



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

TÍTULO

LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y EL NIVEL DE VIDA EN LOS
HABITANTES DE LA COMUNIDAD CANAMBU DEL CANTÓN TENA
PERIODO 2016

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

Autora:

Sisa América Machoa Mamallacta

Tutor:

Econ. Eduardo Dávalos PhD.

Riobamba – Ecuador

Año: 2018

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor, y luego de haber revisado el desarrollo de la Investigación elaborada por Sisa América Machoa Mamallacta, C.I. 150099441-1, tengo a bien informar que el trabajo investigativo indicado cuyo Título es: “LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y EL NIVEL DE VIDA EN LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD CANAMBU DEL CANTÓN TENA PERIODO 2016.”, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el Tribunal designado.

Riobamba, 05 de marzo de 2018



Econ. Eduardo Dávalos PhD

TUTOR

CALIFICACIÓN DE TRABAJO ESCRITO

Proyecto de Investigación con el título “LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y EL NIVEL DE VIDA EN LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD CANAMBU DEL CANTÓN TENA PERIODO 2016 ”, realizado por Sisa América Machoa Mamallacta y dirigido por el Econ. Eduardo Dávalos aprobado por el Tribunal y ratificado con sus firmas.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Econ. Eduardo Dávalos PhD TUTOR	 Firma	<u>10</u> Nota
Ing. Alexander Vinueza PhD Miembro 1	 Firma	<u>9.8</u> Nota
Ms. Martha Romero Miembro 2	 Firma	<u>9.5</u> Nota

NOTA: 9.76 (SOBRE 10)

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Sisa América Machoa Mamallacta, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, sobre el tema; **“LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y EL NIVEL DE VIDA EN LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD CANAMBU DEL CANTÓN TENA PERIODO 2016”**, y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Sisa Machoa

150099441-1

DEDICATORIA

El presente Trabajo de tesis está dedicada a Dios y a mis queridos padres Carlos y Piedad, quienes fueron el pilar fundamental en mis estudios gracias a ellos he logrado culminar mi carrera.

A mis dos amores Tonny y Anthony gracias por esa confianza y amor. A mis suegros Juan y Matilde por el apoyo incondicional.

A mis queridos hermanos: Rene, Lidia, Edgar, Elena, Luisa, Jaime, Irma, Mery, Noé, Ceci, Lorena, Teresa, Carlos y Lupita por ser parte importante de mi vida y de una manera u otra me han apoyado mil gracias.

Sisa Machoa

AGRADECIMIENTO

A mi Dios quien siempre me guio el camino de lucha y por otórgame la sabiduría y la fuerza para alcanzar la meta.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por recibir las mejores enseñanzas. A todas las autoridades y docentes y en especial a la carrera de Ingeniería Comercial.

Un agradecimiento especial al Econ. Eduardo Dávalos por haberme dirigido con tanta paciencia y de manera acertada con sus conocimientos en el desarrollo del presente trabajo investigativo.

A la comunidad Canambu por facilitar la información necesaria.

Sisa Machoa

ÍNDICE GENERAL

INFORME DEL TUTOR.....	II
CALIFICACIÓN DE TRABAJO ESCRITO	III
DERECHOS DE AUTORÍA	IV
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS E IMÁGENES	X
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT	XIII
1. Introducción	1
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Justificación.....	3
1.3 Hipótesis.....	3
2. Objetivos	4
2.1 General	4
2.2 Específicos.....	4
3. Estado de arte	4
3.1.1 Antecedentes investigativo	4
3.1.2 Fundamentación teórica.....	6
3.1.3 Unidad I Comunidad Canambu	6
3.1.4 Reseña histórica	6
3.1.5 Croquis de la comunidad.....	7
3.1.6 Principios y valores	7
3.2 UNIDAD II COMERCIALIZACIÓN.....	8
3.2.1 Definición de comercialización.....	8
3.2.2 Comercialización de cacao en el Ecuador	8
3.2.3 Características de cacao	9
3.2.4 Cadena de valor de comercialización de cacao	9
3.2.5 Estudio de proceso de la comercialización.....	10
3.2.6 Canales de comercialización cacao	11
3.2.7 Componentes de los canales de comercialización	11
3.2.8 Análisis de los precios.....	12

3.2.9	Márgenes y precios de comercialización.....	12
3.2.10	Los intermediarios locales.....	13
3.3	UNIDAD III NIVEL DE VIDA.....	13
3.3.1	Definición nivel de vida.....	13
3.3.2	Importancia del nivel de vida.....	13
3.3.3	Factores que determinan el nivel de vida.....	13
3.3.4	Objetivo del nivel de vida.....	14
3.3.5	Características del nivel de vida.....	14
3.3.6	Elementos del nivel de vida.....	14
3.3.7	Componentes del nivel de vida.....	15
4.	Metodología.....	19
4.1	Método de investigación.....	19
4.2	Tipo de investigación.....	19
4.2.1	Documental.....	19
4.2.2	Campo.....	19
4.3	Diseño.....	20
4.3.1	No experimental.....	20
4.4	Población y muestra.....	20
4.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
4.5.1	Instrumentos.....	21
5.	Resultados y discusión.....	22
5.1	Resultados.....	22
5.1.1	Encuesta aplicada a los habitantes de la comunidad Canambu.....	22
5.2	Discusiones.....	42
5.3	Verificación de la hipótesis.....	44
6.	Conclusiones y recomendaciones.....	50
6.1	Conclusiones.....	50
6.2	Recomendaciones.....	51
7.	Bibliografía.....	52
8.	Anexos.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Componentes del nivel de vida de la comunidad Canambu	15
Tabla 2. Población.....	20
Tabla 3. Edad	22
Tabla 4. Integrantes de la familia.....	23
Tabla 5. Nivel de educación.....	24
Tabla 6. Producción de cacao por hectárea.....	25
Tabla 7. Comercialización del cacao	26
Tabla 8. Producción	27
Tabla 9. Frecuencia de comercialización de cacao.....	28
Tabla 10. Posibilidad de comercializar en el mercado nacional	29
Tabla 11. Nivel de ingresos.....	30
Tabla 12. Capacitación Técnica	31
Tabla 13. Capacitación Técnica	32
Tabla 14. Precios.....	33
Tabla 15. Extensión de terreno.....	34
Tabla 16. Integración a la organización	35
Tabla 17. Transporte	36
Tabla 18. Satisfacción	37
Tabla 19. Salud.....	38
Tabla 20. Seguridad Social	39
Tabla 21. Educación.....	40
Tabla 22. Vivienda.....	41
Tabla 23. Prueba de Normalidad.....	45
Tabla 24. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.....	45
Tabla 25. Valores de la distribución Chi-cuadrado.....	46
Tabla 26. Producción	47
Tabla 27. Satisfacción	47
Tabla 28. Frecuencia observada.....	47
Tabla 29. Frecuencia esperada	48
Tabla 30. Pruebas de chi-cuadrado	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS E IMÁGENES

Gráfico 1. Croquis de la Comunidad	7
Gráfico 2. Canales de comercialización.....	11
Gráfico 3. Elementos de nivel de vida de la comunidad Canambu.....	15
Gráfico 4. Edad	22
Gráfico 5. Integrantes de Familia.....	23
Gráfico 6. Nivel de educación.....	24
Gráfico 7. Producción de cacao por hectárea.....	25
Gráfico 8. Comercialización del cacao	26
Gráfico 9. Producción	27
Gráfico 10. Frecuencia de comercialización de cacao	28
Gráfico 11. Posibilidad de comercializar en el mercado nacional	29
Gráfico 12. Nivel de ingresos	30
Gráfico 15. Precios.....	33
Gráfico 16. Extensión de terreno	34
Gráfico 17. Educación	35
Gráfico 18. Transporte	36
Gráfico 19. Satisfacción.....	37
Gráfico 21. Seguridad Social	39
Gráfico 22. Educación	40
Gráfico 23. Vivienda.....	41

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta.....	54
Anexo 2. Encuesta.....	56
Anexo 3. Fotografías.....	57

PALABRAS CLAVES

- ❖ Comercialización
- ❖ Márgenes de precios
- ❖ Canales de distribución
- ❖ Intermediarios
- ❖ Nivel de vida
- ❖ Salud
- ❖ vivienda

RESUMEN

El estudio consiste en analizar la comercialización de cacao y su incidencia en el nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena en el periodo 2016. La población de estudio es de 87 cacaoteros, mismos que fueron sometidos al proceso de recopilación de información primaria. Se elaboró la hipótesis afirmativa en que la comercialización de cacao incide en el Nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del Cantón Tena, periodo 2016. Siguiendo el lineamiento metodológico, se realizó los respectivos cuestionarios para aplicar las entrevistas y encuestas, se fotografió cada sitio de interés, se procesó la información y se comparó con la hipótesis, concluyendo así que debido a factores de producción anti técnica y venta del producto a los intermediarios, es por falta de organización entre los productores, ente regulador controlador del mercado, para buscar nuevas alternativas de comercio que dificultan establecer un precio acorde al costo de producción. Se determinó que la incidencia en la calidad de vida de los habitantes de la Comunidad Canambu se ve altamente afectada derivando en un nivel de vida bajo. Por ende, para mejorar la comercialización es necesaria la intervención de las autoridades mediante acuerdos con las empresas para que se comercialice con precio regulado, con el cambio de nivel de vida bajo a nivel de vida aceptable.

