



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA
DE MANABI MANUEL FELIX LÓPEZ
“ESPAM – MFL”
INGENIERIA COMERCIAL CON MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
AGROINDUSTRIALES Y AGROPECUARIAS**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL CON MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS AGROINDUSTRIALES Y AGROPECUARIAS**

TEMA:

**“ESTUDIO SOCIOECONÓMICO SOBRE EL IMPACTO
QUE GENERA EL CENTRO DE ACOPIO DE ARROZ
CRISTO REY DE LA PARROQUIA CHARAPOTÓ DEL
CANTÓN SUCRE”**

AUTORA:

BONILLA LOOR KAREN FERNANDA

TUTOR:

LIC. JOSÉ LUIS GARCÍA VERA

Calceta, marzo del 2011

DECLARACIÓN

Yo, Bonilla Loor Karen Fernanda, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “ESPAM MFL”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

BONILLA LOOR KAREN FERNANDA

CERTIFICACIÓN

Lic. José Luis García certifica haber tutelado la tesis titulada “ESTUDIO SOCIOECONÓMICO SOBRE EL IMPACTO QUE GENERA EL CENTRO DE ACOPIO DE ARROZ CRISTO REY DE LA PARROQUIA CHARAPOTÓ DEL CANTÓN SUCRE”, que ha sido desarrollada por Bonilla Loor Karen Fernanda, previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial con mención especial en Administración de Empresas Agroindustriales y Agropecuarias, de acuerdo al REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López (ESPAM MFL).

LIC. JOSÉ LUIS GARCÍA

TUTOR

APROBACIÓN

Quienes abajo firmamos, miembros del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** la tesis titulada, “ESTUDIO SOCIOECONÓMICO SOBRE EL IMPACTO QUE GENERA EL CENTRO DE ACOPIO DE ARROZ CRISTO REY DE LA PARROQUIA CHARAPOTÓ DEL CANTÓN SUCRE”, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Bonilla Loor Karen Fernanda, previa a la obtención del título Ingeniero Comercial con mención especial en Administración de Empresas Agroindustriales y Agropecuarias, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López (ESPAM MFL).

Eco. Roberto Zambrano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lic. Maricela González
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ab. Libertad Regalado
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser la luz que guía mi camino día a día, dándome fuerza y perseverancia para poder vencer los obstáculos que se presentan en mi caminar.

A la Politécnica de Manabí, por abrirme las puertas del saber, este mismo conocimiento que lo he asimilado con mucho agrado, por ser la base que me ayudará a luchar en el transitar del profesionalismo y la competitividad.

A los Maestros que me impulsaron a continuar en la lucha por investigar, y siempre querer conocer más cada día, para no darme por vencida cuando encuentre dificultades.

A mi familia por ser la base de la confianza, honestidad, respeto y amor incondicional, que me ayudaron a sobrellevar las vicisitudes que se presentaban en mi vida.

Bonilla Loor Karen

DEDICATORIA

Con mucho amor dedico este trabajo de investigación a mis padres y mis hermanos, quienes son la fuente de la dedicación, respeto, cariño y consideración, y por estar conmigo en los momentos difíciles y los alegres de mi vida, gracias por estar conmigo.

Karen Bonilla Loo.

CONTENIDO

DECLARACIÓN.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
APROBACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CONTENIDO	vii
RESUMEN.....	ix
SUMARY.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. ANTECEDENTES.....	2
1.2. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	5
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	6
II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. CENTROS DE ACOPIO.....	7
2.1.1. NÚCLEO DE ACOPIO PRIMARIO (NA-1)	7
2.1.2. NÚCLEO DE ACOPIO SECUNDARIO (NA-2).....	8
2.1.3. NÚCLEO DE ACOPIO RESIDUAL (NA-3).....	8
2.1.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA.	8
2.1.5. IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN DE LOS INTERMEDIARIOS	9
2.1.6. TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.7. RELACIONES ENTRE EMPRESAS DE UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN ...	¡Error! Marcador no definido.
2.1.8. FUNCIONES DE CANAL.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.9. ESTRUCTURA DEL CANAL	¡Error! Marcador no definido.
2.1.10. CANALES PARA PRODUCTOS DE CONSUMO	¡Error! Marcador no definido.
2.2. CULTIVO DEL ARROZ	17
2.2.1. ORIGEN.....	17

2.2.2. MORFOLOGÍA Y TAXONOMÍA.....	18
2.2.2.1. ADAPTACIÓN DEL ARROZ A LOS SUELOS INUNDADOS.....	19
2.2.3. IMPORTANCIA ECONÓMICA Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA.	19
2.2.4. COMERCIO.....	20
2.2.5. MERCADO MUNDIAL DEL ARROZ.....	20
2.2.6. CHARAPOTÓ.....	23
III. DESARROLLO METODOLÓGICO	25
3.1. UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.2. ENFOQUE.....	25
3.3. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	26
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
3.6. OPERACIONALIZACIÓN Y/O DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	27
3.8. ACTIVIDADES.....	27
3.9. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	28
IV. RESULTADOS.....	30
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
5.1. CONCLUSIONES.....	42
5.2. RECOMENDACIONES.....	43
BIBLIOGRAFIA.....	45
ANEXOS.....	48

RESUMEN

- Este trabajo de investigación describe como tema el estudio socioeconómico sobre el impacto que genera el Centro de Acopio de arroz “Cristo Rey” de la parroquia Charapotó del Cantón Sucre, se elaboraron varios objetivos para poder llevar a cabo la investigación, como fin general ,establecer un estudio socioeconómico del impacto que genera el centro de acopio de arroz Cristo Rey de la parroquia Charapotó del Cantón Sucre, en los productores asociados, así como también determinar las actividades que el Centro de Acopio realiza en el área social a sus socios y a la comunidad, realizar un diagnóstico en las familias asociadas, comparando datos relacionados del antes y después de la creación del Centro de Acopio, socializar los resultados de la investigación a la sociedad productora de arroz para que conozca los beneficios de pertenecer a un centro de acopio. Se realizó una encuesta dirigida a los agricultores asociados lo cual dio como resultado que este centro genera un impacto positivo en la sociedad, y cumple con una agenda social anual contribuyendo con la sociedad, antes de la creación del mismo los agricultores tenían problemas mayores tanto en la producción como en la comercialización, se reunió a los socios y se les informó de conocimientos administrativos generales de comercialización y de los beneficios que brinda una empresa.

SUMMARY

- This research describes the theme of socio-economic study on the impact that the rice collection center "Cristo Rey" of the Sucre Canton Charapoto parish, several objectives were developed to carry out research as a general purpose, establish a socioeconomic study of the impact generated by the gathering of rice Christ the King parish in Canton Charapoto Sucre, where producers, as well as determine the activities that the collection center place in the social area and its partners community, make a diagnosis in families associated with comparing related data before and after the creation of collection centers, share the results of research on the rice-producing society to know the benefits of belonging to a collection center. We conducted a survey of member farmers which resulted in this center generates a positive impact on society, and meets annually with a social agenda contributing to society, before the creation of the farmers had major problems in production and marketing, met with the members and informed them of general marketing management expertise and the benefits offered by a company.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El cultivo del arroz en Ecuador constituye una de las principales actividades agrícolas del Litoral, estimándose que da ocupación a alrededor de 50 000 familias del sector rural, con una contribución al PIB agrícola de alrededor del 13%, lo que representa una participación del 2.7% del PIB nacional. En términos generales este cultivo requiere de una alta inversión para labores culturales, insumos y mano de obra. El precio en el mercado interno está influenciado por el mercado internacional y de manera especial por el vigente en Colombia, país con el que se mantiene un comercio activo. MAG/SICA.

Siendo el arroz una gramínea de gran importancia para los ecuatorianos, hubo la necesidad de crear los centros de acopio para tener almacenado este grano para que esté disponible durante todo el año para la alimentación diaria. El centro de acopio de arroz “Cristo Rey” cumple un papel importante dentro del cantón Sucre, ya que este lugar permite que se agrupen varios productores y se puedan desarrollar social y económicamente, siendo un ente que promueve la producción.

El propósito de este trabajo de investigación es conocer el estado en que se encuentra el centro de acopio de arroz “Cristo Rey”, en el departamento de administración, para saber si los productores asociados se encuentran conformes con los beneficios que el mismo les brinda, lo cual es de mucho aporte para la tesis, ya que es un requisito para poder obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas Agropecuarias y Agroindustriales.

1.1. ANTECEDENTES

Los pequeños agricultores arroceros de la parroquia de Charapotó del cantón Sucre, desde el año 2000, vieron la necesidad de mejorar la producción de sus cultivos, se reunieron para crear una organización conformada por 80 miembros o socios Productores, los mismos que aportaron para construir una Planta Procesadora y Comercializadora de Arroz, cuya razón social es de Empresa Comercializadora de Arroz "Cristo Rey" S.A.

Este grupo de emprendedores ejemplo de organización y trabajo viene recibiendo la orientación y la asistencia técnica y administrativa de la Fundación para el Desarrollo y la Creatividad Productiva FUNDES, institución comprometida con el desarrollo del Agro Manabita, para lo cual impulsa varios proyectos productivos en toda la geografía manabita.

Los beneficios inmediatos que se pueden observar en la zona de acuerdo a lo comentado por el Ing. Byron Coral Presidente de FUNDES, es que se ha dinamizado la economía de ese sector, las ochenta familias que forman parte de esta sociedad han mejorado sus cultivos, han bajado costos por el uso de los insumos agrícolas y desde el punto de vista técnico se plantean desarrollar un programa para homogenizar la calidad del arroz, las acciones que vienen tienen que ver con un programa de Asistencia Técnica financiado por la empresa, se viene la compra de maquinarias necesarias para sus cultivos, la compra de insumos de manera grupal y el fortalecimiento del sistema de comercialización.

