



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA
DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ
ESPAM-MFL**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA
COMERCIAL CON MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN
AGROINDUSTRIAL Y AGROPECUARIA**

Tema:

**IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN
FORTALEZA DEL VALLE EN SUS PRODUCTORES
ASOCIADOS, EN EL CANTÓN BOLÍVAR, 2009-2010.”**

AUTORES: Celi María Carranza Loor

Gary Javier Álava Rade

TUTOR: Ing. Leonardo Vera Macías

Calceta, Abril de 2011

DERECHOS DE AUTORÍA

Celi María Carranza Loor y Gary Javier Álava Rade, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

CELI MARIA CARRANZA LOOR

GARY JAVIER ALAVA RADE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. Leonardo Vera Macías certifica haber tutelado la tesis titulada “ IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DEL CENTRO DE ACOPIO FORTALEZA DEL VALLE EN SUS PRODUCTORES ASOCIADOS, EN EL CANTÓN BOLÍVAR, 2009-2010.”, que ha sido desarrollada por Celi María Carranza Loor y Gary Javier Álava Rade, previa a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas, 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.

ING. LEONARDO VERA MACÍAS

TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Quienes abajo firmamos, miembros del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** la tesis titulada “**IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DEL CENTRO DE ACOPIO FORTALEZA DEL VALLE EN SUS PRODUCTORES ASOCIADOS, EN EL CANTÓN BOLÍVAR, 2009-2010**”, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Celi María Carranza Loor y Gary Javier Álava Rade, previa a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas, 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.

Eco. Miriam Félix López

MIEMBRO

Ing. Baly Vera Montenegro

MIEMBRO

Ing. Ely Fernando Sacón Vera

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A nuestra querida Politécnica prestigiosa Institución que nos brindó la oportunidad de estudiar y prepararnos, y de la que hoy nos sentimos orgullosos de haber formado parte, porque siempre trataron de mejorar día a día nuestra enseñanza profesional.

A nuestros catedráticos que estuvieron compartiendo y enseñándonos a enriquecer no solo el conocimiento sino nuestras almas y corazones durante la vida estudiantil.

Al señor tutor Ing. Leonardo Vera por toda la ayuda brindada para la elaboración del presente trabajo, su dedicación, disposición y por la gran amistad que supo ganarse desde el día que ingresó a las aulas de clases.

Un agradecimiento especial: al Ing. Gustavo Molina, que fue un excelente catedrático en nuestro paso por las aulas del saber, y sobre todo por brindarnos su ayuda en la investigación; a quienes forman parte de la Asociación Fortaleza del Valle que siempre estuvieron dispuestos a colaborar con todo y sobre todo a los señores productores asociados y no asociados que dejan presente la calidad del ser humano Bolivarense siempre cordiales, amables y dispuestos.

CELI MARÍA CARRANZA LOOR
GARY JAVIER ALAVA RADE

DEDICATORIA

A DIOS por brindarme la oportunidad de vivir y sobre todo de llegar a realizar cosas importantes en la vida, por permitirme caminar siempre de su mano, porque sin ti mi Dios nada soy pero contigo he llegado a cumplir todo lo esperado.

A mis padres por regalarme el mejor de los privilegios la vida, y por estar presentes en todos los momentos importantes de mi existencia.

A mis hijos porque son lo mas grande y maravilloso que mi DIOS me ha regalado.

CELI MARÍA CARRANZA LOOR

DEDICATORIA

A mi madre por haberme inculcado buenas costumbres, deseos de seguir adelante a pesar de las dificultades y que ella me permitiese recibir todas sus enseñanzas de valores, lucha constante para que cumpliera todas mis metas y sueños propuestos para sentirme bien con lo que tengo mas no con lo que espero recibir.

A dios por haberme regalado una nueva vida de paz felicidad, entendimiento, aceptación, comprensión es la esencia de lo que soy porque yo sin dios no soy nada y dios sin mi sigue siendo dios.

A los gestores y fundadores de la Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel feliz López por traer el desarrollo, progreso y cuadyugar los sueños, metas objetivos e ideales de los estudiantes.

GARY JAVIER ALAVA RADE

CONTENIDO

DERECHOS DE AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xiv
SUMMARY	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
I. ANTECEDENTES	3
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN	5
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.4. HIPOTESIS	6
II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. PRODUCCIÓN NACIONAL DEL CACAO FINO Y DE AROMA.....	7
2.2. PRINCIPALES ZONAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL	7
2.3. FORTALEZA DEL VALLE.....	8
2.3.1. MISIÓN	8
2.3.2. VISIÓN.....	8
2.3.3. OBJETIVOS	8
2.3.4. POLÍTICAS.....	9
2.3.5. PRINCIPIOS Y VALORES	9
2.4. COSTOS DE PRUDUCCION Y UTILIDADES.....	10
2.5. GENERALIDADES DEL CACAO	10
2.6. VARIEDADES.....	11
2.7. CACAO NACIONAL CRIOLLO	12
2.8. IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL CULTIVO DE CACAO EN EL ECUADOR.....	13
2.9. ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN	13

2.9.1. REGIONALIZACIÓN DEL CULTIVO	14
2.10. COMERCIALIZACIÓN	16
2.10.1. COMERCIALIZACIÓN INTERNA.....	16
2.10.2. COMERCIO EXTERIOR	17
2.11. CENTRO DE ACOPIO	18
2.12. COMERCIO JUSTO	18
2.13. ELEMENTOS DE COMPETITIVIDAD	19
2.14. ENTREVISTA	20
2.15. ENCUESTA	20
III. DESARROLLO METODOLÓGICO	21
3.1. UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	21
3.2.1. MUESTREO ESTRATIFICADO	21
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	24
3.3.1. ENCUESTA	24
3.3.2. ENTREVISTA	24
3.4. OPERACIONALIZACIÓN Y/O DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.4.1. DIAGNÓSTICO DE LA BASE DE DATOS	25
3.4.2. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	26
3.5. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	26
IV. RESULTADOS	28
4.1 MEDICIÓN CONJUNTA (CHI CUADRADO).....	43
4.2 ANÁLISIS MULTIVARIADO.....	47
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
5.1. CONCLUSIONES.....	60
5.2. RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	68
ANEXO No. 01	69
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTACIONES DE CACAO.....	69
ANEXO No. 02	71
COSTOS DE PRODUCCIÓN Y UTILIDAD DEL CACAO EN EL CANTÓN BOLÍVAR	71
ANEXO No. 03	73
PRINCIPALES ZONAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL	73
ANEXO No. 4	74

MODELO DE ENCUESTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES DE CACAO ASOCIADOS Y NO ASOCIADOS DEL CANTÓN BÓLIVAR	74
ANEXO No. 5	80
ENTREVISTA AL GERENTE DE FORTALEZA DEL VALLE	80
ANEXO No. 6	81
FOTOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE LA CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE ING. BERTO ZAMBRANO.....	82

INDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS

Tabla No. 01.01. Distribución Geográfica de las plantaciones de cacao.....	69
Tabla No. 01.02. Número de UPAs y Superficie en hectáreas por Cantón.....	70
Tabla No. 02.03. Costo de Producción, valor bruto y utilidad por hectárea de cacao nacional en predios de pequeños y medianos productores que hacen un manejo tradicional en el área del Cantón Bolívar.....	71
Tabla No. 02.04. Costo de Producción, valor bruto y utilidad por hectárea de cacao nacional en predios de pequeños y medianos productores que aplican tecnologías pero no riegan en época seca en área del Cantón Bolívar.....	72
Tabla No. 03.05. Tamaño de la muestra estratificado por organizaciones de los productores de cacao asociados a Fortaleza del Valle.....	22
Tabla No. 03.06. Tamaño de la muestra estratificado por Organización de los productores de cacao asociados a Fortaleza del Valle.....	24
Tabla No. 04.07. Ingresos vs. Nivel académico.....	43
Tabla No. 04.08. Prueba de chi cuadrado Ingresos vs. Nivel académico.....	44
Tabla No. 04.09. Ingresos vs. Asistencia médica.....	44
Tabla No. 04.10. Prueba de chi cuadrado Ingresos vs. Asistencia médica.....	45
Tabla No. 04.11. Educación vs. Asistencia médica.....	45
Tabla No. 04.12. Prueba de chi cuadrado Educación vs. Asistencia médica.....	46
Tabla No. 04.13. Ingresos vs. Educación vs. Asistencia médica.....	47
Tabla No. 04.14. Prueba de chi cuadrado. Análisis Multivariado.....	47
Cuadro No. 04.01. Hectáreas ocupadas por la producción de cacao.....	28
Cuadro No. 04.02. Ingreso mensual en dólares por grupos asociados y no asociados.....	29
Cuadro No. 04.03. Ingreso total en dólares de asociados y no asociados producidas de cacao.....	30
Cuadro No.04.04. Distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao del grupo Valle del Carrizal.....	31
Cuadro No.04.05.Distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao del grupo La Fortaleza.....	32

Cuadro No.04.06. Distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao del grupo Quiroga.....	33
Cuadro No.04.07. Distribución del ingreso por la venta del cacao en dólares entre asociados y no asociados.....	34
Cuadro No.04.08. Rentabilidad.....	35
Cuadro No.04.09. Ud. y su familia cuenta con asistencia médica.....	36
Cuadro No.04.10. Quien le proporciona la asistencia médica.....	37
Cuadro No.04.11. Cuenta con acceso a planteles educativos.....	38
Cuadro No.04.12. Nivel de educación de los miembros del núcleo familiar.....	39
Cuadro No.04.13. El establecimiento educativo es.....	40
Cuadro No.04.14. Su vivienda es.....	41
Cuadro No.04.15. Su vivienda cuenta con los servicios de.....	42
Cuadro No.04.16. Está asociado o no a un Centro de Acopio.....	49
Cuadro No.04.17. Porque esta asociado o no a un centro de acopio.....	50
Cuadro No.04.18. Canales de comercialización de los productores de cacao asociados y no asociados.....	51
Cuadro No.04.19. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual Valle del Carrizal.....	52
Cuadro No.04.20. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual La Fortaleza.....	53
Cuadro No.04.21. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual Quiroga.....	54
Cuadro No.04.21. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual Muestra total de asociados y no asociados.....	55
Gráfico No. 04.01. Hectáreas ocupadas por la producción de cacao.....	28
Gráfico No. 04.02 Ingreso mensual en dólares por grupos asociados y no asociados.....	29
Gráfico No. 04.03 Ingreso total en dólares de asociados y no asociados producidas de cacao.....	30
Gráfico No. 04.04.Distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao del grupo Valle del Carrizal.....	31

Gráfico No. 04.05. Distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao del grupo La Fortaleza.....	32
Gráfico No. 04.06. Distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao del grupo Quiroga.....	33
Gráfico No. 04.07. Distribución del ingreso por la venta del cacao en dólares entre asociados y no asociados.....	34
Gráfico No.04.08. Rentabilidad.....	35
Gráfico No.04.09. Ud. y su familia cuenta con asistencia médica.....	36
Gráfico No.04.10. Quien le proporciona la asistencia médica.....	37
Gráfico No.04.11. Cuenta con acceso a planteles educativos.....	38
Gráfico No.04.12. Nivel de educación de los miembros del núcleo familiar.....	39
Gráfico No.04.13. El establecimiento educativo es.....	40
Gráfico No.04.14. Su vivienda es.....	41
Gráfico No.04.15. Su vivienda cuenta con los servicios de.....	42
Gráfico No.04.16. Está asociado o no a un Centro de Acopio.....	49
Gráfico No.04.17. Porque esta asociado o no a un centro de acopio.....	50
Gráfico No.04.18. Canales de comercialización de los productores de cacao asociados y no Asociados.....	51
Gráfico No.04.19. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual Valle del Carrizal.....	52
Gráfico No.04.20. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual La Fortaleza.....	53
Gráfico No.04.21. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual Quiroga.....	54
Gráfico No.04.22. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual Muestra total de asociados y no asociados.....	56

RESUMEN

El Sector productivo cacaotero en el país y la provincia de Manabí presenta una problemática muy grande como: baja productividad, deficiente comercialización interna que no estimula al productor, falta de incentivos económicos, falta de financiamiento para tecnificar sus cultivos, etc. Con esta necesidad se asienta en el Cantón Bolívar un centro de acopio que llevo a unificar los productores de cacao fino y de aroma en organizaciones, con el propósito de mejorar su sistema de comercialización y brindar precios justos y asegurar el mejoramiento de la producción del cacao. Por ello este trabajo de investigación se lo realizo con el propósito de determinar si el sistema de comercialización del Centro de Acopio Fortaleza del Valle ha contribuido para el crecimiento socioeconómico en los productores de cacao asociados. A través de variables como producción, ingresos, salud, educación, vivienda y rentabilidad; este análisis se lo determinó aplicando encuestas a una muestra poblacional de productores de cacao asociados, así como también a un grupo de productores de cacao no asociados del Cantón Bolívar para determinar entre estos grupos las diferencias y oportunidades que ofrece estar asociado a Fortaleza del Valle. Con la aplicación del método de investigación y evaluación como encuestas y entrevistas, se identificó que estar asociado representa mejor estabilidad productiva y económica, ya que esta agrupación comercializa el producto directamente a industrias nacionales y extranjeras con precios manejados por la Bolsa de Valores internacional, asegurando al productor un precio más justo y competitivo, con una gran diferencia a los productores no asociados que comercializan mediante otras cadenas de distribución (intermediarios), quienes ofrecen un precio por debajo del que realmente esta en el mercado externo. También se logró identificar que la mayor fortaleza del centro de acopio son los productores, quienes depositan toda la confianza en esta agrupación, siempre motivados a mejorar la calidad del cacao, que se siente a gusto de formar parte de esta unidad de crecimiento y superación. Pero es importante señalar que Fortaleza del Valle también posee una debilidad que puede traer grandes consecuencias, como es la falta de comunicación, para hacer el llamado a formar parte a los muchos productores de cacao del cantón que aun no se animan de estar gozando de los beneficios de esta integración.

SUMMARY

The productive Sector cocoa in the country and the province of Manabí presents a problematic very large such as: low productivity, poor internal marketing that does not encourage the producer, lack of economic incentives, lack of funding for leading their crops, etc. With this need sits in the Bolivar in a collection Center came to unify the producers of fine cocoa with aroma in organizations, in order to improve its marketing system and provide fair prices and ensure the improvement of the production of cocoa. Therefore this research work is what I make with the purpose of determining if the system of commercialization of the gathering strength of the Valley Center has contributed to the socio-economic growth in the associated cocoa producers. Through variables such as production, income, health, education, housing and profitability; This analysis it was determined to implement surveys to a population sample of cocoa producers partners, as well as also to a group not associated cocoa producers of Canton Bolívar to determine among these groups the differences and opportunities associated with strength of the Valley. With the implementation of the method of research and evaluation such as surveys and interviews, was identified to be associated represents better productive and economic stability, since this group sells the product directly to national and foreign industries with prices managed by the international stock exchange, ensuring the producer a price more fair and competitive, with a big difference not associated producers who market through other channels of distribution (intermediaries), who offer a price below which really is in the external market. He is also able to identify that the greatest strength of the collection Center are the producers, who deposited all the confidence in this grouping, always motivated to improve the quality of the cocoa, it feels like to be part of this unit of growth and overcoming. But it is important to note that strength of the Valley also has a weakness that can bring great consequences, such as the lack of communication, to make the call to join the many producers of cocoa in the Canton that not even dare to be enjoying the benefits of this integration.

INTRODUCCIÓN

El cacao (*Theobroma cacao*) es una planta perenne que rinde varias cosechas al año, empezó a cultivarse en América, donde era ya un producto básico en algunas culturas antes de que llegaran los colonizadores europeos. Procede de las regiones tropicales de México y Centroamérica, aunque en el siglo XVI se introdujo en África, que es donde más se cultiva en la actualidad. En América se cultiva principalmente en Ecuador (su producción anual es alrededor de 60.000 toneladas). Terranova editores. (1995)

Tradicionalmente en el Ecuador el sector agropecuario ha tenido un papel muy relevante en el crecimiento y desarrollo económico y social del país, esta actividad se ha constituido en el centro y motor de la dinámica de otros sectores productivos como el manufacturero y el comercio. Loyola, K; et al. (2002)

La comercialización de bienes agrícolas juega un papel fundamental pues la cadena del valor (producción-distribución y comercialización) de la agricultura se diferencia del resto de los sectores y lo han hecho más vulnerable. Por ello, frente a esta realidad los productores comienzan a reaccionar a todos los inconvenientes que tienen desde la post cosecha hasta la comercialización, que es uno de los principales problemas que tiene que superar este sector agrícola en el Ecuador y la Provincia de Manabí.

Pero los tiempos cambiaron y en la actualidad existen organizaciones comprometidas con el desarrollo del sector productivo cacaotero, quienes han llegado a cambiar el sistema de comercialización en el entorno en el que se desenvuelven.

Por ello el INIAP viene realizando varios eventos de capacitación orientados a motivar a los cacaoteros para que den un adecuado manejo post-cosecha a su

producción que les permita exportar cacao de calidad e incrementar los ingresos económicos. INIAP. (2008)

Basado en el potencial que tiene la producción del cacao en el Cantón Bolívar se ha realizado el presente trabajo de investigación en el Centro de acopio Fortaleza del Valle, organización dedicada a la comercialización del cacao de alrededor de 800 productores de cacao asociados, con la finalidad de analizar como ha influido el asentamiento de esta asociación en los productores de cacao asociados y no asociados del Cantón, para lo cual se hace uso de la encuesta y entrevista como métodos de investigación y evaluación. Metodología de permitió conocer que ha influido el asentamiento de este centro de acopio en el sector agrícola cacaotero del Cantón y sus alrededores, mejorando principalmente sus ingresos económicos.