ABSTRACT

This study consists in the analysis of the commercialization of cocoa and its influence on the quality of life of the inhabitants of the Canambu community in Tena Canton, in 2016. The population under study consists of 87 cocoa farmers, the same ones who were included in the initial process of data collection and analysis. An affirmative hypothesis was developed, regarding the positive influence of cocoa commercialization on the quality of life of the Canambu farmers in 2016. Following the established methodology, a questionnaire was developed to serve as the basis for interviewing and use as surveys, each site of interest was photographed. The information was processed and the results were compared with the initial hypothesis. This led to the conclusion that owing to low-technology production and the sales of the product to intermediaries, and the lack of coordination amongst the cocoa producers. Therefore, an intervention of a controlling entity is needed to regulate the market, normalize the price and look for new ways of commercialization. It was determined that the cocoa trade has an important influence on the quality of life of the inhabitants of the community of Canambu, as their quality of life is generally low. In order to enhance the trading conditions, the authorities should intercede and establish agreements with buyers, so that cocoa could be sold at a regulated price, which would lead from a low quality of life to an acceptable one.



Reviewed by: López, Ligia

LANGUAGE CENTER TEACHER



1. Introducción

El precio internacional del cacao se caracteriza por sus constantes fluctuaciones a lo largo de los años producidas por cambios bruscos en la oferta y la demanda (debido a factores climáticos o de plagas) por las reservas disponibles, por la especulación que se registra en los mercados secundarios y por la concentración del número de empresas que comercializan y transforman el cacao en el mundo; lo que ha generado un oligopolio que maneja el precio internacional. (González, 2007)

El cultivo de cacao en nuestro país es una fuente de ingreso fundamental, especialmente para muchas familias de las comunidades del cantón Tena. Se considera trascendental ya que representa el agricultor como comerciante esencial para el desarrollo socioeconómico, ya es fundamental en la actualidad la comercialización a precios convenientes para el agricultor y el empresario. Realización de actividades comerciales que se encauzan el flujo de mercancías y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario (Vergara, 2012)

En la actualidad la comercialización de cacao en el Ecuador es muy trascendental ya que es un producto de exportación muy cotizado, posicionándose como uno de los mejores del mundo, por ello los cacaoteros se enfocan en ofrecer productos de gran variedad y calidad para obtener la aceptación de los mejores mercados en el ámbito nacional e internacional.

El objetivo principal del presente proyecto de investigación es, determinar que la comercialización regulada permite mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad Canambu a la vez buscar alternativas para mejorar el comercio justo de sus productos.

1.1 Planteamiento del problema

Si bien la exportación de cacao desde el país hacia el resto del mundo es de gran importancia, en el Ecuador aún sigue existiendo pequeñas explotaciones cacaoteras de relegada importancia para el comercio exterior.

La comercialización del cacao es la actividad económica principal de la comunidad Canambu, misma que sostiene económicamente a las familias. Los productores de cacao de la comunidad, no cuentan con sistemas de producción técnica, no cuentan con silos de acopio, no existe una producción de modelo económico-asociativo se realizan la venta del producto a los intermediarios sin que exista la intervención de los entes de regulación y control del mercado, derivando en que se vean los pobladores afectados en los niveles de vida. Las producciones no tienen ingresos económicos necesarios para satisfacer sus necesidades básicas que permitan el crecimiento y desarrollo en la Comunidad.

Los productores de cacao sostienen su esquema administrativas de manera empírica, además no cuentan con la aplicación de estrategias y mecanismos de comercialización, no se aplica un sistema de control de costos por lo que se desconoce cuál es su rentabilidad.

1.2 Justificación

Es importante indicar que esta investigación nos ayuda a conocer sobre la situación que actualmente que viven las familias productoras de cacao en la comunidad Canambu del cantón Tena.

Las familias de la comunidad, se dedican a cultivar como plátano, yuca, maíz, y otros productos para el consumo familiar, también para la comercialización. Esto ha hecho que los habitantes dela comunidad tengan ingresos económicos limitados, por tal razón existe la necesidad de diversificar los sistemas de producción, cuya alternativa es la producción y comercialización de cacao con precio regulado para mejorar las condiciones de vida de las familias en la comunidad Canambu del cantón Tena.

También esta investigación se realiza ante la inherente necesidad de realizar el levantamiento de información estadística sobre la comercialización del cacao y nivel de vida existente en las comunidades productoras en el Cantón Tena, provincia de Napo, partiendo en la comunidad Canambu. Con esta recopilación de información se aportará a establecer datos reales y actuales de la situación en mención debido a que se comprobará una hipótesis que relaciona directamente el comercio con el nivel de vida.

La importancia de atender a los habitantes de la comunidad en cuanto a fortalecimiento de sus capacidades de gestión, la aplicación de diversos mecanismos de comercialización y que aseguren y generen rentabilidad para los agricultores de cacao, es esencial para promover y fomentar una mayor participación hacia el progreso y desarrollo de las comunidades rurales.

1.3 Hipótesis

La Comercialización de cacao incide en el Nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena, periodo 2016.

2. Objetivos

2.1 General

Analizar la comercialización de cacao y su incidencia en el nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena periodo 2016.

2.2 Específicos

- ❖ Diagnosticar la comercialización de cacao que tienen los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena.
- ❖ Determinar la comercialización y su efecto en el nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena.
- ❖ Demostrar la incidencia en el nivel de vida en los habitantes en la comercialización de cacao de la comunidad Canambu del cantón Tena.

3. Estado de arte

3.1.1 Antecedentes investigativo

En la comunidad Canambu no existen antecedentes de haberse realizado: un proyecto: en la Comercialización de cacao y su nivel de vida en los habitantes en el sector, sin embargo he podido recopilar temas relacionados a la comercialización de cacao y su incidencia al desarrollo económico y temas a fines.

Para efecto del presente proyecto de titulación, se ha tomado trabajos relacionados a las instituciones superiores, papers, archivos de la red y los archivos documental de la biblioteca virtual de la universidad nacional de Chimborazo, temas relacionados con el proyecto a desarrollarse.

El trabajo de titulación realizada por Ramirez, Paulina (2017) en la Universidad Técnica de Ambato, sobre “La producción, comercialización de cacao y el desarrollo económico de la parroquia La Esmeralda – cantón Montalvo” lo cual busco la solución a este problemática con los siguientes

planteamiento de: bajos niveles de producción y calidad de cacao, Bajos ingresos económicos, baja calidad de vida de los productores y desconocimiento de canales de comercialización la presente investigación tuvo como objetivo a Evidenciar como se da la producción y comercialización del cacao en la Parroquia la Esmeralda – Cantón Montalvo y como esto aporta en el desarrollo económico social.

Otro de los trabajos Vargas, Jhon (2015) en la Universidad Nacional de Loja; con el tema de proyecto de investigación; “Mecanismos de comercialización en la agricultura familiar y su incidencia en el nivel de vida de las familias rurales del cantón Saraguro, provincia de Loja, año 2014”, el problema básico del estudio, no contar con maquinarias agrícolas para la producción, el empleo de la mano de obra familiar en la producción de alimentos, dada una demanda al trabajar la tierra con prácticas agrícolas basadas en técnicas empleadas por sus antecesores en la Agricultura Familiar.