Es importante señalar que éste grupo de emprendedores del campo se han constituido en un referente de éxito y en un modelo de trabajo que recibe la permanente visita de productores de otras partes de la provincia y del país, y que encuentran el abrazo cálido y la explicación solidaria para que otros productores también puedan emprender acciones similares.

1.2. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En el Ecuador el producto del arroz es uno de los bienes de la canasta básica que se encuentra en constante escasez

Los productores del cantón sucre en el año 1133 tomo la iniciativa de cultivar arroz, por cuanto nace la necesidad de realizar un diagnostico de la realidad actual de este sector productivo ya que cuenta con un centro de acopio.....que surgió por la demanda de abastecer el mercado tanto local, provincial y nacional de este bien.

El cantón Sucre se caracteriza por poseer varios centros de acopio en los que se recopilan productos que en este lugar se cultivan, en los cuales se almacenan, y venden el producto con un valor establecido que no varía dependiendo del tiempo de cosecha. Pero existe un gran problema los intermediarios que adquieren estos productos, pagando a un precio menor de lo que en realidad se pagara si se entregara directamente al consumidor final, o un mayorista.

A pesar de que los centros de acopios ayudan a la economía del cantón Sucre, dando plazas de trabajo y brindando al agricultor la confianza de que sus productos serán siempre recibidos, además de la facilidad de la cercanía a su lugar de trabajo, para que sus productos no pierdan su valor comercial, no llevan registros contables del producto que ingresa ni del que sale del centro, solo lo realizan de una manera rústica.

Es por esto que se desea realizar una investigación sobre el impacto y consecuencias socioeconómicas que provoca el centro de acopio de arroz “Cristo Rey” de la parroquia Charapotó, tanto a productores como a la ciudadanía de este lugar.

De esta manera se formula el problema de la siguiente forma:

¿Cómo influye el Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey” de la parroquia Charapotó del Cantón Sucre en el desarrollo socioeconómico de los Agricultores asociados?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Establecer un estudio del impacto socioeconómico que genera el centro de acopio de arroz Cristo Rey de la parroquia Charapotó del cantón Sucre, en los productores asociados.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico del Centro de Acopio en las familias asociadas, en función social y económica.
- Determinar las actividades que el centro de acopio realiza en el área social a sus socios y a la comunidad.
- Comparar datos relacionados del antes y después de la creación del centro de acopio del sector productivo de dicha parroquia.
- Socializar los resultados de la investigación a la sociedad productora de arroz para que conozca los beneficios de pertenecer a un centro de acopio.

1.4. HIPÓTESIS

El estudio y diagnóstico del Centro de Acopio de arroz “Cristo Rey”, permitirá conocer la incidencia de éste en el desarrollo socioeconómico de los socios agricultores.

1.5. JUSTIFICACIÓN

La realización de este proyecto es de investigar el impacto que genera el centro de acopio de la parroquia Charapotó, del cantón Sucre, tanto a los productores como a la comunidad, con esto se impulsará al sector productivo a generar nuevas ideas de comercialización, fortaleciendo la economía y nivelando los precios del arroz en esta zona rica del cantón.

El desarrollo social en los agricultores socios del centro de acopio ha mejorado con el pasar del tiempo ya que han podido adquirir bienes materiales, gracias al apoyo que brinda el mismo a sus asociados, quienes se sienten comprometidos a seguir con dicha sociedad por los créditos adquiridos por el Centro de Acopio que son para beneficio de todos los involucrados.

Este es un gran sector dedicado al cultivo de productos agrícolas, y su intención es la de abastecer a mercados por medio de centros de acopio. El principal propósito de este proyecto es de informar a la ciudadanía agricultora asociada a este centro de acopio, sobre el impacto económico que está causando, y manera de operar administrativamente.

Hay que tomar en consideración que se desea realizar esta investigación para diagnosticar el estado en que se encuentra el centro de acopio y así poder informar a los socios productores del impacto generado por el mismo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. CENTROS DE ACOPIO

Los Centros de Acopio, vienen a ser las fases o momentos inmediatos siguientes a los de producción primaria, de transformación y residual, momento o nivel en la cadena de producción de la red, mejor llamaremos el segundo eslabón o núcleo de acopio primario. Cuyo principal objetivo es acopiar el producto de los cultivos o crianzas, el siguiente forma una fase inmediatamente posterior a las de transformación y son los núcleos de acopio secundario y los últimos son los que acumulan todos los residuos resultantes de las operaciones en una red y los denominamos núcleos de acopio residual. Valdivia, h. (2004).

Según Santesmases (1998) los centros de acopios se clasifican en:

2.1.1. NÚCLEO DE ACOPIO PRIMARIO (NA-1)

Son los Centros de Acopio, encargados de recolectar y concentrar los resultados de los Cultivos o Crianzas en los períodos de cosecha o de saca, de los propios lugares de producción, con lo que se logra evitar principalmente la migración, evitando de esta manera el abandono de los pobladores agrícolas o pecuarios de sus lugares de origen, ahorrándoles un desperdicio innecesario de tiempo en ofertar y colocar sus productos. Estos NA-1, están constituidos por individuos o grupos asociativos dedicados exclusivamente a la recolección y acopio de los productos agrícolas y pecuarios de todas y cada una de las Unidades Básicas de Producción; concentrando los productos en almacenes especialmente construidos, en los que se seleccionan y empaican para su envío a los mercados, Centros de procesamiento o beneficio, centros artesanales, industriales o mercado exterior según los casos. Santesmases, M. (1998).

2.1.2. NÚCLEO DE ACOPIO SECUNDARIO (NA-2).

Son Centros de Acopio encargados de la recolección, almacenamiento, selección y empaque de productos procesados, provenientes de Núcleos artesanales o Industriales, y que luego los derivarán a los mercados interno o externo; estos NÚCLEOS DE ACOPIO SECUNDARIO, están constituidos por individuos o grupos asociativos, preparados para el manejo de productos terminados y con capacidad de gestión en la comercialización y exportación de los productos que correspondan a una RED específica en cada caso.

2.1.3. NÚCLEO DE ACOPIO RESIDUAL (NA-3).

Son Centros de Acopio, constituidos por personas naturales o grupos asociativos, encargados de recolectar los residuos resultantes del beneficio o transformación de productos agropecuarios, debidamente capacitados y conformantes de Unidades Básicas de Producción estos residuos, según los casos serán derivados a las plantas de reciclaje, productoras de gas metano, productoras de humus, lombricultura, etc.

2.1.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA.

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo .Ricoverti , Marketing. (2008).

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. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan

la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios. Thompson, I. (2007).

2.1.5. IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN DE LOS INTERMEDIARIOS

Los intermediarios de mercadotecnia enlazan a los productores con los usuarios finales. Los intermediarios son empresas independientes que realizan diversas funciones dentro del canal; son especialistas en el desempeño de distintas tareas de distribución. Con frecuencia las llevan a cabo con más eficiencia que los productores o los usuarios finales de productos y servicios. Los intermediarios realizan funciones en el canal de distribución por dos razones: reducir el número de transacciones entre compradores y vendedores, y equilibrar las discrepancias de la oferta y la demanda. El Ergonomista. (2004).

a. Reducción de transacciones:

Siempre que la gente deja de ser autosuficiente, el intercambio entre los productores y consumidores se torna esencial. La división del trabajo y la especialización exigen que proveedores y consumidores realicen algún tipo de transacción. Independientemente de que esta se efectúe mediante trueque (intercambio), en una tienda del condado o en un gran complejo comercial, se requiere una transacción para dicho intercambio entre compradores y vendedores. Los intermediarios de mercadotecnia son esenciales en esta función.

b. Equilibrio de las discrepancias:

La discrepancia es una diferencia en las preferencias acerca de que se produce y donde y cuando se ha de producir. Los intermediarios de mercadotecnia desempeñan las funciones necesarias para eliminar esas discrepancias; el equilibrio de estas es la tarea medular de dicho intermediario de mercadotecnia.

Existen discrepancias de tiempo y ubicación porque los productores no pueden fabricar los productos y servicios en el momento y lugar en que cada comprador lo desea. La eficiencia de la producción requiere volúmenes suficientes para obtener ventajas de costo; por eso el volumen de sitios adecuados para la producción es limitado. Si un fabricante de pastelillos elaborara estos, solo cuando el comprador los solicitara, los costos serían prohibitivos. Para ofrecer un paquete de 50 pastelillos a 99 centavos, es preciso elaborar miles de ellos simultáneamente en unas cuantas instalaciones automatizadas de producción. Jáuregui, A. (2001).

En cuanto al envío del producto a los consumidores, el transporte ayuda a eliminar las lagunas en materia de ubicación. Los intermediarios tienen que realizar de ordinario funciones de almacenamiento pues deben guardar el artículo en la tienda o almacén hasta que el consumidor esté dispuesto a adquirirlo.

Con frecuencia es necesario el proceso de crear un surtido para eliminar las lagunas entre compradores y vendedores. La formación del surtido consiste en abastecerse de los artículos que satisfacen las necesidades del comprador; se realiza en muy diversas organizaciones intermediarias de mercadotecnia. Por ejemplo, un contratista de la construcción visita un aserradero, hace pedidos de madera, clavos, marcos para ventanas y demás productos necesarios para un proyecto de construcción.

La subdivisión a granel es otra actividad que realizan los intermediarios para salvar la brecha entre productores y usuarios finales. Consiste en subdividir en pequeños lotes los grandes volúmenes de productos comprados a los productores. Por ejemplo un distribuidor de productos químicos compra todo un camión cisterna de ácido y lo almacena en grandes depósitos; el ácido es extraído y envasado en pequeños recipientes para proveer a los clientes del distribuidor con las cantidades que requieren.