I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El Ecuador es un país eminentemente agropecuario y cuenta con el privilegio de producir el mejor cacao fino y de aroma del mundo teniendo como destino mercados en la Unión Europea, Norteamérica, América Latina y Asia, con una participación mundial del 61%. PROYECTO ECU – B7 (1999)

El cacao es el producto de exportación más antiguo del Ecuador, representando uno de los principales rubros del sector agropecuario ecuatoriano, y por ello se destaca su participación en la generación de recursos y empleo, estimándose que da ocupación al 5% de la población económicamente activa del país, tanto en la fase de producción en 60.000 unidades de producción agropecuaria (UPA), como en la comercialización e industrialización, según datos del Banco Central del Ecuador (1999)

En la Provincia de Manabí aun existe una aceptable producción de cacao del 13,93% según datos del Proyecto ECU-B7 (1999), y el Ministerio de Agricultura y Pesca del Ecuador 2011 la superficie sembrada en los diferentes cantones de nuestra provincia (Ver anexo No. 01). Pero sin embargo este sector presenta una problemática muy grande como: la baja productividad, debido a que el productor no cuenta con el asesoramiento técnico en la pre y post-cosecha del producto lo que conlleva a que se tenga un mal manejo del cultivo del cacao; deficiente comercialización interna que no estimula al productor, por falta de incentivos económicos lo que no le permite mejorar su calidad de vida; falta de financiamiento, para tecnificar sus cultivos y lograr mejorar la productividad. INIAP. (1993).

Según investigaciones realizadas por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca en el 2006 la producción del cacao fino y de aroma ha

crecido considerablemente contando con alrededor de 650 fincas de las cuales existen unas 3.300 hectáreas sembradas y distribuidas en diferentes zonas del Cantón Bolívar. (Ver tabla en anexo No. 02)

Esta producción en constante crecimiento ha permitido el asentamiento de centros de acopio en el Cantón, aprovechando este acontecimiento aparece Fortaleza del Valle, quien inicia sus actividades de comercialización de cacao en el Cantón Bolívar desde Noviembre del 2005, y obtenido su vida jurídica o acuerdo ministerial en Febrero del 2006; organización creada con el objetivo de agrupar a todos los productores de cacao nacional fino y de aroma de la zona de influencia del sistema Carrizal-Chone; de los Cantones Bolívar, Tosagua y Chone. Por ello, este centro de acopio necesita determinar su influencia en este sector productivo, y para eso requiere tener información confiable que les permita un diagnóstico externo de la realidad presente de estos agricultores y productores, por lo que precisa establecer el impacto socio-económico de sus asociados.

Con estos antecedentes los autores se plantean la siguiente interrogante:

¿Cómo contribuye en el aspecto socio económico de los productores de cacao, el asentamiento del Centro de Acopio Fortaleza del Valle?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La necesidad de realizar un análisis socio-económico en los productores de cacao, es de establecer un diagnóstico de la realidad actual de los agricultores-productores asociados, para de esta manera determinar cuales son las fortalezas y debilidades que posee Fortaleza del Valle como organización o centro de apoyo a este sector productivo cacaotero.

Proporcionar datos confiables y actuales que le permita a este centro evaluar la calidad de servicios que presta a sus productores y sobretodo ver como esta la satisfacción de cada uno de sus clientes o productores.

La investigación permitirá establecer el crecimiento de la producción del cacao fino y de aroma en las fincas y terrenos del Cantón Bolívar, en que porcentajes se ha logrado dicho indicador. Además la información será instrumento de mucho beneficio, puesto que brindará las directrices para evaluar la eficiencia de esta organización.

El obtener cifras que brinden una descripción de este sector productivo cacaotero, puede ayudar a Fortaleza del Valle, a mejorar la comercialización para aquellos que aún desconocen las ventajas de pertenecer a una asociación productiva

Ante esto, se plantea la posibilidad de estudiar los cambios a nivel social y económico que ha experimentado este sector productivo del cantón, teniendo como meta principal establecer cual ha sido el impacto que ha ocasionado el asentamiento de un Centro de Acopio y si ha contribuido de manera positiva o negativa para los agricultores asociados.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar si el sistema de comercialización del centro de acopio Fortaleza de Valle ha contribuido, para el crecimiento socioeconómico en los productores de cacao asociados, en los años 2009-2010 en el Cantón Bolívar.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el crecimiento económico de los productores de cacao, mediante la variable de ingresos mensuales.
- Evaluar el crecimiento social de los productores de cacao del Cantón Bolívar, mediante las variables de salud, educación, vivienda y servicios básicos.
- Determinar que otros canales de comercialización se han utilizado para la venta de cacao, desde el asentamiento del Centro de Acopio Fortaleza del Valle.
- Establecer diferencias de rentabilidad de los grupos de estudio, entre productores de cacao asociados y no asociados a Fortaleza del Valle.

1.4. HIPÓTESIS

El desarrollo socioeconómico de los productores de cacao asociados depende del sistema de comercialización que el centro de acopio Fortaleza del Valle esta brindando a sus socios.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. PRODUCCIÓN NACIONAL DEL CACAO FINO Y DE AROMA

Según la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y alimentación en el año 2010 la producción mundial del cacao se incrementará en un 2,2% logrando 3,7 millones de toneladas, superior al consumo que se estima en 3,6%.

Según cifras oficiales del Banco Central del Ecuador (2010), las exportaciones de cacao y elaborados en los años 2008 y 2009 representaron el 3,8% y el 5,6% que en valor absoluto representa millones de dólares, del total de exportaciones no petroleras que se ubicaron en 6.816,96 y 6.797,68 millones de dólares a valor FOB respectivamente.

En el primer semestre del año 2010, las ventas externas de cacao y elaborados se ubicaron en el 5,3% del total de exportaciones no petroleras (4.423,62 millones de dólares), que en valor absoluto representan 234,45 millones de dólares a precios FOB.

2.2. PRINCIPALES ZONAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL

La producción de cacao es dispersa a lo largo de 16 provincias del Ecuador. Se trata de monocultivos y cultivos asociados con otras especies. La mayor concentración de la base agrícola se encuentra en las provincias de: Los Ríos, Guayas, Manabí, Esmeraldas y El Oro. (Ver Anexo No. 03)

En las provincias de Orellana y Sucumbíos, en los últimos años la superficie sembrada se ha incrementado a por lo menos 20.000 has. de cacao tipo Nacional. Constituyéndose esta zona, en el transcurso de dos a tres años en una de las principales proveedoras de cacao para la exportación. MAGAP (2006)

2.3. FORTALEZA DEL VALLE

El centro de acopio “Fortaleza del Valle” es una organización de segundo piso, que agrupa a cinco asociaciones de base. Nace por iniciativa del proyecto Carrizal-Chone mediante un convenio tripartito entre la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador UNOCACE, el Instituto de Investigaciones Agropecuarias INIAP y la Corporación Técnica Alemana GTZ, con el objetivo de agrupar a todos los productores de cacao nacional fino y de aroma de la zona de influencia del sistema Carrizal-Chone; de los Cantones Bolívar, Tosagua y Chone.
Zambrano, L. (2010)

2.3.1. MISIÓN

Contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias cacaoteras de la Organización Fortaleza del Valle.

2.3.2. VISIÓN

Ser una organización de pequeños productores, líder en la comercialización de Cacao nacional, fino de aroma y con estándares de calidad que exige el mercado.

2.3.3. OBJETIVOS

- Fortalecer el capital social de la organización.
- Comercializar el cacao de todos los socios de la organización
- Mejorar los ingresos de las familias en base al mejoramiento de la producción y productividad del cacao fino de aroma
- Buscar recursos externos para financiar proyectos que permitan el desarrollo de las asociaciones de base
- Dotar de infraestructura de post-cosecha (centros de acopio satelitales) a las asociaciones de base

- Promover el desarrollo de la producción de cacao orgánico, que contribuya al uso y manejo racional del medio ambiente.
- Fortalecer los procesos de capacitación emprendidos por la organización a los socios en temas relacionados con producción, calidad, comercialización de cacao.
- Otorgar líneas de crédito oportunas para los socios de la organización.
- Brindar atención médica y mortuoria a las familias de los socios.

2.3.4. POLÍTICAS

- Coordinación institucional nacional, regional y local
- Sinergias con agencias de desarrollo de cooperación internacional
- Participación permanente de los socios
- Administración directa de los procesos empresariales
- Manejo de recursos eficiente y honesto
- Rendición de cuentas
- Manejar eficazmente el proceso de trazabilidad

2.3.5. PRINCIPIOS Y VALORES

- Participación: convirtiendo a los socios en actores en actores de su propio desarrollo
- Equidad: orientando las acciones en forma igualitaria
- Honestidad: sustentando las acciones gremiales en la verdad, la integridad y la transparencia
- Credibilidad: siendo congruentes con lo que se dice, piensa y hace
- Responsabilidad: cumpliendo con todas las acciones que se comprometen
- Lealtad: siendo fiel a la filosofía de la organización
- Liderazgo: demostrando capacidad, compromiso y creatividad

2.4. COSTOS DE PRUDUCCIÓN Y UTILIDADES

En Manabí, los pequeños y medianos productores de cacao, manejan su cultivo de diversas formas, siendo estas: a) manejo tradicional, en la que solo realizan control mecánico de malezas (rozas) y se cosecha el cacao; b) utilización de prácticas adicionales que incluyen la regulación de sombra, podas, abonamiento orgánico, pero no utilizan riegos suplementarios; y c) aplicación de todas la prácticas indicadas anteriormente, destacándose el riego durante la época seca.

Para Calceta hay que señalar que la regulación de sombra, podas y abonamiento orgánico permitieron utilidades de USD 440,50 que se traduce el 129% más que el manejo tradicional, como se muestra en la Tabla 02.03 y 02.04, que indica los costos de producción, valor bruto y utilidad por hectárea de cacao nacional en predios de pequeños y medianos productores que hacen un manejo tradicional en el área del Cantón Bolívar. INIAP (2008)

2.5. GENERALIDADES DEL CACAO

Theobroma cacao L.

Familia: Esterculiáceas (Sterculiaceae)

El árbol del cacao alcanza una altura media de 6 m, es originario de las zonas tropicales del centro y sur del continente americano, tiene hojas grandes de color verde brillante que pueden alcanzar una longitud de 30 cm. Las flores, blanco rosadas, aparecen insertadas directamente en el tronco o en las ramas viejas; sólo una treintena de las aproximadamente 6.000 flores que se abren durante el año llegan a formar semillas. Los frutos de color rojizo, tipo cápsula, pueden llegar a alcanzar unos 28 cm de longitud, contienen numerosas semillas de color púrpura o blancuzca de sabor amargo, las cuales son las que se dejan fermentar y luego se tuestan y muelen para preparar el chocolate. Gostingar y Yuste (1998).

Según informes del Banco Central del Ecuador (2000), la producción de cacao en el Ecuador ha constituido un importante renglón para la economía nacional, en especial por su significativa contribución a la generación de divisas por concepto de exportación, actividad que se inició en la época de la Colonia. En la actualidad ocupa el tercer lugar en el monto de exportaciones del sector agrícola, después del banano y de las flores.

Así mismo señala que la producción anual del cacao en el Ecuador fluctúa dentro de un rango de 60.000 a 90.000 TM (sin tomar en cuenta el año 1998 que fue irregular por la presencia del fenómeno de El Niño), que se obtienen en 287.100 hectáreas, con un rendimiento promedio de 300 kg/ha.

Por ello el Banco Central del Ecuador (2000), indica que aproximadamente el 60% de la producción se exporta en grano, el 35% constituye materia prima para la fabricación de semi elaborados (torta, licor, pasta, manteca y polvo) y chocolates; el 5% se destina a industrias artesanales del país. Gracias a la característica de calidad del cacao Nacional por su sabor y aroma florales, el Ecuador tiene una clara ventaja competitiva en el mercado mundial.

2.6. VARIEDADES

El cacao de producción comercial corresponde al nombre científico *Theobroma cacao*, que comprende los siguientes complejos genéticos: criollos, forasteros amazónicos y trinitarios. La variedad "Forastero" es la más cultivada en el mundo; se estima que ocupa alrededor del 80% del área en producción. Se caracteriza por su relativa resistencia a ciertas enfermedades y su alta productividad.

Sin embargo, en cuanto a calidad no se lo clasifica como "cacao fino", por lo cual generalmente se lo utiliza mezclándolo con otras variedades de mayor calidad.

El cacao llamado "Nacional" que se produce en el Ecuador, ha sido clasificado como del tipo "forastero", puesto que posee algunas características fenotípicas de éste, no obstante se diferencia en que posee un sabor y aroma característicos, que son muy apreciados por las industrias de todo el mundo. Tradicionalmente se conoce al cacao ecuatoriano como "cacao de arriba", debido a que se lo cultivaba en la zona superior del río Guayas (río arriba), denominación que se convirtió en sinónimo de buen sabor y aroma.

El cacao Trinitario ocupa del 10-15% de la producción mundial, está constituido por el cruzamiento del criollo de Trinidad con la variedad introducida de la Cuenca del Orinoco; se lo considera cacao de calidad. Dentro de esta variedad se ubica el CCN51 que es producto de la investigación realizada en el Ecuador, en la zona de Naranjal, por el Agrónomo Homero Castro. Este clon presenta características de alta producción y tolerancia a las enfermedades pero no tiene el aroma que posee el Nacional. **PROYECTO ECU – B7. (1999)**

2.7. CACAO NACIONAL CRIOLLO

En esta variedad la semilla del cacao está recubierta por una pulpa mucilaginoso de color blanco, sabor azucarado y acidulado. Al eliminar el mucílago o pulpa aparece una envoltura delgada de color rosado que constituye el tegumento o cáscara de la semilla. La forma también es variable y puede ser triangular, ovoide, alargada, redondeada, aplanada, dependiendo de las condiciones ambientales y del número de semillas por fruto. **Enríquez, G. (2004)**

Esta variedad representa los cacaos originales, cuyas plantaciones más antiguas se remontan al siglo XVII. El cacao criollo principalmente destinado a la chocolatería de alta gama, es famoso por su finura y sus aromas poderosos, sin embargo representa solo el 5% de la producción mundial, debido a su fragilidad frente a enfermedades e insectos. **Moreno, L., et al. (1983)**

2.8. IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL CULTIVO DE CACAO EN EL ECUADOR

El INIAP. (1995) informa que el Ecuador en la actualidad produce cacao fino y de aroma y el CCN51. El fino y de aroma se exporta como ASE (Arriba Superior Época), ASS (Arriba Superior Selecto), ASSS (Arriba Superior Summer Selecto), ASSPS (Arriba Superior Summer Plantación Selecta). A partir de los años 70, se introduce el CCN51, de cuya variedad se estima existen más de 20.000 hectáreas, con rendimientos que superan los 40 qq por hectárea al año.

Mientras que el MAGAP. (2006) informó que en el período 2004-2006 las exportaciones de cacao en grano se incrementaron en un 17,5%, pasando de 69.202 TM a 81.339 TM, por cuyo concepto ingresó al país 101,6 y 130,0 millones de dólares. Los precios internacionales del cacao en grano en estos dos últimos años han sido muy significativos, contando con premios sobre el precio de Bolsa, especialmente para el ASS y ASSS. En el 2005, se exportó 74.000 TM por un valor FOB de 108,4 millones de dólares. En el 2006, las exportaciones de cacao en grano y elaborados contribuyeron con el 3% al valor de las exportaciones no petroleras del país.

La Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador UNOCACE, gremio de productores, desde hace algunos años viene exportando cacao orgánico, a determinados nichos de mercado en Europa, cuyos precios son superiores, en comparación al cacao convencional. Es importante anotar que el Ecuador genera aproximadamente el 65% del cacao fino y de aroma producido en el mundo.

2.9. ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN

La producción de cacao en el Ecuador corresponde a la variedad forastero, bajo la designación internacional, aunque se diferencia de otros cacaos producidos

internacionalmente por su sabor y aroma que lo hacen característico. En Ecuador se la denomina, variedad Nacional, la cual es autóctona y se cultiva desde principios del siglo XVIII.

En total existen aproximadamente 60.000 unidades productivas agropecuarias, de las cuales el 50% tienen superficie de 1 a 10 hectáreas, adicionalmente se estima que el 10% de estas se encuentran organizadas. Alrededor de, 17% una superficie de hasta 20 hectáreas, 20% hasta 50 hectáreas y 13% tienen una superficie superior a 50 hectáreas.

Es decir la mayoría de la producción está en manos de pequeños productores, considerándose aproximadamente 90 mil productores registrados en Ecuador, de los cuales el 40% los tiene bajos sistemas agroforestales.

En cifras, según datos del último censo nacional agropecuario, la producción de cacao en el Ecuador abarca aproximadamente 243.059 hectáreas como cultivo solo, y 190.919 hectáreas como cultivo asociado (en total 433.978 hectáreas). No obstante debido a los buenos precios en los últimos años y a la declive del café, se estima que la superficie puede haber subido a cerca de 500.000 ha. Rosero, J. (2002)

2.9.1. REGIONALIZACIÓN DEL CULTIVO

El MAGAP (2006) indica que las plantaciones comerciales de cacao se encuentran localizadas principalmente en la región Litoral del país, en una franja altitudinal que va desde el nivel del mar hasta 500 m.s.n.m., en la que se identifican tres zonas características: norte, centro y sur.

La zona norte comprende las provincias de Esmeraldas, Manabí, las estribaciones occidentales de la Cordillera en las provincias de Pichincha y Cotopaxi y dentro de ellas las plantaciones de cacao se ubican en:

Esmeraldas: Quinindé, Viche, Esmeraldas, San Lorenzo y Muisne;

Manabí: Chone, El Carmen, Calceta, Rocafuerte y Pichincha;

Pichincha: Santo Domingo de los Colorados;

Cotopaxi: La Maná, El Corazón y San Miguel.