En una de las investigacion tomados del paper desarrollados por los siguientes autores Nuñez Olvera, J., Lomely Rodriguez,S., Cabral Parra, R., Cuellar Hernandez, H., y Noriega Garcia, M., (2016) En una investigación del tema: Productividad, comercialización y calidad de vida en los productores lecheros de la Ciénega de Jalisco, México, el estudio fue las condiciones existentes en la productividad, comercialización y calidad de vida, obtuvo los siguientes resultados: el priorizar y apuntalar la producción familiar, rescatar los recursos genéticos y respaldar la investigación científica. Es fundamental considerar y/o dimensionar la importancia para el futuro agropecuario del país de las regiones del sur y sureste, donde hay agua suficiente y tierra fértil, pero falta educación y planes integrales de asistencia técnica y uso adecuado de tecnologías innovadoras a la par de canales de comercialización y distribución adecuada y/o funcional.

3.1.2 Fundamentación teórica

3.1.3 Unidad I Comunidad Canambu

3.1.4 Reseña histórica

El centro indígena San Pedro de Sumino fue una organización de primer grado mediante el acuerdo ministerial N° 0115, con fecha 13 de enero de 1977: de idioma Kichwa que contaba con 34 familias y con un número de 218 habitantes y sus ingresos económicos lo obtienen por medio de la producción tradicional de sus cultivos los mismos que lo transportan por caminos de herradura. Mediante el que se procede a cambiar la denominación por la Comunidad Kichwa Ñucanchi Allpa de “Canambu” procede a formar parte del CONSEJO DE DESARROLLO DE LAS NACIONALIDADES Y PUEBLOS DEL ECUADOR CODENPE, lo cual fue aprobada mediante acuerdo número 1047 en el año 1980, luego siguió creciendo, conocida actualmente cuenta con 78 familias con 420 habitantes los que se organizaron para poder alcanzar la personería jurídica, la misma que llegaría del INDA, el mismo fue encargado por el MAGAP, mediante Acuerdo Ministerial N° 1150115 del 13 de Enero de 1987.

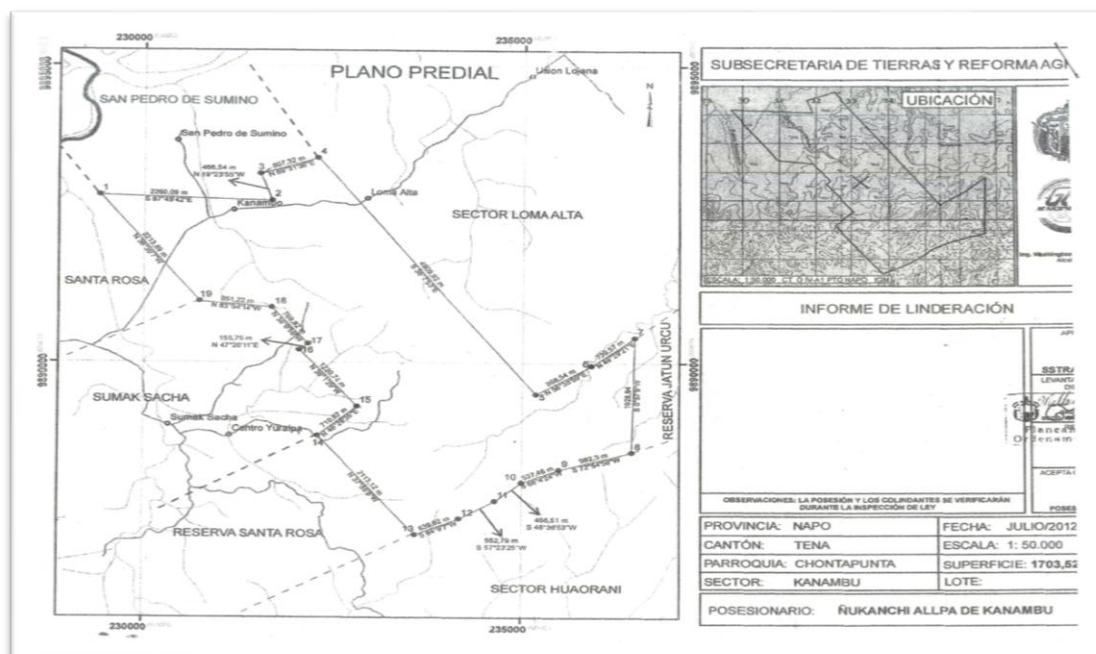
Los habitantes de Canambu se identifica como una comunidad Kichwa Indígena, amazónico, practican sus culturas ancestrales como: lengua, celebración, música, danza, medicina, gastronomía tradicional y valores que fortalecen su identidad comunitaria. Es una comunidad agrícola que cultivan los productos para el consumo familiar y para la comercialización que son: cacao, maíz, café, yuca y plátano.

Es una zona petrolera por la existencia del bloque 21 lo cual se dio sus inicios entre 1993-1994 que después fue administrada por PERENCO, hoy PETROAMAZONAS. Ha generado los ingresos para el Estado, los pobladores pueden trabajar en la Compañía y mejorar sus ingresos; se construyen anillos viales que facilitan sacar los productos agrícolas a los mercados. Sin embargo

afecta de la pérdida de la biodiversidad, Se genera contaminación ambiental de aguas, suelo y aire (Consultora, 2014)

3.1.5 Croquis de la comunidad

Gráfico 1. Croquis de la Comunidad



Fuente: Comunidad Canambu, (2017)

Elaboración propia, (2017)

3.1.6 Principios y valores

Principios

- ❖ **Comunalidad:** Vivir junto con los mismos derechos, convivencia comunitaria.
- ❖ **Solidaridad:** Organización comunitaria ayudar a los más necesitados
- ❖ **Interculturalidad:** Prevaler nuestra cultura Kichwa

Valores ancestrales de la comunidad

- ❖ Honestidad
- ❖ Respeto

- ❖ Justicia
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Inclusión
- ❖ Solidaridad
- ❖ Ama shua , ama llulla , ama killa

3.2 UNIDAD II COMERCIALIZACIÓN

3.2.1 Definición de comercialización

“La comercialización es un conjunto de actividades desarrolladas por productores, organizaciones, empresas e intermediarios con el fin de facilitar la venta de un producto. Es el intercambio o trueque que se realiza cuando una persona desea adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero.” (Aguilar & Lutheran, 2013)

3.2.2 Comercialización de cacao en el Ecuador

En el país se cultivan dos tipos de cacao: el Cacao CCN-51 y el denominado Cacao Nacional. Es un Cacao Fino de Aroma conocido como 'Arriba', desde la época colonial. Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento del mercado mundial un 63% de acuerdo con las estadísticas de Pro Ecuador. (Guerrero, 2013, pág. 45)

La comercialización de cacao se lleva a cabo a través de asociaciones de productores, intermediarios, comisionistas y exportadores. La estructura de los canales de comercialización de cacao difiere de una región a otra. (Guerrero, 2013)

Es de gran relevancia mencionar que el mercado de este producto es tan bueno que debido a esto se vende todo lo que se produce. La gran importancia de cacao en el Ecuador se ha podido exportar el producto y ha llegado a tener una excelente acogida. Nuestra historia registra las primeras exportaciones a inicios del siglo XVII. En 1630 se reportaron envíos de 30 a 40 mil sacas de 60 Kg. Hoy

ocupamos el puesto 7 a nivel general y somos el primer exportador mundial de Cacao Fino de Aroma, entregando un 65% de la oferta total de este cacao. (González, 2009). (Romero, Fernandez, Macias, & Zuniga, 2016)

Los productores de cacao en cantón Tena existen más de 850 que pertenecen a una asociación pero el resto se venden sus productos individualmente a intermediarios que dependen de este producto para la economía campesina según los habitantes de las comunidades rurales.