La eliminación de discrepancias exige el intercambio de información dentro de la red del canal. Los pedidos de compra son remitidos, las facturas son enviadas, los vendedores intentan convencer a los clientes de que compren, estos se quejan cuando los productos son defectuosos, y así sucesivamente. La información es un factor crítico para el funcionamiento del canal de distribución.

Finalmente, se requieren los medios de evaluación de productos y servicios, además de elevar a cabo la transferencia de la propiedad entre compradores y vendedores. El precio establece el valor de los artículos disponibles para la venta. La transferencia de la propiedad se realiza por medio de un convenio contractual, un recibo o un acuerdo verbal; por ejemplo, cuando un corredor de bolsa tramita un "pedido telefónico de compra" de acciones para un cliente, la compra y transferencia de la propiedad de estas se pone en acción.

Los intermediarios llevan a cabo una gran diversidad de funciones que están relacionadas con la utilidad de lugar, tiempo y posesión que genera la actividad de distribución. Estas funciones pueden agruparse en las siguientes:

- **Reducción del número de transacciones:** Además de facilitar los intercambios, los intermediarios también pueden simplificarlos. Además, reducen el número de transacciones necesarias.
- **Adecuación de la oferta a la demanda:** Por una parte, comprando grandes cantidades de producto que luego venden en otras más pequeñas a los consumidores finales o intermediarios, que no quieren o no pueden acumular grandes existencias del producto (esta división es la que realizan los

intermediarios). Pero, también puede llevar a cabo una función de agrupación o acumulación de la oferta cuando el número de productores es muy elevado y la cantidad ofrecida por cada uno de ellos es muy pequeña. Díez de Castro, E. (1997).

- **Creación de surtidos:** comprando a distintos fabricantes y ofreciendo a los detallistas una amplia variedad de marcas dentro de una misma clase de productos, para que puedan ofrecerlas a sus clientes.
- **Movimiento físico del producto a su último destino:** actividades de distribución física del producto (transporte, almacenamiento y entrega).
- **Realización de actividades de marketing:** Los intermediarios llevan a cabo diversas funciones de venta personal y publicidad. Actúan como fuerza de venta de los fabricantes y, al mismo tiempo, desempeñan el papel de agentes de compras de los detallistas ante los fabricantes. Los detallistas, por sí mismos o con la colaboración de los mayoristas y fabricantes, llevan a cabo con mucha frecuencia actividades de promoción en el punto de venta (merchandising).
- **Transmisión de la propiedad, posesión o derecho de uso del producto:** Un comerciante es aquella persona u organización que compra o tiene en depósito las mercancías que vende. Si el intermediario no tiene la propiedad ni la posesión del producto, actúa como agente.
- **Servicios adicionales (entrega, instalación, reparación, suministros, asesoramiento, formación, etc.):** entrega a domicilio, financiación, asistencia técnica, información sobre los productos que venden, asesoramiento, etc.

- **Asunción de riesgos:** una vez adquiridos los productos, el intermediario corre el riesgo de que el producto no lo pueda vender, o tenga que haberlo a un precio inferior al previsto o al de la compra. Además de los anteriores, también se dan el riesgo de los impagos, robo, inundación, incendio, etc.

2.1.6. LA INVERSIÓN

La inversión representa el gasto en que incurren las familias, las empresas y el sector público, en bienes que al transcurrir un tiempo, ya sea largo o corto, traerán como consecuencia un beneficio.

La inversión es válida, solo para la compra de bienes de capital, financieros o intermedios, por que ellos después de atravesar un determinado proceso, serán bienes de consumo final. Es una variable, que por lo general, se toma en cuenta en base al futuro, debido a que el Inversionista no constituirá una empresa, para vender en el mercados o su primera producción y luego cerrar la empresa, el verdadero propósito, es una inversión constante en la empresa, para generar un beneficio por un largo periodo. Mochon, F. (1992).

La inversión consta de muchas clasificaciones, ya que puede darse en variadas condiciones tales como: la procedencia del capital, en tipo de bienes en que se invierte, entre otras, a partir de eso puede ser: a largo plazo, a corto plazo, nacional, extranjera, pública, privada, etc.

Inversión bruta o real: es aquel gasto incurrido en bienes de capital.

Estas son aquellas en que incurren los empresarios, para comenzar un nuevo negocio, para aumentar los insumos, mano de obra, mejorar las maquinarias y todos aquellos factores, que influyen en el volumen de producción, con el propósito de aumentarla o mejorarla, para obtener más beneficio, puede ser:

- Formaron bruta de capital fijo: es aquella inversión destinada a la compra de activos fijos, es decir, bienes de capital. Puede ser:
- Formaron bruta de capital fijo importado: es aquella realizada por capitales foráneos en el país. Puede ser:
- Directa: está representada por empresas, participaciones en empresas, activos fijos (bienes de capital), etc.
- Indirecta: es aquel capital invertido en el mercado financiero, o sea, en bonos, títulos, acciones, Bolsas, etc.
- Formaron bruta de capital fijo nacional: es aquella dada en el país por el sector público y privado.
- Variación de existencias: consiste en lo incrementos o disminuciones en los inventarios de productos terminados de las empresas.

La formación bruta de capital fijo puede considerarse como la inversión en todo tipo de bienes de capital, a diferencia entre la variación de existencias que conceptualmente es una relación entre las ventas y los productos terminados, de acuerdo a otras definiciones también se puede considerar como la inversión en bienes de proceso o intermedios, es decir, los insumos. **Moreno, F. (2002).**

Inversión neta: es la diferencia entre la inversión bruta y la depreciación de los bienes de capital. Ésta relaciona a la inversión bruta de un año o cierre de periodo determinado con el desgaste que sufrieron los bienes de capital en el proceso productivo de ese mismo periodo, para así calcular la cantidad de la inversión hecha en el país. **Figueras, M. (1994).**

2.1.7. EL PAPEL DE LA COMERCIALIZACIÓN

Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización. El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

El comercio es una actividad de la economía de los pueblos, destinada a relacionar a los sectores producción y consumo, que se realiza tanto en el área nacional como internacional, la moneda de cada uno de los países se utiliza para medir las transacciones y en el campo internacional hay que correlacionar el valor de las diferentes monedas para facilitar la medida de compra y venta de bienes y servicios.

Las funciones universales de la comercialización son: comprar: La función de compra significa buscar y evaluar bienes y servicios, vender: La función venta requiere promover el producto. , transportar: La función de transporte se refiere a trasladar , almacenar: La función de almacenamiento implica guardar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad., estandarizar y clasificar: incluyen ordenar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad, financiar provee el efectivo y crédito necesarios para operar.(producir, vender, comprar, almacenar), correr riesgos y lograr información del mercado: La toma de riesgos entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización .**Bejarano, J. (1996).**

2.1.8. MERCADO AGROPECUARIO

En este venden sus productos los campesinos individuales, los particulares, las cooperativas de campesinos. Los precios son impuestos por la ley de la oferta y la demanda y no tienen un tope establecido. El campesino o la cooperativa que vende su producto puede utilizar un representante para que realice la función de vendedor y paga un impuesto sobre las ventas al Estado. *Albuquerque, R. (1998).*

Mercado de precios topados: Son mercados establecidos en los distintos municipios con los cuales se relacionan cooperativas específicas. En estos mercados los Consejos de la Administración del Poder Popular de los municipios establecen topes de precios por encima de los cuales no pueden venderse los productos. Estos topes siempre son por debajo del precio del Mercado Agropecuario. Los productos que venden estos mercados que son de alta calidad son fundamentalmente frutas, vegetales, viandas, arroz, frijoles, conservas y otros.

Mercado de la Cadena Ideal: Son tiendas estatales donde se vende arroz, frijoles, aceite, carne de puerco, pollo y otros. Los precios de esta cadena también son menores que el de los Mercados Agropecuarios. *Diez, O. (1998).*

Parceleros: Venden sus productos en el mismo lugar donde los producen. No tienen que pagar impuestos así que en general los precios son menores. En estos lugares se venden en general vegetales. En este tipo de venta incluimos los organopónicos que son una forma interesante de producción sobre la que vamos a hablar un poco. En los últimos años se ha desarrollado la llamada agricultura urbana, producción que se realiza en pequeñas parcelas en la ciudad. En algunas de estas producciones se utilizan medios orgánicos activos por lo que se le llaman organopónicos. En general los organopónicos son trabajados por UBPC. En estos organopónicos es fácil comprar vegetales frescos acabados de cosechar, frutas, condimentos y otros. Los precios están entre el Mercado Agropecuario y el Estatal. *Aguirre J. (1992).*

Ferias Agropecuarias: De vez y cuando al mes o al año, en general el último domingo de cada mes o en los Días de la cultura del municipio también para las navidades o fin de año , se realizan ferias en todos los municipios de la provincia de Cienfuegos en la que los productores individuales, los cooperativistas y el Estado traen desde diferentes pueblos o zona rural del país productos agropecuarios que incluye frutas, viandas, vegetales, carnes, embutidos y otros a precios bajos y en grandes cantidades. *Bejarano, A. (1995).*

De esta forma podemos ver las distintas formas de producción y comercialización de los productos agropecuarios. En este caso de productos agrícolas, cuando la demanda es inelástica una mala cosecha se refleja en una disminución de la oferta, es decir, un desplazamiento hacia arriba y la izquierda de la curva de oferta del mercado de productos agrícolas. Esta disminución de la oferta provoca que suba el precio de equilibrio como la demanda es inelástica el ingreso total de los agricultores como grupo se incrementa. *Calvo, J. (1997).*

2.2. CULTIVO DEL ARROZ

2.2.1. ORIGEN.

El cultivo del arroz comenzó hace casi 10.000 años, en muchas regiones húmedas de Asia tropical y subtropical. Posiblemente sea la India el país donde se cultivó por primera vez el arroz debido a que en ella abundaban los arroces silvestres. Pero el desarrollo del cultivo tuvo lugar en China, desde sus tierras bajas a sus tierras altas. Probablemente hubo varias rutas por las cuales se introdujeron los arroces de Asia a otras partes del mundo. *Angladeti, R. (1989)*

2.2.2. MORFOLOGÍA Y TAXONOMÍA

El arroz (*Oryza sativa*) es una monocotiledónea perteneciente a la familia *Poaceae*.

