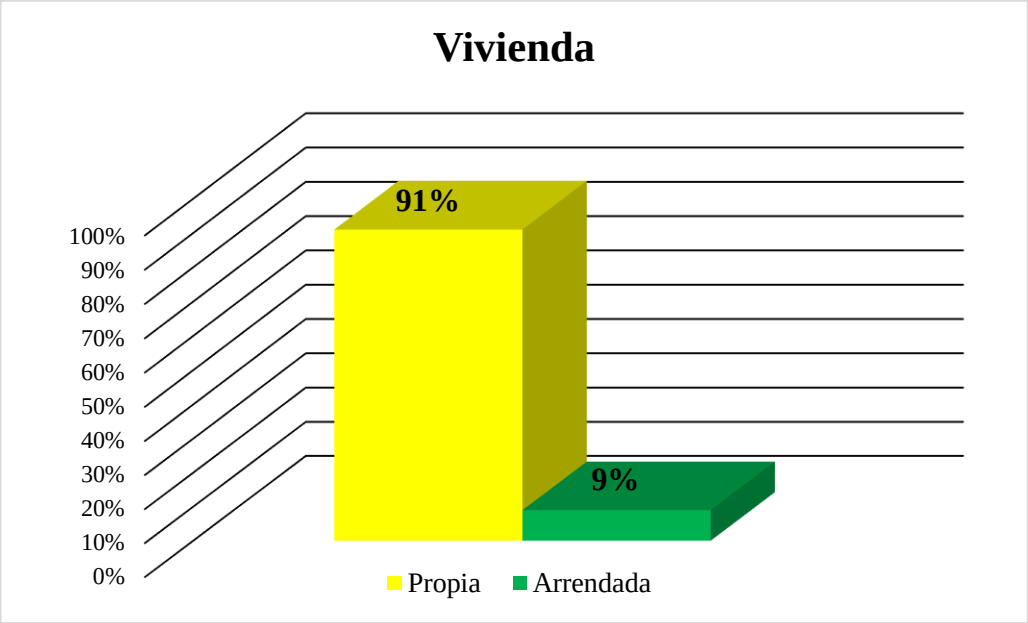
Según la información recopilada el 91% de los agentes intermediarios han cursado y culminado la secundaria o colegio, el 9% manifiesta haber culminado una carrera técnica o universitaria y según los datos tomados no se encontró comerciantes que no hayan estudiado, es decir que el 100% de los comerciantes saben leer y escribir, lo que les permite tener una buena vocación al momento de realizar la comercialización del maíz duro.

Cuadro N° 21. Vivienda

Vivienda	Fr	%
Arrendada	10	91
Propia	1	9
Total	11	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 20 Vivienda



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

Como nos indica los datos obtenidos en esta investigación la mayor parte de las familias 91% poseen casas propias, ya que buscan el bienestar y comodidad para sus familias que les permite vivir con más tranquilidad, mientras que un 9% habitan en viviendas arrendadas, los mismo que viven de esta manera debido a que están empezando en el comercio de maíz duro.

5.2.3. Variables agrícolas

- **Principales híbridos de maíz que compran**

El 100% de los intermediarios no tienen preferencia de híbridos para la comercialización, por lo que aceptan todos los híbridos que el productor ofrece siempre y cuando no se encuentren en estado de putrefacción, el producto debe estar de buena calidad y llamar la atención del consumidor, que cumpla con el porcentaje de humedad y libre de impurezas.

- **Compra directas al productor**

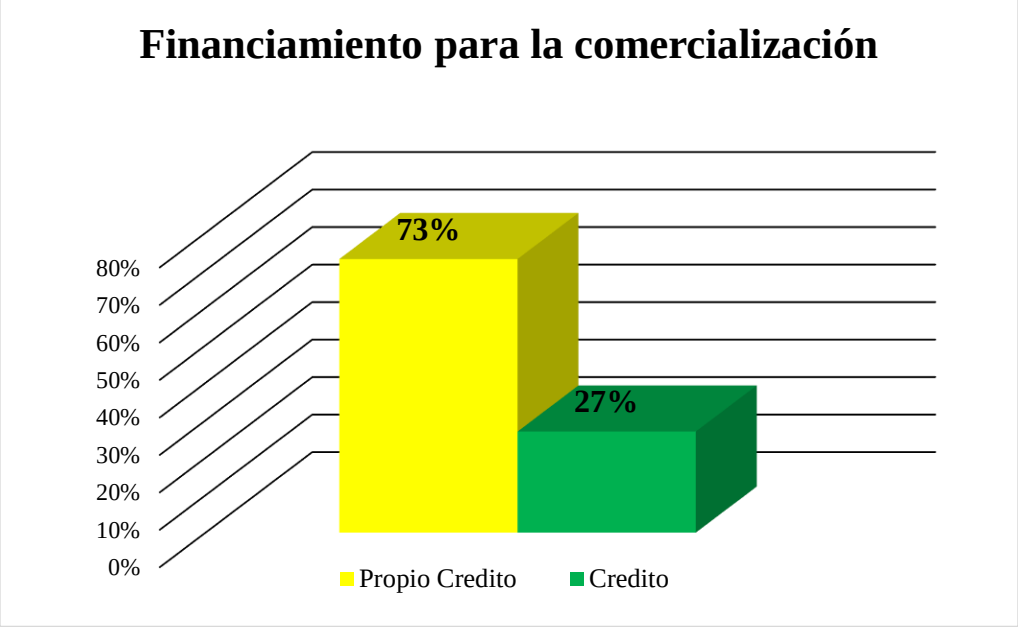
El intermediario compra el 100% al productor porque; es el primer eslabón del proceso de comercialización lo que le permite obtener un producto sin valor agregado; puede negociar el precio y en muchos casos al comprar barata lo que permite aprovecharse en volumen y en precio. No le consideran al productor el socio estratégico debido que este no cuenta con un lugar apropiado para el secado del maíz es por esta razón que proceden a negociar el producto a intermediarios para la comercialización.

Cuadro N° 22. Financiamiento para la Comercialización

Financiamiento para la Comercialización	**Fr**	**%**
Crédito	8	73
Propio	3	27
Total	11	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 21. Financiamiento para la comercialización



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

En base al estudio realizado se pudo determinar que el 73% de los intermediarios trabaja con capital propio y crédito pues son intermediarios que ya tienen años en este negocio y han logrado capitalizarse gracias a esta actividad de comercialización; y el 27% manifiesta que trabaja con créditos pues el capital de inversión es elevado y para poder competir necesitan de este tipo de financiamiento que la mayoría los realiza a plazos de 2 a 5 años en bancos privados, muy pocos manifiestan que utilizan la banca pública. Esto lo realizan según el volumen de ventas mientras más aumenta su capital de comercialización requieren de un mayor monto crediticio. Con un monto de ventas de 100.000 a 1.000000 la tasa de interés es de 11, 23 % anual, con un monto de ventas de 5.000000 en adelante la tasa de interés es de 9 83% anual estos prestamos obtienen por medio de ipotecas abiertas y en el caso de muerte de el deudor se da por pagada la deuda.

- **Compra del maíz**

En su totalidad el 100% de los intermediarios compra el producto en los centros de acopios y en tiempos de escases realizan compras directas a los productores en el lugar de la plantación pues ya tienen establecido un canal de compra-venta con

ciertos productores e incluso en algunos casos, una preventa anticipada porque el volumen de carga que comercializan es alto y no lo pueden cubrir con un solo productor, el volumen de venta que realizan en esta época de comercialización

- **Epoca de menor precio**

El 100% de los intermediarios coinciden en que los meses en que el producto alcanza el menor precio son Abril, Mayo, Junio, pues en estas fechas la mayoría de productores se encuentran en etapa de cosecha y existe abundancia de producto adicional a que en los mercados en que los intermediarios comercializan se encuentran copados del producto pues todos los sectores del país se encuentran en etapa de cosecha y es por esto que los precios se fijan muy bajos llegando en algunos casos, a comercializarse a 11 dólares el quintal, lo que provoca que el pequeño productor no pueda obtener el lucro económico que necesita para la producción de la cosecha siguiente debido a la demanda del producto.

- **Epoca de mayor precio**

Analizados los resultados de los intermediarios puedo interpretar que Octubre y Noviembre y Diciembre son los meses con mayor precio del mercado pues son los meses en que la cosecha está prácticamente terminadas y los agricultores que siguen cosechando son los que poseen sistemas de riego, los mismos que realizan dos cosechas de maíz duro al año y son los que alcanzan un mayor porcentaje de ganancia, alcanzando en algunos casos precios de hasta 16 dólares por quintal de maíz.

- **Compra de maíz calificado**

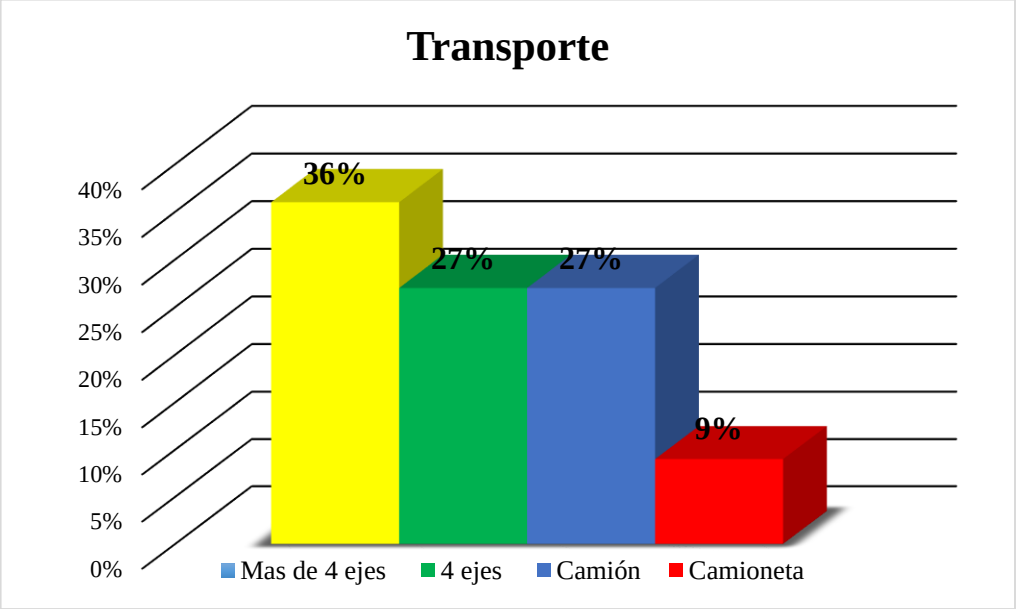
La cosecha se realiza cuando la planta ha cumplido su madurez fisiológica, es decir por el uso de híbridos de alta gama, dependiendo de la variedad que haya utilizado el productor, existe variedades que van de 100 a 120 días de la siembra. Lo que implica que existe una buena calidad del grano con una humedad de 28 a 30%, esto genera a que la compra-venta de maíz duro tenga un valor económico según su grado de humedad y calidad.

Cuadro N° 23. Transporte certificado

Transporte calificado	Fr	%
Más de 4 ejes	4	36
4 ejes	3	27
Camión	3	27
Camioneta	1	9
Total	11	100

Fuente: Investigación de campo 2017

Gráfico N° 22. Descripción del transporte



Elaborado por: Geovanny Moya Carrera

Estadísticamente de los resultados obtenidos podemos interpretar que un 36% de los intermediarios en el proceso de comercialización y debido a la gran cantidad de producto, el medio de transporte que más usan es de más de 4 ejes, seguido por el 27 % que utiliza camión y transporte de más de 4 ejes, así como también un 27% utiliza camioneta lo hacen básicamente por que las vías de acceso para algunas fincas son estrechas y rusticas por tal motivo el tamaño del vehículo influye mucho, en algunos casos también porque son intermediarios que trabajan con un volumen pequeño y viajan a mercados cercanos.