Los suelos de esta zona son en su mayor parte de origen volcánico, con precipitaciones promedio de 2000 mm anuales, concentrados en el período lluvioso de diciembre a abril, en tanto que el período seco corresponde a los meses de junio a noviembre. Se estima que en total existen 80.000 hectáreas de plantaciones de edad avanzada.

La zona central comprende la parte norte de la Cuenca del Río Guayas y la provincia de Los Ríos. Guayas: Balzar, Colimes, Santa Lucía, Urvina Jado, Los Ríos: Vinces, Palenque, Baba,Guare, Isla Bejucal San Juan, Pueblo Viejo, sur de Ventanas, Catarama, Ricaurte, Babahoyo y Quevedo.

Esta zona tiene excelentes condiciones de suelo, fértiles y profundos. La pluviosidad promedio anual es de 1000 mm distribuida entre los meses de diciembre a julio. El cacao proveniente de esta zona se lo conoce comercialmente como "Arriba" y tiene una extensión de plantación de aproximadamente 107.000 hectáreas. Por su potencial de producción se justifica inversiones para procesos de renovación y rehabilitación de huertos.

La zona sur corresponde a la parte sur de la provincia del Guayas y la provincia de El Oro: Guayas: Milagro, Naranjito, Naranjal, Balao Chico, Tenguel; El Oro: Santa Rosa, Machala, El Guabo y Tendales.

La precipitación pluvial en esta zona tiene un rango entre 500 a 1.000 mm anuales y los suelos son de buenas características para el cultivo. Las condiciones climáticas son menos propicias para el desarrollo de enfermedades. La superficie plantada es de aproximadamente 80.000 hectáreas.

En las estribaciones de la Cordillera Occidental, de las provincias de Bolívar (San José del Tambo), Chimborazo, Cañar y Azuay existen aproximadamente 13.000 hectáreas y en la Amazonía 6.000, que corresponden al 11 y 2%, respectivamente.

2.10 COMERCIALIZACIÓN

2.10.1. COMERCIALIZACIÓN INTERNA

La comercialización interna del cacao en el primer nivel de adquisición de producto lo realizan intermediarios que recorren las fincas y compran el producto, tal como lo tiene disponible el productor, generalmente secado al sol. A su vez estos agentes complementan el secamiento y conforman lotes en los que se mezclan diversas calidades del producto, lo que dá inicio al deterioro del producto final. Otro circuito de comercialización constituye la venta por parte del agricultor a acopiadores ubicados en las poblaciones rurales de la zona, que también conforman lotes más amplios para venderlos a mayoristas y eventualmente a agentes de las empresas exportadoras.

La práctica corriente en esta transacción consiste en que el comerciante que recibe el cacao lo pesa, califica y saca de los costales amontonándolo en su bodega. Para la calificación realiza una apreciación visual, después toma un puñado de pepas de cada saco, corta algunas almendras para apreciar la fermentación y calcula el grado de humedad con la uña.

De manera estimativa, el 10% de la producción se canaliza a través del intermediario camionero; el 22% lo adquiere el comerciante del pueblo más cercano; el 54% lo compra el intermediario de la cabecera cantonal y el 14% el exportador directamente.

En pequeña proporción se da el caso de organizaciones de productores que se vinculan directamente con empresas industriales o exportadoras, bajo normas o requisitos más exigentes de calidad del producto.

En la cadena de comercialización interna del producto por lo general no se estimula con mejores precios las características de calidad. Como excepción hay empresas y organizaciones (Nestlé, UNOCACE) que pagan por calidad.

La falta del incentivo económico para la correcta fermentación, secado y limpieza del grano, ha impedido el mantenimiento de estándares de calidad del producto ecuatoriano en el mercado mundial. CORPEI. (1999)

2.10.1.1. PRINCIPALES MERCADOS MAYORISTAS DE CACAO

El INIAP. (2000) de acuerdo a la investigación secundaria realizada sobre la estructura del mercado nacional (sin involucrar ANECACAO y exportadores) se identifican como los principales mercados donde se realizan transacciones mayoristas del producto, a las de las ciudades de Guayaquil, Portoviejo, Quevedo y Esmeraldas.

2.10.2. COMERCIO EXTERIOR

Esta actividad la desarrollan los exportadores e industriales y, según las empresas, procesan el cacao para exportarlo o lo exportan en grano. Actualmente ANECACAO mediante el acuerdo ministerial No.287 tiene la obligación de expedir el Certificado de Calidad de Exportación del grano basado en la norma INEN 176

Los exportadores de cacao compran el producto casi seco; cuando supera 8 grados de humedad proceden a un secado adicional en tendales de cemento y a veces cuando el clima lo permite o cuando hay abundante cacao secan artificialmente en secadoras a gas.

El cacao en grano es embarcado en contenedores de 20 a 40 pies, dependiendo del mercado al cual se dirija. Es cargado en el puerto o en la planta. Un contenedor tiene capacidad para 250 o 270 sacos. Existe un proceso de absorción y de control de humedad necesario para que el cacao se conserve durante el viaje. CORPEI. (1999)

2.11. CENTRO DE ACOPIO

Se entiende por centro de acopio, una construcción en el área rural que permite reunir los productos de varios agricultores, para alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles. De Espada, A. et al., (1974)

La idea de los centros de acopio, debe entenderse como uno de los medios de mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercado en que actúen estos centros. Esto implica que los centros de acopio deben entenderse como una red orgánica que abarca cierta zona, si se pretende impactar los mercados rurales y los mercados mayoristas urbanos. Deben entenderse también como complementarios, a otras medidas de mejoramiento de la comercialización, tales como información de precios, normas de clasificación, investigación de métodos de manejo físico de los productos y de mercados, extensión, asistencia técnica y sistemas de créditos.

2.12. COMERCIO JUSTO

Los productos con el Sello de Comercio Justo garantizan que se mejorará la situación de los productores en los países en vías de desarrollo. Al fin y al cabo, el impacto del Comercio Justo depende siempre de la buena voluntad y de la lealtad del consumidor. Radi, C. (2005)

El precio superior de venta del producto de Comercio Justo contribuye al desarrollo de las organizaciones de productores. La certificación contribuye al fortalecimiento de las organizaciones certificadas, a facilitar el acceso de éstas a los mercados internacionales y apoyar el comercio sostenible.

La historia de Comercio Justo empieza en los cincuenta, con las actividades de Oxfam, GEPA, Eza Welt e Intermon. Ellos compran los productos directamente a los productores y suprimen a los intermediarios.

Mucho del cacao de Comercio Justo tiene la certificación orgánica adicional y con esta combinación los productos de cacao se venden en las tiendas o estantes orgánicos.

2.13. ELEMENTOS DE COMPETITIVIDAD

El Ecuador tiene un reconocimiento tradicional en el mercado internacional por las características de aroma y sabor del cacao nacional, por lo cual las empresas procesadoras de los más finos chocolates del mundo lo adquieren para incluirlo en sus formulaciones. Las características mencionadas constituyen un privilegio competitivo que requiere de un esfuerzo concertado de todos los participantes de la cadena, para mantener y fortalecer el posicionamiento en el mercado mundial.

Otro nicho de competitividad para el cacao ecuatoriano es el “mercado verde” ya que la mayor parte de los cultivos se realizan sin uso de insumos químicos. Se requiere gestionar la obtención de certificación que avale esta situación.

Es de destacar también la amplia labor de investigación desarrollada por INIAP durante varias décadas, que ha dado como resultado un vasto conocimiento tecnológico del cultivo.

Sin embargo, es necesario reorientar este trabajo para la búsqueda de nuevos materiales promisorios de origen nacional pero altamente productivo y con sabor floral. IICA. (2000)

2.14. ENTREVISTA

La entrevista es, en esencia, una conversación con un propósito. En este caso el propósito es recoger la opinión calificada de personas seleccionadas sobre los efectos (resultados previstos y no previstos) de las decisiones de política, que se adoptan durante la conducción del proceso de desarrollo. Del Risco, F., et al., (1988)

Esta representa un valioso aporte como elemento de juicio en el diseño de nuevas alternativas de decisión, que complementen o modifiquen las originales, así como para proponer alternativas cuando en el futuro se enfrenten situaciones semejantes a las que dieron origen a las decisiones, cuyos efectos se busca conocer.

2.15. ENCUESTA

La encuesta ayuda en la obtención de respuestas de un número importante de personas, en torno a los resultados de determinada decisión política, de manera que los analistas puedan construir histogramas e ilustrar la frecuencia de diferentes categorías de respuestas. Usualmente la encuesta requiere aplicar un cuestionario o una muestra de la población-meta. Del Risco, F., et al., (1988)

III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1. UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto de investigación fue aplicado a todos los productores de cacao que pertenecen al Cantón Bolívar, que están agrupados en 5 Asociaciones: Valle del Carrizal, La Fortaleza, Rio Grande, Quiroga y Rio Chico; de las cuales solo tres (Valle del Carrizal, La Fortaleza y Quiroga) están integradas por agricultores perteneciente a sitios que geográficamente están ubicados en el Cantón Bolívar como: Bejucal, Arrastradero, Cabello, Quiroga, Las Mercedes, Las Delicias, Gramal, La Juanita, El Limón, El Morro, El Paraíso, Platanales, San Lorenzo, Sauces, La Soledad, Santa Lucia, El Algodón, Barrio Colorado, Bejuco, Camachal, Camote, Dos Bocas, El ají, Guabal, Julian, La Laguna, Mata Palo, Murucumba, Patón, Pavita, Pechichal, Piedra y Plata, Puerto Alto, Sarampión, Tigre, Toldo.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población y muestra de estudio estuvo clasificada en dos grupos: Por una parte el total de productores de cacao que forman parte como socios activos del Centro de Acopio “Fortaleza del Valle”, y el siguiente grupo que está formado por los productores de cacao que no están asociados a ningún Centro de Acopio y realizan su comercialización independientemente, de los cuales se escogió una muestra igual al total de la población de los productores asociados.

Para esta investigación se escogió el siguiente plan de muestreo:

3.2.1. MUESTREO ESTRATIFICADO

Carraco , J. s.f., indica que este muestreo pretende asegurar la representación de cada grupo en la muestra, cuanto más homogéneos son los grupos o estratos, más precisas resultan las estimaciones.

Por ello, se dividió la población en estratos, agrupándolos de la siguiente manera:

Estrato 1, Organización Valle del carrizal

Estrato 2, Organización La Fortaleza

Estrato 3, Organización Quiroga

Luego de establecer los grupos o estratos se calculó la muestra poblacional de los productores de cacao asociados, con datos proporcionados por el Centro de Acopio Fortaleza del Valle y resumidos en la siguiente tabla:

**TAMAÑO DE LA MUESTRA ESTRATIFICADO
POR ORGANIZACIONES DE LOS PRODUCTORES DE CACAO
ASOCIADOS A "FORTALEZA DEL VALLE"**

Tabla No. 03.05

ORGANIZACIONES	No. DE PRODUCTORES
VALLE DEL CARRIZAL	83
LA FORTALEZA	117
QUIROGA	98
TOTAL	298

Fuente: Fortaleza del Valle

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{(N \times e^2) + (Z \times p \times q)} \quad [03.01]$$

n = Muestra de productores de cacao asociados del Cantón Bolívar a encuestar

N = Población de productores de cacao asociados al Centro de Acopio Fortaleza del Valle

Z = Coeficiente de confianza (1.96)

P = Probabilidad de éxito (50% - 0.50)

q= Probabilidad de fracaso (50% - 0.50)

€= Error absoluto de la muestra (5%)

Aplicada:

$$n = \frac{(298) \times 1.96^2 \times 0,50 \times 0.50}{(298 \times 0.05^2) + (1.96 \times 0.50 \times 0.50)}$$

$$n = \frac{(298) \times 3.8416 \times 0.25}{(298 \times 0.0025) + (0.49)}$$

$$n = \frac{(298) \times 0.9604}{0.745 + 0.49}$$

$$n = \frac{286.1992}{1,235}$$

$$n = 231.74$$

$$n = 231$$

Quedando como resultado que la muestra poblacional es de 231 productores de cacao, a quienes se les aplicó el instrumento de evaluación (encuesta), pero a este total de agricultores asociados al Centro de Acopio Fortaleza del Valle, escogidos, se les realizó también una regla de tres simple para distribuir esta muestra según los datos de la tabla 03.06, donde se les agrupó por estratos o Asociaciones (Valle del Carrizal, La Fortaleza, Quiroga); quedando establecida la muestra real como se detalla en la tabla siguiente:

Tabla No. 03.06. Tamaño de la muestra estratificado por Organización de los productores de cacao asociados a "Fortaleza del Valle"

ORGANIZACIÓN	No. DE PRODUCTORES	%	Tamaño de muestra por estratos
VALLE DEL CARRIZAL	83	27.85	64
LA FORTALEZA	117	39.26	91
QUIROGA	98	32.89	76
TOTAL	298	100%	231

Fuente: Fortaleza del Valle

Elaborado por: Los investigadores

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Los instrumentos de evaluación que se realizaron en esta investigación son:

3.3.1. ENCUESTA

Se aplicó una encuesta, (Ver anexo No. 04); a la muestra poblacional de los productores de cacao fino y aroma en el Cantón Bolívar asociados y no asociados; preguntas que estuvieron estructuradas para investigar las variables de estudio y fueron de fácil interpretación para los agricultores.

3.3.2. ENTREVISTA

Se realizó una entrevista al Gerente de Fortaleza del Valle Ing. Berto Zambrano. (Ver anexo 05)

3.4. OPERACIONALIZACIÓN Y/O DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1. DIAGNÓSTICO DE LA BASE DE DATOS

Para el desarrollo de la investigación se necesitó de la base de datos de los productores asociados al centro de acopio Fortaleza del Valle. Para ello se contó con la disposición y apoyo de quienes están dirigiendo esta organización, los mismos que facilitaron un archivo en Excel con información de todos sus productores hasta el año 2009, con datos como: nombres y apellidos, dirección de la finca o terreno, total de hectáreas cultivadas entre otros datos; informes que sirvieron como referencia para realizar la investigación.

Para poder determinar el crecimiento social y económico en los productores de cacao fue de vital importancia no solo investigar los asociados al Centro de Acopio sino también a los productores que no han formado parte de esta organización, por ello para determinar la muestra poblacional de cada uno de los grupos de estudio se tomó en cuenta lo siguiente:

PRODUCTORES ASOCIADOS:

En el Cantón Bolívar, según información proporcionada por el centro de acopio Fortaleza del Valle existen productores de cacao fino y de aroma que están considerados como pequeños, medianos y grandes; con este antecedente se calculo el total de la producción de cada uno y se les agrupo de acuerdo a los estratos que se indica en el plan de muestreo.

PRODUCTORES NO ASOCIADOS

Para determinar la muestra poblacional de los productores no asociados se tomó el mismo número de la muestra poblacional de los productores de cacao

asociados a Fortaleza del Valle, de acuerdo a un muestreo según el método al azar.

3.4.2. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

En la aplicación de las encuestas y entrevistas, se realizaron preguntas de fácil interpretación y en relación a las variables de estudio (producción, productividad, rentabilidad, salud, educación, vivienda y servicios básicos).

3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento y evaluación de los instrumentos aplicados en la investigación, se hizo uso del programa SPSS Versión 17 para Windows, el mismo que cuenta con todos los paquetes estadísticos que se requerían para la tabulación y representación de los datos que se obtuvieron, así como también una herramienta muy importante EXCEL 2007 para la representación de las tablas y gráficos estadísticos.

Se utilizó el siguiente procedimiento: Recopilación de la información (Encuestas y entrevista); Sistematización de la información (Base de datos ingresados al programa SPSS) y Análisis de la información, que son las interpretaciones de los resultados de los indicadores cualitativos y los indicadores cuantitativos.

Para el análisis de los indicadores cualitativos se utilizó el análisis de frecuencias y la prueba de chi cuadrado o llamada también medición conjunta, que fueron los instrumentos más apropiados para conseguir los objetivos planteados en la investigación. Mientras que los indicadores cuantitativos se analizaron mediante un análisis de multivariados donde se tomaron en cuenta tres variables (ingreso, educación y salud), que se basa en la teoría de que información con similares características puedan agruparse y diferenciarse. Desde esta perspectiva y con el

propósito de obtener información de los grupos de estudio productores de cacao asociados y no asociados a Fortaleza del Valle.

IV. RESULTADOS

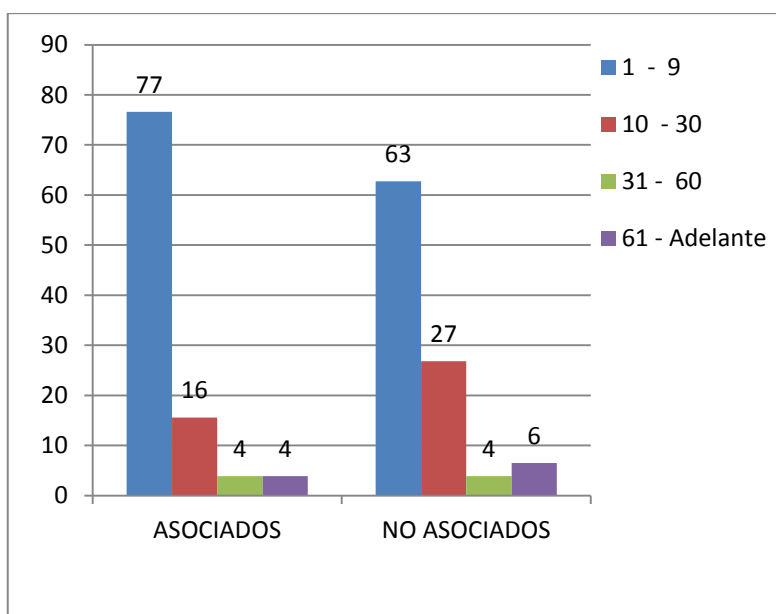
Para cumplir el objetivo planteado en la investigación se tabularon y analizaron cada una de las preguntas de la encuesta aplicada a los productores de cacao en el Cantón Bolívar, asociados y no asociados, las mismas que fueron las siguientes:

1.- ¿Cuántas hectáreas se encuentran ocupadas por la producción de cacao?