3.2.3 Características de cacao

El cacao es una fruta de origen tropical, su árbol tiene flores pequeñas y pétalos largos, su fruto es alargado, aparece en la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Dependiendo del tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo. El grano está cubierto de una pulpa rica en azúcar con la que se puede hacer jugo y el grano transformado en chocolate tiene un agradable sabor. (Pro-Ecuador, 2016)

- ❖ Cacao Fino de Aroma, conocido también como Criollo o Nacional cuyo color característico es el amarillo, posee un aroma y sabor único, siendo esencial para la producción del exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial. (Pro-Ecuador, 2016)
- ❖ Cacao CCN-51, conocido también como Colección Castro Naranjal cuyo color característico es el rojo. Además es reconocido por sus características de alto rendimiento para la extracción de semielaborados, ingredientes esenciales para la producción a escala de chocolates y otros. (Pro-Ecuador, 2016).

3.2.4 Cadena de valor de comercialización de cacao

El cacao es un producto que se comercializa en todo el mundo y que está conectado a una cadena de valor larga y compleja que termina en algún producto de chocolate a la venta en las tiendas minoristas de todo el mundo. (Swisscontact, 2016)

El proceso de productivo del cacao en nuestro país se inicia con una etapa de observación, donde persigue los procesos de producción, comercialización para que llegue a la industrialización la cadena de valor. La exportación de cacao es trascendental que tiene la importancia en el desarrollo económico que ayuda al sector rural que son las comunidades. Donde los pequeños productores de cacao y compradores o empresarios que benefician la oportunidad que brinda el mercado cacaotero.

Para la comercialización cacao los pequeños productores para el proceso de secar cacao utilizan las marquesinas pequeñas luego dirigir al intermediario según el destino de ventas o también se negocia con el mercado nacional.

3.2.5 Estudio de proceso de la comercialización

Según CONACADO, dice a continuación una síntesis de las técnicas del proceso de comercialización de cacao.

- ❖ **Época de cosecha:** Durante el año cacaotero (1 de octubre al 30 de septiembre, en nuestro país), hay dos cosechas principales de cacao. En invierno (entre octubre y febrero), cosechamos el 20% de nuestro cacao y en la cosecha de verano (entre marzo y julio), el 80%.
- ❖ **Maduración de las mazorcas:** El tiempo de maduración de las mazorcas, desde la floración hasta la cosecha, es de unos 5 a 6 meses.
- ❖ **Cosecha:** Cosechamos las mazorcas cuando están completamente maduras. En este momento el cacao tiene la máxima concentración de azúcar. La cosecha la realizamos con cuchilla o machete bien afilado para evitar dañar los cojines florales y prevenir heridas en la planta.
- ❖ **En tiempos de alta producción,** cosechamos cada 15 días para evitar el sobre-maduración y germinación de las almendras.
- ❖ **Clasificación de la cosecha:** Durante la cosecha, separamos las mazorcas con grado óptimo de madurez de aquellas sobre-maduras y verdes, así como de aquellas atacadas por alguna plaga o enfermedad.

- ❖ **Secado:** Mediante el aprovechamiento de la radiación solar que es la fuente de calor más barato y seguro para el cacaocultor, para la cual se utilizan estructuras techadas con plásticos, el cual consiste en reducir la humedad con que sale el grano de cacao. (CONACADO, s.f.)

3.2.6 Canales de comercialización cacao

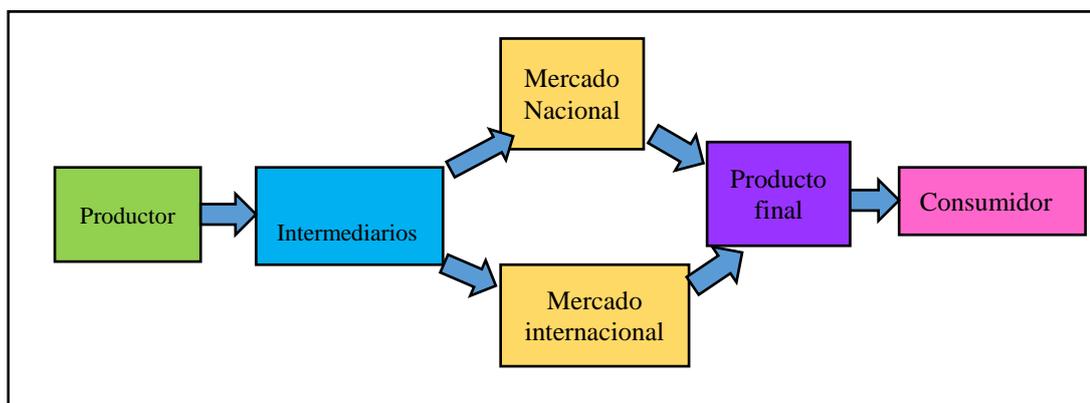
La comercialización del cacao en la comunidad Canambu cuenta:

- ❖ **Mediadores:** son intermediarios que compran cacao en pie de las fincas.

Los productores organizados tendrán mayor ventaja, el acceso a la negociación del producto en forma directa con las gestoras intermediarias, el cual seguirá el proceso como puede demostrar en este gráfico.

La producción de cacao de la comunidad y los productores

Gráfico 2. Canales de comercialización



Elaboración propia. (2017)

3.2.7 Componentes de los canales de comercialización

Según Debitoor, los elementos implicados dentro de un canal de comercialización suelen ser el productor, mayorista, minorista y consumidor final.

Productor

Es el que produce sus productos y comercializa a los intermediarios

Minorista

También conocido como detallista, son empresas pequeñas que compran el producto o al productor o al mayorista para venderlo al consumidor final. Es el último eslabón del canal de distribución.

Un minorista tiene un contacto directo con el cliente final, por ello, puede influir enormemente en las ventas de los productos que están comercializando.

Mayorista

Empresas con gran capacidad de almacenamiento que compran al productor para revender el artículo. (Debitoor, s.f.)

3.2.8 Análisis de los precios

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. (Mercado Vargas & Palmerín Cerna, 2007)

3.2.9 Márgenes y precios de comercialización

El margen de intermediación para el cacao cnn51 y aroma fino, medido entre el precio al mayoristas .ha disminuido durante el periodo enero de 2017 debido a la caída de precios de cacao a nivel internacional.

El 6 abril del presente año el margen de intermediación correspondía a 94 dólares por quintal pero a los pequeños productores fue a 50 dólares el quintal (equivalente a 0,50 centavos por libra) el precio mantiene en 0,50 centavos de dólar para los productores lo que significa el margen de intermediación que ascendía para los intermediarios el 46% de los precios.

3.2.10 Los intermediarios locales

Los intermediarios corresponden a aquellas que adquieren sus productos a proveedores fuera de la central de abastecimiento para luego transportar la mercadería y venderla dentro de este mercado mayorista. (Boitano, 2011, pág. 67)

Los intermediarios participan de la cadena de comercialización, ellos se encargan de adquirir el producto a los pequeños agricultores y lo vuelven a vender a una asociación cacaotera o a mayorista que dará el valor agregado al producto. Sin embargo los intermediarios son los que aprovechan el 30% de la compra a los productores de cacao a un precio bajo, del precio normal.

3.3 UNIDAD III NIVEL DE VIDA

3.3.1 Definición nivel de vida

El nivel de vida se determina según el acceso que tiene la población a la educación, alimentación, vestimenta, vivienda, y los servicios de salud para satisfacer sus necesidades, es así como se clasifica en riqueza y pobreza.

3.3.2 Importancia del nivel de vida

El nivel de vida es muy importante, debido a que según nuestro ingreso es la satisfacción de nuestras necesidades básicas, permitiendo así el desarrollo económico, social y emocional de todas las personas en la sociedad.

3.3.3 Factores que determinan el nivel de vida

Según Celade: Los factores que determinan el nivel de vida son:

- a) Factores materiales: Los recursos que cada individuo tiene (Ingresos disponibles, salud, educación, posición en el mercado de trabajo etc.)
- b) Factores ambientales: son las características de la comunidad. (Servicios públicos seguridad, transporte, áreas públicas, nuevas tecnologías, características del hogar etc.)

- c) Factores de relacionamiento: las relaciones con la familia y la comunidad y buena convivencia en la sociedad (religiones, razas, edades).
- d) Políticas gubernamentales: todo aquellas políticas que realiza el gobierno para mejorar las condiciones de vida, también considerar la perspectiva social. (CELADE, 2002)

3.3.4 Objetivo del nivel de vida

El objetivo de nivel de vida es reconocer el derecho a un nivel de vida adecuado que puedan acceder a los recursos indispensables de subsistencia, es decir, a la alimentación, al vestido, la vivienda y a los servicios de asistencia médica y social., de modo equitativo, sin tener en cuenta la ubicación geográfica ni las poblaciones y a una mejora continua de las condiciones de vida. (Barahona, s.f.)