En cuanto al transporte del producto los intermediarios lo realizan en vehículos de más 4 ejes debido a que tiene un bajo costo por volumen de carga, a relación de un camión donde el costo de transporte es elevado por el menor tonelaje de carga.

- **Donde vende el maíz**

En el presente estudio determinamos que el 100% de intermediarios comercializan su producto en mercados mayoristas de Quito, Guayaquil, Ambato, Cuenca, Latacunga, Tulcán; pues en estos lugares entregan en volúmenes altos que transportan por completo adicional a esto tienen sus compradores ya establecidos dedicados a la industrialización de este producto empresas como Pronaca, Nutril, Grasas unicol, Champión, dedicadas a la elaboración de alimentos para explotaciones pecuarias.

- **Comercialización del maíz**

El 100% de los intermediarios manifiestan que nunca han tenido problemas para comercializar el maíz ya que realizan esta actividad comercial por varios años y tienen establecido su mercado y su clientela que en algunos casos está a la espera del producto adicional a su calidad se convierte en un producto de demanda y fácil venta en el mercado.

VI. COMPROBACION DE LA HIPOTESIS

Ha. La producción y comercialización de Maíz duro (***Zea mays L*)**, es similar en el cantón Pueblo Viejo.

Ho. La producción y comercialización de Maíz duro (***Zea mays L*)**, es diferente en el cantón Pueblo Viejo.

Se acepta la Ha por cuanto la comercialización es similar en el área de estudio, debido a que el productor vende a los intermediarios y no la hace directamente al consumidor.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Después de haber realizado el análisis de la información y en base a los objetivos planteados en la presente investigación se establecen las siguientes conclusiones:

- En base los resultados obtenidos se ha logrado identificar que los actores que cumplen un rol activo dentro del ámbito de la valoración de la producción y comercialización de maíz duro son: el productor e intermediarios agrícolas.

- En el aspecto social el 100% de la población saben leer y escribir, en el medio existe un predominio de hombres (57%) frente a un (43%) mujeres, alojados siempre en vivienda propia (100%) y cuentan con servicios básicos.

- El (94%) no practica la rotación de cultivo, los híbridos de mayor aceptación por los agricultores son De Kald 7088 (57%), Hercules (22%), Emblema 777 (22%) y Avanta Mejorado (11%), debido a que tienen una buena aceptación en el mercado, el (91%) efectúa la siembra en el mes de enero y el (9%) lo hace en el mes de diciembre, el control de las malezas lo hacen de forma combinada (88%), la fertilización predominante es químicamente (92%).

- En la conservación del ambiente el (90%) recicla los desechos orgánicos, en un (90%) existe la tendencia a la protección del suelo, el (89%) en la aplicación de agroquímicos utilizan protección al momento de trabajar con estos insumos.

- Está demostrado también que el productor agrícola y el intermediario son los encargados de establecer los mecanismos idóneos para el fomento y desarrollo del sistema de comercialización y abastecimiento del maíz empleando diferente formas de transportes y rutas, para acercarse cada vez más hacia el consumidor final en los principales mercados.

7.2. Recomendaciones

De acuerdo con las conclusiones obtenidas se sugieren las siguientes recomendaciones:

- Diseñar e implementar planes de enseñanza para mejorar la competitividad del cultivo de maíz, con valor agregado y propiciar acercamientos a los principales mercados del país para una mayor oferta a través de los productores.

- Hacer énfasis en que la producción actual de maíz en el cantón Pueblo Viejo es muy buena por lo que se necesita mejorar los ingresos de los productores agrícolas, a través de otorgamientos de valor agregado.

- Generar alianzas estratégicas entre instituciones y zonas maiceras para implementar planes de capacitaciones para desarrollar la competitividad a través de la creación de microempresas dedicadas al acopio y distribución del producto.

- Identificar a las entidades financieras que faciliten al usuario al crédito agrícola a los productores.

- Socializar los resultados con los directivos y socios de las asociaciones para poner planes de comercialización, aprovechando las fortalezas y las condiciones socio económicas de los beneficiarios y condiciones climatológicas del sector.

VIII. BIBLIOGRAFIA

1. **AGURTO, T. 2013.** Evaluación económica y propuesta de canales de distribución en la provincia del guayas para el incremento de las ventas en la compañía Agrícola Agrosalvia S.A. productora de mango. Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil – Ecuador. Pp. 35 – 38.

2. **ARREGUI, M. 2012.** Investigación de los canales de comercialización de los productos lácteos de la pymes agroindustrial en la provincia de Bolívar y su deficiente competitividad. Universidad de Guayaquil. Guayaquil- Ecuador. Pp. 48-51.

3. **BACA, U. 2010.** Evaluación de proyectos. Sexta edición. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Editorial Mexicana. México, D.F. Pp. 41-48.

4. **BEJARANO, A. 2011.** Economía de la agricultura. Primera edición. Colombia Bogotá: Ecuadernización: 2011, 368, Pp. IBSN: 985-601-811-3

5. **BCE. 2014.** Reporte de coyuntura sector agropecuario. Quito: Banco Central del Ecuador.

6. **CRUZ, I. 2012.** Canales de distribución. Especial referencia a los productos de alimentación. Primera edición, Editorial pirámide. Madrid. España. Pp. 86-123-146

7. **CHIRIBOGA, M. 2011.** Diagnóstico de la Comercialización Agropecuaria en Ecuador Implicaciones para la pequeña economía campesina y propuesta para una agenda nacional de comercialización agropecuaria. Veco Ecuador. C.E.S.A. P. 23. Disponible en:http://www.incidenciapolitica.info/bibliotec/ACT243.PDF

8. DÍAZ, M. 2013. Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (citrus aurantium) y su relación con la economía del cantón La Maná y su zona de influencia. Universidad Técnica de Cotopaxi. La Maná – Ecuador. Pp. 23 - 28.

9. FUNPROVER. 2013. Validación, demostración y capacitación sobre tecnología para producción de maíz. En Agroentorno, marzo. Recuperado el 12 de marzo del 2015. Disponible en http://www.funprover.org/agroentorno/agromarzo013/validacionde emostracioncapacitac iontecparaproducccmaiz.pdf

10. FRANCO, W. 2015. TEMA: "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de jugo de naranja para el desayuno escolar de los estudiantes de educación básica en el cantón Quinsaloma, periodo 2014 – 2015". Pp. 12.

11. GITMAN, L. 2010. Administración Financiera. México: Quintanar.

12. GÓMEZ, A. 2010. Canales de distribución. Universidad ICESI. Cali Colombia.

13.GRAJALES, G. 2010. Estudio de Mercado y Fundamento de MercadeoAgropecuario. Colombia: CIDIA.

14. GRAHAME, D. 2016. Comercialización de productos hortícolas. Guía de extensión en comercialización. Organización de la Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO). Disponible en: http://www.share4dev.info/ffsnet/documents/3630.pdf.

15. HERNÁNDEZ, R. et al. 2014. Metodología de la Investigación. Colombia: McGraw. Pp. 312-315.

16. INEC. 2012. Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo. Fuente: ESPAC 2012. Elaborado por INEC – Unidad de Estadísticas Agropecuarias.

17. KRUGMAN, P. et al 2007. Introduccion a la economía: microeconomía. Tercera edición. España Baecelona: Reverte S.A. 2007, P. 123. IBSN: 978-84-291-2632-7.

18. MANKIN, G. 2012. Principios de Economía. México: CENGACE.

19. MANKIM, G. 2011. Principios de Economía. España: Learning.

20. Miranda, J. 2012. Gestion de Proyectos: Evaluación financiera, económica, social, ambiental (Séptima ed.). Bogotá: MM editores. Pp. 113-118

21. NASSIR, S. 2011. Proyecto de Inversión, formulación y Evaluación. Segunda edición, Editorial. Perason. Chile. P. 59

22. OLALLA, F. 2011. Agricultura y desertificación. Tercera edición. España Madrid: Mundi Prensa: 2011, 341,P.IBSN: 84-47114-966-4

23. PALADINES, L. et al. 2012. El Proceso de Mercadotecnia y la Gestión de Comercialización de Bienes y Servicios. Loja – Ecuador.

24. PASCHOAL, J. 2008. Introduccion a la Economia. Quinta edición. Mexico: Alfa Omega grupo editor S.A. de C.V, 866p. IBSN: 978-970-1510582; IBSN: 970-15-1058-5

25. RIVADENEIRA, D. 2012. COMERCIALIZACION: Definición y Conceptos, empresas y actualidades Publicado 28th March. Disponible en: http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercalizacion-definicion-y-conceptos.html.

26. RUFÍN, M. 2012. Marketing Publico investigación, aplicaciones y estrategia. España: ANORMI. P. 115

27. SALAS, J. 2015. Distribución, Modo de transporte y almacenamiento. Todo sobre marketing. Jueves 23 de abril 2015. Disponible en:

http://johanmsf.blogspot.com/2015/04/distribucion-modo-de-tratransporte-y23.htm.

28. VÁSQUEZ, G. 2010. Los canales de distribución y el valor para el consumidor.

29. VELÁZQUEZ, E. 2012. Canales de distribución y logística. Red Tercer Milenio Editorial.Primera edición.

30. VIGNATTI, M, 2011. Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual. Argentina Buenos Aires: [s.n], 2007. [ref. 25 de mayo de 2011]. Disponible en WEB: http//www.mailxmail.com/curso- marketing-produccion-costes/marketing-definicion-objetico- produccion.

31. ZORRILLA, S. 2004. Como aprender Economia conceptos básicos. Primera edición Mexico: LIMUSA, SA DE CV, 2004, 203p. ISBN: 968-18-1612-9.

32. http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2834/html.

33. https://definicion.mx/produccion-agricola/html.

34. http://concepto.de/factores-de-produccion/.html.

35..http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.html.

36.http://www.abc.com.py/articulos/tierra-trabajo-y-capital-factores-de-produccion-834341.html

37. http://www.agro-tecnologia-tropical.com/elcapital.html.

38. http://www.agro-tecnologia-tropical.com/eltrabajo.html.

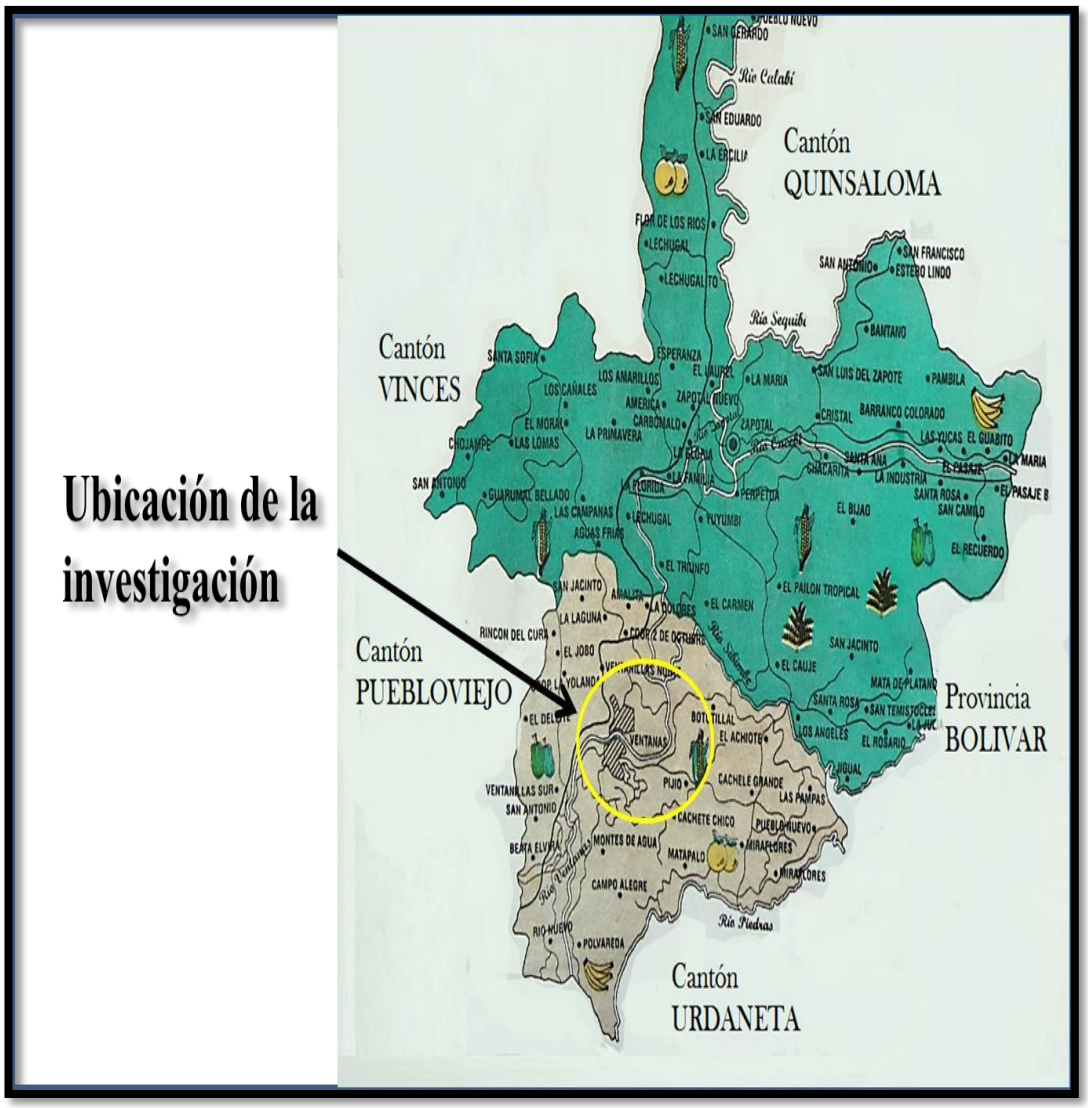
39. http://www.definicionabc.com/economia/produccion-agricola.php.html.