Cuadro No. 04.01. Hectáreas ocupadas por la producción de cacao

HCT. PRODUC. DE CACAO	ASOCIADOS					NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. VALLE DEL CARRIZAL	No. DE PROD. LA FORTALEZA	No. DE PROD. QUIROGA	TOTAL ASOCIADOS	% TOTAL	NO ASOCIADOS	% TOTAL
1 - 9	52	86	39	177	77	145	63
10 - 30	10	4	22	36	16	62	27
31 - 60	1	0	8	9	4	9	4
61 - Adelante	1	1	7	9	4	15	6
TOTAL	64	91	76	231	100	231	100

Gráfico No 04.01. Hectáreas ocupadas por la producción de cacao



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

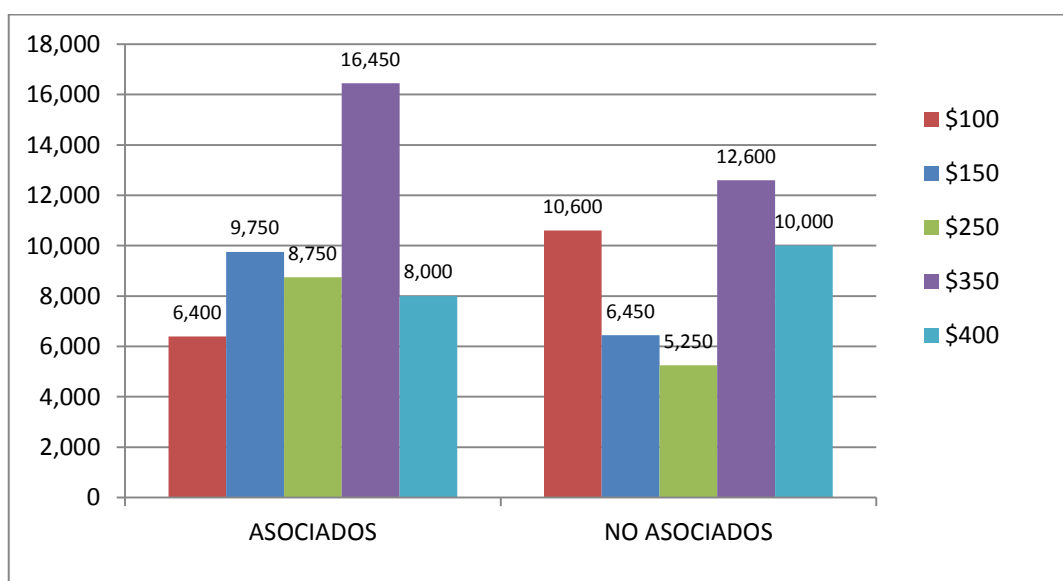
De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada los productores de cacao en el Cantón Bolívar, el 77% de los asociados y el 63% de los no asociados tienen entre 1-9 hectáreas de tierra dedicadas al cultivo de este producto.

2.- ¿Cuál es el ingreso promedio por la venta de cacao mensual?

Cuadro No.04.02. Ingreso mensuales en dólares por grupos asociados y no asociados

INGRESO PROMEDIO MENSUAL	ASOCIADOS				NO ASOCIADOS \$
	PROD. VALLE DEL CARRIZAL \$	PROD. LA FORTALEZA \$	PROD. QUIROGA \$	TOTAL INGRESO PROMEDIO MENSUAL ASOCIADOS \$	
\$100	3200	1800	1400	6.400	10.600
\$150	3150	5250	1350	9.750	6.450
\$250	1500	4750	2500	8.750	5.250
\$350	1050	4200	11200	16.450	12.600
\$400	800	2800	4400	8.000	10.000
TOTAL	9700	18800	20850	49350	44900

Gráfico No.04.02. Ingreso mensuales en dólares por grupos asociados y no asociados



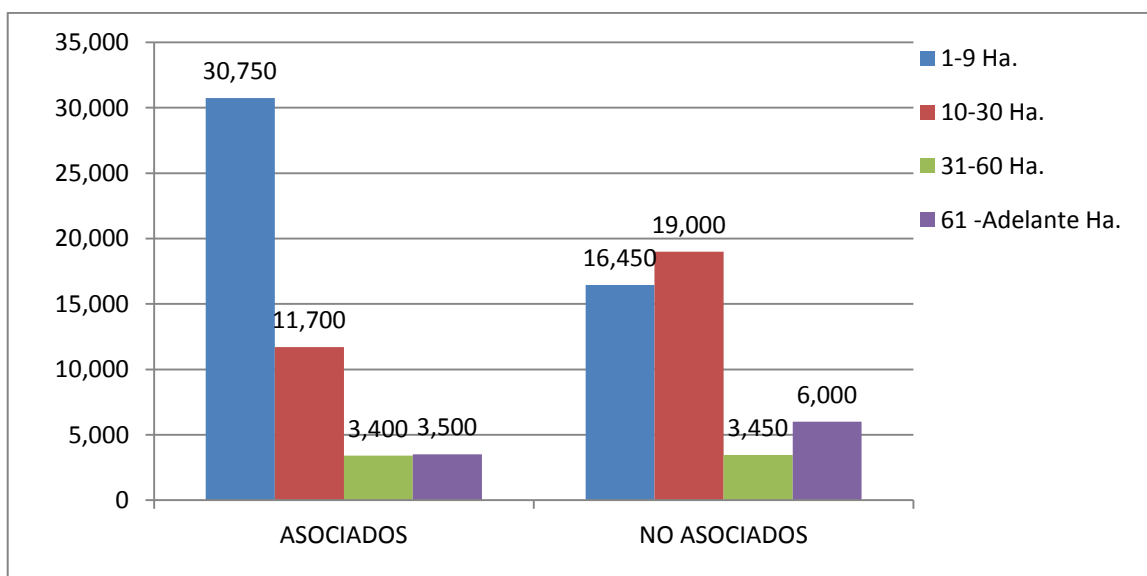
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.02, del total de los productores de cacao encuestados en el Cantón, el mayor número de los asociados perciben un ingreso promedio entre \$300 dólares. Además se puede establecer que el mayor ingreso total percibido por los grupos e estudio es de productores de cacao asociados con un valor de \$49.350 dólares.

Cuadro No. 04.03. Ingreso total en dólares de asociados y no asociados y hectáreas producidas de cacao

HECT. PRODUCIDAS DE CACAO	INGRESO PROMEDIO MENSUAL	
	ASOCIADOS \$	NO ASOCIADOS \$
1-9 Ha.	30.750	16.450
10-30 Ha.	11.700	19.000
31-60 Ha.	3.400	3.450
61 -Adelante Ha.	3.500	6.000
TOTAL	49.350	44.900

Gráfico No.04.03. Ingreso total en dólares de asociados y no asociados y hectáreas producidas de Cacao



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

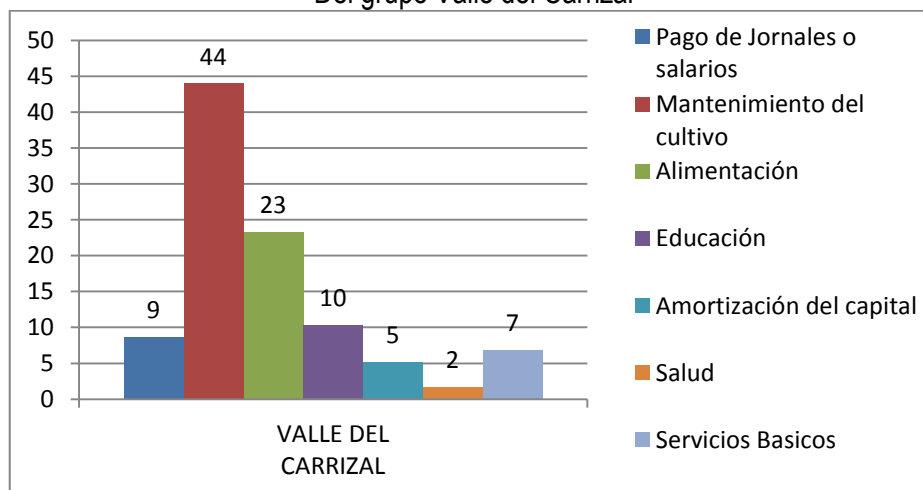
Pero si realizamos una comparación entre los grupos de estudio como se muestra en el cuadro y gráfico 04.03 identificamos que los productores asociados mantienen ingresos por la producción de cacao de un total de \$49.350 los cuales están en su mayor proporción en el grupo de los que mantienen de 1-9 ha. Cultivadas de cacao; mientras que los grupos de no asociados perciben de ingreso total \$44.900 de los cuales \$19.000 son de los productores que poseen de entre 10-30 ha. De este cultivo

3.- ¿Cuál es la distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao mensualmente?

Cuadro No.04.04. Distribución del Ingreso por la venta de cacao
Del grupo Valle del Carrizal

DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO POR LA VENTA DE CACAO	VALLE DEL CARRIZAL	
	INGRESO \$	%
Pago de Jornales o salarios	836	9
Mantenimiento del cultivo	4.265	44
Alimentación	2.258	23
Educación	1.003	10
Amortización del capital	502	5
Salud	167	2
Servicios Básicos	669	7
TOTAL	9.700	100

Gráfico No.04.04. Distribución del Ingreso por la venta de cacao
Del grupo Valle del Carrizal



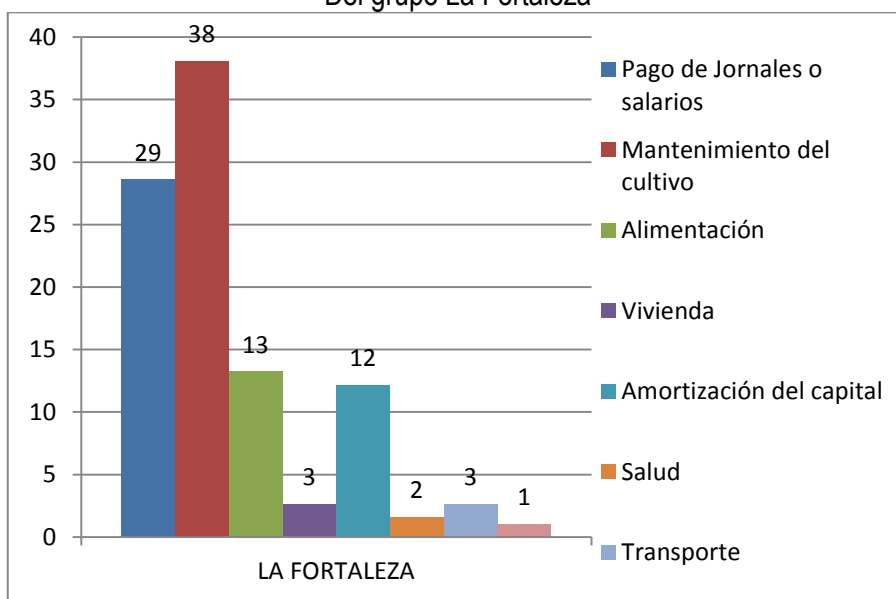
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.04, se identifica que el grupo asociado, la organización Valle del Carrizal esta distribuyendo el 44% de sus ingresos al mantenimiento del cultivo y seguido con el 23% lo están utilizando para la alimentación de sus familias.

Cuadro No.04.05. Distribución del Ingreso por la venta de cacao en dólares
Del grupo La Fortaleza

DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO POR LA VENTA DE CACAO	LA FORTALEZA	
	INGRESO \$	%
Pago de Jornales o salarios	5.371	29
Mantenimiento del cultivo	7.162	38
Alimentación	2.487	13
Vivienda	497	3
Amortización del capital	2.288	12
Salud	298	2
Transporte	497	3
Servicios Básicos	199	1
TOTAL	18.800	100

Gráfico No.04.05 Distribución del Ingreso por la venta de cacao en dólares
Del grupo La Fortaleza



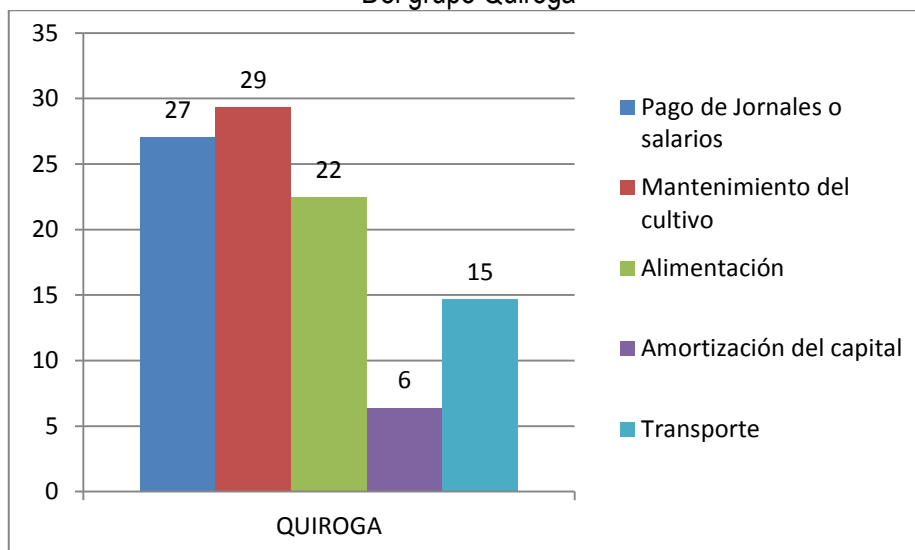
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.05, se determina que la distribución de los ingresos del grupo asociado La Fortaleza es dedicada en un 38% al mantenimiento del cultivo y en un 29% al pago de jornales.

Cuadro No.04.06. Distribución del Ingreso por la venta de cacao en dólares
Del grupo Quiroga

DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO POR LA VENTA DE CACAO	QUIROGA	
	INGRESO \$	%
Pago de Jornales o salarios	5.643	27
Mantenimiento del cultivo	6.121	29
Alimentación	4.686	22
Amortización del capital	1.339	6
Transporte	3.061	15
TOTAL	20.850	100

Gráfico No.04.06 Distribución del Ingreso por la venta de cacao en dólares
Del grupo Quiroga



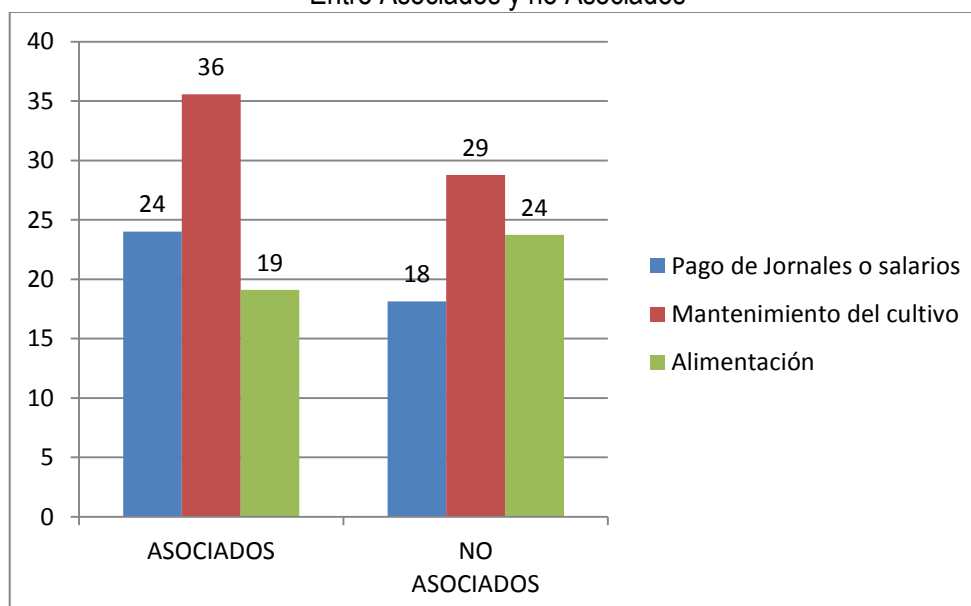
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

Como se puede apreciar De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.06, se establece que la distribución de los ingresos del grupo asociado Quiroga es dedicada en un mayor porcentaje del 29% al mantenimiento del cultivo del cacao.