3.3.5 Características del nivel de vida

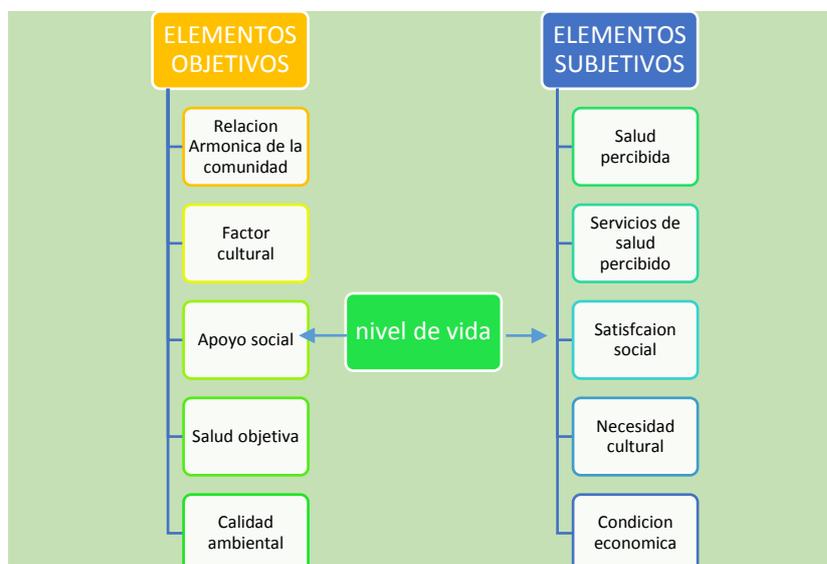
Concepto subjetivo: cada persona tiene un significado de la calidad de vida de como sentir la felicidad dependiendo de la disciplina de uno mismo.

Concepto universal: Dimensiones de la calidad de vida con valores habituales, y también representado a la cultura Kichwa.

3.3.6 Elementos del nivel de vida

Los elementos esenciales para la calidad de vida de los habitantes de la comunidad Canambu Objetivo subjetivo

Gráfico 3. Elementos de nivel de vida de la comunidad Canambu



Elaboración propia. (2017)

3.3.7 Componentes del nivel de vida

Tabla 1. Compontes del nivel de vida de la comunidad Canambu

N°	COMPONENTES DE NIVEL DE VIDA DE LOS HABITANTES DE CANAMBU
1	Salud
2	Vivienda
3	Alimentación
4	Vestimenta
5	Educación
6	Trabajo
7	Seguridad social

Elaboración propia. (2017)

Salud

El concepto de salud humana y su significado e implementación, deben ser de extrema importancia en cualquier sociedad. El acceso a la salud es un derecho inalienable del ser humano y su violación debería ser, en la práctica, fuertemente repudiada y penada. La salud de la población hace en su esencia, a la ética, a la

calidad de vida, al grado de desarrollo y a la viabilidad de esa población (Melendi, s.f.)

La salud es un derecho indispensable para todas las personas, en el cual el ser humano desempeña todas las funciones donde pueda desarrollar sus actividades físicas y mentales, en donde pueda enfrentar las situaciones sin ningún problemas ya que es consciente de asumir con sus propias dificultades.

Vivienda

Según (INEC, 2010), existen tres tipos de vivienda:

Vivienda particular.- Es el lugar de alojamiento separado e independiente, destinado para que vivan uno o más hogares. Estas viviendas pueden estar ocupadas, desocupadas o en construcción.

Vivienda colectiva.- Es un lugar de habitación estructuralmente separado e independiente, destinado a alojar a un conjunto de personas, generalmente sin vínculos familiares y que hacen vida en común por razones de disciplina, de salud, de enseñanza, de vida religiosa, de trabajo u otras, tales como: reformatorios, cárceles, hospitales, sanatorios, asilo de ancianos, internados, conventos, hoteles, residenciales, pensiones, hospicios, cuarteles, campamentos militares y otros locales de alojamiento similares.

Sin Vivienda.- Se empadronan a personas que no disponen de vivienda o viven en las calles, son conocidos como indigentes, generalmente deambulan en las calles.

Se puede observar, al aporte del INEC donde menciona claramente el significado de viviendas donde habitan las personas ya sea individual o colectiva, donde pueden alojarse bajo un techo de manera segura, no necesariamente debe ser un hogar familiar. (INEC, 2010)

Educación

Según (Platón, 2003) la educación es un proceso de la vida.

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarnos, somos capaces de asimilar y aprender conocimientos. En el caso de los niños, la educación busca fomentar el proceso de estructuración del pensamiento y de las formas de expresión. Hoy por hoy, podemos hablar de la educación permanente o continua que establece que el proceso educativo, no se limita a la niñez y juventud, sino a que los seres humanos debemos adquirir conocimientos a lo largo de toda nuestra vida.

La educación se basa en un proceso continuo en la vida de cada individuo, es un derecho para adquirir conocimientos. Una perspectiva a la educación es cuando la persona dirige a la sociedad de manera adecuada con buenos modales a lo largo de nuestras existencias ya que es rutina diaria en la actualidad. (Platón, 2003)

Alimentación

“se puede decir que este es el proceso mediante el cual los seres vivos consumen diferentes tipos de alimentos con el objetivo de recibir los nutrientes necesarios para sobrevivir. Estos nutrientes son los que luego se transforman en energía y proveen al organismo vivo que sea de aquellos elementos que requiere para vivir. La alimentación es, por tanto, una de las actividades y procesos más esenciales de los seres vivos ya que está directamente relacionada con la supervivencia.” (Bembibre, 2009)

La alimentación es un consumo de diversos alimentos que pueden adquirir cada persona según la necesidad y el alcance de su ingreso para satisfacer su necesidad, también es importante para la salud de cada individuo y alcanzar el nivel de vida.

Vestimenta

Conjunto de prendas que se utilizan para cubrir el cuerpo, sin exponer el contacto del frío y de sol. También evitar mostrar al público, para caracterizar el estilo de vida.

Trabajo

Según la Constitución de la República del Ecuador, (2008) Sección octava. Trabajo y seguridad social Art.33.- “El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.”

El trabajo es una actividad, que cada ser humano realiza para progresar y satisfacer las necesidades humanas, dicha actividad genera economía para sustento de todos mediante el esfuerzo físico y mental. También un derecho que el ser humano debe realizar para sobrevivir.

Seguridad Social

Según la Constitución de la República del Ecuador, (2008) Sección octava. Trabajo y seguridad social Art. 34.-“El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.”

Es un derecho que se refiere al bienestar de las personas principalmente en la necesidad de protección social, en las problemáticas como es salud para garantizar la vida de una persona.

4. Metodología

4.1 Método de investigación

Método

La metodología que se empleó en la presente investigación fue específicamente el método Hipotético deductivo, debido a que partimos de un planteamiento del problema a través de la observación, mismas que llevará plantear una hipótesis en que la Comercialización de cacao incide en el Nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena, periodo 2016, prosiguiendo con la recopilación de datos primarios, procesamiento y análisis de los mismos para realizar la comparación teórica con la empírica, para consecuentemente aceptar o refutar la hipótesis planteada anteriormente.

4.2 Tipo de investigación

Por los objetivos que se pretende alcanzar la presente investigación es de carácter Cualitativa aplicada, fue el punto de partida para percibir el problema se caracteriza por ser de campo, descriptiva, exploratoria, explicativa. Mientras la investigación cuantitativa fundamentó su búsqueda en las causas, persiguiendo en control y la explicación del trabajo de los habitantes de la comunidad.

4.2.1 Documental

Es documental, porque las fuentes de información se obtuvieron de los documentos anteriores y estudios ya realizados.

4.2.2 Campo

La investigación se ejecutó en un lugar determinado en este caso en la Comunidad Canambu, recopilando información primaria mediante la aplicación de entrevistas y encuestas.