40. http://www.produccionmundialmaiz.com/html.

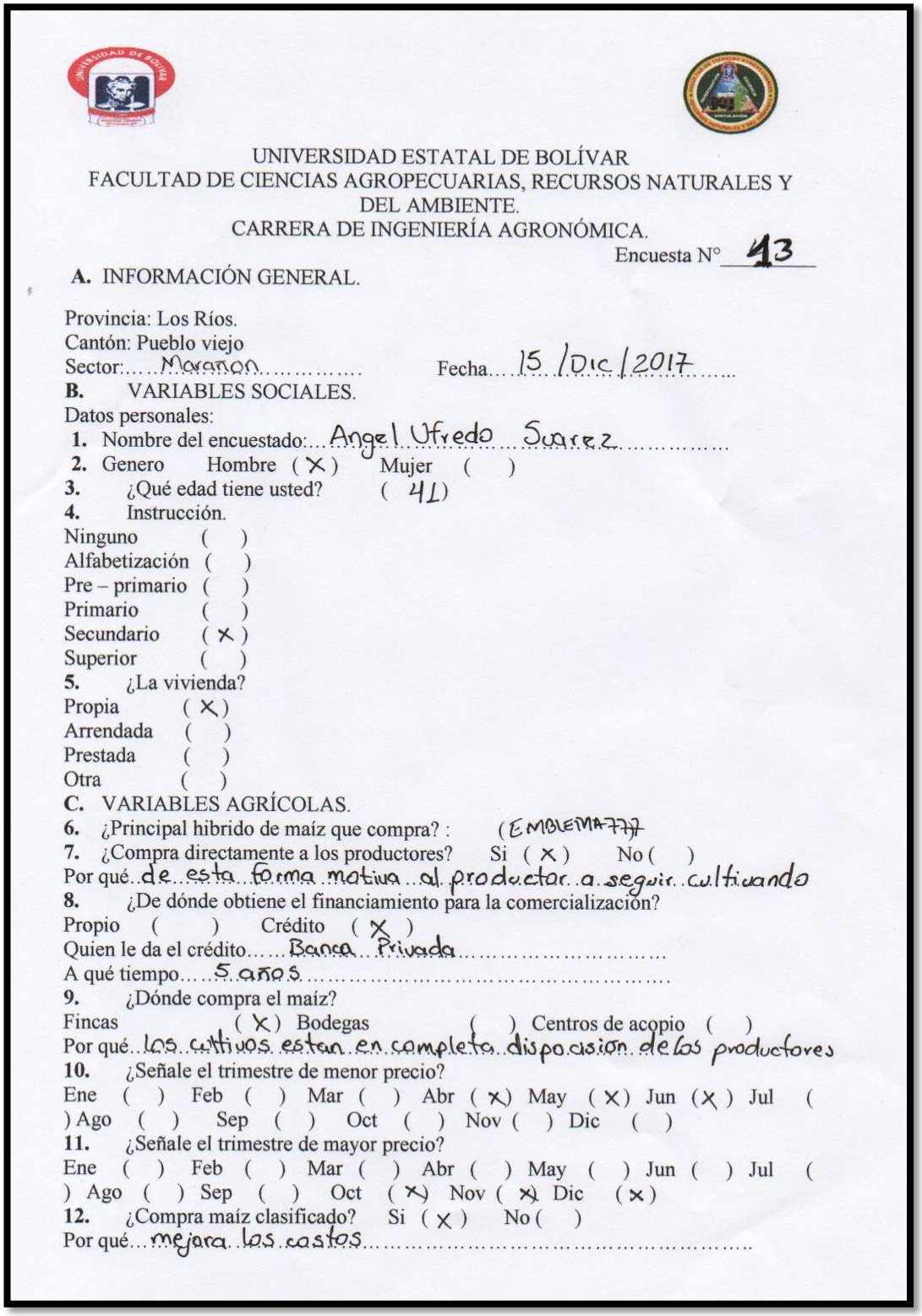
41. http://www.sancamilo.com.ec/maiz.html.

ANEXOS

Anexo 1. Ubicación de la Investigación**.**



Anexo. 2. Formato establecido de encuesta para Intermediarios de maíz



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS, RECURSOS NATURALES Y DEL AMBIENTE.
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA.

Encuesta N° 43

A. INFORMACIÓN GENERAL.

Provincia: Los Ríos.
Cantón: Pueblo viejo
Sector: Maranon Fecha 15 /Dic/2017

B. VARIABLES SOCIALES.

Datos personales:

1. Nombre del encuestado: Angel Ufredo Suarez
2. Genero Hombre (X) Mujer ( )
3. ¿Qué edad tiene usted? (41)
4. Instrucción.

Ninguno ( )
Alfabetización ( )
Pre – primario ( )
Primario ( )
Secundario (X)
Superior ( )

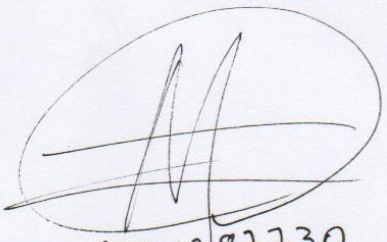
5. ¿La vivienda?

Propia (X)
Arrendada ( )
Prestada ( )
Otra ( )

C. VARIABLES AGRÍCOLAS.

6. ¿Principal hibrido de maíz que compra? : (EMBLEMA777
7. ¿Compra directamente a los productores? Si (X) No ( )
Por qué de esta forma motiva al productor a seguir cultivando
8. ¿De dónde obtiene el financiamiento para la comercialización?
Propio ( ) Crédito (X)
Quien le da el crédito Banca Privada
A qué tiempo 5 años
9. ¿Dónde compra el maíz?
Fincas (X) Bodegas ( ) Centros de acopio ( )
Por qué los cultivos estan en completa disposicion de los productores
10. ¿Señale el trimestre de menor precio?
Ene ( ) Feb ( ) Mar ( ) Abr (X) May (X) Jun (X) Jul ( ) Ago ( ) Sep ( ) Oct ( ) Nov ( ) Dic ( )
11. ¿Señale el trimestre de mayor precio?
Ene ( ) Feb ( ) Mar ( ) Abr ( ) May ( ) Jun ( ) Jul ( ) Ago ( ) Sep ( ) Oct (X) Nov (X) Dic (X)
12. ¿Compra maíz clasificado? Si (X) No ( )
Por qué mejora los costos

13. ¿Con qué porcentaje de humedad compra el maíz? (28-35%)
Por qué... es mejor en el proceso de secado .....
14. ¿Con qué porcentaje de impureza compra el maíz? (2 %)
Por qué... evitamos ... perdidas .....
15. ¿Qué medio de transporte usa para movilizar el maíz al lugar de comercialización?
Camioneta ( )
Camión ( )
Transporte de más de 4 ejes (X)
16. ¿Dónde vende el maíz?
Mercado mayorista (X) Donde... Quito, Cuenca ...
Industria (X) Donde... Pronaca .....
Otros ( ) Donde.....
17. ¿Tiene problemas para comercializar el maíz?
Si ( )
No (X)
Por qué:.....
Cuales:.....



CI. 0201478730

Anexo. 3. Formato de encuesta para productores de maíz

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS, RECURSOS NATURALES Y DEL AMBIENTE.
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA.

Encuesta N° 28

A. INFORMACIÓN GENERAL.
Provincia: Los Ríos.
Cantón: Pueblo viejo
Sector: Puerto Pechiche..... Fecha... 19/Diciembre/2017
B. VARIABLES SOCIALES.
Datos personales:
1. Nombre del encuestado:... Jonathan Troya Arias.....
2. Genero
Hombre (X) Mujer ( )
3. ¿Qué edad tiene usted? (35)
4. Instrucción.
Ninguno ( )
Alfabetización ( )
Pre – primario ( )
Primario ( )
Secundario (X)
Superior ( )
5. ¿La vivienda es?
Propia (X)
Arrendada ( )
Prestada ( )
Otra ( )
6. ¿Tiene servicios básicos? Si (x) No ( )
C. VARIABLES AGRÍCOLAS.
1. ¿El terreno es? : Propio (X) Arriendo ( ) Al partir ( )
2. ¿Qué superficie tiene o renta?
Cuadras (5)
¿Qué hibrido de maíz cultiva? (Hercules)
3. ¿La semilla de maíz que utiliza es? Propia ( ) Comprada ( ) Certificada (X)
4. ¿Dónde compra la semilla? MAGAP. ( ) ONG ( )
Asociación de agricultores ( )
Compra en el mercado (X)
5. ¿Cuál es el principal cultivo que tiene y en qué superficies que destina?

Cultivo		Superficie
Maíz	(X)	(5)
Arroz	( )	( )
Soya	( )	( )
Banano	( )	( )

Otros .....
6. ¿Realiza rotación de cultivos? Si ( ) No (X)
Por qué... solo se dedica al cultivo de maiz en invierno
7. ¿Cómo califica el suelo que usted cultiva?
Excelente ( )
Bueno (X)
Regular ( )
Malo ( )
Por qué.....

8. ¿Piensa que ha disminuido la calidad del suelo en los últimos 5 años?
Si (X)
No ( )

9. ¿Por qué cree usted que ha disminuido la calidad del suelo?
Erosión (X)
Exceso de aplicación de fertilizantes ( )
Exceso de aplicación de herbicidas ( )
Mal uso de maquinaria ( )

10. ¿En qué mes realiza la siembra?
Ene (X) Feb ( ) Mar ( ) Abr ( ) May ( ) Jun ( )
Jul ( ) Ago ( ) Sep ( ) Oct ( ) Nov ( ) Dic ( )

11. ¿Le siembra híbridos precoces? Si (X) No ( )

12. ¿Tipo de control realiza para el control de las malezas?
Manual ( )
Químico ( )
Combinado (X)

13. ¿Qué tipo de fertilizantes utiliza?
Químico (X)
Orgánico ( )
Combinado ( )

14. ¿Dispone de riego para el cultivo? Si ( ) No (X)

15. ¿Qué tipo de sistema de riego dispone? Si ( ) No (x)

16. ¿Identifica las plagas en el cultivo de maíz? Si (X) No ( )

17. ¿En qué estado del cultivo? (Desde 8 dias)

18. ¿Qué realiza para el control de plagas?
Químico (X)
Manual ( )

19. ¿Principales enfermedades en el cultivo de maíz?
..... Pudrición del tallo, mazorca y virosis .....