Cuadro No.04.07. Distribución del Ingreso por la venta de cacao en dólares
Entre Asociados y no Asociados

DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO POR LA VENTA DE CACAO	ASOCIADOS \$	NO ASOCIADOS \$	% ASOCIADOS	% INO ASOCIADOS
Pago de Jornales o salarios	11.851	8.141	24	18
Mantenimiento del cultivo	17.548	12.924	36	29
Gastos de Arriendo de propiedad	0	336	0	1
Alimentación	9.431	10.659	19	24
Educación	1.003	5.875	2	13
Vivienda	497	0	1	0
Amortización del capital	4.129	4.448	8	10
Salud	466	1.007	1	2
Transporte	3.558	0	7	0
Servicios Básicos	868	1.511	2	3
TOTAL	49.350	44.900	100	100

Gráfico No.04.07. Distribución del Ingreso por la venta de cacao en dólares
Entre Asociados y no Asociados



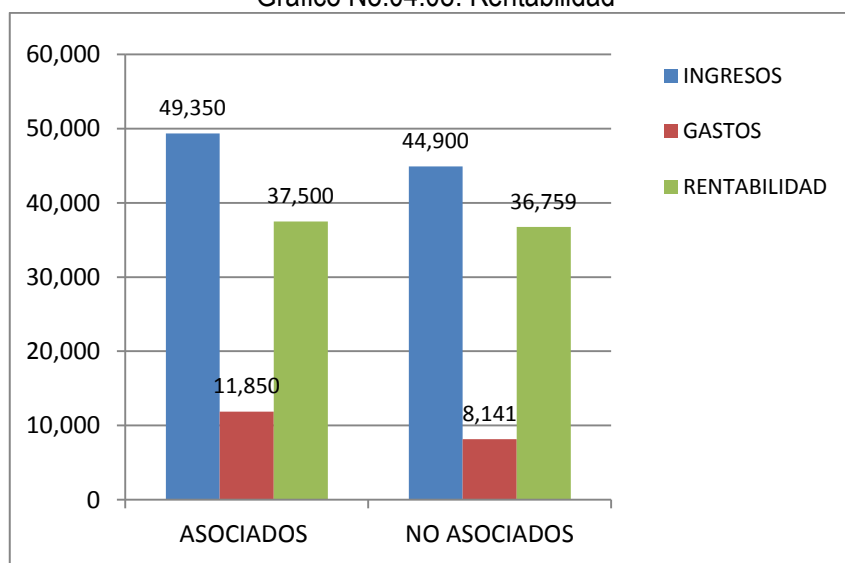
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.07, se puede identificar que los principales rubros de la distribución del los ingresos esta dedicada al mantenimiento del cultivo del cacao con un 36% de los productores asociados y con un 29% de los no asociados.

Cuadro No.04.08. Rentabilidad

PRODUCTORES	INGRESOS \$	GASTOS \$	RENTABILIDAD \$
ASOCIADOS	49.350	11.850	37.500
NO ASOCIADOS	44.900	8.141	36.759
TOTAL	94.250	19.991	74.259

Gráfico No.04.08. Rentabilidad



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

Para medir la rentabilidad en la producción del cacao se tomaron en cuenta dos variables como son los ingresos percibidos por la venta de este producto y los egresos, donde se tomaron en cuenta solo los gastos incurridos en el pago de jornales.

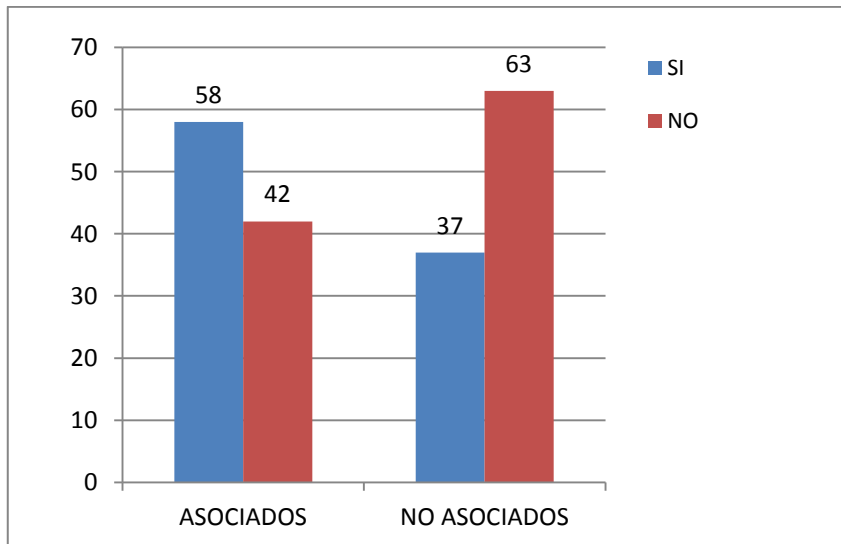
Como se puede apreciar en el gráfico No. 04.08., el grupo que recibe un mejor ingreso promedio mensual es de los asociados con \$49.350 dólares en gastos \$11.850 dólares con un rédito promedio mensual de \$37.500 dólares por el total del grupo de estudio; mientras que los no asociados perciben \$44.900 dólares, tienen un gasto de alrededor de \$8.141 dólares obteniendo una utilidad promedio de \$36,759 dólares mensuales del total de la muestra de productores no asociados.

4.- ¿Usted y su familia cuentan con asistencia medica para la salud, y de que tipo?

Cuadro No.04.09. Ud. Y su familia cuenta con asistencia médica

UD. Y SU FAMILIA CUENTAN CON ASISTENCIA MEDICA	ASOCIADOS					NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. VALLE DEL CARRIZAL	No. DE PROD. LA FORTALEZA	No. DE PROD. QUIROGA	TOTAL ASOCIADOS	% ASOCIADOS	No. DE NO ASOCIADOS	% NO ASOCIADOS
SI	53	48	34	135	58	86	37
NO	11	43	42	96	42	145	63
TOTAL	64	91	76	231	100	231	100

Gráfico No.04.09. Ud. Y su familia cuenta con asistencia médica



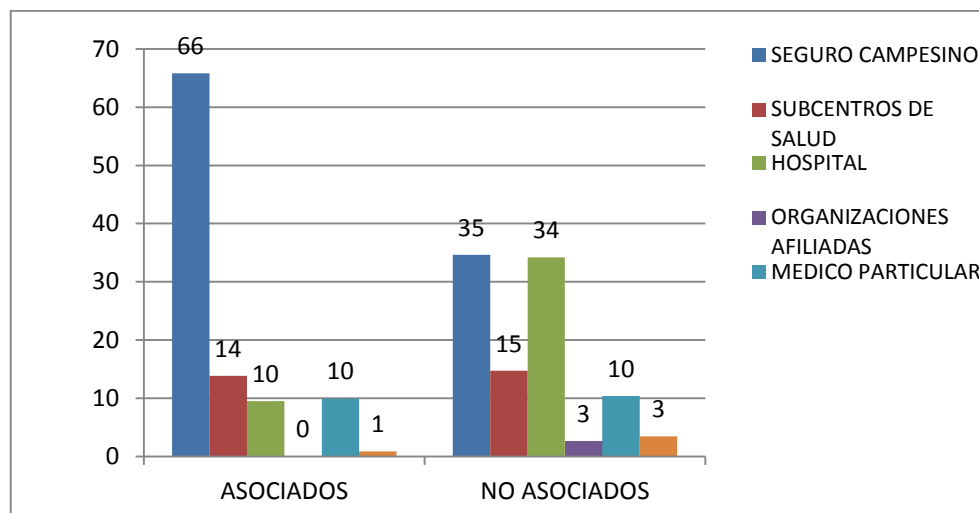
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.09, se puede apreciar que el 58% de los productores asociados cuentan con una asistencia médica, mientras que el 63% de los no asociados indican que no son beneficiarios de ningún servicio médico.

Cuadro No.04.10. Quien le proporciona la asistencia médica

QUIEN PROPORCIONA LA ASISTENC. MED.	ASOCIADOS					NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. VALLE DEL CARRIZAL	No. DE PROD. LA FORTALEZA	No. DE PROD. QUIROGA	TOTAL ASOCIADOS	% ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% NO ASOCIADOS
SEGURO CAMPESINO	48	50	54	152	66	80	35
SUBCENTROS DE SALUD	9	9	14	32	14	34	15
HOSPITAL	4	18	0	22	10	79	34
ORGANIZACIONES AFILIADAS	0	0	0	0	0	6	3
MEDICO PARTICULAR	3	14	6	23	10	24	10
OTROS	0	0	2	2	1	8	3
TOTAL	64	91	76	231	100	231	100

Gráfico No.04.10. Quien le proporciona la asistencia médica



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

Así también se puede identificar en el cuadro y gráfico No. 04.10, que la asistencia medica es proporcionada en un 66% de los productores asociados por el seguro campesino, mientras que en los productores no asociados están asistidos en un 35% por el seguro campesino y en un 34% por instituciones de salud publica como los hospitales; pero es importante conocer que aquellos que

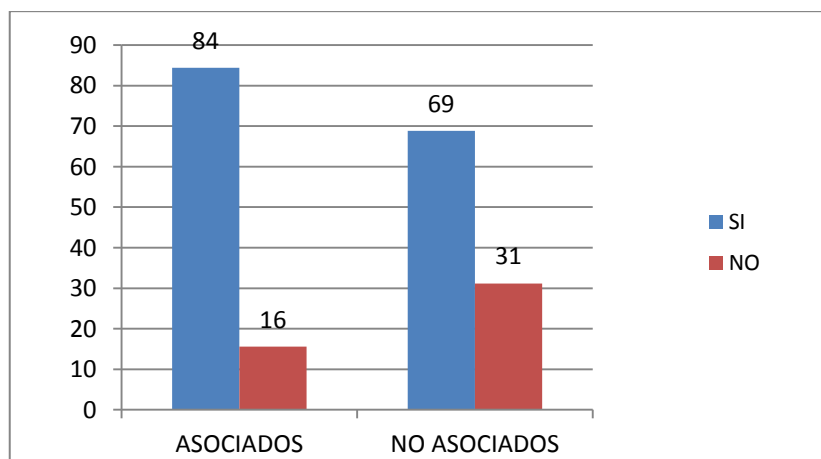
gozan de el seguro campesino es porque ellos mismos han realizado las gestiones para contar con este servicio asistencia para la salud.

5.- ¿Su familia cuenta con acceso a planteles educativos?

Cuadro No.04.11. Cuenta con acceso a planteles educativos

ACCESO A PLANTELES EDUCATIVOS	ASOCIADOS					NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. VALLE DEL CARRIZAL	No. DE PROD. LA FORTALEZA	No. DE PROD. QUIROGA	TOTAL DE ASOCIADOS	% TOTAL DE ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% NO ASOCIADOS
SI	58	73	64	195	84	159	69
NO	6	18	12	36	16	72	31
TOTAL	64	91	76	231	100	231	100

Gráfico No.04.11. Cuenta con acceso a planteles educativos



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

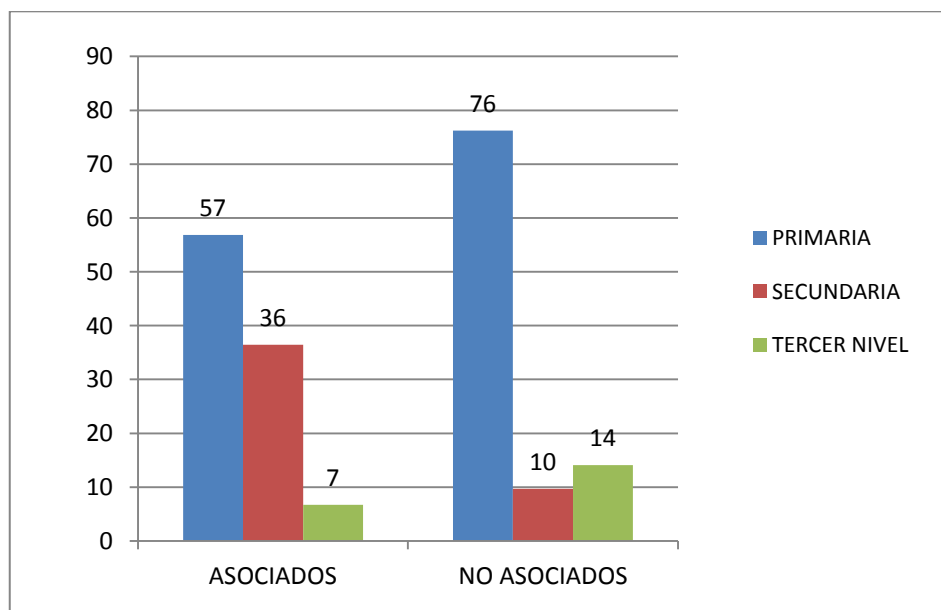
De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.11, del total de productores asociados y no asociados el 84% y el 69% indicaron que si cuentan con acceso a planteles educativos en la comunidad, mientras que el 16% de asociados y el 31% de los no asociados contestaron que no cuenta con este beneficio.

6.- ¿Qué nivel de educación tienen los miembros del núcleo familiar?

Cuadro No.04.12. Nivel de educación de los miembros del núcleo familiar

NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR	ASOCIADOS		NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. ASOCIADOS	% DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% DE PROD. ASOCIADOS
PRIMARIA	220	57	189	76
SECUNDARIA	141	36	24	10
TERCER NIVEL	26	7	35	14

Gráfico No.04.12. Nivel de educación de los miembros del núcleo familiar



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

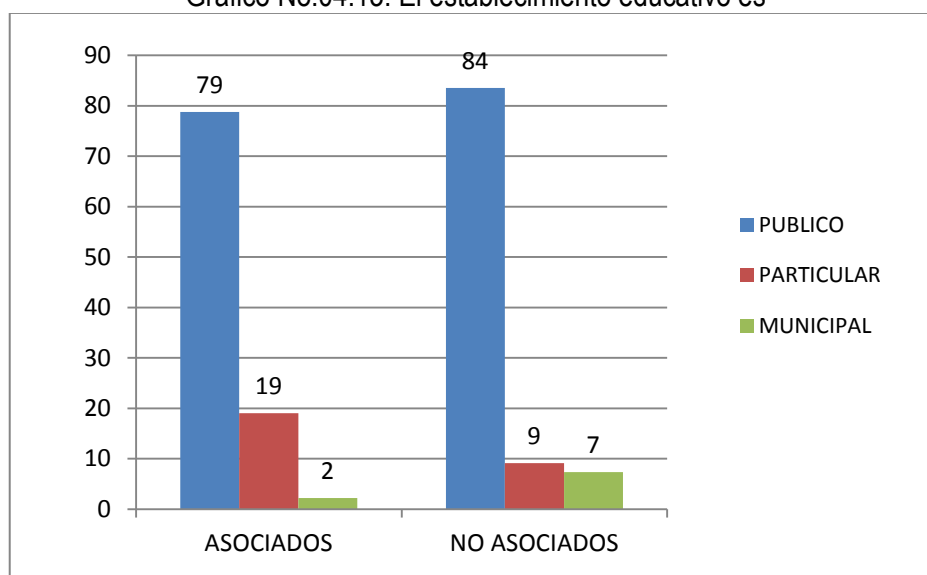
Según resultados del cuadro y gráfico No. 04.12 del total de productores asociados y no asociados el 57% y el 76% indican que el mayor nivel de educación que existen en los miembros de su núcleo familiar están en educación primaria, con solo un 36% y 10% en secundaria y con solo el 7% y 14% en tercer nivel de preparación académica.

7.- El Establecimiento educativo es:

Cuadro No.04.13. El establecimiento educativo es

ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO	ASOCIADOS		NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. ASOCIADOS	% DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% DE PROD. NO ASOCIADOS
PUBLICO	182	79	193	84
PARTICULAR	44	19	21	9
MUNICIPAL	5	2	17	7
TOTAL	231	100	231	100

Gráfico No.04.13. El establecimiento educativo es



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

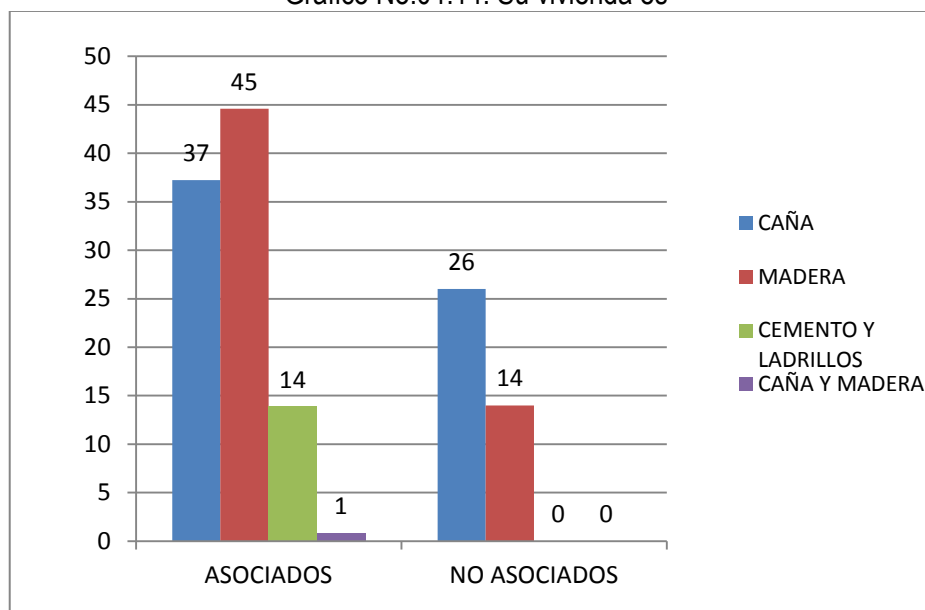
De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.13, del total de productores asociados el 79% y los no asociados con el 84% afirmaron que el plante educativo donde están educando a los miembros de la familia pertenecen a establecimientos públicos.