4.3 Diseño

4.3.1 No experimental

Por la naturaleza y complejidad del problema que se va a investigar, es no experimental, ya que en el proceso no existió una manipulación de las variables, es decir el problema a indagar fue estudiado tal como se da en su contexto.

4.4 Población y muestra

Población

La población involucrada en la presente investigación cuenta con los productores de cacao siendo:

Tabla 2. Población

ÁREA	NÚMERO DE PRODUCTORES
Productores de cacao	87
TOTAL	87

Elaboración propia. (2017)

Muestra

En la presente investigación se trabajó con la totalidad de la población.

4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el procesamiento y análisis de esta investigación se empleó técnicas como, la encuesta, entrevista y la observación directa que sirvieron para el desarrollo del proyecto, mismas que facilitaron la obtención de información primaria directamente de la fuente.

Observación directa. - Se aplicó esta técnica por tratarse de un trabajo de campo, se evidencia en el registro fotográfico de las visitas efectuadas al área de estudio.

Encuesta. - A fin de recabar información clara sobre el problema a investigarse, se aplicó un cuestionario sobre la comercialización de cacao y el nivel de vida a los habitantes de la comunidad.

Entrevistas.- La comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes, se aplicó un cuestionario de preguntas sobre la Comercialización y el nivel de vida en la comunidad Canambu.

4.5.1 Instrumentos

- ❖ Observación
- ❖ Encuesta (cuestionario)
- ❖ Entrevistas (cuestionario)

5. Resultados y discusión

5.1 Resultados

5.1.1 Encuesta aplicada a los habitantes de la comunidad Canambu

Datos generales

EDAD

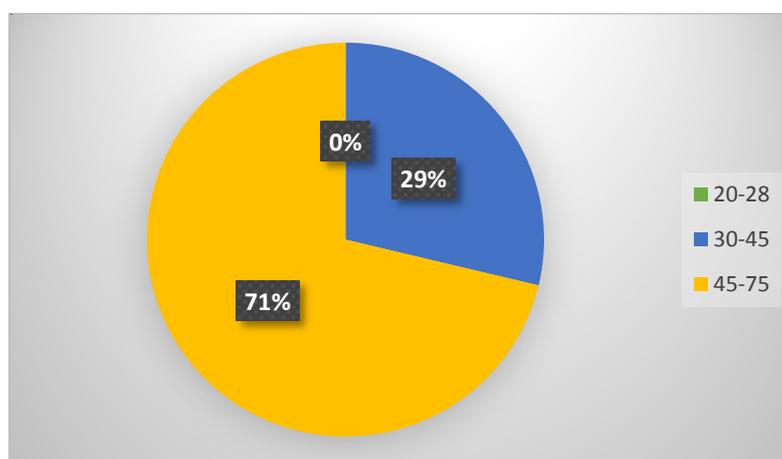
Tabla 3. Edad

ALTERNATIVA	Frecuencia	porcentaje
20-28	0	- %
30-45	25	29 %
45-75	62	71 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu

Elaboración propia. (2017)

Gráfico 4. Edad



Fuente: Tabla N° 3

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: con respecto a las edades el 29 % de la población de encuestados representa a 30 a 45 años, el 71 % de los habitantes pertenecen de 45 a 75 años en el rango de edades, resultados que reflejan que los productores de cacao se encuentran en este segmento mayoritariamente.

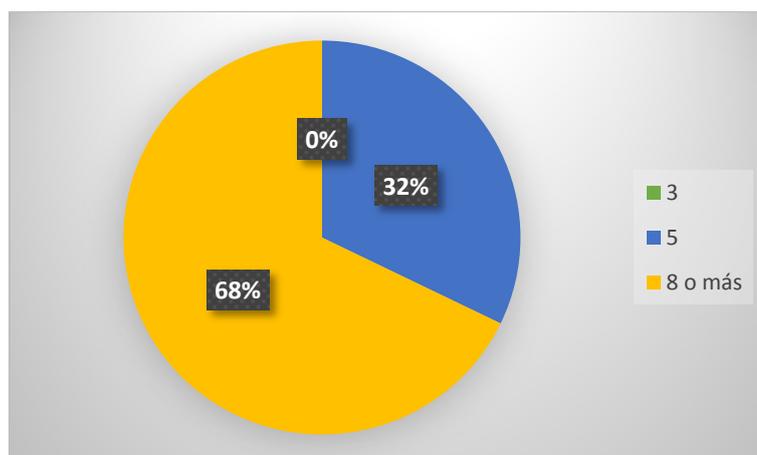
INTEGRANTES DE FAMILIA

Tabla 4. Integrantes de la familia

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
2 a 5	0	- %
5 a 8	28	32 %
8 o más	59	68 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 5. Integrantes de Familia



Fuente: Tabla N° 4
Elaboración propia. (2017)

Análisis e Interpretación: El 68 % de los encuestados indican que las familias son de 8 o más integrantes, el 32% son de 5 personas en la familia. Se concluye que las habitantes de Canambu consisten familias con 8 o más integrantes mínimo, que necesitan mayor ingreso económico para el sustento familiar.

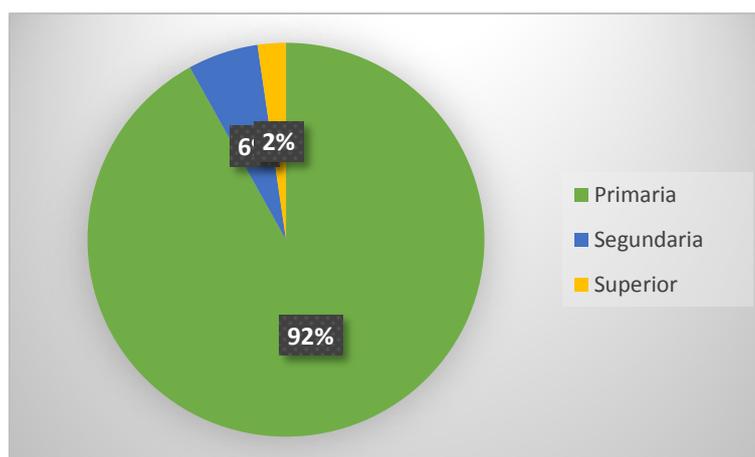
NIVEL DE EDUCACIÓN

Tabla 5. Nivel de educación

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	80	92%
Secundaria	5	6%
Superior	2	2%
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 6. Nivel de educación



Fuente: Tabla N° 5
Elaboración propia. (2017)

Análisis e Interpretación: con respecto al nivel de educación de los habitantes de Canambu el 92 % de la población tuvo acceso a la educación primaria, el 6 % de nivel secundaria y el restante de 2 % se accedió a la educación superior. Se puede manifestar que los habitantes de la comunidad tienen el acceso a la educación primaria a pesar de las condiciones económicas, a la educación secundaria no han tenido acceso años atrás.

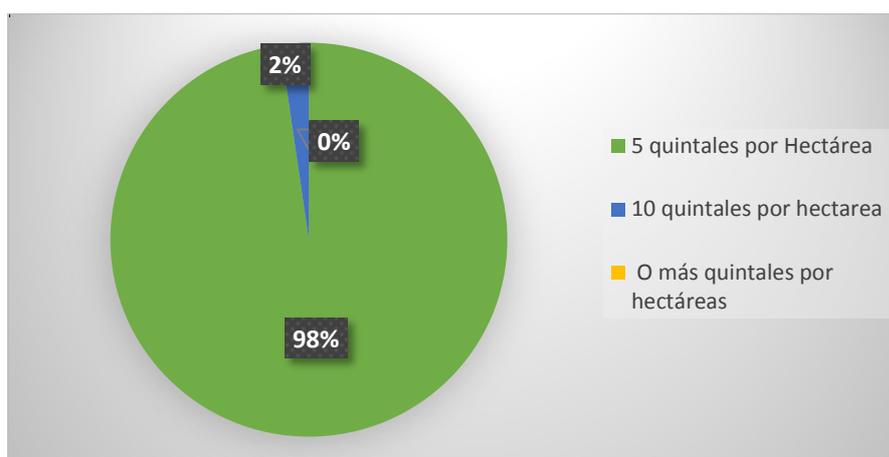
1. ¿Cuál es la producción de cacao por hectárea?