20. ¿Cómo realiza los controles?
Físico ( )
Químico (X)

21. ¿En qué fase del ciclo de cultivo controla las enfermedades?
..... A partir de los 18 dias de la siembra .....

22. ¿Tiene asistencia técnica? Si (X) No ( )
¿De qué entidad?
MAGAP (X)
INIAP ( )
GAD ( )
FAO ( )
Otros ( )

23. ¿Existe disponibilidad de mano de obra en el sector? Si (X) No ( )

24. ¿Contrata jornales para el trabajo? Si (X) No ( )

25. ¿Para qué actividades contrata los jornales?
..... Siembra, Fumigación y control de malezas .....

26. ¿Cuánto cuesta un jornal día incluyendo alimentación? (12)

27. ¿Contrata maquinaria? Si (X) No ( )

28. ¿Qué tipo de maquinaria?
..... Tractor y cosechadora .....

29. ¿Para qué actividades contrata la maquinaria?
..... Siembra, arada y cosecha .....

D. VARIABLES ECONÓMICAS.

1. ¿Realiza créditos para la producción de maíz? Si (X) No ( )
Por qué... se realiza con la finalidad de aumentar la producción

2. ¿En qué institución financiera prefiere realizar el crédito?
Banco Privado (X) Cooperativa ( )
A qué tiempo..... 1 .....

3. En qué trimestre realiza la cosecha.
Ene ( ) Feb ( ) Mar ( ) Abr (X) May (X) Jun (X) Ago ( ) Sep ( )
Oct ( ) Nov ( ) Dic ( )

4. ¿Realiza clasificación del producto? Si ( ) No (X)
Porqué: no tienen valor agregado .....

5. ¿Con qué porcentaje de humedad vende su producto?
(28-30%)

6. ¿Con qué porcentaje de impureza vende su producto?
(2 %)

7. ¿A quién vende la producción?
Intermediario (X)
Mercado mayorista ( )

8. ¿Cuál fue el precio de venta por quintal de la última cosecha? (12,50

9. ¿Cuenta Ud. Con seguro agrícola? Si (X) No ( )

E. VARIABLES AMBIENTALES.

1. ¿Utiliza equipos de protección cuando realiza aplicaciones de químicos?
Si (X) No ( )
Por qué... Para evitar contaminación .....

2. ¿Recicla los desechos orgánicos? Si (X) No ( )

3. ¿Ayuda a la protección de fuentes hídricas? Si (X) No ( )

4. ¿Ayuda a la protección del suelo? Si ( ) No (X)
Cómo... evitando todo tipo de contaminación .....

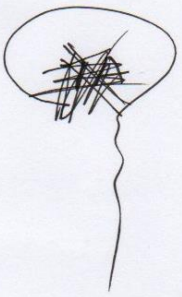
5. ¿Qué destino le da a los envases de productos químicos?
Devuelve al almacén de pesticidas (X)
Recolecta agrocalidad ( )
Quema ( )
Entierra ( )

6. ¿Ha cambiado el clima en la zona? Si (X) No ( ).

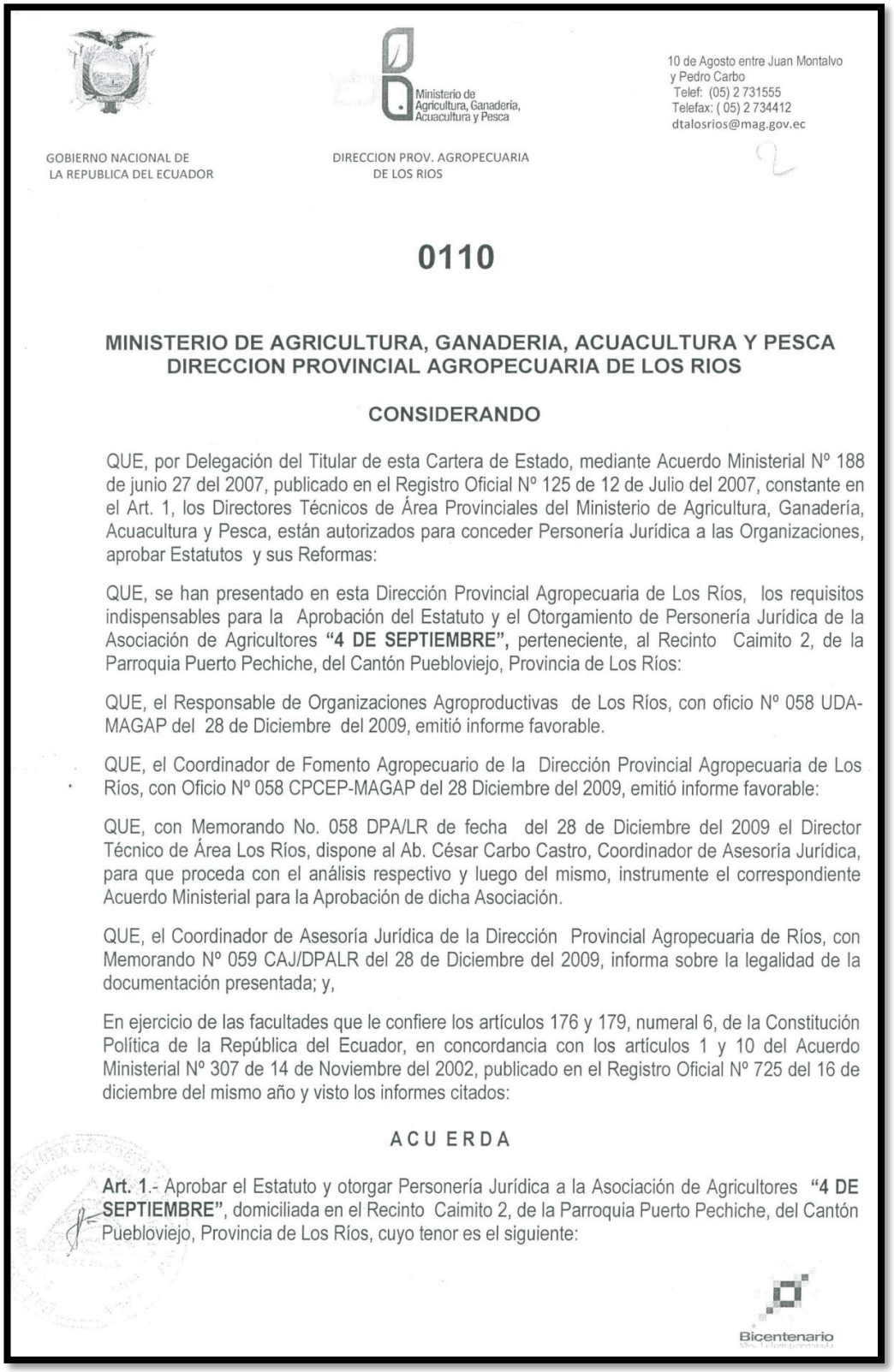
7. ¿Se presentan fenómenos naturales cómo?:
Exceso de lluvia (X) Vientos fuertes ( ) Sequias prolongadas ( )

8. ¿En qué fechas?
..... Febrero - Marzo .....

9. ¿Ha perdido las cosechas por periodos largos de lluvias y sequias?
Si (X) No ( )



Anexo. 4. Acuerdo ministerial de asociación de productores del cantón Pueblo Viejo



GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

DIRECCION PROV. AGROPECUARIA
DE LOS RIOS

10 de Agosto entre Juan Montalvo
y Pedro Carbo
Telef: (05) 2 731555
Telefax: (05) 2 734412
dtalosrios@mag.gov.ec

0110

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA
DIRECCION PROVINCIAL AGROPECUARIA DE LOS RIOS

CONSIDERANDO

QUE, por Delegación del Titular de esta Cartera de Estado, mediante Acuerdo Ministerial Nº 188 de junio 27 del 2007, publicado en el Registro Oficial Nº 125 de 12 de Julio del 2007, constante en el Art. 1, los Directores Técnicos de Área Provinciales del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, están autorizados para conceder Personería Jurídica a las Organizaciones, aprobar Estatutos y sus Reformas:

QUE, se han presentado en esta Dirección Provincial Agropecuaria de Los Ríos, los requisitos indispensables para la Aprobación del Estatuto y el Otorgamiento de Personería Jurídica de la Asociación de Agricultores **"4 DE SEPTIEMBRE",** perteneciente, al Recinto Caimito 2, de la Parroquia Puerto Pechiche, del Cantón Puebloviejo, Provincia de Los Ríos:

QUE, el Responsable de Organizaciones Agroproductivas de Los Ríos, con oficio Nº 058 UDA-MAGAP del 28 de Diciembre del 2009, emitió informe favorable.

QUE, el Coordinador de Fomento Agropecuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Los Ríos, con Oficio Nº 058 CPCEP-MAGAP del 28 Diciembre del 2009, emitió informe favorable:

QUE, con Memorando No. 058 DPA/LR de fecha del 28 de Diciembre del 2009 el Director Técnico de Área Los Ríos, dispone al Ab. César Carbo Castro, Coordinador de Asesoría Jurídica, para que proceda con el análisis respectivo y luego del mismo, instrumente el correspondiente Acuerdo Ministerial para la Aprobación de dicha Asociación.

QUE, el Coordinador de Asesoría Jurídica de la Dirección Provincial Agropecuaria de Ríos, con Memorando Nº 059 CAJ/DPALR del 28 de Diciembre del 2009, informa sobre la legalidad de la documentación presentada; y,

En ejercicio de las facultades que le confiere los artículos 176 y 179, numeral 6, de la Constitución Política de la República del Ecuador, en concordancia con los artículos 1 y 10 del Acuerdo Ministerial Nº 307 de 14 de Noviembre del 2002, publicado en el Registro Oficial Nº 725 del 16 de diciembre del mismo año y visto los informes citados:

A C U E R D A

Art. 1.- Aprobar el Estatuto y otorgar Personería Jurídica a la Asociación de Agricultores **"4 DE SEPTIEMBRE"**, domiciliada en el Recinto Caimito 2, de la Parroquia Puerto Pechiche, del Cantón Puebloviejo, Provincia de Los Ríos, cuyo tenor es el siguiente:

Bicentenario

GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca
DIRECCION PROV. AGROPECUARIA
DE LOS RIOS

10 DE AGOSTO No 316 ENTRE JUAN
MONTALVO Y PEDRO CARBO
TELEFONOS: 2-73441 – 2-731555
dtalosrios@magap.gob.ec

19

0208 – LOS RIOS

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA
DIRECCION PROVINCIAL AGROPECUARIA DE LOS RIOS
CONSIDERANDO

QUE, por Delegación del Titular de esta Cartera de Estado, mediante Acuerdo Ministerial Nº 188 de junio 27 del 2007, publicado en el Registro Oficial Nº 125 de 12 de Julio del 2007, constante en el Art. 1, los Directores Técnicos de Área Provinciales del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, están autorizados para conceder Personería Jurídica a las Organizaciones, aprobar Estatutos y sus Reformas:

QUE, se han presentado en esta Dirección Provincial Agropecuaria de Los Ríos, los requisitos indispensables para la Aprobación del Estatuto y el Otorgamiento de la Personalidad Jurídica de la **Asociación Agropecuaria "FUENTE DEL FUTURO"**, domiciliada en la Parroquia Puerto Pechiche, del Cantón Puebloviejo, Provincia de Los Ríos:

QUE, el Responsable de Organizaciones Agroproductivas de Los Ríos, con oficio **Nº 0035UDA-MAGAP,** del 8 de mayo del 2012, emitió informe favorable.