-Raíces: las raíces son delgadas, fibrosas y fasciculadas. Posee dos tipos de raíces: seminales, que se originan de la radícula y son de naturaleza temporal y las raíces adventicias secundarias, que tienen una libre ramificación y se forman a partir de los nudos inferiores del tallo joven. Estas últimas sustituyen a las raíces seminales.

-Tallo: el tallo se forma de nudos y entrenudos alternados, siendo cilíndrico, nudoso, glabro y de 60-120 cm. de longitud.

-Hojas: las hojas son alternas, envainadoras, con el limbo lineal, agudo, largo y plano. En el punto de reunión de la vaina y el limbo se encuentra una lígula membranosa, bífida y erguida que presenta en el borde inferior una serie de cirros largos y sedosos.

-Flores: son de color verde blanquecino dispuestas en espiguillas cuyo conjunto constituye una panoja grande, terminal, estrecha y colgante después de la floración.

-Inflorescencia: es una panícula determinada que se localiza sobre el vástago terminal, siendo una espiguilla la unidad de la panícula, y consiste en dos lemmas estériles, la raquilla y el flósculo.

-Grano: el grano de arroz es el ovario maduro. El grano descascarado de arroz (cariópside) con el pericarpio pardusco se conoce como arroz café; el grano de arroz sin cáscara con un pericarpio rojo, es el arroz rojo.

2.2.2.1. ADAPTACIÓN DEL ARROZ A LOS SUELOS INUNDADOS.

Los suelos inundados ofrecen un ambiente único para el crecimiento y nutrición del arroz, pues la zona que rodea al sistema radicular, se caracteriza por la falta de oxígeno. Por tanto para evitar la asfixia radicular, la planta de arroz posee unos tejidos especiales, unos espacios de aire bien desarrollados en la lámina de la hoja, en la vaina, en el tallo y en las raíces, que forman un sistema muy eficiente para el paso de aire.

El aire se introduce en la planta a través de las estomas y de las vainas de las hojas, desplazándose hacia la base de la planta. El oxígeno es suministrado a los tejidos junto con el paso del aire, moviéndose hacia el interior de las raíces, donde es utilizado en la respiración. Finalmente, el aire sale de las raíces y se difunde en el suelo que las rodea, creando una interface de oxidación-reducción.

2.2.3. IMPORTANCIA ECONÓMICA Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA.

El arroz es el alimento básico para más de la mitad de la población mundial, aunque es el más importante del mundo si se considera la extensión de la superficie en que se cultiva y la cantidad de gente que depende de su cosecha. A nivel mundial, el arroz ocupa el segundo lugar después del trigo si se considera la superficie cosechada, pero si se considera su importancia como cultivo alimenticio, el arroz proporciona más calorías por hectárea que cualquier otro cultivo de cereales. Además de su importancia como alimento, el arroz proporciona empleo al mayor sector de la población rural de la mayor parte de Asia, pues es el cereal típico del Asia meridional y oriental, aunque también es

ampliamente cultivado en África y en América, y no sólo ampliamente sino intensivamente en algunos puntos de Europa meridional, sobre todo en las regiones mediterráneas. Andrade, F. (1998)

2.2.4. COMERCIO.

El consumo de arroz y por tanto el comercio está diferenciado por los tipos de arroz y por la calidad de los mismos. Se consideran los siguientes tipos de arroz:

-De grano largo de perfil indica: este a su vez se clasifica de acuerdo al porcentaje de granos partidos y el que sean o no aromáticos. Este tipo de arroz representa el 85% del comercio mundial de arroz, incluyendo aproximadamente del 10-15% de arroces aromáticos (tipos jazmín y basmatil), 35-40% de arroces de alta calidad (menos del 10% de granos partidos) y del 30-35% de arroces de baja calidad.

-De grano medio/corto de tipo japónica: el comercio de este tipo de arroces representa solamente una cuota del 15%. El comercio mundial del arroz durante los próximos 15 años (de 18 millones en 1996 a 21 millones en 2010), se estima que incrementará a razón de una tasa anual de 1.11%, tasa significativamente inferior a la actual (8.82%) y refleja el hecho de que el impacto mayor de la liberalización comercial mundial ya surtió efecto.

2.2.5. MERCADO MUNDIAL DEL ARROZ.

Debido a las características del mercado mundial del arroz, este contribuye a la volatilidad de los precios. Por tanto se consideran los siguientes aspectos en el mercado internacional del arroz: destacan las pequeñas cantidades comercializadas respecto a las cantidades producidas o consumidas, por ello pequeños cambios en la producción o en el consumo de alguno de los principales productores/consumidores o países compradores vendedores, puede dar lugar a

un gran impacto sobre el volumen puesto en el mercado y por tanto, sobre los precios. Otro aspecto a destacar es el alto grado de concentración entre los exportadores de arroz en el mundo. Ya que el 85% de la exportación procede de 7-9 países, por tanto variaciones de las ofertas de las existencias de arroz, debidas a la climatología por ejemplo, repercute finalmente sobre los precios. Proyecto SICA (1995).

Cuadro 02.01. Cultivo de arroz en el Ecuador (2001)

Superficie Cosechada 1995	395.000 Hectáreas
Producción de arroz pilado 1995	670.000 Toneladas métricas
Tasa de crecimiento entre 1992-1995	7.4% anual
Población Económicamente Activa en arroz:	11% de la PEA agrícola
Contribución al Producto Interno Bruto Agropecuario	9% del PIB Agropecuario
Consumo Per cápita	38 Kg/persona/año
Principal mercado de exportación	Colombia
Volumen anual de exportaciones	120 mil Tm
Valor anual promedio de las exportaciones	60 millones de dólares
	El cuarto mayor producto de exportación

El cultivo del arroz en los últimos años con cerca de 400 mil hectáreas anuales se ha constituido en el más grande en extensión del país y, dentro de la Comunidad Andina el Ecuador es el país con mayor superficie sembrada de arroz. A partir de 1992 la superficie sembrada ha crecido a un ritmo del 7.4% anual (rendimiento sin variación), tres veces más que la tasa de crecimiento poblacional, este comportamiento puede atribuirse básicamente a:

- a. Eliminación del control de precios
- b. Una fuerte actividad exportadora en respuesta a: a) la implementación de la zona andina de libre comercio y adopción de mecanismos de estabilización de precios a nivel andino y, b) Sostenido déficit de producción arrocería en los países de la región (Colombia y Perú).

La producción de arroz está concentrada en un 95% en las provincias de Guayas y Los Ríos. El 63% de la producción anual se recoge entre los meses de abril y junio, correspondiente a la siembra de invierno, mientras que la producción restante sale a partir de septiembre hasta fines de año (siembra de verano). Ramos, P. (2010).

La alta estacionalidad de la producción de invierno evidencia la gran dependencia que existe entre las labores de siembra y el inicio del periodo invernal en la costa, esto demuestra que el sistema tradicional predomina sobre los otros sistemas de producción.

En términos generales, puede decirse que el cultivo del arroz en el Ecuador está dominado por pequeños productores. El rendimiento promedio nacional lo ubica como uno de los países con uno de los rendimientos más bajo a escala mundial, entre 1992 y 1997 el rendimiento promedio fue de 1.9 toneladas métricas por hectárea (arroz pilado); el rendimiento obtenido por Colombia, Perú y los Estados Unidos son 50%, 90% y 120% superiores a nuestro promedio nacional, respectivamente. Si se analiza competitividad basándose en costo por Tm versus precio, estas cifras nos indicarían que la actividad exportadora del Ecuador, en los próximos años, va a enfrentar serios problemas en escenarios de mayor apertura regional y caída posible de los precios internacionales. Bajaña, J. (1988).

Cuadro 02.02. Rendimientos a escala mundial (1997)

	Superficie Cosechada Hectáreas	Producción Pilado TM	Rendimiento Tm/Ha
Ecuador	349,372	663,806	1.9
Colombia	308,505	894,664	2.9
Perú	206,012	741,643	3.6
Venezuela	150,145	360,348	2.4
Estados Unidos	1,118,000	4,695,600	4.2

2.2.6. CHARAPOTÓ

La Parroquia Charapotó, pueblo centenario y orgulloso de su estirpe, que por mucho tiempo ha permanecido bajo la tutela, primero del cantón Montecristi desde 1824 hasta 1945 y luego del cantón Sucre desde 1945 hasta la actualidad, en la que no ha tenido la oportunidad de conseguir su bienestar común, como lo demanda el hecho de ser un punto estratégico del turismo Manabita y por ende del Ecuador. La Tierra. (2007).