8.- ¿Su vivienda es:

Cuadro No.04.14. Su vivienda es

SU VIVIENDA ES	ASOCIADOS		NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. ASOCIADOS	% DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% DE PROD. NO ASOCIADOS
CAÑA	86	37	12	26
MADERA	103	45	107	14
CEMENTO Y LADRILLOS	32	14	17	0
LADRILLO Y MADERA	8	3	37	0
CAÑA Y MADERA	2	1	58	0
TOTAL	231	100	231	39

Gráfico No.04.14. Su vivienda es



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

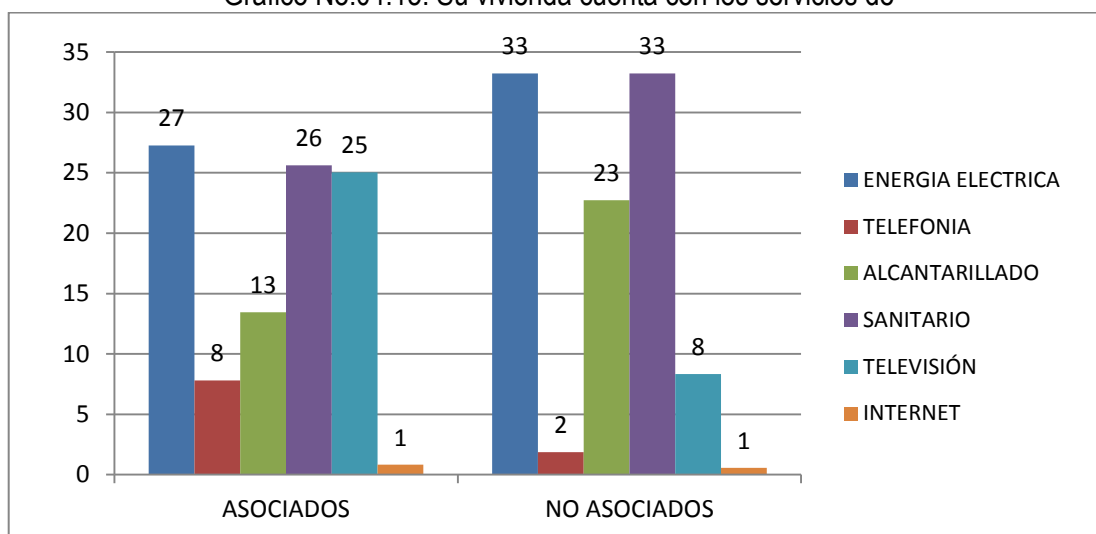
Como se puede apreciar en el cuadro y gráfico No. 04.14, del total de productores de cacao en el Cantón Bolívar, el 45% de los asociados y el 46% de no asociados poseen vivienda de madera, por lo que se identifica que la mayoría de las construcciones de vivienda son de tipo rustico de madera y caña.

9.- ¿Su vivienda cuenta con los servicios de:

Cuadro No.04.15. Su vivienda cuenta con los servicios de

SERVICIOS	ASOCIADOS		NO ASOCIADOS	
	No. DE PROD. ASOCIADOS	% DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% DE PROD. NO ASOCIADOS
ENERGIA ELECTRICA	231	27	231	33
TELEFONIA	66	8	13	2
ALCANTARILLADO	114	13	158	23
SANITARIO	217	26	231	33
TELEVISIÓN	212	25	58	8
INTERNET	7	1	4	1

Gráfico No.04.15. Su vivienda cuenta con los servicios de



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.15, se puede apreciar que el 100% de los productores asociados y no asociados cuentan con servicio de energía eléctrica, el 94% de los asociados y el 100% de los no asociados tienen sanitario, etc; por lo que se puede analizar que la mayoría de los productores de cacao cuentan con la mayoría de los servicios básicos.

4.1 MEDICIÓN CONJUNTA (CHI CUADRADO)

Hipótesis:

H0: Los Ingresos son independientes de nivel académico

Vs

H1: No H0

Tabla No. 04.07 Ingresos vs. Nivel académico

Tabla de contingencia P11 * P15

Recuento

		P15				Total
		,00	1,00	2,00	3,00	
P11	1,00	3	16	39	6	64
	2,00	3	19	37	6	65
	3,00	1	12	18	4	35
	4,00	0	23	19	5	47
	5,00	3	8	4	5	20
Total		10	78	117	26	231

Conclusión:

Se acepta H0; es decir que el nivel de ingresos es independiente del nivel educativo dentro de la familia, en el análisis general de asociados y no asociados.

Anexo 1. Prueba Chi – cuadrado para las preguntas 11 y 15, probabilidad = 0,027[Que es menor al 5% (0,05) por lo que se rechaza H0]

Tabla No. 04.08

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23,128 ^a	12	,027
Razón de verosimilitudes	23,112	12	,027
Asociación lineal por lineal	1,542	1	,214
N de casos válidos	231		

a. 7 casillas (35,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,87.

Hipótesis:

H0: Los Ingresos son independientes de la asistencia médica

Vs

H1: No H0

Tabla No. 04.09. Ingresos vs. Asistencia médica

Tabla de contingencia P11 * P19

Recuento

		P19		Total
		1,00	2,00	
P11	1,00	46	18	64
	2,00	39	26	65
	3,00	17	18	35
	4,00	23	24	47
	5,00	10	10	20
Total		135	96	231

Conclusión:

Se rechaza H0; es decir que el nivel de ingresos NO es independiente de la asistencia médica dentro de la familia, en el análisis general de asociados y no asociado.

Anexo 1. Prueba Chi – cuadrado para las preguntas 11 y 19, probabilidad = 0,073[Que es mayor al 5% (0,05) por lo que se acepta H0]

Tabla No. 04.10

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,559 ^a	4	,073
Razón de verosimilitudes	8,726	4	,068
Asociación lineal por lineal	6,967	1	,008
N de casos válidos	231		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 8,31.

Hipótesis:

H0: El nivel de educación es independiente de la asistencia médica

Vs

H1: No H0

Tabla No. 04.11. Educación vs. Asistencia médica

Tabla de contingencia P15 * P19

Recuento

		P19		Total
		1,00	2,00	
P15	,00	4	6	10
	1,00	38	40	78
	2,00	77	40	117
	3,00	16	10	26
Total		135	96	231

Conclusión:

Se acepta H0; es decir que el nivel de educación NO es independiente de la asistencia médica dentro de la familia, en el análisis general de asociados y no asociado

Anexo 1. Prueba Chi – cuadrado para las preguntas 15 y 19, probabilidad = 0,067[Que es mayor al 5% (0,05) por lo que se acepta H0]

Tabla No. 04.12

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,156 ^a	3	,067
Razón de verosimilitudes	7,139	3	,068
Asociación lineal por lineal	4,920	1	,027
N de casos válidos	231		

a. 1 casillas (12,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 4,16.

4.2 ANÁLISIS MULTIVARIADO

Tabla No. 04.13. Ingresos vs. Educación vs. Asistencia médica

Tabla de contingencia P11 * P15 * P19

Recuento

P19			P15				Total
			,00	1,00	2,00	3,00	
1,00	P11	1,00	2	9	32	3	46
		2,00	1	9	24	5	39
		3,00	0	5	10	2	17
		4,00	0	12	9	2	23
		5,00	1	3	2	4	10
	Total	4	38	77	16	135	
2,00	P11	1,00	1	7	7	3	18
		2,00	2	10	13	1	26
		3,00	1	7	8	2	18
		4,00	0	11	10	3	24
		5,00	2	5	2	1	10
	Total	6	40	40	10	96	

Tabla No. 04.14

Prueba de chi-cuadrado

P19		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
1,00	Chi-cuadrado de Pearson	22,598 ^a	12	,031
	Razón de verosimilitudes	20,848	12	,053
	Asociación lineal por lineal	,286	1	,593
	N de casos válidos	135		
2,00	Chi-cuadrado de Pearson	8,526 ^b	12	,743
	Razón de verosimilitudes	9,368	12	,671
	Asociación lineal por lineal	,509	1	,476
	N de casos válidos	96		

a. 11 casillas (55,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,30.

b. 12 casillas (60,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,63.

Según se analiza en el programa aplicado mediante las preguntas de ingresos, educación y salud se puede concluir que:

El ingreso no tiene relación con el nivel educativo de los productores de cacao, es decir sin importar su rendimiento económico, esto no influye en que exista mayor educación entre los productores o sus miembros del núcleo familiar.

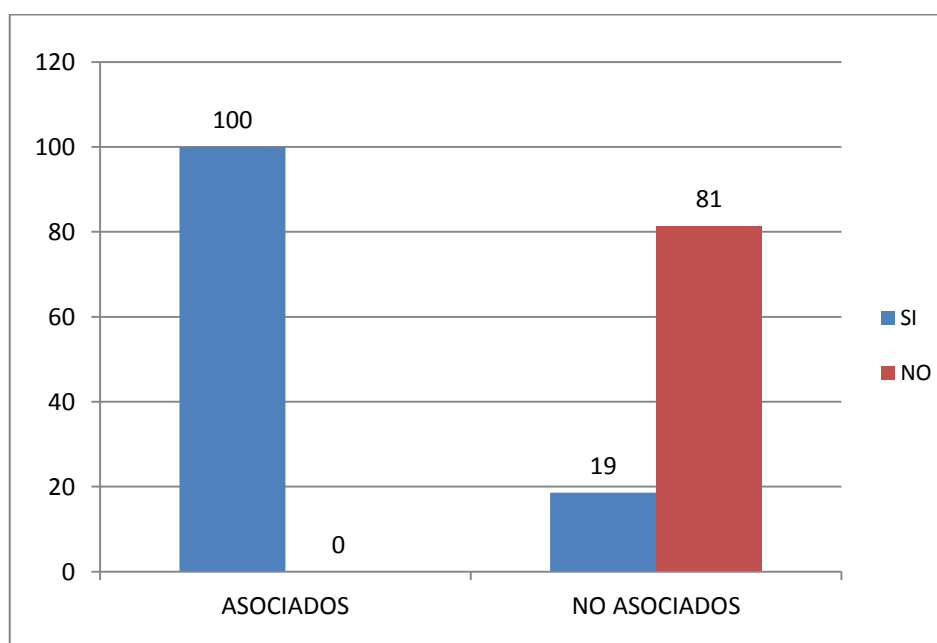
El ingreso percibido por los productores de cacao, si guarda relación con el nivel social relacionado a la variable de salud, puesto que, si depende que perciba mayor rédito económico para que este pueda acceder a una mejor asistencia médica para todos los integrantes de la familia.

10.- ¿Esta asociado o no a un centro de acopio y Porqué?

Cuadro No.04.16. Está asociado o no a un Centro de Acopio

ESTA ASOCIADO A UN CENTRO DE ACOPIO	No. DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% PROD. ASOCIADOS	% PROD. NO ASOCIADOS
SI	231	43	100	19
NO	0	188	0	81
TOTAL	231	231	100	100

Gráfico No.04.16. Está asociado o no a un Centro de Acopio



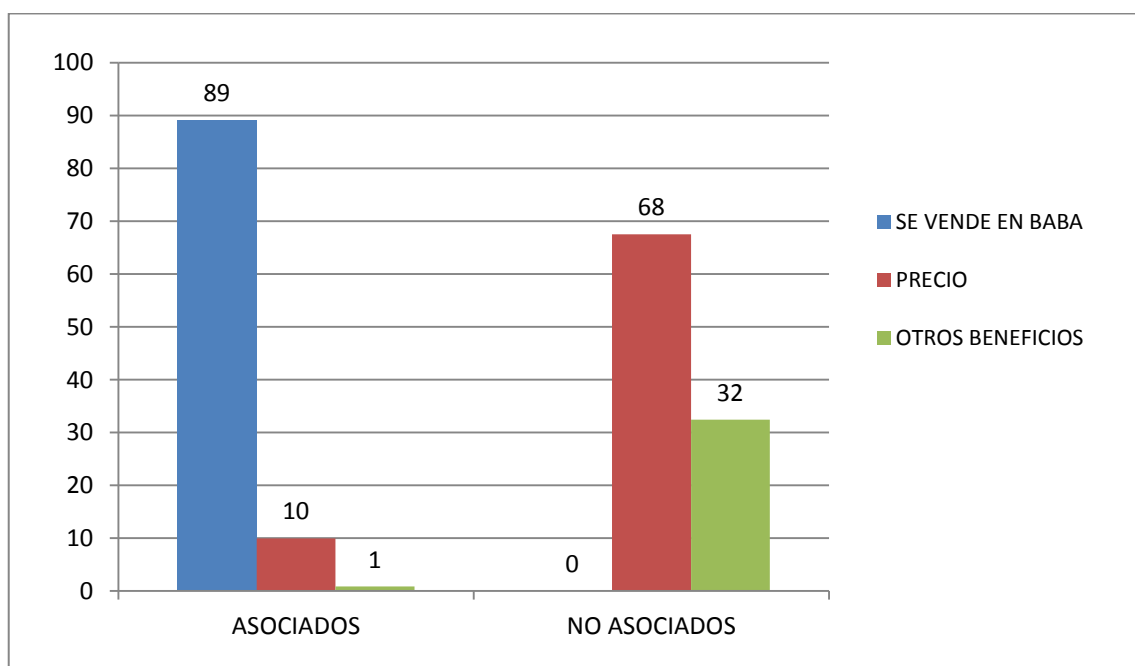
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.16, del total de los productores de cacao encuestados en el Cantón Bolívar, el 19% de los productores no asociados indican que forman parte de alguna agrupación mientras que existe un 81% que aun no están asociados a ningún centro o agrupación.

Cuadro No.04.17. Porque esta asociado o no a un centro de acopio

PORQUE ESTA ASOCIADO O NO A UN CENTRO DE ACIOPIO	No. DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% DE PROD. ASOCIADOS	% DE PROD. NO ASOCIADOS
SE VENDE EN BABA	206	0	89	0
PRECIO	23	156	10	68
OTROS BENEFICIOS	2	75	1	32
TOTAL	231	231	100	100

Gráfico No.04.17. Porque esta asociado o no a un centro de acopio



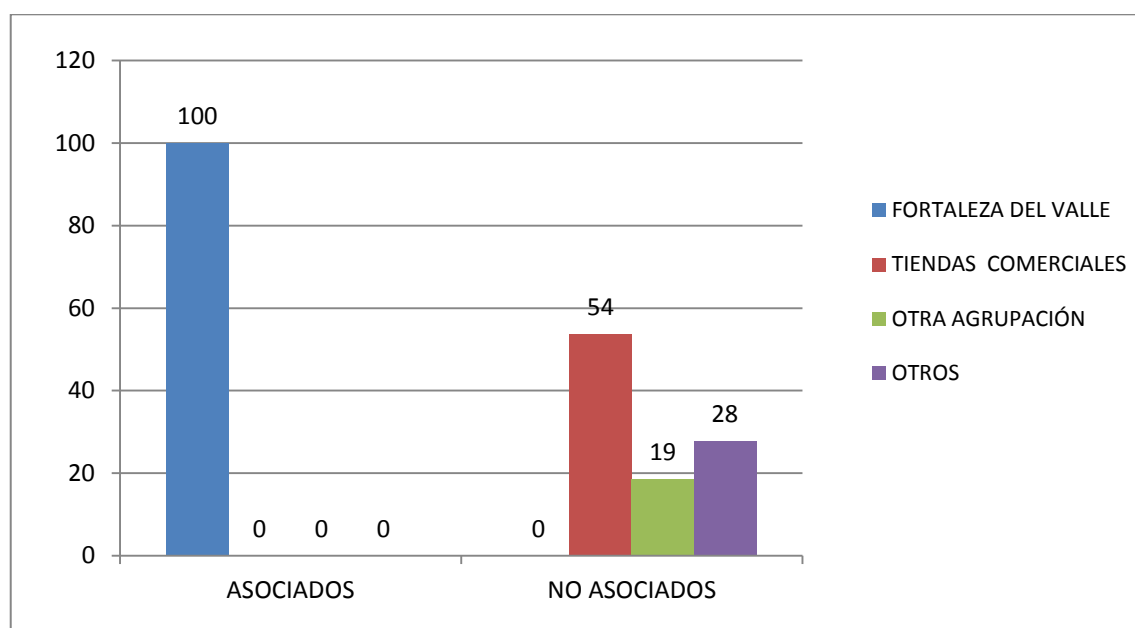
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

Como se puede apreciar en el Cuadro y gráfico No. 04.17, el 89% de los asociados contestaron que el principal beneficio por el que están agrupados a Fortaleza del Valle es porque venden el producto del cacao en baba, mientras que del grupo de los no asociados el 68% afirmaron que lo realizan con el comprador actual (intermediarios) es por el precio que les ofrecen por su producto.

Cuadro No.04.18. Canales de comercialización de los productores de cacao asociados y no asociados

CON QUIEN COMERCIALIZACIÓN EL CACAO	No. DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS	% DE PROD. ASOCIADOS	% DE PROD. NO ASOCIADOS
FORTALEZA DEL VALLE	231	0	100	0
TIENDAS COMERCIALES	0	124	0	54
OTRA AGRUPACIÓN	0	43	0	19
OTROS	0	64	0	28
TOTAL	231	231	100	100

Gráfico No.04.18. Canales de comercialización de los productores de cacao asociados y no asociados



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

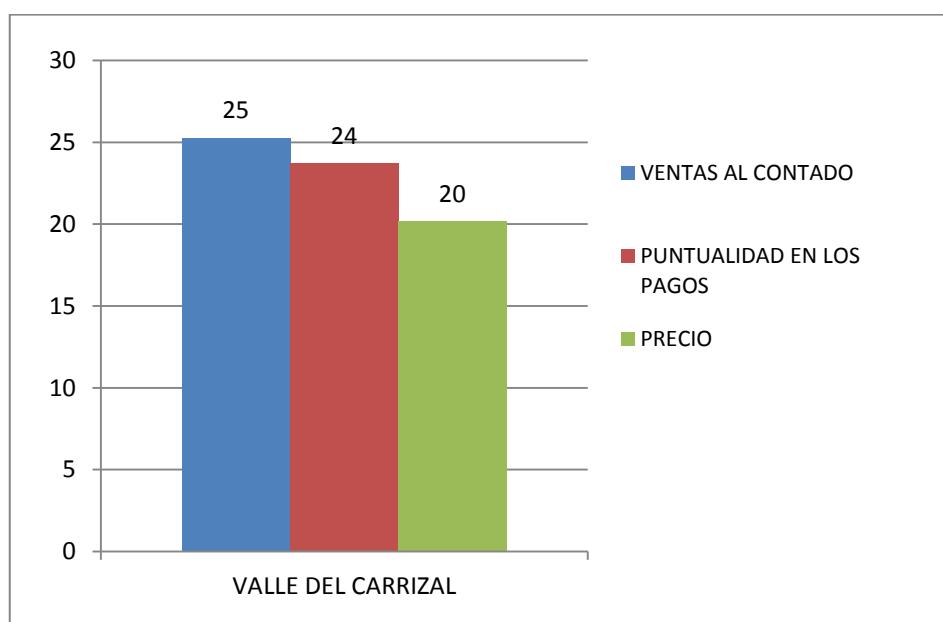
Como se puede analizar en el cuadro y gráfico No. 04.18, el principal canal de comercialización que utilizan los productores de cacao asociados es el Centro de Acopio Fortaleza del Valle, mientras que los productores no asociados lo realizan de forma informal a comerciales y tiendas mayorista del Cantón Bolívar.