QUE, el Coordinador de Fomento Agropecuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Los Ríos, con **Oficio Nº 0035 CPCEP-MAGAP**, del 8 de mayo del 2012, emitió informe favorable:

QUE, con **MAGAP-DPALOSRIOS-2012-1545-M,** del 15 de mayo de 2012 el Director Técnico de Área Los Ríos, dispone al **Ab. Segundo Enrique Coello Lema**, Coordinador de Asesoría Jurídica, para que proceda con el análisis respectivo y luego del mismo, instrumente el correspondiente Acuerdo Ministerial para la Aprobación de dicha Asociación.

QUE, el Coordinador de Asesoría Jurídica de la Dirección Provincial Agropecuaria de Ríos, con **Memorando MAGAP-DPALOSRIOS-2012-1570-M,** del 16 de mayo de 2012, informa sobre la legalidad de la documentación presentada; y,

Que con Acuerdo Ministerial No. 307 de Quito, a 14 de Noviembre del 2002, publicado en el Registro Oficial No. 725 de 16 de Diciembre del 2002, se expide el Reglamento para el Reconocimiento de asociaciones de carácter agrícola, pecuario o agropecuario:

A C U E R D A

Art. 1.- Aprobar el Estatuto y otorgar Personalidad Jurídica de la **Asociación Agropecuaria "FUENTE DEL FUTURO",** domiciliada en la Parroquia Puerto Pechiche, del Cantón Puebloviejo, Provincia de Los Ríos:

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA
DIRECCION PROVINCIAL AGROPECUARIA DE LOS RIOS
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca
DIRECTOR

Bicentenario
Vive la Independencia

MIES
Ministerio de Inclusión Económica y Social

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE LOS RÍOS

ACUERDO Nº-00705

LCDA. PATRICIA ARMENDARIZ
DIRECTORA PROVINCIAL DEL MIES DE LOS RIOS

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo prescrito en el numeral 13, del Art. 66 de la Constitución Política de la República, el Estado Ecuatoriano reconoce y garantiza el derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria;

Que, el Título XXX, Libro I del Código Civil vigente, faculta la concesión de personería jurídica a corporaciones y fundaciones, como organizaciones de derecho privado.

Que, el Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registros de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las Leyes especiales, contiene los requisitos para la constitución de corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro;

Que, mediante trámite LRI-MIES-2011-00495, ingresado a esta Dirección Provincial del MIES de los Ríos, el 17 de febrero del 2011, la Directiva Provisional de la **ASOCIACIÓN DE MONTUBIOS "PUERTO PECHICHE",** para la aprobación del estatuto y la concesión de personería jurídica. La veracidad de los documentos ingresados es de exclusiva responsabilidad de los peticionarios.

Que, la Unidad Jurídica de esta Dirección Provincial, mediante Memorando No. 046 del 15 de marzo del 2011, ha emitido Informe Favorable a la petición de la organización antes mencionada, siendo documentos habilitantes del presente Acuerdo los expresados en dicho informe.

En ejercicio de las facultades legales asignadas en el art. 1 del Acuerdo Ministerial No. 0914 de 27 de agosto del 2.008

Asociación de Montubios "Puerto Pechiche" Acuerdo Ministerial # 00705 Fundación 5 de Enero del 2001 Pueblo Viejo - Los Ríos

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE LOS RÍOS MIES

Juntos por el Buen Vivir.

www.mies.gov.ec
Babahoyo – Los Ríos
General Barona y Mejía
E-mail: losrios@mies.gov.ec
05-2735872

114

Ministerio de Inclusión Económica y Social

ACUERDO Nº-00982
Sr. Jorge Estrella Benavides
COORDINANDOR ZONAL 5 - MIES
CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo prescrito en el numeral 13, del Art. 66 de la Constitución Política de la República, el Estado Ecuatoriano reconoce y garantiza el derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria;

Que, el Título XXX, Libro I del Código Civil vigente, faculta la concesión de personería jurídica a corporaciones y fundaciones, como organizaciones de derecho privado.

Que, el Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registros de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las Leyes especiales, contiene los requisitos para la constitución de corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro;

Que, mediante trámite CZ-5-LR-2013-0234, ingresado a esta Coordinación Zonal 5 Los Ríos, el 04 de Abril del 2013, la Directiva Provisional de la **ASOCIACION DE CAMPESINOS "UNIDOS SOMOS MAS**, con domicilio en el Rcto. San Guillermo, de la Parroquia Puerto Pechiche, del Canton Pueblioviejo, Provincia de Los Rios, ha presentado la documentación para la aprobación del Estatuto y la concesión de personería jurídica.

Que, la Unidad Jurídica de esta Coordinación Zonal 5 Los Ríos, mediante Memorando No. 0025 del 03 de Abril del 2013, ha emitido Informe Favorable a la petición de la organización antes mencionada, siendo documentos habilitantes del presente Acuerdo los expresados en dicho informe.

En ejercicio de las facultades legales asignadas en el art. 1 del Acuerdo Ministerial No. 0914 de 27 de agosto del 2.008

ACUERDA

Art.1.- Aprobar el Estatuto y conceder personería jurídica de la **ASOCIACION DE CAMPESINOS "UNIDOS SOMOS MAS**, con domicilio en el Rcto. San Guillermo, de la Parroquia Puerto Pechiche, del Canton Pueblioviejo, Provincia de Los Rios, sin modificación alguna.

Art. 2.- Registrar en calidad de miembros fundadores a las personas naturales que suscribieron el acta constitutiva de la organización.

ASOCIACION DE CAMPESINOS "UNIDOS SOMOS MAS

MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE LOS RÍOS
Av. General Barona entre Olmedo y Mejía .- Telefax: 735872
Email.-dp_los_rios@yahoo.es

ACUERDO N° 01087

MASTER. PEDRO BOZA VITERI
DIRECTOR PROVINCIAL MBS LOS RIOS

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo prescrito en el numeral 19, del Art. 23 de la Constitución Política de la República, el estado Ecuatoriano reconoce y garantiza a los ciudadanos el derecho a la libre Asociación con fines pacíficos.

Que, según el articulo 584 del Código Civil, corresponde al Presidente de la Republica aprobar las personas jurídicas que se constituyen de conformidad con las normas del Título XXIX, libro I, del citado cuerpo legal.

Que, de conformidad con el Literal I del Art. 16 del Decreto Ejecutivo 2428 de Marzo del 2002, el Presidente Constitucional de la República, organizó la Función Ejecutiva, subsistiendo el Ministerio de Bienestar Social.

Que, mediante Decreto Ejecutivo N° 339, de noviembre 28 de 1998, publicada en el Registro Oficial N° 77 de noviembre 30 del mismo año, el Presidente de la República delego la facultad para que cada Ministro de Estado, de acuerdo a la materia que les compete apruebe Estatutos y reformas realizadas a los mismos, de las Organizaciones permanentes.

Que, mediante Acuerdo Ministerial 1667, de 30 de noviembre del 2000, en su Art. 3 literal m) faculta a la **Dirección Provincial del MBS Los Ríos** conceder personería jurídicas como organizaciones de primer y segundo grado tales como Corporaciones, Fundaciones, Asociaciones, Clubes, Comités y demás organizaciones no gubernamentales y comunitaria, mediante la aprobación de sus estatutos y las pertinentes reformas, inscribir y registrar directivas y nóminas de socios, ejercer la supervisión de sus acciones y disolverlas por infracciones graves a la ley.

Que la **ASOCIACION AGROPECUARIA DE MONTUBIOS "VOLUNTAD DE DIOS"**, con domicilio en el Cantón Puebloviejo , Provincia de Los Ríos, ha presentado la documentación para que se apruebe su Estatutos, la misma que cumple con los requisitos establecidos en el Decreto Ejecutivo N° 3054, del 30 de Agosto del 2002 , Registro Oficial N° 660 del 11 de septiembre del 2002.

Que, los Departamentos de Programación y Capacitación y Asesoría Jurídica respectivamente, emitieron el informe Técnico Social favorable a fin de que la Asociación adquiriera Personería Jurídica.

En ejercicio de sus facultades legales concedidas en el Art. 3 Literal m) del Acuerdo Ministerial 1667, del 30 de Noviembre del 2000.

Dir: Av. General Barona entre Olmedo Y Mejia Telefax 05 735-672
Babahoyo – Los Ríos

ACUERDO. No. 0767

CONT. EDUARDO QUINTO ROSERO
DIRECTOR PROVINCIAL DEL MBS LOS RIOS

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con lo prescrito en el Numeral 19, del Art. 23 de la Constitución Política de la Republica, el Estado Ecuatoriano reconoce y garantiza a los ciudadanos el derecho a la libre Asociación con fines pacíficos.

Que según el Art. 584 del Código Civil, corresponde al Presidente de la Republica aprobar las personas jurídicas que se constituyen de conformidad con las normas del Titulo XXIX, Libro I, del citado cuerpo legal.

Que de conformidad con el literal I del Art. 16 del Decreto Ejecutivo 2428 de Marzo del 2002, el Presidente Constitucional de la Republica, Organizó la Función Ejecutiva, subsistiendo el Ministerio de Bienestar Social.

Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 339, *de Noviembre 28 de 1998*, publicado en el Registro Oficial No. 77 de Noviembre 30 del mismo año, el Presidente de la Republica delego la facultad para que cada Ministro de Estado, de acuerdo a la materia que les compete apruebe Estatutos y Reformas realizadas a los mismos, de las Organizaciones Permanentes.

Que mediante Acuerdo Ministerial 1667, de 30 de Noviembre del 2000, en su Art. 3 Literal m) faculta a la **Dirección Provincial del MBS Los Ríos** conceder Personería Jurídica como Organizaciones de Primer y Segundo grado tales como Corporaciones, Fundaciones, Asociaciones, Clubes, Comités y demás Organizaciones no Gubernamentales y Comunitarias, mediante la aprobación de sus Estatutos y de las pertinentes reformas, inscribir y registrar directivas y nóminas de socios, ejercer la supervisión de sus acciones y disolverlas por infracciones graves a la Ley.

Que la **ASOCIACIÓN AGROPECUARIA "SAN RAMON",** con domicilio en el Cantón Puebloviejo, Provincia de los Ríos, ha presentado la documentación para que se apruebe su Estatuto, la misma que cumple con los requisitos establecidos en el Decreto Ejecutivo No. 3054, del 30 de Agosto del 2002, Registro Oficial No. 660, del 11 de Septiembre del 2002.

Que los Departamentos de Programación y Capacitación y Asesoría Jurídica respectivamente, emitieron el informe Técnico Social favorable a fin que la Sociedad adquiera Personería Jurídica.

En ejercicio de sus facultades legales concedidas en el Art. 3, Literal m) del Acuerdo *Ministerial* 1667, del 30 de noviembre del 2000.

MIES

Dirección Provincial de Los Ríos

ACUERDO N° 00180

LCDA. PATRICIA ARMENDARIZ.
DIRECTORA PROVINCIAL DEL MIES DE LOS RIOS

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo prescrito en el numeral 19, del Art. 23 de la Constitución Política de la República, el estado Ecuatoriano reconoce y garantiza a los ciudadanos el derecho a la libre Asociación con fines pacíficos.

Que, según el artículo 564 del Código Civil, corresponde al Presidente de la Republica aprobar las personas jurídicas que se constituyen de conformidad con las normas del Título XXX, libro I, del citado cuerpo legal.

Que, de conformidad con el Literal I del Art. 16 del Decreto Ejecutivo 2428 de Marzo del 2002, el Presidente Constitucional de la República, organizó la Función Ejecutiva, subsistiendo el Ministerio de Bienestar Social.

Que, mediante Decreto Ejecutivo Nº 339, de noviembre 28 de 1998, publicada en el Registro Oficial Nº 77 de noviembre 30 del mismo año, el Presidente de la República delego la facultad para que cada Ministro de Estado, de acuerdo a la materia que les compete apruebe Estatutos y reformas realizadas a los mismos, de las Organizaciones permanentes.