El clima de La Parroquia de Charapotó, es el característico de la costa Ecuatoriana con fuertes lluvias en la estación invernal (aprox. 3 meses), posee una temperatura promedio de 24 grados C. en invierno y 20 grados C. en verano y una humedad que oscila alrededor del 80%.

a. HISTORIA

Charapotó es el pueblo más antiguo de Manabí y uno de las más antiguos de Ecuador (fue fundado por el español Pedro de Alvarado el 21 de septiembre del año 1534) actualmente es casi una ciudad con mucha actividad económica y comercial que vive básicamente de la agricultura y la pesca en el mar. Turísticamente es un sitio de mucho potencial ya que la pintoresca parroquia está asentada en las faldas de un cerro el cual se escala viviendo una aventura sin

límites, al llegar a la cúspide hay cientos de árboles de cereza que los excursionistas disfrutan aunque solo en invierno. Desde el cerro se pueden apreciar muchos poblados, si el viajero decide bajar puede ir a bañarse a los tantos ríos que existen en el valle o sino viajar hasta la playa de San Jacinto o San Clemente, también hay un manglar llamado la boca de 50 hectáreas, en definitiva todo un paraíso en el centro de Manabí. Su gente honesta y amable ponen el toque final. *Diario Hoy (2008)*.

b. INDICADORES DE DESARROLLO HUMANO Y POBREZA

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) del 2003 y sustentado en los resultados del censo del 2001 realizado por el INEC, la pobreza por “Necesidades Básicas Insatisfechas”, la parroquia Charapotó del cantón Sucre de la Provincia de Manabí cuenta con una población de 16236 habitantes.

La pobreza se mide por carencia de necesidades básicas como educación, vivienda, salud, empleo. En extrema pobreza, cuando son 2 ó más las carencias. De otra parte, la incidencia de la pobreza por el consumo (otro método de cálculo), evaluada en 1995 se estimó en 56.41%.

Según los datos del Censo 2001 del INEC, la parroquia Charapotó con un total de 16236 habitantes encuestados, el nivel de analfabetos es de 13500 habitantes lo que representa el 88,15%.

Según el Censo 2001 del INEC, la población económicamente activa (PEA), de la parroquia Charapotó es de 5118 habitantes es decir, el 31,52% de la población total tienen empleo, mientras que 68,48% de la población es desempleada.

CAPÍTULO III

DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1.- UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto de investigación se aplicó al centro de acopio de arroz “Cristo Rey”, de la parroquia Charapotóque pertenecen al Cantón Sucre, el cual se encuentra en las coordenadas geográficas 0°47’10” de latitud sur y 80°30’26” de longitud occidental. *Guía Turística Digital del cantón Sucre. (2008).*

3.2.- ENFOQUE

El enfoque que utilizó el proyecto fue el de relacionar la realidad actual de los productores de arroz asociados al centro de acopio “Cristo Rey”. Con su vida antes de la aparición de este centro de acopio y así conocer si su calidad de vida ha mejorado con la ayuda del mismo.

3.3.- MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad utilizada para esta investigación fue la descriptiva o de campo, aunque se utilizó parte de la investigación bibliográfica para determinar comparaciones con años atrás y sobre todo datos referenciales de otras investigaciones.

3.4.-TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación usado para el desarrollo del proyecto es la Investigación Campo. La misma que estuvo estructurada con encuestas para determinar las variables.

3.5.-POBLACIÓN Y MUESTRA

La población que fue el campo de estudio son los socios del Centro de Acopio “Cristo Rey” de Charapotó. Estableciendo datos otorgados por este centro, como el total de agricultores que proveen productos a estos lugares, y la cantidad de productos que receptan. El número de muestra de los productores de arroz fue de 80 socios por lo tanto se tomó en cuenta el valor real de ellos sin someterlo a fórmula.

3.6.- TECNICAS.

3.7.- OPERACIONALIZACIÓN Y/O DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

ENTREVISTA AL GERENTE.

Para poder desarrollar la investigación para la tesis, se realizó la visita al establecimiento para constatar la forma de laborar, conversando con la secretaria pude obtener parte de la información que se requería para realizar el proyecto de tesis, luego dialogue con al gerente del centro de acopio quien pudo dar la información requerida para la entrevista.

ENCUESTAS ASOCIADOS.

En una segunda visita se pudo extraer información extra que ayudaría a ubicar en las diferentes comunidades a los socios. Se realizaron las visitas al lugar de trabajo de los socios el cual era por lo general el mismo donde residían, y se pudo llenar poco a poco la encuesta a los 80 asociados.

COMPARACIÓN DEL ANTES Y DESPUÉS.

Gracias a la secretaria del centro de acopio pude realizar una invitación a una reunión general a todos los socios, se aprovechó este momento para poder informar a los productores sobre conocimientos del arroz de buena calidad en el mercado, buenas practicas de manufacturas de cómo esto influía en el surgimiento del centro y otros temas que les competen, quienes estuvieron muy contentos con la información proporcionada, ya que antes la intuición era su único medio de saber si lo que hacían estaba bien para el consumidor al mismo tiempo solicitaron al gerente general que se sigan realizando este tipo de charlas para el buen desempeño de la producción, no solo en la parte de distribución sino que también en la parte técnica administrativa.

3.7.-TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Se utilizó la técnica de la entrevista aplicada al Gerente General del Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey”, y la técnica de la encuesta aplicada a los productores asociados.

3.8.- ACTIVIDADES

- Se realizó el traslado a Charapotó para investigar cuantos centros de acopio asociativos que existían en esta parroquia de los cuales solo existía uno que contaba con todos los datos que requería para la investigación.

- Se separó una cita para hablar con el encargado del centro de acopio de arroz Cristo Rey de la parroquia de Charapotó, quien al brindar la información que se necesitaba, se pudo elaborar la investigación, esta persona se puso a las órdenes para brindar toda la información que necesitare para el desarrollo de esta tesis.

3. 9.-PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento de datos se utilizó tablas estadísticas y se mostraron los resultados mediante gráficos circulares estadísticos, con su respectivo análisis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DEL CENTRO DE ACOPIO “CRISTO REY” DE LA PARROQUIA CHARAPOTÓ DEL CANTÓN SUCRE

1. ¿Usted vende su producto en el centro de acopio “Cristo Rey” de Charapotó?

Cuadro # 04.01. Vende su arroz al Centro de Acopio

Vende su arroz al Centro de Acopio	# de Encuestados	Porcentaje
SI	80	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	80	100,00%

Gráfico # 04.01



Fuente: Agricultores Asociados al Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey”

ANÁLISIS

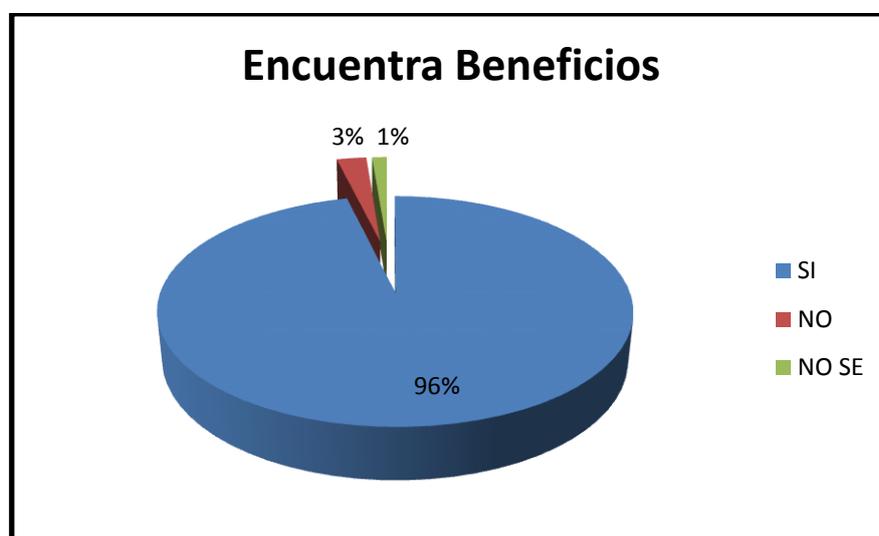
De acuerdo a la tabla y al gráfico estadístico # 04.01 de la encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey” en la parroquia Charapotó del cantón Sucre, de las 80 personas encuestadas, 80 socios venden su producto en el centro de acopio Cristo Rey, lo que corresponden al 100%.

2. ¿Encuentra beneficios al dejar su producción de arroz en el centro de acopio?

Cuadro # 04.02. Encuentra beneficios al dejar su arroz en el Centro de Acopio

Encuentra Beneficios	# de Encuestados	Porcentaje
SI	77	96%
NO	2	4%
NO SE	1	2%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.02



Fuente: Agricultores Asociados al Centro de Acopio de Arroz "Cristo Rey"

ANALISIS

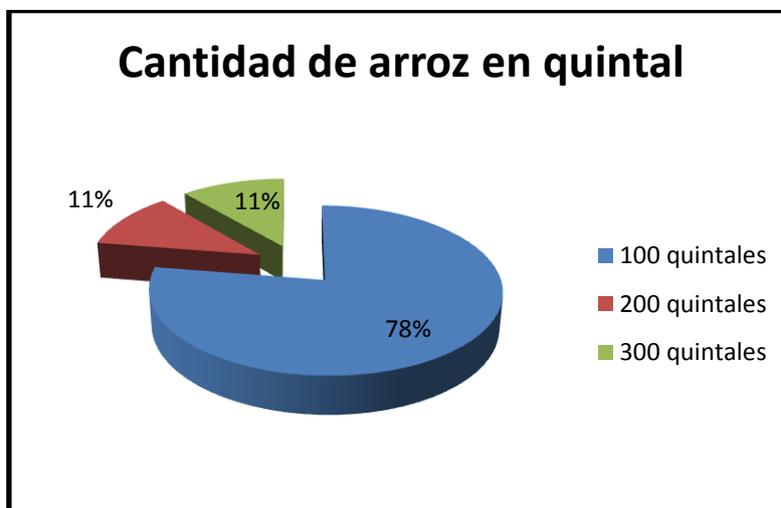
De acuerdo a la tabla y al gráfico estadístico # 04.02 de la encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio de Arroz "Cristo Rey" en la parroquia Charapotó del cantón Sucre, de las 80 personas encuestadas, 77 asociados encuentran beneficioso dejar su producción de arroz en el centro de acopio Cristo Rey, que corresponden al 96%; 2 de los socios no encuentran ningún beneficio dejar su producto en el Centro de Acopio, lo que corresponde el 4%; 1 de los socios se encuentra indeciso a la hora de entregar su producto, lo que corresponden al 2%.