Tabla 6. Producción de cacao por hectárea

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
5 quintales por Hectárea	85	98 %
10 quintales por hectárea	2	2%
O más quintales por hectáreas	0	-%
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 7. Producción de cacao por hectárea



Fuente: Tabla N° 6
Elaboración propia. (2017)

Análisis e Interpretación: según los resultados obtenidos por las encuestas, el 98 % de los habitantes manifiestan que la producción de cacao por hectárea es de 5 quintales y un 2 % respondieron de manera diferente. Se puede evidenciar que la producción de cacao por hectárea es muy baja.

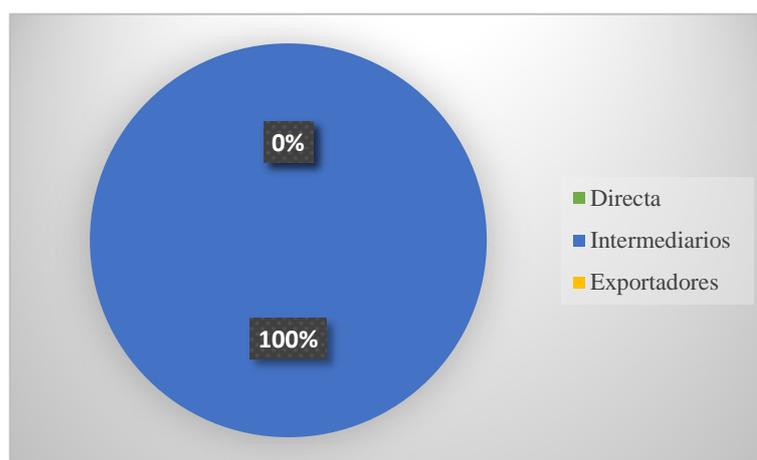
2. ¿La producción de cacao lo vende de manera?

Tabla 7. Comercialización del cacao

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Directa	0	- %
Intermediarios	87	100 %
Exportadores	0	- %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 8. Comercialización del cacao



Fuente: Tabla N° 7
Elaboración propia. (2017)

Análisis de interpretación: según las respuestas obtenidas de los encuestados, el 100 % respondieron que comercializan el cacao a los intermediarios. Se puede observar que los agricultores comercializan el cacao con los intermediarios, los productores aceptan el precio que ofrecen los intermediarios esto se debe a falta de conocimientos de precios de cacao en el mercado nacional.

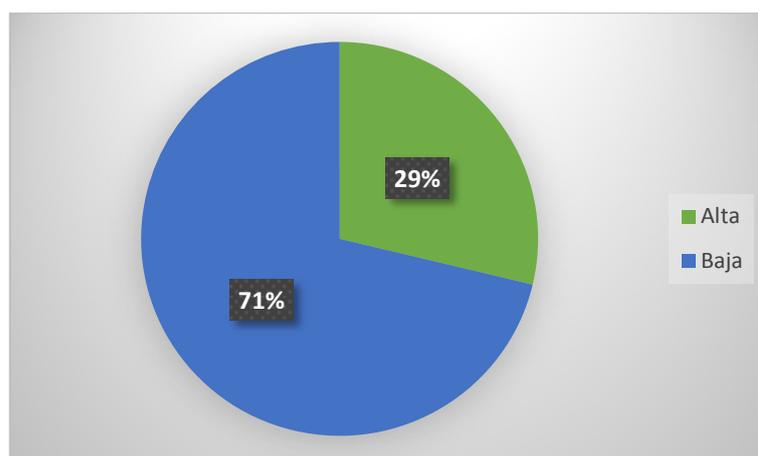
3. ¿La producción que usted obtiene por la cosecha de cacao?

Tabla 8. Producción

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Alta	25	29 %
Baja	62	71 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 9. Producción



Fuente: Tabla N° 8
Elaboración propia. (2017)

Análisis e Interpretación: para el 38% de los habitantes de la comunidad manifiestan la producción que obtiene por la cosecha de cacao es alta y el 62 % consideran su cosecha es baja por lo que no son tecnificados su producción de cacao.

4. ¿Con que frecuencia comercializa la producción de cacao?

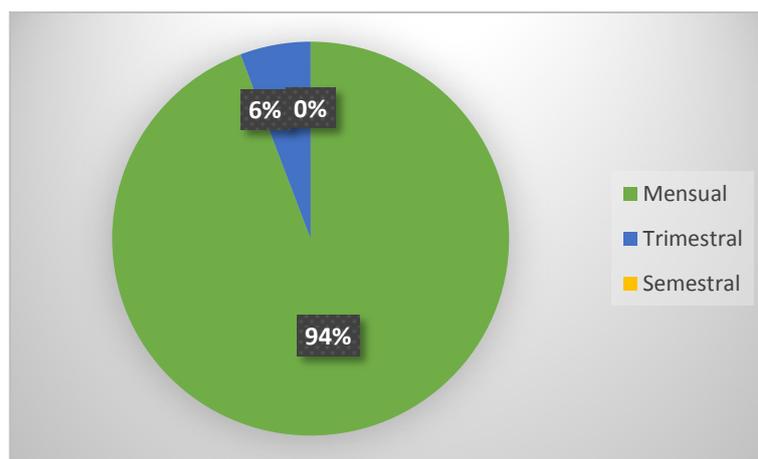
Tabla 9. Frecuencia de comercialización de cacao

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	82	94 %
Trimestral	5	6 %
Semestral	0	- %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu

Elaboración propia. (2017)

Gráfico 10. Frecuencia de comercialización de cacao



Fuente: Tabla N° 9

Elaboración propia. (2017)

Análisis e Interpretación: el 94 % de los habitantes de la comunidad responden que la producción de cacao se comercializa mensualmente ya que no cuentan con silos de almacenamientos.

De acuerdo a las respuestas se puede evidenciar que el almacenamiento del producto es realizado en cada finca por un lapso de 30 días o hasta que el comprador se disponga a retirar el cacao.

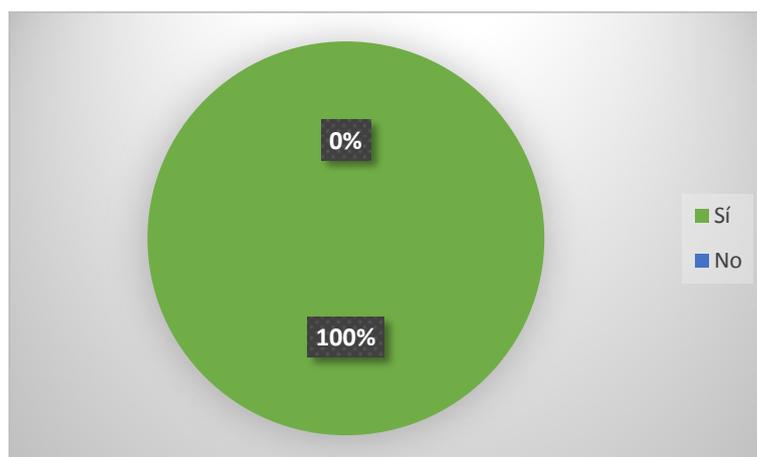
5. ¿Usted está dispuesto a comercializar su producción de cacao en otros mercados del contexto nacional?

Tabla 10. Posibilidad de comercializar en el mercado nacional

ALTERNATIVA	Frecuencia	porcentaje
Sí	87	100 %
No	0	- %
Total	87	100%

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 11. Posibilidad de comercializar en el mercado nacional



Fuente: Tabla N° 10

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: cómo podemos observar el 100 % de las habitantes productoras de cacao están dispuestos a comercializar su producción directa en el mercado nacional, según las posibilidades. La totalidad de los encuestados respondieron afirmativamente ante su deseo de mejorar el precio de su producto con respecto al mercado nacional.

6. ¿Cuál es el nivel de ingresos por la venta de cacao?