Que, mediante Acuerdo Ministerial 1667, de 30 de noviembre del 2000, en su Art. 3 literal m) faculta a la **Dirección Provincial del M.I.E.S Los Ríos** conceder personería jurídicas como organizaciones de primer y segundo grado tales como Corporaciones, Fundaciones, Asociaciones, Clubes, Comités y demás organizaciones no gubernamentales y comunitaria, mediante la aprobación de sus estatutos y las pertinentes reformas, inscribir y registrar directivas y nóminas de socios, ejercer la supervisión de sus acciones y disolverlas por infracciones graves a la ley.

Que la **ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES AUTONOMOS"18 DE MARZO".** Con domicilio en el Rcto. El Marañon, Parroquia Puerto Pechiche, Cantón Puebloviejo, Provincia de Los Rios, ha presentado la documentación para que se apruebe su Estatutos la misma que cumple con los requisitos establecidos en el Decreto Ejecutivo N° 3054, del 30 de Agosto del 2002. Registro Oficial Nº 660 del 11 de septiembre del 2002.

Que, los Departamentos de Programación, Capacitación y Asesoría Jurídica respectivamente, emitieron el informe Técnico favorable a fin de que adquiriera Personería Jurídica.
En ejercicio de sus facultades legales concedidas en el Art. 3 Literal m) del Acuerdo Ministerial 1667, del 30 de Noviembre del 2000.

parmendariz240@yahoo.es
Av. General Barahona entre
Olmedo y Mejia
Los Ríos Ecuador
05-2737 495 - 2 735 872

MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE LOS RÍOS
Av. General Barona entre Olmedo y Mejía .- Telefax: 735872
Email.-dp_los_rios@yahoo.es

ACUERDO N° 0375

PEDRO MUÑOZ LEON
DIRECTOR PROVINCIAL MBS LOS RIOS

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo prescrito en el numeral 19, del Art. 23 de la Constitución Política de la República, el estado Ecuatoriano reconoce y garantiza a los ciudadanos el derecho a la libre Asociación con fines pacíficos.

Que, según el articulo 584 del Código Civil, corresponde al Presidente de la Republica *aprobar las personas jurídicas que se constituyen de conformidad con las normas del* Título XXIX, libro I, del citado cuerpo legal.

Que, de conformidad con el Literal I del Art. 16 del Decreto Ejecutivo 2428 de Marzo del 2002, el Presidente Constitucional de la República, organizó la Función Ejecutiva, subsistiendo el Ministerio de Bienestar Social.

Que, mediante Decreto Ejecutivo Nº 339, de noviembre 28 de 1998, publicada en el Registro Oficial Nº 77 de noviembre 30 del mismo año, el Presidente de la República delego la facultad para que cada Ministro de Estado, de acuerdo a la materia que les *compete apruebe Estatutos y reformas realizadas a los mismos, de las Organizaciones* permanentes.

Que, mediante Acuerdo Ministerial 1667, de 30 de noviembre del 2000, en su Art. 3 literal m) faculta a la **Dirección Provincial del MBS Los Ríos** conceder personería jurídicas como organizaciones de primer y segundo grado tales como Corporaciones, Fundaciones, Asociaciones, Clubes, Comités y demás organizaciones no *gubernamentales y comunitaria, mediante la aprobación de sus estatutos y las* pertinentes reformas, inscribir y registrar directivas y nóminas de socios, ejercer la supervisión de sus acciones y disolverlas por infracciones graves a la ley.

Que, la **ASOCIACIÓN AGROPECUARIA AUTÓNOMO "UNION Y PROGRESO"** , con domicilio en el Recinto Los Cañales, Parroquia Pueblo viejo, Cantón Pueblo viejo, *Provincia de Los Ríos, ha presentado la documentación para que se apruebe su* Estatutos, la misma que cumple con los requisitos establecidos en el Decreto Ejecutivo N° 3054, del 30 de Agosto del 2002 , Registro Oficial Nº 660 del 11 de septiembre del 2002.

Que, los Departamentos de Programación y Capacitación y Asesoría Jurídica *respectivamente, emitieron el informe Técnico Social favorable a fin de que la Asociación* adquiriera Personería Jurídica.

En ejercicio de sus facultades legales concedidas en el Art. 3 Literal m) del Acuerdo *Ministerial 1667, del 30 de Noviembre del 2000.*

MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL
Dirección Provincial - Los Ríos

Ministerio de Inclusión Económica y Social

ACUERDO Nº-01008

Sr. Jorge Estrella Benavides

COORDINANDOR ZONAL 5 - MIES

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo prescrito en el numeral 13, del Art. 66 de la Constitución Política de la República, el Estado Ecuatoriano reconoce y garantiza el derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria;

Que, el Título XXX, Libro I del Código Civil vigente, faculta la concesión de personería jurídica a corporaciones y fundaciones, como organizaciones de derecho privado.

Que, el Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registros de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las Leyes especiales, contiene los requisitos para la constitución de corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro;

Que, Mediante trámite CZ-5-LR-2013-0537 ingresado en esta Coordinación Zonal 5 de Los Ríos, el 24 de Junio del 2013, suscrito por el Señor: Patricio Guerrero Muñoz, **Presidente Provisional** de la **ASOCIACION CAMPESINA "LA PANCHITA",** con domicilio en la Parroquia San Juan, del Canton Puebloviejo, Provincia de Los Rios, traida la cuenta de integracion el 27 de Junio del 2013, solicita la aprobación del Estatuto y Concesión de Personería Jurídica de la referida organización.

Que, la Unidad Jurídica de esta Coordinación Zonal 5 Los Ríos, mediante Memorando No. 0076 del 27 de Junio del 2013, ha emitido Informe Favorable a la petición de la organización antes mencionada, siendo documentos habilitantes del presente Acuerdo los expresados en dicho informe.

En ejercicio de las facultades legales asignadas en el art. 1 del Acuerdo Ministerial No. 0914 de 27 de agosto del 2.008

ACUERDA

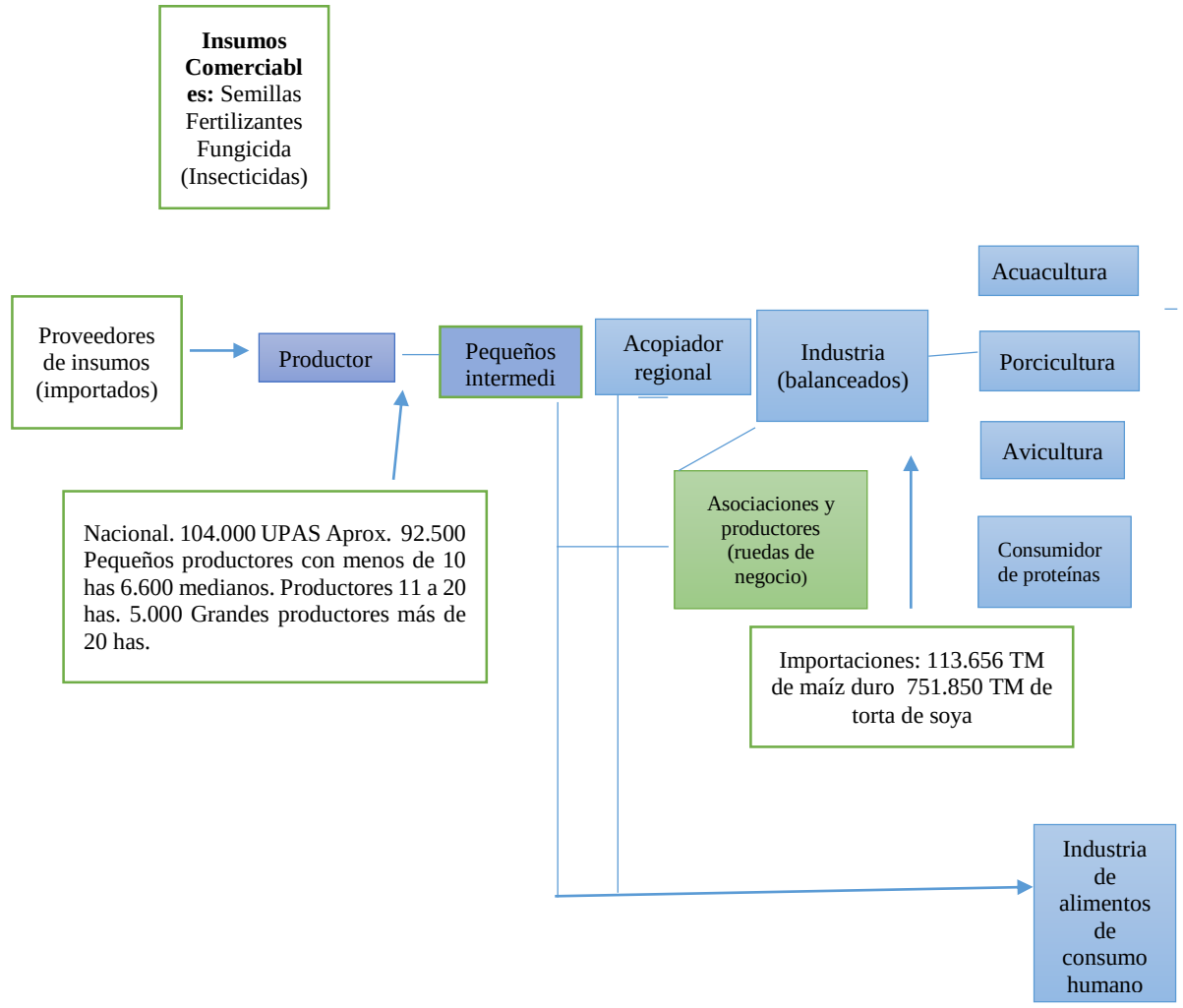
Art.1.- Aprobar el Estatuto y conceder personería jurídica de la **ASOCIACION CAMPESINA "LA PANCHITA",** con domicilio en la Parroquia San Juan, del Canton Puebloviejo, Provincia de Los Rios, sin modificación alguna.

Art. 2.- Registrar en calidad de miembros fundadores a las personas naturales que suscribieron el acta constitutiva de la organización.

Coordinación Zonal 5 MIES Los Ríos Babahoyo

Calle General Barahona y Mejía (Babahoyo-Los Ríos)
TLFNO: 052 735872 – 052 737495
www.inclusion.gob.ec

Anexo 5. Funcionamiento de la cadena de comercialización



Reporte de coyuntura sector agropecuario. Quito: Banco Central del Ecuador BCE. 2014.

Anexo. 6. Evidencias de la investigación

Levantamiento de información a productores







Levantamiento de información intermediarios







Visita del tribunal de investigación en el cantón Pueblo Viejo







Anexo. 7. Glosario de términos

Acuacultura: La acuicultura es el conjunto de actividades, técnicas y conocimientos de crianza de especies acuáticas vegetales y animales. Es una importante actividad económica de producción de alimentos, materias primas de uso industrial y farmacéutico, y organismos vivos para repoblación u ornamentación.

Canal de distribución: El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios.
Comercialización: Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta).

Comercialización: La Comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o "Trueque" que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción.

Demanda: Hace referencia a un solicitud, petición, suplica o pedido. Aquel que demanda solicita que se le entregue algo.

Depurar: En un sentido general, depurar indica un proceso de eliminación de suciedad o impurezas.

Intermediario: Individuo o institución que conecta a los productores y los consumidores o/a los ahorradores y los inversores, bien sea para poner de acuerdo simplemente a dos partes diferentes de un mismo proceso productivo, sin adquirir nunca la propiedad de los activos con los que trafica o bien sea asumiendo mayores riesgos y responsabilidades de dicho proceso.

Macro comercialización.- Se refiere a la venta al mayoreo, es decir se puede entender como el proceso mediante el cual se lleva a cabo la venta de bienes y

servicios del productor al consumidor y en donde exista un equilibrio que permitan que se cumplan tanto los objetivos de los productores como de los consumidores logrando un beneficio común para la sociedad.