3. ¿Qué cantidad en (qq) de arroz vende usted al año?

Cuadro # 04.03. Cantidad de arroz que vende al año

Cantidad de Arroz en quintales	# de Encuestados	Porcentaje
100 quintales	62	78%
200 quintales	9	11%
300 quintales	9	11%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.03



Fuente: Agricultores Asociados al Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey”

ANALISIS

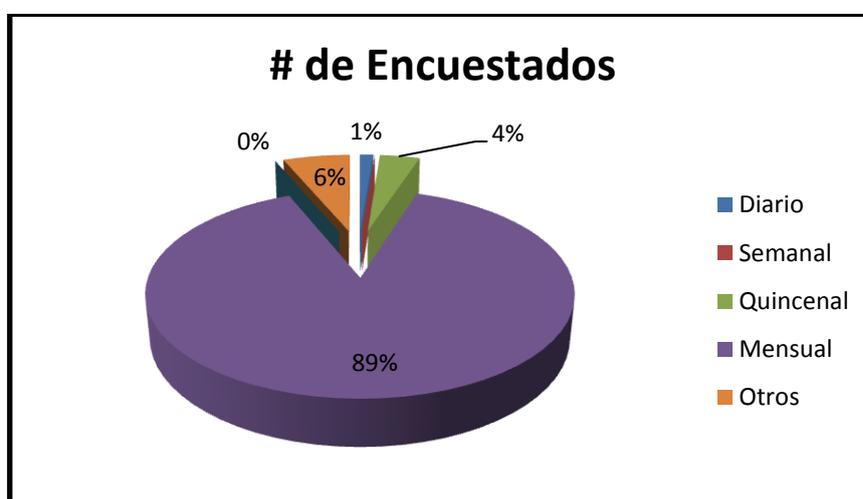
De acuerdo a la tabla y al gráfico estadístico N° 3 de la encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey” en la parroquia Charapotó del cantón Sucre, de las 80 personas encuestadas, 62 asociados venden 100qq de arroz al año en el centro de acopio Cristo Rey, que corresponden al 78%; 9 de los socios venden 200qq de arroz al año en el Centro de Acopio, lo que corresponde el 11%; y 9 de los socios venden 300qq de arroz al año en el Centro de Acopio, lo que corresponden al 11%.

4. ¿Cuál es la frecuencia de venta del arroz?

Cuadro # 04.04. Frecuencia de Venta del Arroz

Frecuencia de Venta de Arroz	# de Encuestados	Porcentaje
Diario	1	1%
Semanal	0	0%
Quincenal	3	4%
Mensual	71	89%
Otros	5	6%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.03



Fuente: Agricultores Asociados al Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey”

ANALISIS

De acuerdo a la tabla y al gráfico estadístico N° 4 de la encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey” en la parroquia Charapotó del cantón Sucre, de las 80 personas encuestadas, 1 de los socios realiza la venta de su producto a diario lo que representa el 1%; 3 de los socios realizan la venta de su producto quincenalmente, lo que representa el 4%; 71 asociados realizan la venta de su producto mensualmente, lo que representa el 89%; 5 asociados realizan la venta de su producto en otro momento, lo que representa el 6%.

5. ¿A qué precio usted vende el arroz pilado en quintal?

Cuadro # 04.05. Precio de venta del Arroz

Precio de Venta del Arroz Pilado en Quintal	# de Encuestados	Porcentaje
\$20	0	0%
\$25	72	90%
\$30	5	6%
\$35	0	0%
otros	3	4%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.05



Fuente: Agricultores Asociados al Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey”

ANALISIS

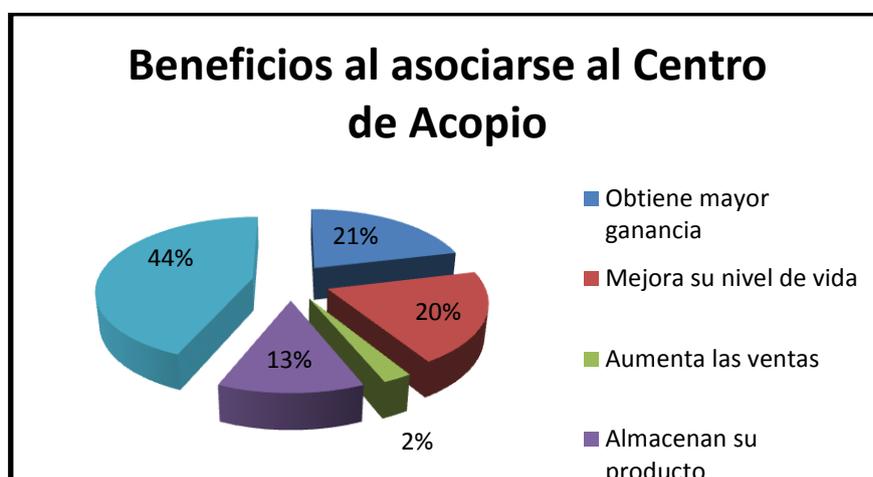
De acuerdo a la tabla y al gráfico estadístico # 04.05 de la encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio de Arroz “Cristo Rey” en la parroquia Charapotó del cantón Sucre, de las 80 personas encuestadas, 72 asociados venden el quintal de arroz a \$25, lo que corresponden al 90%; 5 de los socios venden su arroz a \$30, lo que corresponde el 6%; 3 de los socios venden el arroz a otro precio, lo que corresponde el 4%.

6. ¿Al asociarse al centro de acopio que beneficio obtiene usted?

Cuadro # 04.06. Beneficios que Obtiene al asociarse al centro de acopio

Beneficios al asociarse al centro de acopio	# de Encuestados	Porcentaje
Obtiene mayor ganancia	17	34%
Mejora su nivel de vida	16	32%
Aumenta las ventas	2	4%
Almacenan su producto	10	20%
Todas las anteriores	35	44%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.06



Fuente: Agricultores Asociados al Centro de Acopio de Arroz "Cristo Rey"

ANALISIS

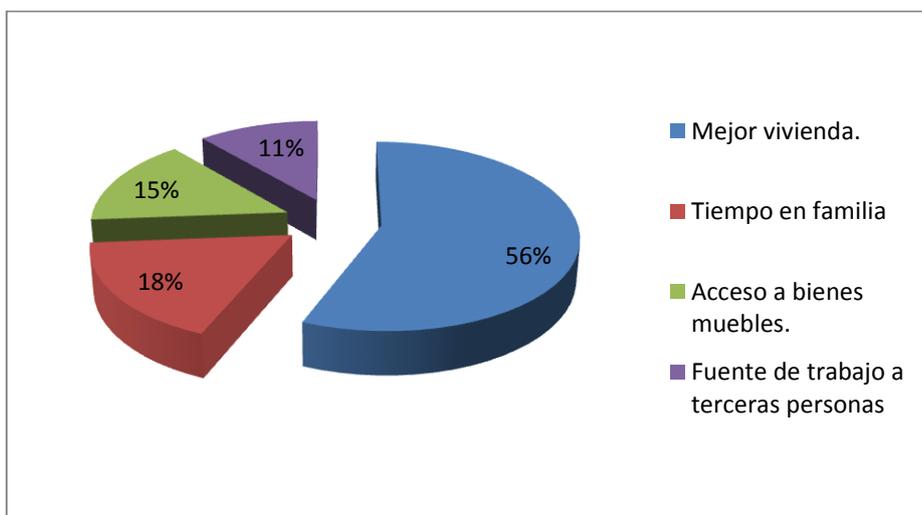
De acuerdo a la tabla y al gráfico estadístico N° 6 de la encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio de Arroz "Cristo Rey" en la parroquia Charapotó del cantón Sucre, de las 80 personas encuestadas, 17 de los socios obtienen mayor ganancia al asociarse al centro de acopio de arroz, lo que representa el 21%; 16 de los socios mejoran su nivel de vida al asociarse al centro de acopio, lo que representa el 20%; 2 asociados aumentan las ventas al asociarse al centro de acopio, lo que representa el 2%, 10 de los socios almacenan su producto al asociarse al centro de acopio, lo que representa el 13%, 35 socios responden a todas las respuestas anteriores, lo que representa el 44%.

7. ¿Cuánto ha mejorado su nivel de vida con la aparición del centro de acopio. Indique cómo?