10.- ¿Cuáles son los principales beneficios, por la que decide comercializar la producción del cacao con el comprador actual?

Cuadro No.04.19. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual – Valle del Carrizal

PRINCIPALES BENEFICIOS	No. DE PROD. ASOCIADOS DEL VALLE DEL CARRIZAL	% DE PROD. ASOCIADOS DEL VALLE DEL CARRIZAL
PRECIO	51	20
PUNTUALIDAD EN LOS PAGOS	60	24
ASISTENCIA TÉCNICA	15	6
VENTAS AL CONTADO	64	25
PESO EXACTO	29	11
CALIDAD DEL SERVICIO	18	7
UBICACIÓN DEL COMPRADOR	16	6

Gráfico No.04.19. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual – Valle del Carrizal



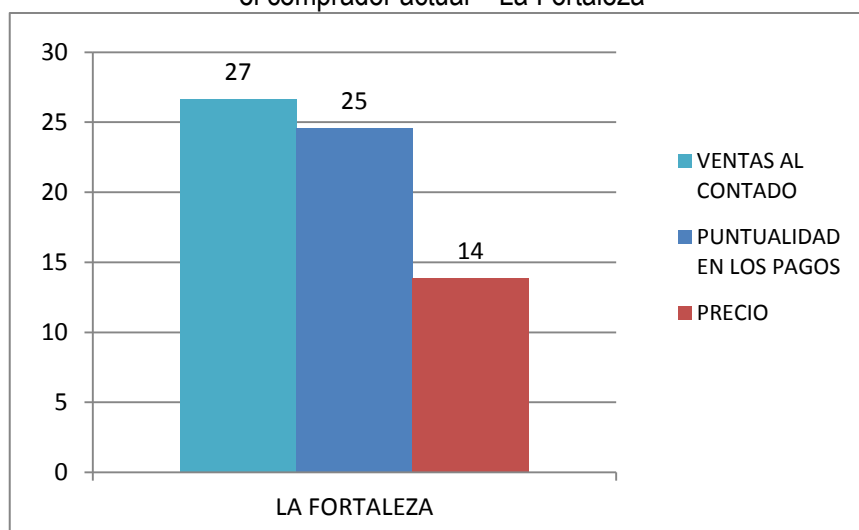
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.19, de los productores de cacao asociados pertenecientes a la organización Valle del Carrizal, indican que los tres principales beneficios que encuentran para comercializar con Fortaleza del Valle son: las ventas al contado con el 25%, puntualidad en los pagos con el 24% y el precio con el 20%.

Cuadro No.04.20. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual – La Fortaleza

PRINCIPALES BENEFICIOS	No. DE PROD. ASOCIADOS DE LA FORTALEZA	% DE PROD. ASOCIADOS DE LA FORTALEZA
PRECIO	47	14
PUNTUALIDAD EN LOS PAGOS	83	25
ASISTENCIA TÉCNICA	22	7
CREDITOS OTORGADOS	17	5
VENTAS AL CONTADO	90	27
CONFIANZA	13	4
PESO EXACTO	40	12
TECNOLOGIA	11	3
CALIDAD DEL SERVICIO	10	3
UBICACIÓN DEL COMPRADOR	5	1

Gráfico No.04.20. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual – La Fortaleza



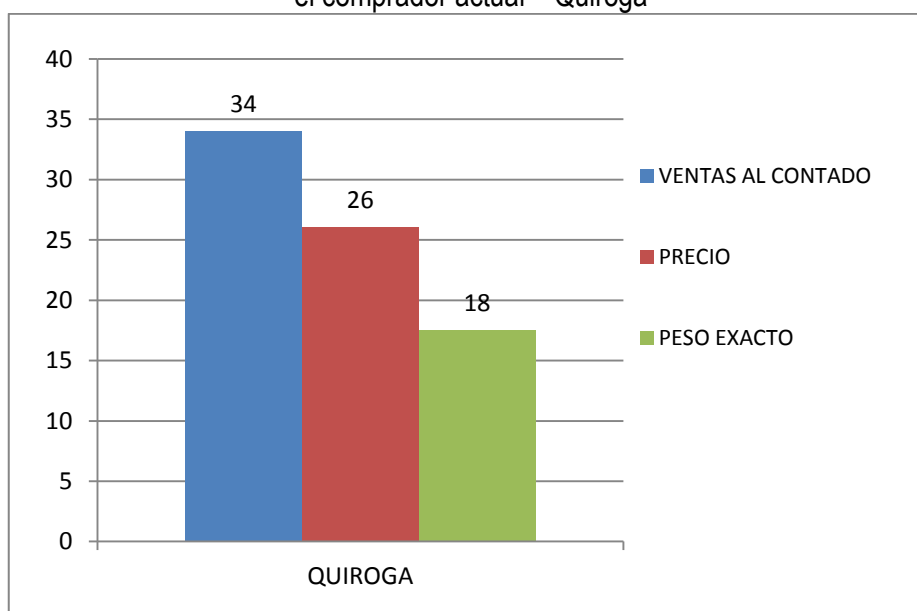
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.20, de los productores de cacao asociados pertenecientes a la organización La Fortaleza, estos afirman que los tres principales beneficios por lo que comercializan con Fortaleza del Valle son: las ventas al contado con el 27%, puntualidad en los pagos con el 25% y el precio con el 14%.

Cuadro No.04.21. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual – Quiroga

PRINCIPALES BENEFICIOS	No. DE PROD. ASOCIADOS DE QUIROGA	% DE PROD. ASOCIADOS DE QUIROGA
PRECIO	49	26
PUNTUALIDAD EN LOS PAGOS	9	5
COMERCIALIZACIÓN DIRECTA	5	3
VENTAS AL CONTADO	64	34
CONFIANZA	8	4
PESO EXACTO	33	18
CALIDAD DEL SERVICIO	17	9
UBICACIÓN DEL COMPRADOR	3	2

Gráfico No.04.21. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual – Quiroga



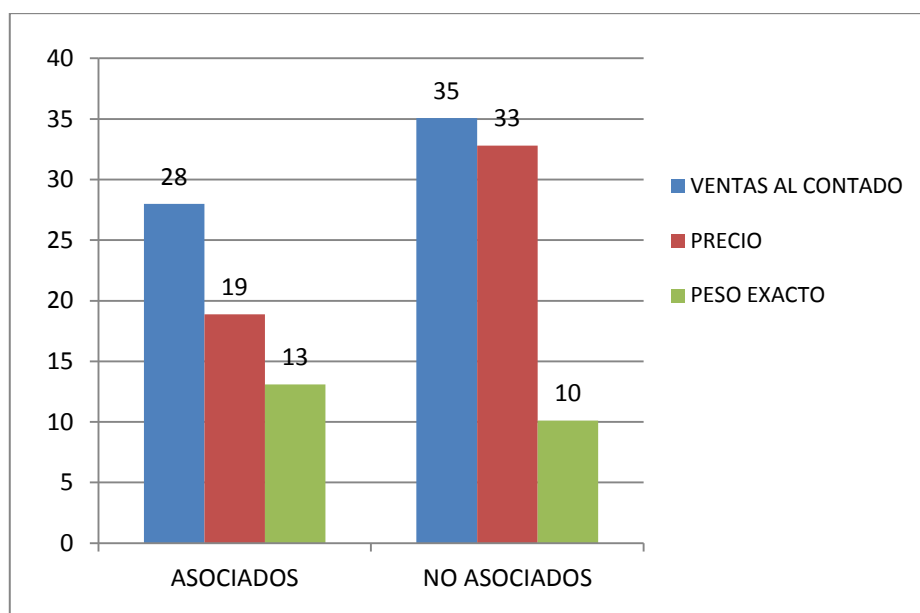
Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.21, de los productores de cacao asociados pertenecientes a la organización Quiroga, estos indican que los tres principales beneficios por lo que comercializan con Fortaleza del Valle son: las ventas al contado con el 34%, precio con el 26% y porque consideran que les brinda un peso exacto con el 18%.

Cuadro No.04.22. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con el comprador actual – Muestra Total de Asociados y no Asociados

PRINCIPALES BENEFICIOS	No. DE PROD. ASOCIADOS	No. DE PROD. NO ASOCIADOS DEL VALLE DEL CARRIZAL	% DE PROD. ASOCIADOS	% DE PROD. NO ASOCIADOS DEL VALLE DEL CARRIZAL
PRECIO	147	188	19	33
PUNTUALIDAD EN LOS PAGOS	152	0	20	0
ASISTENCIA TÉCNICA	37	0	5	0
COMERCIALIZACIÓN DIRECTA	5	0	1	0
CREDITOS OTORGADOS	17	0	2	0
VENTAS AL CONTADO	218	201	28	35
CONFIANZA	21	0	3	0
PESO EXACTO	102	58	13	10
TECNOLOGIA	11	0	1	0
CALIDAD DE SERVICIO	45	0	6	0
UBICACIÓN DEL COMPRADOR	24	0	3	0
VENTAS A CREDITO	0	126	0	22

Gráfico No.04.22. Principales beneficios por la que decide comercializar la producción de cacao con con el comprador actual – Muestra Total de Asociados y no Asociados



Fuente: Productores de cacao del Cantón Bolívar asociados y no asociados

De acuerdo al cuadro y gráfico No. 04.22, del total de los productores de cacao asociados, este grupo afirma que los principales beneficios por lo que comercializan con Fortaleza del Valle es: las ventas al contado con el 29%, precio justo con el 19% y porque consideran que les brinda un peso exacto en sus productos con el 13%. Mientras que el grupo de los no asociados indican que comercializan con el comprador actual (Intermediarios) por las ventas que son al contado y por el precio.

ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DEL CENTRO DE ACOPIO FORTALEZA DEL VALLE

Nombres y Apellidos del Entrevistado: Ing. Berto Zambrano

1.- ¿Cuántos años tiene sirviendo al sector cacaotero Fortaleza del Valle en el Cantón Bolívar?

Esta Organización inicio sus trabajos de unir al Sector Cacaotero desde el 2005 y adquirió su vida jurídica en el año 2006

2.- ¿Cuál fue la misión por la que se establece fortaleza del valle hace 5. Años en el cantón Bolívar?

Tratar de unificar al sector cacaotero para que tenga mejor precio y para dar una mejor calidad de vida, ya que antes los productores antes vendían a un precio de 18 dólares pero cuando llego Fortaleza del Valle comenzó a ganar \$57 por quintal. Esto demuestra el cambio que vino a brindar a los productores de la zona.

3.- ¿Cuál considera usted ha sido la respuesta que los productores de cacao del cantón Bolívar le han brindado a esta organización?

Considero que excelente, puesto que iniciamos con 60 productores asociados aproximadamente, y ahora en la actualidad son cerca de 800.

4.- ¿Cuáles son los requisitos que debe tener un productor de cacao para formar parte de alguna organización de Fortaleza del Valle?

El único requisito para ser asociado a este Centro de Acopio es ser productor de cacao nacional fino y de aroma. Pero los productores deben considerarse como pequeños productores.

Porque el centro de Acopio, paga dos primas muy importantes que son: La Certificación Orgánica (\$9.000) y la de Comercio Justo (\$9.000), y esta última nos exige ayudar a los pequeños productores.

5.- ¿Cuál es la ventaja competitiva que tiene fortaleza del valle para con sus productores asociados?

La principal ventaja que tenemos es ofrecer un precio justo y que las ventas que son al contado, además de otros beneficios que otorgamos a nuestros productores asociados.

6.- ¿Cuáles son los beneficios que ofrecen a los productores de cacao que se asocian a Fortaleza del Valle?

- Fondos Mortuorios
- Asistencia médica (2 visitas médicas en el año por cada productor)
- Canasta Navideña
- Rehabilitación de fincas (4 jornales a los socios)

7.- ¿Qué tipo de incentivos brindan a los asociados por la excelencia en la calidad del cacao?

Se premia los productores por la fidelidad en la venta de su producto

Se otorga créditos personales sin interés y que se descuentan en la venta del producto.

8.- ¿Cuál considera usted, la mayor fortaleza que tiene la organización?

Sus socios

9.- ¿Cuál cree usted que es el mayor inconveniente que encuentran los productores de cacao, que un no forman parte de esta organización?

El principal inconveniente que considero encuentran los productores de cacao para comercializar con nosotros es por la cultura que tienen los agricultores de la zona de no vender el cacao en baba, puesto que es mas difícil transportar el cacao en baba que cuando esta seco, ocasiona además algunos inconvenientes si el productor es el propietario del vehículo que utiliza para transportar el producto, ya que se dice que la baba de cacao deteriora el automotor.

10.- ¿Fortaleza del Valle, esta promoviendo grandes proyectos de inversión para sus asociados, nos podría indicar alguno de ellos?

Actualmente se esta montando una planta para hacer licor y manteca de cacao aquí en nuestras instalaciones, ya llegaron las maquinas solo nos hace falta apropiar la infraestructura.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada se concluye lo siguiente:

- La aplicación de los instrumentos de evaluación permitieron establecer que el crecimiento económico en los productores de cacao es mayor que los productores de cacao no asociados, debido a que los asociados siempre conservan un precio que esta sujeto a la bolsa de New York y Londres lo que les garantiza una mejor estabilidad en la oferta del producto. Es importante acotar que los productores asociados aun produciendo con fincas de 1 a 9 hectáreas están percibiendo mejores réditos económicos.

Se diagnosticó que el mayor porcentaje de los productores de cacao asociados están distribuyendo sus ingresos percibidos en el mantenimiento, mejora y tecnificación de sus cultivos, mientras que los no asociados están destinando estos ingresos para el sustento diario de sus familias como la alimentación, lo que evidencia que los asociados están motivados a obtener mayor productividad en la producción del cacao.

- En cuanto al crecimiento social de los productores se concluye que:

Salud: Se pudo identificar que los del grupo de asociados a Fortaleza del Valle los que cuentan con mayor asistencia médica para la salud, pero es importante aclarar que Fortaleza del Valle les proporciona esta asistencia de manera deficiente, puesto que 2 visitas medicas por productor al año no es suficiente para un grupo de personas que tienen siempre como mínimo entre 3 y 5 integrantes en el núcleo familiar, por lo que es trascendental acotar que la asistencia que reciben los asociados es proveído por

Instituciones públicas como Seguro campesino, hospitales, dispensarios, etc., gestionadas por los mismos productores.

En la variable de Educación, se puede concluir que los productores asociados son los que cuenta con acceso a planteles educativos y por lo tanto ellos como sus miembros del núcleo familiar cuentan con mayor preparación que los no asociados, aunque es relevante conocer que el porcentaje mas alto de preparación académica esta en el nivel secundario, lo que pone en evidencia la falta de educación y preparación de los productores de cacao del Cantón Bolívar. Pero sin embargo los Miembros del Centro de Acopio Fortaleza del Valle no están directamente prestando ninguna atención a este aspecto social de sus asociados, porque a pesar que sus ingresos sean mayores que los no asociados, esta variable es independiente del nivel educativo de los asociados, dato establecido según la medición conjunta realizada.

En infraestructura y vivienda se logro determinar que los productores asociados como los no asociados son propietarios de viviendas de madera, con infraestructura dignas para vivir y se logró determinar que ambos grupos de estudio cuentan con los servicios de: energía eléctrica y sanitario, pero carecen de otros servicios como alcantarillado y agua potable.

- Es determinante la acogida que ha tenido el Centro de Acopio Fortaleza del Valle, por lo que se analiza que son muchos los productores que forman parte de esta organización porque reciben un precio justo y una atención siempre segura en la venta de su producto. Aunque es indudable que aun existan intermediarios como las tiendas comerciales y otras asociaciones considerados como canales informales, que aún se dedican a comprar cacao a los pequeños y medianos productores del Cantón Bolívar y otros cantones aledaños como Chone, Tosagua entre otros.

- Mediante la medición de los ingresos y los gastos promedio realizados por ambos grupos de estudio, se identificó que el grupo que obtiene una mayor rentabilidad en la venta del cacao es de los asociados al centro de acopio Fortaleza del Valle, lo que pone en evidencia que siempre es mejor comercializar con un canal seguro y sin recurrir a intermediarios, que lo que hacen es disminuir la oferta de la materia prima que se pretende distribuir o vender.