Maíz duro: Es una especie de gramínea anual originaria y domesticado por los pueblos indígenas en el centro de México desde hace unos 10 000 años, fue introducida en Europa en el siglo XVII. Actualmente, es el cereal con el mayor volumen de producción a nivel mundial, superando incluso al trigo y al arroz

Mercadotecnia: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto donde busca formas de aumentar la demanda de un producto dentro del mercado.

Micro comercialización.- Es la Realización de aquellas actividades que tratan de lograr los objetivos de una organización anticipándose a las necesidades del cliente y orientando un flujo de bienes y productos que satisfacen necesidades del producto al cliente.

OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, una entidad internacional que reúne a treinta y cuatro países. Su finalidad es lograr la coordinación de las principales políticas de los Estados miembro en lo referente a la economía y a los asuntos sociales.

Organismo gubernamental.- Un organismo gubernamental, por lo tanto, es una institución estatal cuya administración está a cargo del gobierno de turno. Su finalidad es brindar un servicio público que resulta necesario para la ciudadanía.

Población: Conjunto de todos los casos, objetos o eventos en los que se desea estudiar un fenómeno.

Producción agrícola.- Se denomina producción agrícola al resultado de la práctica de la agricultura. La producción agrícola es aquella que consiste en generar vegetales para consumo humano. Ha variado mucho a lo largo de la historia, lográndose mejoras significativas en la misma gracias a la implementación de diferentes herramientas y procesos.

Producción: Como producción se designa aquella que se sirve de una serie de procesos, métodos y técnicas de tratamiento, transformación o modificación de las materiales primas, con intervención de mano de obra y mediante el uso de maquinaria y tecnología, para la fabricación de un determinado bien o producto.

Selección al azar: Técnica de muestreo que permite extraer personas de una población destinada a una muestra de estudio con garantías de representatividad.

Selección de muestra: Extracción de la muestra de una población mediante un sistema de muestreo.

Sistema de distribución.- Es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor.

Valoración: Es el proceso de estimar el valor de un activo, el proceso de valuación es muy importante en muchas situaciones incluyendo análisis de inversión, producción, presupuesto de capital, Fusiones y Adquisiciones, etc.

Anexo. 8. Listado de productores

APELLIDOS	NOMBRES	C.I.
BERMEO GARCIA	MARIA ELIZABETH	0916321912
BERMEO GARCIA	TANIA MARICELA	0918262874
CEVALLOS MUÑOZ	ROSA ESTHER	1202732234
CEVALLOS MUÑOS	LINA NIVAR	1201940218
CHELA JOGACHO	JOSE TOMAS	0200819688
GARCIA CAICEDO	MARIA GEORGINA	1201062336
GARCIA CEVALLOS	JORGE LUIS	1205673556
GARCIA CEVALLOS	JAIRO ABRAHAM	1206041608
GARCIA CEVALLOS	GALO JERMIAS	1204240806
GARCIA CEVALLOS	ROXANA ELIZABETH	1205673609
GARCIA ZAMBRANO	KETTY	1203837362
GARCIA ZAMBRANO	PEDRO JULIO	1205771478
HERRERA SOLARIS	WILLIAM ALEJANDRO	1203123946
HERRERA ANGULO	TEODORO ALEJANDRO	1201558010
LLAMUSCA MACIAS	EMILIANA	1202155071
LLAMUSCA MACIAS	FLAVIO CLEMENTE	1201524300
OCHOA AMAYA	FLAVIO WILLIAM	1203404221
PALMA GARCIA	TOMAS AQUINO	1200888118
PALMA GARCIA	JESUS FELICIANO	1203336894
PALMA GARCIA	GERMANIA FLORENTINA	1203221948
PALMA YEPEZ	EDUARDO MARTIN	12033338213
ZAMBRANO RIVERA	ADELINA	1201206743
ALAVA ARIAS	WASHINGTON FERNANDO	1205456351
BERMEO GARCIA	FRANCISCO DE ASIS	1200164729
BERMEO MAYORGA	LUIS WALTER	1203831811
BERMEO CEDEÑO	WILMER JONNY	1202745996
CEDEÑO ARBOLEDA	YAJAIRA LETICIA	1204820086
CEDEÑO YEPEZ	SAHIRO DAVID	1207343177
CONTRERAS GARCIA	MARY CRUZ	1206640706
CEDEÑO GARCIA	NANCY NARCISA	1202998199
CEDEÑO GARCIA	WASHINGTON MARIN	0923803035
GRANADOS BERMEO	ELIAS LEONEL	1202394746
LUCAS BERMEO	KLEBER ZENON	1201260849
LUCAS VERA	GIUSEPPE ESAÙ	1206760728
LUCAS BERMEO	ELVIA LEONOR	1201138631
LUCAS BERMEO	MARILU DEL ROCIO	1202682629
MARMOLEJO BUSTAMANTE	FRANCISCO ENRIQUE	0200525483
PONTE ZEA	NANCY HERLINDA	1204824419
PUNINA GUAQUIPANA	LUIS ALBERTO	0201675840
PUNINA GUAQUIPANA	MARIA CONCEPCION	0201385580

QUINABANDA MANOBANDA	SOYLA ROSA	0201116209
SISALEMA CONDOR	BENEDITO SEGUNDO	0200345171
SISALEMA CURI	CLARA NARCISA	0201596012
SISALEMA CURI	LUZ MARLENE	0201732278
SISALEMA QUILLIGANA	HECTOR GONZALO	0200745073
SISALEMA YAUQUI	GEOCONDA MARISOL	1206083873
YAUQUI CANDO	LUIS ALBELARDO	0201981602
YAUQUI CHARIGUAMAN	CESAR ENRIQUE	0200590677
YAUQUI CHARIGUAMAN	MARIA ANA	0201227394
YAUQUI CHILENO	ANGELA MARIA	0201083441
YAUNQUI CHIMBO	LAURA MARIA	0200990539
ZEA ZELLAN	ANA DEL ROCIO	1201814413
LUCAS BERMEO	YAEL MARILU DEL ROCIO	1202682629
CEVALLOS MUÑOZ	LINA NIVAR	1201940218
CEVALLOS MUÑOZ	ROSA ESTHER	1202732234
CHELA JOGACHO	JOSE TOMAS	0200810968
GARCIA CEVALLOS	GALO JEREMIAS	1204240806
GARCIA CEVALLOS	ROXANA ELIZABETH	1205673609
GUZMAN PAZMIÑO	MANUEL ROSALINDO	0201319357
HERRERA ANGULO	TEODORO ALEJANDRO	1201558010
LLAMUSCA MACIAS	MARIANO DE JESUS	1202656318
MORA NAVARRETE	EDISON JACINTO	1202511604
MORA NAVARRETE	GILBER ERDULFO	1203123953
MORAN MOSQUERA	PAULO FRANCISCO	1204664096
MORAN VERA	LUZ	1201318217
MOSQUERA MORAN	FORTUNATO JULIAN	1201252895
MOSQUERA MORAN	VICENTE RAFAEL	1206158824
NAVARRETE MARIN	FILIBERTA DE LAS MERCEDES	1201252895
PAZMIÑO GARCIA	MIGUEL LEONIDAS	0200407195
ALCANTARO PERALTA	CARLOS EMILIO	1207554013
ARIAS LOZADA	DEYCI MAGALI	1202746861
BENAVIDES VERA	ANGELA LILIANA	1206408872
CHELA MILAN	MARIA NATIVIDAD	0201810173
MORANTE MENDOZA	CHRISTIAN ISAEL	0919845768
PERALTA URIARTE	EMELIA CARMELINA	1202844740
PERALTA URIARTE	JUANA GENOVEVA	1202260251
PUNINA PARIGUAMAN	NORMA TERESA	1207514017
SANCHEZ TROYA	GINYER PILAR	0954685319
SANTILLAN JOGACHO	GERMAN LEONARDO	0201796489
TROYA ANCHUNDIA	JORGE MARCELO	1205506734
TROYA CHERREZ	MILTON ADALBERTO	1205669086
TROYA PALMA	EPIFANIO	1201395082
TROYA PALMA	LORENZO OBDULIO	1200529236

TROYA PERALTA	AURIA CECILIA	1206071274
TROYA PERALTA	DORIS GRACIELA	1716740335
TROYA PERALTA	JUANA DEL PILAR	1204337354
AMAYA ZAMBRANO	JOSE BYRON	1206799460
AVILES OCHOA	MAIDA MORALMA	1202281828
BELTRAN BOHORQUEZ	NANCY PILAR	1207259258
CHENCHE MORA	LUCRESIA LORENA	1204342461
FUENTES CUELLO	OSWALDO ARMANDO	1204024754
MARIN CAGUA	CARLOS ALBERTO	1205654401
MONCADA MONTOYA	FLORA SANTA	1202472393
QUIJIJE ARREAGA	FELIX WALTER	1202603278
QUIJIJE PISCO	ZOILO AVELINO	1202095566
SAMBRANO ARIAGA	JOSE LUPERCIO	1201826433
SANTILLAN ANGULO	SARA RAQUEL	1204976508
TROYA AGUIRRE	MAYBEL FRANCISCA	1208046027
ZAMBRANO ARREAGA	CAMILO ENRIQUE	1201141569
ZAMBRANO AVILES	JOSE ENRIQUE	1204930265
ZAMBRANO BRIONES	ANYELINE ROXANA	1207005164
ALDAS ALDAS	SILVERIO	1203689839
BAYAS CHELA	CARMEN AMELIA	0201284718
CHILENO	WILLIAM DANIEL	1207171974
CHIMBORAZO ROCHINA	ROSA MARIA	0200859486
CURI MANOBANDA	SEGUNDO ANGEL	0201901543
GUAMBUGUETE CHIMBORAZO	CARLOS ELIAS	0200855062
GUAMBUGUETE ROCHINA	JENNY MARIXA	0201774882
JUANK SHIKI	PAUCHI ELVIRA	0105072938
MANOBANDA ALDAZ	JUAN ESTUARDO	0201559333
MANOBANDA JOGACHO	JOSE MANUEL	0200264018
MANOBANDA PARIGUAMAN	GLORIA GLADYS	1204607046
MANOBANDA QUILLIGANA	LOLA AURORA	0201361110
MILAN FOGACHO	MARIA ELENA	0201428000
MILAN FOGACHO	MARIA ERLINDA	0201005295
MOYA LEDESMA	SEGUNDO PEDRO	0200476273
PASTO ZARUMA	DELIA ERNESTINA	0201815974
ROCHINA CHIMBORAZO	NANCY PIEDAD	1205685397
ROCHINA CHUQUICONDOR	MARTHA DEL ROCIO	1205914995
ROCHINA DELGADO	LUZ CELIDA	0200882801
ROCHINA PILAMUNGA	JOSE MANUEL	0200506608
ROCHINA PILAMUNGA	LUIS ALBERTO	0201756566
SISALEMA GUAMBUGUETE	BLANCA MORAIMA	1205197898
SISALEMA SISALEMA	JESSICA MARIUXI	1206316216
MILAN FOGACHO	ANGEL ESTUARDO	0201427952
SISALEMA GUAMBUGUETE	MARIA LAURA	0201208204