Cuadro # 04.07. Cuánto ha mejorado su nivel de vida

Cuánto ha mejorado su nivel de vida	Número de socios	Porcentaje
Mejor vivienda.	45	56%
Tiempo en familia	14	18%
Acceso a bienes muebles.	12	15%
Fuente de trabajo a terceras personas	9	11%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.07. Cuánto ha mejorado su nivel de vida



ANÁLISIS

De acuerdo al cuadro y gráfico estadístico # 04.07, de la encuesta dirigida a los productores agrícolas asociados al Centro de Acopio “Cristo Rey”, de los 80 socios encuestados, 45 de ellos han mejorado su nivel de vida al asociarse obteniendo una mejor vivienda lo que representa el 56%, 14 de ellos han mejorado su nivel de vida al asociarse pasando mayor tiempo en familia lo que representa el 18%, 12 de ellos han mejorado su nivel de vida al asociarse al centro de acopio teniendo acceso a bienes muebles lo que representa el 15%, 9

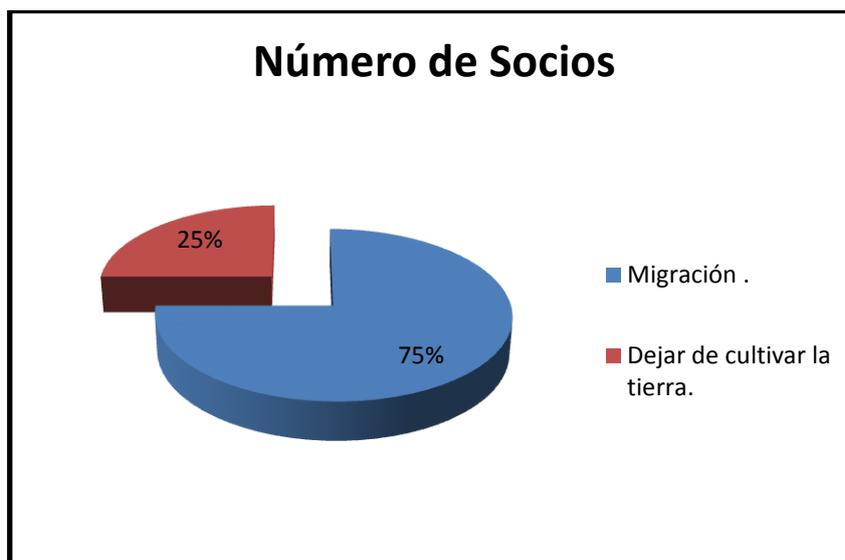
de ellos han mejorado su nivel de vida al asociarse al centro de acopio brindando fuente de trabajo a terceras personas lo que representa el 11%.

8. ¿Cuáles su opción al no existir el centro de acopio?

Cuadro 04.08. Opción al no existir el centro de acopio

Cuál es su opción al no existir el centro de acopio	Número de Socios	Porcentaje
Migración	60	75%
Dejar de cultivar la tierra.	20	25%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.08. Opción al no existir el centro de acopio



Análisis

De acuerdo al cuadro y gráfico estadístico # 04.08, de la encuesta dirigida a los productores agrícolas asociados al Centro de Acopio “Cristo Rey”, de los 80 socios encuestados, 60 de los socios piensan que al no existir el centro de acopio optarían por la migración, lo que representa el 75%, 20 de los socios piensan que

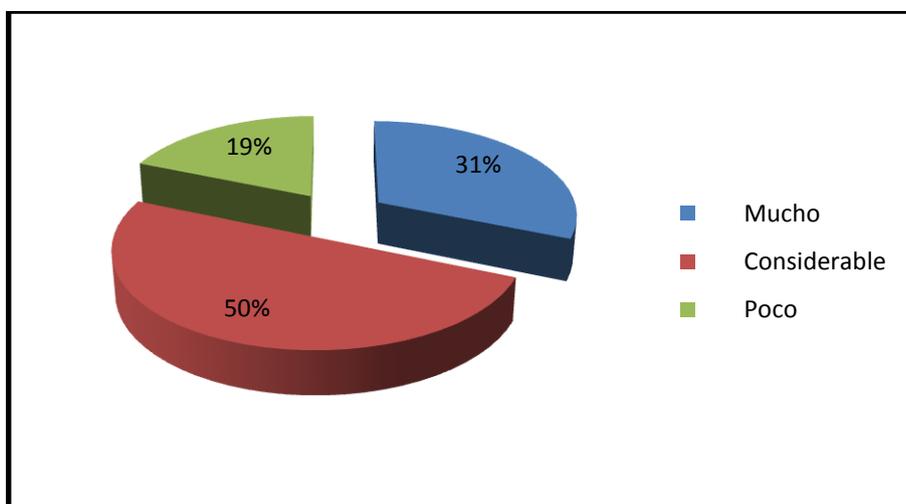
al no existir el centro de acopio optarían por dejar de cultivar la tierra lo que representa el 25%.

9. Cuanto ha mejorado su nivel de educación con la aparición de este centro de acopio.

Cuadro # 04.09. Cuánto ha mejorado su nivel de educación

Cuánto ha mejorado su nivel de educación	Número de Socios	Porcentaje
Mucho	25	31%
Considerable	40	50%
Poco	15	19%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.09. Cuánto ha mejorado su nivel de educación



Análisis

De acuerdo al cuadro y gráfico estadístico # 04.08, de la encuesta dirigida a los productores agrícolas asociados al Centro de Acopio “Cristo Rey”, de los 80 socios encuestados, 25 de los socios opinan que ha mejorado mucho su nivel de educación al existir el centro de acopio, lo que representa el 31%; 40 de los socios opinan que ha mejorado considerablemente su nivel de educación al existir el centro de acopio, lo que representa el 50%; 15 de los socios opinan que poco

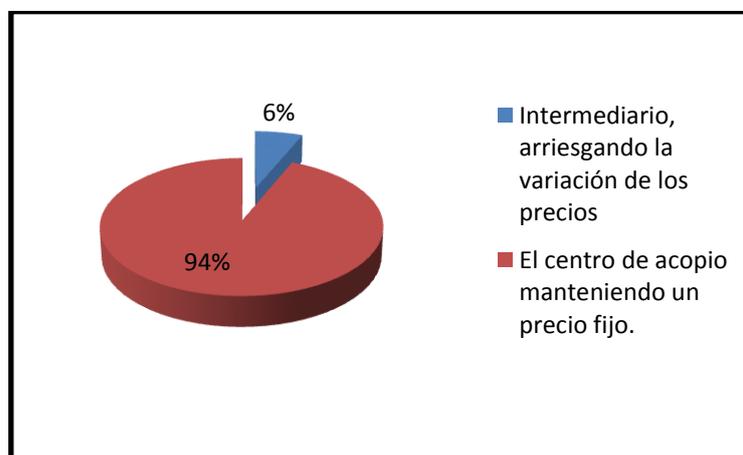
ha mejorado su nivel de educación al existir el centro de acopio, lo que representa el 19%.

10. Comparando el antes y el después de la creación del centro de acopio para usted cual de las siguientes opciones es la mejor.

Cuadro # 04.10. Cuál es la mejor opción

Cual es la mejor opción	Número de Socios	Porcentaje
Intermediario, arriesgando la variación de los precios	5	6%
El centro de acopio manteniendo un precio fijo.	75	94%
TOTAL	80	100%

Gráfico # 04.10. Cuál es la mejor opción



Análisis

De acuerdo al cuadro y gráfico estadístico # 04.08, de la encuesta dirigida a los productores agrícolas asociados al Centro de Acopio "Cristo Rey", de los 80 socios encuestados, 5 de los socios opinan que comparando el antes y el después de la creación del centro de acopio la mejor opción son los intermediarios, aunque estén arriesgando con la variación de precios, lo que

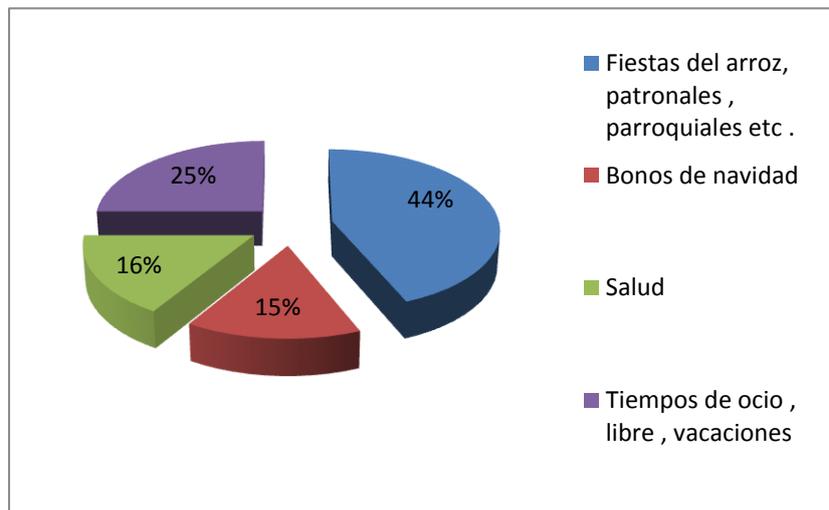
representa el 6%, 75 de los socios opinan que comparando el antes y el después de la creación del centro de acopio la mejor opción es el centro de acopio, porque mantienen un precio fijo, lo que representa el 94%.

11. ¿En qué acciones sociales ha intervenido el centro de acopio?

Cuadro # 04.11. Acciones sociales que interviene el centro de acopio

En qué acciones sociales interviene el centro de acopio	Número de Socios	Porcentaje
Fiestas del arroz, patronales, parroquiales, etc.	35	
Bonos de navidad	12	
Salud	13	
Tiempos de ocio , libre , vacaciones	20	
TOTAL	80	

Gráfico # 04.11. Acciones sociales que interviene el centro de acopio



Análisis

De acuerdo al cuadro y gráfico estadístico # 04.08, de la encuesta dirigida a los productores agrícolas asociados al Centro de Acopio “Cristo Rey”, de los 80 socios encuestados, 35 de los socios opinan que el centro de acopio interviene en fiestas del arroz, patronales, parroquiales, etc., lo que representa el 44%; 12 de los socios dicen que el centro de acopio apoya con bonos de navidad, lo que

representa el 15%, 13 de los socios dicen que el centro de acopio apoya a la salud con seguro campesino, lo que representa el 16%, 20 de los socios opinan que el centro de acopio apoya en los tiempos de ocio libres y vacaciones, lo que representa el 25%.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- De acuerdo a la investigación realizada se pudo concretar que el Centro de Acopio de arroz genera un impacto positivo a los productores, ya que en el aspecto social se pudo identificar que su nivel de educación ha mejorado considerablemente, además en el aspecto de la salud estos cuentan con un beneficio muy importante como es el seguro campesino, otro aspecto a considerar es el mejoramiento de su nivel de vida puesto que han logrado adquirir una mejor vivienda. Así mismo en la variable económica se ha logrado interpretar que los ingresos de los asociados han mejorado considerablemente, por factores como mayor productividad y precios justos.
- El asentamiento del Centro de Acopio ha contribuido positivamente en la Parroquia de Charapotó ya que ha brindado fuentes de empleo a los ciudadanos, además de preocuparse constantemente por mantener contentos e incentivados a sus productores asociados y a su entorno social.
- Es importante realizar un análisis del antes y después del asentamiento del Centro de Acopio en la Parroquia, por lo que se puede identificar en los resultados de la investigación que el sector productivo arrocero de esta ciudad se encontraba abandonado obligando a los agricultores a migrar a otras ciudades y dejar de cultivar sus tierras, además que los pocos productores que continuaron con esta labor no recibían un precio justo por la venta de su producto. Pero con el surgimiento de esta agrupación llegaron los cambios para este sector olvidado ya que actualmente los arroceros asociados al Centro de Acopio tienen una producción buena,

siempre gozan de un precio justo para sus productos, reciben constantes capacitaciones y asesorías en el manejo de sus cultivos y cuentan con maquinaria moderna e insumos.