5.2. RECOMENDACIONES

A continuación se sugieren las siguientes recomendaciones

- Promover una mejor estrategia comunicacional para con sus productores asociados y no asociados, ya que existe mucho desconocimiento de los beneficios que tienen al pertenecer a una organización como esta; así como también llamar e invitar a aquellos productores, que aun no forman parte de este centro.
- Ofrecer mas apoyo a los productores de cacao para mejorar su productividad, otorgándole mayor apoyo económico, asesoramiento técnico, etc.
- Mejorar la atención a los productores de cacao en los aspectos sociales como educación, vivienda y salud. Asegurarlos a un seguro campesino, otorgando a los hijos de los asociados becas educativas, etc., es decir dar mas incentivos y mostrar mayor interés en todos los aspectos que conllevan el desarrollo socio-económico en un agricultor, puesto que está concluido que no solo el ingreso es capaz de permitirles surgir y crecer,

también hay que tomar en cuenta el desarrollo social, a fin de fortalecer talentos locales en nuestro Cantón.

- “Fortaleza del Valle”, debe fortalecerse como organización, buscando el mejoramiento en la calidad del servicio para que sus productores sientan la confianza de pertenecer a un centro de acopio que llene todas sus expectativas, sobre todo porque actualmente éste sector agrícola está siendo tomado en cuenta por muchas Instituciones que van a ofrecer a los productores de cacao otras opciones de comercialización en esta localidad.

BIBLIOGRAFÍA

- BCE (Banco Central Del Ecuador). 1999. Boletín Anuario números 21-22. Quito, Ecuador.
- BCE. (Banco Central Del Ecuador). 2000. Boletín Anuario números 22. Quito, Ecuador.
- BCE. (Banco Central Del Ecuador). 2010. Estadísticas, Exportaciones por grupos de productos, tasas de variación anual. (En línea). EC. Consultado, 21 de enero. Disponible en <http://www.bce.fin.ec>.
- Carrasco, J. s.f. El método estadístico en la investigación médica. 5ta. Edición. Editorial Ciencia. Madrid.
- Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanzas. 1979. Catie, Turrialba, Costa Rica.
- CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, Ec.. 1999. Caracterización del sector cacaoero ecuatoriano, primer borrador .Guayaquil, Ecuador.
- De Espada, A.; Torrealba J.P.;Torres Hugo Alfonso. 1974. Manual sobre Centros de Acopio. Publicaciones Miscelánea, Lima, Perú.
- Del Risco, F; Valverde, M; Guillen, R; Murillo, R. 1988. Sistema de Información de decisiones sectoriales para el desarrollo agropecuario. 1era. Edición. Editorial IINCA. Costa Rica.
- Enríquez, G. 2004. Guía para Productores Ecuatorianos. Editorial INIAP. Quito-Ecuador. 94p.
- Etourneau Félicie. 1999. Estudio de la cadena del cacao en el Ecuador y Análisis de Costo. Informe de Proyecto Cacao.

- Gostingar, J. y Yuste, M. 1998. Biblioteca de la agricultura: Cacao. 2 ed. Editorial Emegé. España. Pp. 152, 253, 523.
- INIAP. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Ec). 1993. Beneficios del cacao. 2 ed. Boletín divulgativo No. 254. Estación Experimental Pichilingue. Quevedo, Los Ríos, Pp.6-35.
- INIAP. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Ec). 1995. Manual del cultivo del cacao. Estación Experimental Tropical Pichilingue del INIAP. p 2.
- INIAP. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Ec.). 2000. Guía de cultivos, Quito, Ecuador.
- INIAP. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias). 2008. Beneficios del cacao. Boletín divulgativo No. 342. Estación Experimental Portoviejo Núcleo de Transferencia y Comunicación.
- INIAP. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias). 2008. Riego Suplementario para el Cultivo de cacao en Manabí. Boletín divulgativo No. 345. Estación Experimental Portoviejo. P 18, 22-23.
- IICA. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Ec.). 2000. Elementos de la competitividad de la cadena cacao – manteca – chocolate. Ecuador. p 15.
- Loyola, K; Ramírez, J. 2002. Análisis Estadístico de la Producción de cacao en el Ecuador. p 1
- MAGAP. (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, IICA. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). 2006. La Agroindustria en el Ecuador, Un Diagnóstico Integral. Ecuador.
- MAG. 1988. El cultivo del cacao. Programa Nacional del Cacao. Ecuador.

MAGAP. (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, IICA. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, SIGAGRO). 2011. Análisis Sensorial. (Disponible en: <http://www.magag.gob.ec>. Consultado el 28 de Enero de 2011)

Moreira, J; Pinargote, D. 2009. Influencia de ambientes semi controlados y técnicas de enjertación sobre el prendimiento del injerto de cacao nacional. Tesis. Ing. Agrícola. ESPAM-MFL. Calceta-Manabí. EC. p 15.

Moreno, L; S. Caravid; G. Cubillos; J. Sánchez. 1983. Manual para el cultivo del cacao. Editado por Compañía Nacional de Chocolates S.A. Colombia. Pp. 67-76.

ONU. (Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y alimentación). 2010. Precio del cacao. (En línea). EC. Consultado, 07 Septiembre. Disponible en http://www.anecacao.com/sabor_arriba/precio-cacao-es.html.

PROYECTO ECU – B7 . 1999. Reactivación de la producción y mejora de la calidad del cacao nacional. Guayaquil, Ecuador.

Radi, C. 2005. Estudio sobre los mercados de valor para el cacao Nacional de origen y con certificaciones. p 7-8.

Ramírez, P. 2006. Estructura y dinámica de la cadena de cacao en el Ecuador: sistematización de información y procesos en marcha. Ecuador.

Rosero, J. 2002. La ventaja competitiva del cacao ecuatoriano. Apuntes economía No. 20. Guayaquil, Ecuador.

Terranova Editores. 1995. Producción Agrícola 2. Editorial Terranova. Colombia. p 400-403.

Zambrano, L. 2010. Información General de Fortaleza del Valle (entrevista). Calceta, EC, Centro de Acopio Fortaleza del Valle.

ANEXOS

ANEXO No. 01
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTACIONES DE CACAO

TABLA 01.01.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTACIONES DE CACAO POR ZONAS Y PROVINCIAS AÑO 1998		
REGIÓN/PROVINCIA	SUPERFICIE ha	% PARTICIPACIÓN
Litoral		
Esmeraldas	24000	8,36
Manabí	40000	13,93
Guayas	75000	26,12
Los Ríos	95000	33,09
El Oro	15000	5,22
Sierra		
Pichincha	12000	4,18
Cotopaxi	7000	2,44
Bolívar	8000	2,79
Chimborazo	1000	0,35
Cañar	3000	1,04
Azuay	1100	0,38
Amazonía		
	6000	2,09
TOTAL NACIONAL	287100	100

Fuente: Estimación del Proyecto ECU-B7

**TABLA 01.02. NÚMERO DE UPAs Y SUPERFICIE EN
HECTÁREAS POR CANTÓN**

CANTÓN	CACAO	
	UPAs	Superficie plantada
TOTAL MANABÍ	9.978	48.423
Portoviejo	1.213	3.080
Bolívar	944	3.944
Chone	2.719	18.282
El Carmen	996	5.416
Flavio Alfaro	537	3.067
Jipijapa	*	*
Junín	546	1.778
Manta	.	.
Montecristi	.	.
Paján	33	36
Pichincha	623	4.569
Rocafuerte	138	86
Santa Ana	852	3.540
Sucre	536	1.966
Tosagua	33	20
24 de Mayo	*	31
Pedernales	691	2.334
Olmedo	51	75
Puerto López	*	*
Jama	40	191
Jaramijó	.	.

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario Datos
Manabí Ecuador
INEC-MAG-SICA

ANEXO No. 02

COSTOS DE PRODUCCIÓN Y UTILIDAD DEL CACAO EN EL CANTÓN BOLÍVAR

Tabla 02.03. Costo de Producción, valor bruto y utilidad por hectárea de cacao nacional en predios de pequeños y medianos productores que hacen un manejo tradicional en el área del Cantón Bolívar (Calceta). Octubre 2008

CONCEPTO	UNIDAD	COSTO UNITARIO USD	CANTIDAD	COSTO USD/HA
A. LABORES DE MANTENIMIENTO Y DESARROLLO				
1.- Control de malezas	Jornal	7,00	8	56,00
6.- Cosechas	Jornal	7,00	24	168,00
SUBTOTAL A/ha				224,00
B. INSUMOS, SERVICIOS				
1.- Transporte	Global	1,00	12	12,00
SUBTOTAL B/ha				12,00
COSTO TOTAL				236,00
C. VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN		Rendimiento qq/ha	Precio venta/qq	INGRESO USD/HA
1.- Producción cacao seco		4,00	107	428,00
D. UTILIDAD		INGRESO USD/HA	COSTO TOTAL USD/HA	UTILIDAD USD/HA
		428,00	236,00	192,00

Fuente: INIAP 2008

Tabla 02.04. Costo de Producción, valor bruto y utilidad por hectárea de cacao nacional en predios de pequeños y medianos productores que aplican tecnologías pero no riegan en la época seca en el área del Cantón

Bolívar (Calceta). Octubre 2008

CONCEPTO	UNIDAD	COSTO UNITARIO USD	CANTIDAD	COSTO USD/HA
A. LABORES DE MANTENIMIENTO Y DESARROLLO				
1.- Control de malezas	Jornal	7,00	8	56,00
2.- Regulación de sombra	Jornal	7,00	3	21,00
3.- Podas **	Jornal	7,00	10	70,00
4.- Abonamiento orgánico	Jornal	7,00	3	21,00
5.- Riegos				
6.- Cosechas	Jornal	7,00	30	210,00
SUBTOTAL A/ha				378,00
B. INSUMOS, SERVICIOS				
1.- Compost	saco	7,00	50	350,00
2.- Hidróxido de cobre	Funda 500g	1,50	2	3,00
3.- Biol	Litro	0,67	150	100,50
4.- Transporte	Global	1,00	12	12,00
SUBTOTAL B/ha				465,50
COSTO TOTAL				843,50
C. VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN		Rendimiento qq/ha	Precio venta/qq	INGRESO USD/HA
1.- Producción cacao seco		12,00	107	1284,00
D. UTILIDAD		INGRESO USD/HA	COSTO TOTAL USD/HA	UTILIDAD USD/HA
		1284,00	842,50	440,50

Fuente: INIAP 2008

ANEXO No. 03

PRINCIPALES ZONAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL

Figura 04.01.



ANEXO No. 4

MODELO DE ENCUESTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES DE CACAO ASOCIADOS Y NO ASOCIADOS DEL CANTÓN BÓLIVAR

FECHA:.....ENCUESTADOR.....

OBJETIVO: Realizar un estudio socio-económico en los productores de cacao, para determinar su crecimiento en base a los indicadores de producción, productividad, rentabilidad, salud, educación, vivienda y servicios básicos.

DATOS GENERALES DEL PRODUCTOR

Nombres:.....

Apellidos:.....

Edad.....Domicilio.....

INSTRUCCIÓN: Primaria () Secundaria () Superior () 4to. Nivel ()

MEDIOS DE PRODUCCIÓN Y FUERZAS DE TRABAJO:

No. Personas que habitan en el hogar

PARENTESCO: Hijo () Yerno () Nuera () Nietos () Cónyuge ().

No. DE FAMILIAS.....

DOMINIO DE LA TIERRA Y DE LOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN

1.- ¿La propiedad es?:

Propia Rentada Prestada

2.- ¿Cuál es el tamaño de la propiedad?

3.- ¿En la propiedad existe producción de:

Pastos bosques Cacao Otros cultivos

4.- ¿Cuántas hectáreas se encuentran ocupadas por la producción de cacao?

1 - 09

10 - 30

31 - 60

61 - Adelante

5.- Del total de hectáreas cultivadas de cacao ¿Cuántas hectáreas son plantaciones viejas?

6.- ¿Recientemente ha tomado la iniciativa de cultivar nuevas plantaciones de cacao en su finca, y en que cantidad?

SI NO

1 - 9

10-20

21-30

31-40

40 en Adelante

7.- ¿Ha utilizado nuevas técnicas de producción para el mejoramiento del cultivo de cacao?

SI NO

8.- ¿Recibe capacitación y asesoría para incrementar la producción y mejorar la calidad del cacao?, y ¿quien se la proporciona?

SI NO

9.- ¿Esta asociado o no a un centro de acopio. Porqué?

.....

10.- ¿Cuáles son los principales beneficios, por la que decide comercializar la producción del cacao con el comprador actual?

Precio

Confianza

Puntualidad en los Pagos

Peso Exacto

Asistencia Técnica

Tecnología

Comercialización Directa

Calidad del Servicio

Créditos otorgados a los productores

Ubicación Centro de acopio

Ventas al contado

Ventas a crédito

Limpieza Humedad

ORIGEN Y DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO POR LA VENTA DEL CACAO

11.- ¿Cuál es el ingreso promedio por la venta de cacao mensual?

Menos de \$100.00 ()

\$100.00 - \$200.00 ()

\$201.00 - \$300.00 ()

\$301.00 - \$400.00 ()

\$401.00 - en adelante ()

12.- ¿Cuál es la distribución del ingreso obtenido por la venta de cacao mensualmente? ¿Porcentaje?

Pago de jornales o salarios _____

Sueldos _____

Mantenimiento cultivo _____

Gastos por arriendo de propiedad _____

Alimentación _____

Educación _____

Vivienda _____

Amortización del capital _____

Servicio de la deuda (intereses) _____

Salud _____

Transporte _____

Servicios Básicos _____

INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS

13.- ¿Cuenta con servicio de transporte en la comunidad?

SI NO

14.- ¿Su familia cuenta con acceso a planteles educativos?

SI NO

15.- ¿Qué nivel de educación tienen los miembros del núcleo familiar?

SI NO

Primaria.....
 Secundaria.....
 Tercer Nivel.....
 Cuarto Nivel.....

16.- El Establecimiento educativo es:

Público
 Particular
 Municipal
 Fiscomisional

17.- ¿Su vivienda es:

Caña ()
 Madera ()
 Cemento y ladrillos ()
 Mixta (Ladrillo y madera) ()
 Mixta (Caña y madera) ()

18.- ¿Su vivienda cuenta con los servicios de:

Energía eléctrica ()
 Telefónico ()
 Alcantarillado Fluvial ()
 Sanitario ()
 Televisión ()
 Internet ()

SALUD

19.- ¿Usted y su familia cuentan con asistencia medica para la salud, y de que tipo?

SI.....NO.....

Seguro Campesino _____

Subcentros de Salud _____

Hospital _____

Organizaciones Afiliadas _____

Médico Particular _____

Otros _____

20.- La asistencia médica que le proporcionan consiste en:

Consulta médica

Muy buena Buena Regular Mala

Exámenes médicos

Muy buena Buena Regular Mala

Medicamentos

Muy buena Buena Regular Mala

21.- Tiene acceso a bienes y servicios de la canasta básica

SI NO

22.- Mencionar los bienes y servicios que adquieren mensualmente

Pan y cereales Pescados

Productos Lácteos Y Huevos Aceites

Verduras, Legumbres Y Tubérculos Frutas

Azúcar, Café, Te, Dulces Y Condimentos Carnes

Comidas Y Bebidas Fuera Del Hogar Bebidas

Otros

23.- En que porcentaje los producto de la canasta básica se adquiere a través del autoconsumo

10% 20% 30% 40% 50%

INDICADORES SOCIALES

24.- En el núcleo familiar reciben bonos o subsidios

SI NO

¿Cuáles?

Solidario Agropecuario Alimentos

Discapacitado Vivienda

25.- Tiene una actividad de esparcimiento

SI

NO

¿Cuál?

Tiempo:

Mensual

Semestral

Anual

FINANCIAMIENTO

26.- ¿La fuente de financiamiento para el cultivo del cacao es:

Propia

Crédito Personal

Crédito Bancario

Crédito Comercial

Otros

27.- El Plazo del crédito que mantiene es:

De 1 a 6 meses

De 7 a 12 meses

A 2 años

A 5 años

28.- La tasa de interés que paga por el crédito que mantiene es:

()

29.- El tiempo para gestionar un crédito ha sido de:

Dentro de 1 mes

De dos meses

De tres meses

De cuatro meses

De cinco meses a más

ANEXO No. 5

ENTREVISTA AL GERENTE DE FORTALEZA DEL VALLE

FECHA:.....ENTREVISTADOR.....

OBJETIVO: La presente entrevista tiene como objetivo establecer cuales son las ventajas competitivas que maneja el Centro de Acopio Fortaleza del Valle y de que manera ayudan a sus asociados, para lo cual le realizaremos una entrevista al Gerente que dirige esta organización.

Nombres y Apellidos del Entrevistado.....

- 1.- ¿Cuántos años tiene sirviendo al sector cacaoero fortaleza del valle en el cantón bolívar?
- 2.- ¿Cuál fue la misión por la que se establece fortaleza del valle hace 5. Años en el cantón Bolívar?
- 3.- ¿Cuál considera usted ha sido la respuesta que los productores de cacao del cantón Bolívar le han brindado a esta organización?
- 4.- ¿Cuáles son los requisitos que debe tener un productor de cacao para formar parte de alguna organización de fortaleza del valle?
- 5.- ¿Cuál es la ventaja competitiva que tiene fortaleza del valle para con sus productores asociados?
- 6.- ¿Cuáles son los beneficios que ofrecen a los productores de cacao que se asocian a fortaleza del valle?
- 7.- ¿Qué tipo de incentivos brindan a los asociados por la excelencia en la calidad del cacao?
- 8.- ¿Cuál considera usted, la mayor fortaleza que tiene la organización?
- 9.- ¿Cuál cree usted que es el mayor inconveniente que encuentran los productores de cacao, que un no forman parte de esta organización?
- 10.- ¿Fortaleza del Valle, esta promoviendo grandes proyectos de inversión para sus asociados, nos podría indicar alguno de ellos?

ANEXO No. 6

INSTALACIONES DEL CENTRO DE ACOPIO FORTALEZA DEL VALLE EN EL CANTÓN BOLÍVAR



ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE LA CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE ING. BERTO ZAMBRANO