SISALEMA YAUQUI	WILSON ENRIQUE	0201645991
BRIONES PONTE	VERONICA AMPARO	1205721358
CASTRO ALAVA	JOEL ANTONIO	1204198772
CEDEÑO LOZADA	FREDDY ADOLFO	1705308532
GUAQUIPANA POMA	MARIA ZOILA	0201367869
LUCAS CASTRO	MARJORIE CLARIBEL	1205028143
MACIAS CEDEÑO	YERSON EVERALDO	1203699242
MIÑO CASTRO	DIANA MARIELA	1206083295
MUÑOZ BALDEZ	ALEX MANUEL	1206217737
MUÑOZ RAMOS	PRISCILA VERONICA	1206020024
MUÑOZ VENAVIDE	SISTO EPIFANIO	1201355045
MUÑOZ VENAVIDES	ANA ISABEL	1203021595
RAMOS CARPIO	JAQUELINE JESUS	1201916762
SALASAR SAMBRANO	MARIA MERCEDES	1312054198
ALVAREZ LOOR	NEXAR AQUILE	0803394394
ALAVA ESPAÑA	JIMMY VASILIO	1204619694
ARBOLEDA ARANA	NELLY MARIA	1203808124
ARBOLEDA LOZADA	NESTOR CLEMENTE	1200629101
ARBOLEDA LOZADA	REINALDO GODOFREDO	1201435904
ARBOLEDA PAZ	EDGAR PATRICIO	1205801267
ARBOLEDA PAZ	NESTOR IVAN	1205801275
ARBOLEDA QUINTANA	NOLBERTO FRANCISCO	1205272949
BEA FAJARDO	CIRILO SANTIAGO	1203573165
BOBADILLA PEÑAFIEL	GRICELDA FILADELFIA	1205805144
CEDEÑO NICOLA	MILTON BENEDICTO	1205805144
CEDEÑO VERA	MAXIMO ANSELMO	1200682746
CHILENO CURUG	ALEJANDRINA	0200868735
CHUQUICONDOR MANOBANDA	MARIA	0200292845
CHUQUICONDOR MANOBANDA	SEGUNDO	0200516987
CHUQUICONDOR REA	LUZ AMERICA	1204134959
CONTRERAS VEA	MIGUEL ARCANGEL	1200627634
DE LA CRUZ CHILENO	EDISON MESIAS	1206343277
ESPIN RAMOS	ROSITA MARILUZ	1204734360
FRANCIA BERMEO	PERPETUA CLARA	1201851977
LUNA ARANA	SENEIDA ALEXANDRA	0918274945
MIELES FLORES	YOLANDA ESMERALDA	0800081127
NAVARRETE LOZANO	JORGE ALBERTO	1203804198
NICOLA CHERREZ	DARWIN ARTURO	1205804972
NICOLA CRESPO	FRANCISCO EDUARDO	1200353496
NICOLA CRESPO	PIEDAD LUCIA	1201213756
NICOLA DOMINGUEZ	LUIS ALBERTO	1202890503
NICOLA SEGURA	AUBENIA ELEONORA	1200512174
PACHECO VERA	FLAVIO EDUARDO	1202470256

PAZ CONTRERAS	CRISOSTOMO CRECENCIO	1201161187
PAZ MARQUEZ	JUANA ELENA	1202744486
PITA CEDEÑO	LUIS ENRIQUE	1202872683
PLAZARTE MUÑOZ	CARLOS ROBERTO	1205666363
QUINTANA BRIONES	LUCIA LASTENIA	1201167952
RIVERA FAJARDO	MANUEL CLEMENTE	1202127997
ROSADO SUAREZ	CRISTIAN POLIBIO	0924125743
ROSADO SUAREZ	NESTOR XAVIER	1206227710
ROSADO SUAREZ	PABLO GIOVANNY	1203748858
ROSADO YANEZ	PABLO NESTOR	1200501474
SALAZAR LOZADA	ORLANDO GABRIEL	1202360846
SANCHEZ PALMA	PAULO MARCIANO	1200501524
SUAREZ BOBADILLA	JULIA ELENA	1200813218
VEA FAJARDO	ANA MARIA	1201337894
VEA FAJARDO	GREGORIA MIGUELA	1201839576
VEA MERA	EDUARDO DE JESUS	1203724149
VEA MERA	MILTON RODOLFO	1204983074
VERA AVILES	ALEX OMAR	1203961428
YAUQUI PARIGUAMAN	IRALDA DIOSELINA	1205850090
YAUQUI PARIGUAMAN	WILLIAM ROBERTO	1207516038
ARBOLEDA PALMA	NIXON EDUARDO	1203816648
ARIAS BERMEO	MARIANO GEOVANNY	1202375307
ARIAS BERMEO	PATRICIA LORENA	0917553596
CHASI CHILENO	MIRIAN YOLANDA	0202410510
CHILENO CUNCHI	CARLOS RAMIRO	0201908993
CHILENO CUNCHI	EDISON IVAN	0202467999
CHILENO GUAMAN	GLADYS MERCEDES	0201938156
CHILENO MANOBANDA	LUIS ALBERTO	0201544285
CHILENO MANOBANDA	MARIA ALEJA	0200824282
CHILENO MANOBANDA	SEGUNDO EFRAIN	0200928463
CHILENO QUINABANDA	DARWIN JONEL	1207907922
MANOBANDA AGUALONGO	SEGUNDO GREGORIO	0200824290
MANOBANDA CHILENO	BLANCA SORAIDA	0202389847
MANOBANDA CHILENO	FANNY PIEDAD	0201830213
MANOBANDA CHILENO	JAVIER ALFREDO	1720646726
MANOBANDA CHILENO	JAVIER ALFREDO	1720646726
MANOBANDA CHILENO	LUIS MANUEL	0201972080
MANOBANDA CHILENO	NESTOR DAVID	1207612423
PASTO SISA	MIGUEL ANGEL	0201830239
PEÑA GUALPA	SONIA MARIBEL	1206763953
TAVAREZ PLUA	BINGE ESTHER	1203082142
TROYA ARIAS	JONATHAN IVAN	1207179530
TROYA ARIAS	SUSANA FERNANDA	1205333352

ARIAS TROYA	ANGEL MEDARDO	1201281365
BRAVO	ROSA ALFREDINA	1202579098
CANDO CANDO	MARIA TOMASA	0201352713
CANDO CHELA	JOSE ROSENDO	0201717501
CHELA CANDO	SEGUNDO EFRAIN	0202197026
CHELA CHUQUICONDOR	JOSE AURELIO	0200911527
CHELA MEDINA	LIBIA GLADYS	0201894995
CHELA MEDINA	WILSON OSWALDO	1207229665
COELLO GOYA	NANCY GEORGINA	1200627238
COELLO GRANADOS	BETTY SABRINA	1204991051
CONTRERAS GARCIA	URBANA ELVIRA	0909762049
FAJARDO MORAN	MARIANO ESTEBAN	1204651168
FAJARDO MORAN	MARLENE GEORGINA	1206735787
FAJARDO MOREIRA	INES FLORENTINA	1203762016
GARCIA CERVANTES	JUANA PIEDAD	1201876578
GARCIA VERA	GINA PILAR	1205582222
GUERRERO SANTANA	BETTY JOSEFA	1206153825
LOPEZ VERA	PIEDAD DE JESUS	1204163412
MEDINA CUNCHE	DOLORES	0200922110
MEDINA CUNCHE	NESTOR HOMERO	0201559267
MILAN CANDO	DELIA JANETH	0201941531
MILAN CANDO	ROSA ARMIDA	1205660309
MORAN BAJAÑA	GEORGINA VICTORIA	1202016695
MORAN MOSQUERA	CARLOS PORFIRIO	1201859186
PARRA TORRES	ADELA DE JESUS	1203155872
PEÑA ALDAZ	EDGAR WASHINGTON	0201732468
SANTILLAN CAIZA	WILSON OSWALDO	1205962291
VERA ARIAS	CLARA ELIZABETH	1205669953
VERA LOPEZ	HAYDEE BARTOLA	1205981416
ALCANTARO MONSERRATE	JOVITA GERENIA	1201577119
ARBOLEDA MARMOLEJO	KIKO RODOLFO	1203280613
ARIAS BERMEO	YINSON FULGENCIO	1203542277
ARIAS MORANTE	FULGENCIO ALEJANDRO	1200355871
CEDENO PALMA	ALIX DORIXI	0916069610
CEDEÑO MORANTE	LUIS CLEMENTE	1202036990
CEDEÑO MORANTE	WIMPER YOLFER	1202197743
CEDEÑO PALMA	WILMER JAVIER	1204300121
CEDEÑO YEPEZ	SAHIRO DAVID	1207343177
FAJARDO ARANA	VIRGINIA FELICITA	1201726062
FRANCO SALAZAR	MARIO IGNACIO	1203615354
FRANCO SALAZAR	MARIUXI MERCEDES	1205673708
GRANADOS VISCARRA	LUZ PETITA	1202362727
LUNA CELLAN	PASCUAL RUFINO	1200952750

MACIAS MUÑOZ	JAMES WILMER	1201353404
MACIAS PALMA	JESUS ULFREDO	1203676588
MARMOLEJO ARIAS	EUFRACIO SAMUEL	1201273545
MARMOLEJO PALMA	DANNY SAMUEL	1205223645
MOREIRA TACURI	EDUARDO ECUADOR	1203725476
PALMA FAJARDO	WILLIAM JAVIER	1204189284
PALMA MACIAS	DELFORA MERCEDES	1201951215
PALMA MACIAS	NESTOR AGUSTIN	1201735865
PALMA PENAFIEL	EFREN VICENTE	1201292297
PALMA PENAFIEL	JAIME CLEMENTE	1201292305
RAMIREZ PENAFIEL	REY EMILIO	1200513305
RAMIREZ PEÑAFIEL	DIEGO EVAGENLISTA	1200930715
TROYA	HECTOR CORANDO	1205850132
TROYA PLUAS	SOCRATES ALEJANDRO	1204344731
TROYA TROYA	TOMAS SATURNINO	0914477674
PITA ROSADO	MANUEL ANTONIO	1203204720
PITA ROSADO	MANUEL ANTONIO	1203204720
ALCANTARA MONSERRATE	CARLOS FELICIANO	1200775169
VERA LOPEZ	REINALDO FEDERICO	1206198432
MARMOLEJO ARIAS	ALEXANDRA ELIZABETH	1203943723
MARMOLEJO ARIAS	ALEXANDRA ELIZABETH	1203943723
PALMA PEÑAFIEL	JACINTA DEOMIDA	1201767074
FAJARDO ARANA	ISIDRO LUPERCIO	1200567152
MARMOLEJO PALMA	CARLOS SILVANO	1205295999
MARMOLEJO PALMA	CARLOS SILVANO	1205295999
NICOLA CONTRERAS	JENNIFER ALEXANDRA	1206764613
BUSTAMANTE PONTE	JOSE LUIS	1723664635
CEDEÑO NICOLA	SILVIA MAGALI	1203047244
CEDEÑO VASQUEZ	EVELIN MARITZA	1208195956
CEDEÑO VILLALTA	SENIA MARIA	1205673674
CHERREZ NICOLA	MAYRA ESTHELA	1203549918
GARCIA AREVALO	PILAR MARIA	1204240079
PAZ MARQUEZ	CRISTIAN ANGEL	1207496967
CANDO QUILLE	CLARA ROSA	0201086535
ARIAS BERMEO	MAGALI ANTONIA	1202722524
CHAVEZ MIELES	GEOFFREY CESAR	1201381082
CHELA MEDINA	NORMA SARA	0201693116
CHERREZ MORAN	NIEVE YOLANDA	1202317119
MARQUEZ VERA	JOVITA DE LOS ANGELES	1201167739
NICOLA CRESPO	GABRIEL ERNESTO	1201213764
NICOLA CRESPO	TAILOR NOLASCO	1203650963
NICOLA MORAN	ARMANDO GILBERTO	1202859722
PAZ MARQUEZ	FIDEL JACINTO	1202723803

SANTANA BRIONES	ESTHELA JACKELINE	1204468571
SANTANA BRIONES	ESTHELA JACKELINE	1204468571
PEÑA CHILENO	ANGEL OSWALDO	0201099306
DE LA CRUZ CHILENO	GUIDO CRISTOBAL	1206758847
DE LA CRUZ CHILENO	GUIDO CRISTOBAL	1206758847
MORETA GUAMAN	FATIMA CECIBEL	1205257080
ALAVA ESPAÑA	DEYSI LIDICE	1204201808
TROYA CABELLO	ANTONIA SELENIA	1203443062
TROYA CABELLO	ANTONIA SELENIA	1203443062
MUÑOZ BUSTAMANTE	CESAR JANER	1201518006
MORA GARCIA	CARLOS JULIO	1200865226
YEPEZ MORA	ERWIN JOSE	0929032480
MORA CRUZ	ESTHER ALEXANDRA	1207174671