- Para medir la considerablemente sus asociados cuentan con el precio de arroz no varía y el productor puede sentirse seguro de que su producto no pierda el valor agregado y su inversión sea rentable, teniendo una calidad mejorada, y la ciudadanía se complace en que exista un flujo rotativo del capital monetario dentro de la parroquia, manteniendo en los habitantes un equilibrio en cuanto a los ingresos porque pueden generar más fuentes de trabajo.
- Para poder informar a los socios se obtuvo la mayor información del gerente administrador, de acuerdo a ello se proporciono mediante una asamblea general conocimientos de comercialización, referente a los beneficios que brinda un Centro de Acopio, ya que ofrece estabilidad en el precio y calidad del producto.

5.2. RECOMENDACIONES

- Que periódicamente se realicen reuniones generales para rendir cuentas de los ingresos generados por el Centro de Acopio, y si se desea tomar decisiones para la mejora del mismo.
- Que sigan promoviendo estas series de programas sociales para mantener un vínculo comunidad-empresa y así tener juntos una visión de querer ser una parroquia desarrollada en todos los sentidos.
- Se debe realizar una auditoría interna por parte de un profesional que no tenga vínculos con la empresa, para así informar los movimientos contables y rendir cuenta a los socios emprendedores.

- Se pide que presenten variedad en cuanto al producto para aprovechar la maquinaria existente de esta manera ganan todos tanto los socios como la comunidad porque tendrían mayor mercado lo cual indica mayores ingresos.
- Es conveniente seguir realizando asesoría a los socios productores ya que en su mayoría son personas con un nivel de educación primario, quienes necesitan mayor explicación para mejorar su producción y tener mayor conocimientos en cuanto aspectos de comercialización del centro de acopio.

BIBLIOGRAFIA

1. Aguirre J. (1992). Macrotransformaciones productivas agropecuarias. 152p. San José
2. Albuquerque, R. (1998) Nuevos paradigmas tecnológicos en la agricultura: bases para una interpretación evolutiva en Jaffe W.: 100p. Costa Rica
3. Andrade, F. (1998). Manual de cultivo de arroz, proyecto integral de arroz. Ediciones Fenarroz.
4. Angladeti, R. (1989), El arroz en Madrid, Ediciones Blume, pág. 164-191. España
5. Bajaña, J. (1988). Estudio comparativo entre los modelos de siembra para trasplante al voleo con semillas pregerminadas en dos variedades de arroz INIAP 2-6.
6. Bejarano, A. (1995). Elementos para un enfoque de la competitividad en el Sector Agropecuario. Colección De Documentos IICA Serie Competitividad N° 3. 25p. Santa Fe de Bogotá DC.
7. Bejarano, J. (1996). Teoría de las estructuras de mercado. 125p. Bogotá
8. Calvo, J. (1997). Análisis Microeconómico. Editorial centro de estudios Ramón Areces, SA, 132p. Madrid
9. Diario Hoy (2008). Arroz: Alerta al rendimiento. Publicado el 02 de diciembre. Ecuador. <http://www.hoy.com.ec>

10. Díez de Castro, E. (1997). Distribución Comercial, Segunda edición, 1ª impresión edición, McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.U. ISBN 978-84-481-1093-2. Madrid España.
11. Díez, O. (1998). Análisis microeconómico del mercado agropecuario en la región de Cienfuegos. 30p. Cien Fuegos.
12. El Ergonomista. (2004). Intermediarios. www.elergonomista.com
13. Figueras, M. (1994). Aspectos Estructurales de la Economía Cubana. Editorial Ciencias Sociales, 126p. La Habana
14. Guía Turística Digital del cantón Sucre. (2008). Charapotó. <http://bahiadecaraquez.net/charapoto.htm>
15. Jáuregui, A. (2001). Clasificación de los intermediarios en el proceso de mercadeo.
16. La Tierra. (2007). Charapotó. Ecuador. <http://www.tutiempo.net>
17. Moreno, F. (2002). Aplicaciones de la microeconomía al mercado agropecuario. Revista Economía y desarrollo. Vol. 130; (1): 48p, La Habana.
18. Mochon, F. (1992). Economía Básica. Facultad de Ciencias Empresariales, 375p. Madrid.
19. Proyecto SICA (1995). El arroz en el Ecuador. Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador. Ecuador.

20. Ramos, P. (2010). 300 arroceros crearon su piladora. Agromar. Publicado el viernes 12 de marzo, Manta. <http://www.elcomercio.com>
21. Ricoveri M. (2008). Canal de Distribución. <http://ricoverimarketing.es.tripod.com>
22. Santesmases, M. (1998). Marketing. Conceptos y estrategias, Tercera edición, 4ª impresión edición, Ediciones Pirámide, S.A. ISBN 978-84-368-1033-2. Madrid España.
23. Thompson, I. (2007). Tipos de canales de distribución. España .<http://promonegocios.net>
24. Valdivia, H. (2004). Centro de Acopio. www.mailxmail.com

ANEXOS

Anexo 01



Vista Panorámica de Charapotó

Anexo 02



Vista del Centro de Acopio "Cristo Rey"

Anexo 03



Pista de Secado de Arroz

Anexo 04



Asamblea General de los Socios

Anexo 05



Evaluación de Conocimientos sobre la empresa

Anexo 06



Charlas sobre distribución y comercialización

Anexo 07



Encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio

Anexo 08



Encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio

Anexo 09



Encuesta dirigida a los Socios del Centro de Acopio

Anexo 10



Entrevista dirigida al Gerente del Centro de Acopio

Anexo 11



Anexo 12



Plantaciones de Cultivo de Arroz

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL CENTRO DE ACOPIO DE
ARROZ “CRISTO ‘REY” DE CHARAPOTO.**

1) ¿El centro de acopio brinda a sus asociados beneficios como?

- a. Educación
- b. Vivienda
- c. Salud.
- d. Ayuda psicológica
- e. Seguros

SI

2) ¿En qué acciones ha intervenido el centro de acopio en las mejoras de la comunidad?

Brinda trabajo a personas de la parroquia Charapotó

Realiza labores sociales

Otras

3) ¿La economía de los productores de arroz ha mejorado asociándose al centro de acopio Cristo Rey?

Si

No

4) ¿Cual es el nivel de educación de los productores de arroz de la parroquia Charapotó ?

Primaria

Secundaria

Superior

Ninguna

5) ¿Cuál es el mercado al que esta dirigido el arroz del centro de acopio?

- Local
- Provincial
- Nacional
- Internacional

6) Cuáles son los principales clientes, (a quienes le venden).

FEPS
TIA
SUPERMAXI
COMISARIATO
TIENDAS DE ABASTO

7) ¿Cuál es el precio de compra del arroz del Centro de Acopio comparado con el precio que esta en el mercado?

Centro de acopio (\$/qq)	Mercado (\$/qq)
\$23	\$23
\$25	\$25
\$27	\$27
\$30	\$30

8) ¿El ingreso de arroz en el Centro de Acopio se realiza?

A Diario
Semanal
Quincenal
Mensual
Otro

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE ARROZ DE LA
PARROQUIA CHARAPOTÓ DEL CANTÓN SUCRE**

1) ¿Usted vende su producto en el centro de acopio “Cristo Rey” de Charapotó

Si
No

2) ¿Encuentra beneficios al dejar su producción de arroz en el centro de acopio?

Si
No

3) ¿Qué cantidad en (qq) de arroz vende usted?

100
200
300
400
500más

4) ¿Cual es la frecuencia de venta del arroz?

Diario
Semanal
Quincenal
Mensual
Fines de semana
Otros

5) ¿A que precio usted vende el arroz?

20
25
30
35
Otros

6) ¿Al existir un centro de acopio que beneficio obtiene usted?

Obtiene mayor ganancia

Mejora su nivel de vida
Aumenta las ventas
Almacena su producto.

7) ¿Cuanto ha mejorado su nivel de vida con la aparición del centro de acopio. Indique?

Mejor vivienda.
Tiempo en familia
Acceso a bienes muebles.
Fuente de trabajo a terceras personas

8)¿Cual era su opción al no existir el centro de acopio?

Migración .
Dejar de cultivar la tierra.

9)¿Cuanto ha mejorado su nivel de educación con la aparición de este centro de acopio .

Mucho
Considerable
Poco

8)¿Para usted que es mejor , vender su producto a un intermediario o al centro de acopio

Intermediario , arriesgando los precios
El centro de acopio manteniendo un precio fijo.

9) ¿En que acciones sociales ha intervenido el centro de acopio?

Fiestas del arroz, patronales, parroquiales etc .
Bonos de navidad
Salud
Tiempos de ocio , libre , vacaciones