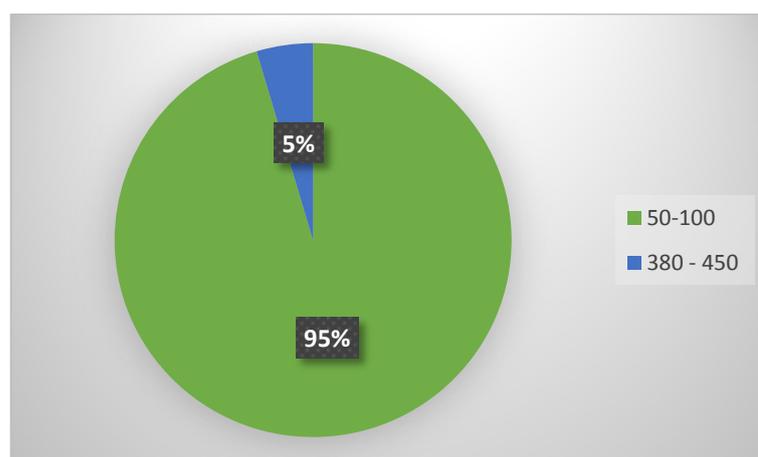
Tabla 11. Nivel de ingresos

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
50-100	83	95 %
380 - 450	4	5 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu

Elaboración propia. (2017)

Gráfico 12. Nivel de ingresos



Fuente: Tabla N° 11

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: según los encuestados señalaron que el 95 % obtiene ingresos de la venta de cacao de 50 a 100 dólares y el restante de 5 % de los habitantes su ingreso es de 380 a 450. La mayor parte de la población recibe el ingreso menor a 100 dólares por la comercialización de cacao. Depende de las épocas del año en que los precios incrementan y en otro caso se disminuye.

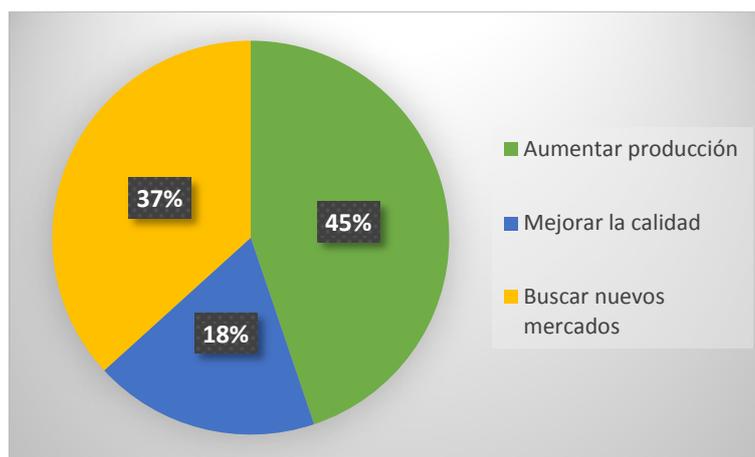
7. ¿Usted ha recibido capacitación técnica para:

Tabla 12. Capacitación Técnica

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Aumentar producción	39	45 %
Mejorar la calidad	16	18 %
Buscar nuevos mercados	32	37 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 13. Capacitación Técnica



Fuente: Tabla N° 13

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: el 45 % de los encuestados manifiestan que han buscado la capacitación en aumentar la producción, 37% de la población ha adquirido la intervención en buscar nuevos mercados. Y el 18 % ha decidido capacitar en mejorar la calidad de cacao, también los habitantes de la comunidad han buscado la manera de recibir el apoyo técnico pero de forma personal para su interés particular.

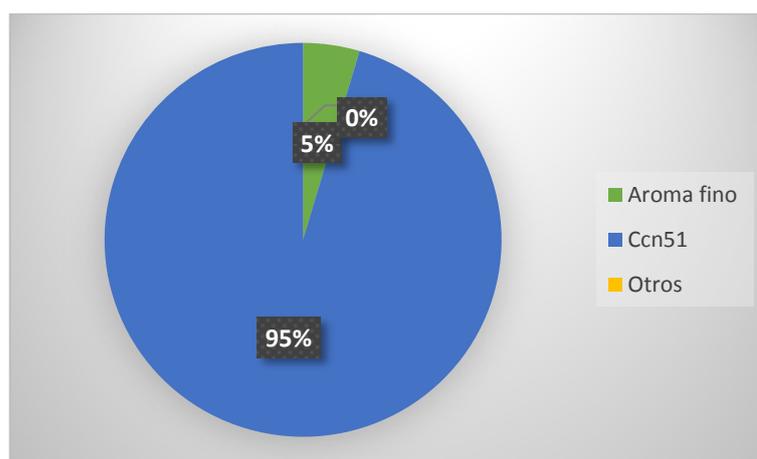
8. ¿Cuál es la variedad de cacao que usted produce en su finca?

Tabla 13. Capacitación Técnica

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Aroma fino	4	5 %
Ccn51	83	95 %
Otros	0	-
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 14. Variedad de cacao



Fuente: Tabla N° 14
Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: En esta pregunta nos permite interpretar que el 95 % de habitantes indican el tipo de cacao que producen es la colección castro naranjal (Ccn51) debido que esta variedad da en abundancia, madura rápido y son mazorcas grandes, y el 5 % de la población produce el cacao de variedad aroma fino.

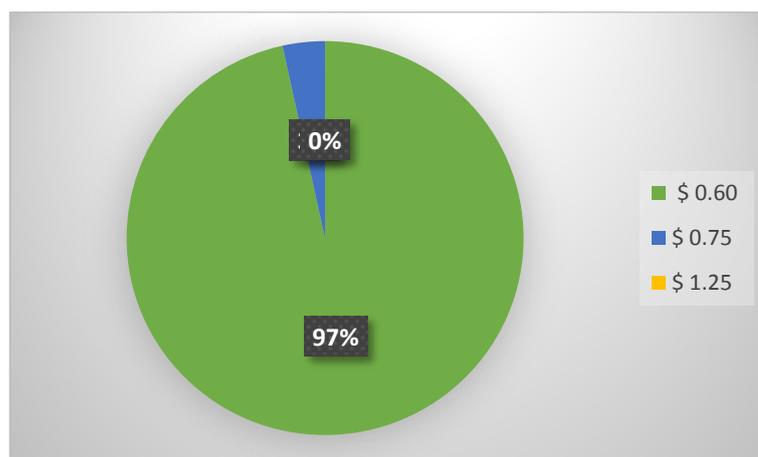
9. ¿Cuál es el precio de cacao por libra?

Tabla 14. Precios

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
0.60	84	97%
0.75	3	3%
1.25	0	-
Total	87	100%

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 13. Precios



Fuente: Tabla N° 15
Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: El 97 % de los encuestados manifestaron que comercializan el cacao a 0,60 centavos de dólar es el precio que ofrecen los intermediarios, el 7 % de los habitantes buscan otros intermediarios que ofrecen a 0,75 centavos de dólar en adelante.

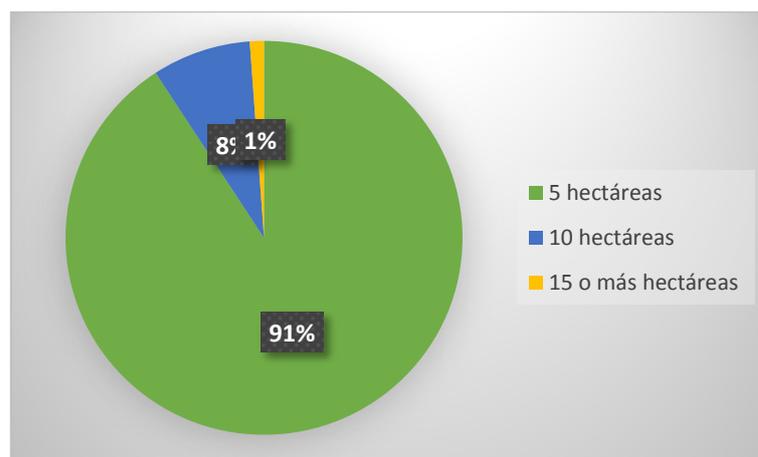
10. ¿Cuánto de extensión de terreno posee?

Tabla 15. Extensión de terreno

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
0 - 5 hectáreas	78	90%
5 - 10 hectáreas	7	8%
10- 15 o más hectáreas	2	2%
Total	87	100%

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 14. Extensión de terreno



Fuente: Tabla N° 16
Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: el 91 % de los habitantes poseen 5 hectáreas de terreno para la producción de cacao y el 8 % de la población posee 10 hectáreas de terreno para su cultivo. Es evidente que la mayor parte de los habitantes tienen terrenos para la producción de cacao más de 5 hectáreas.

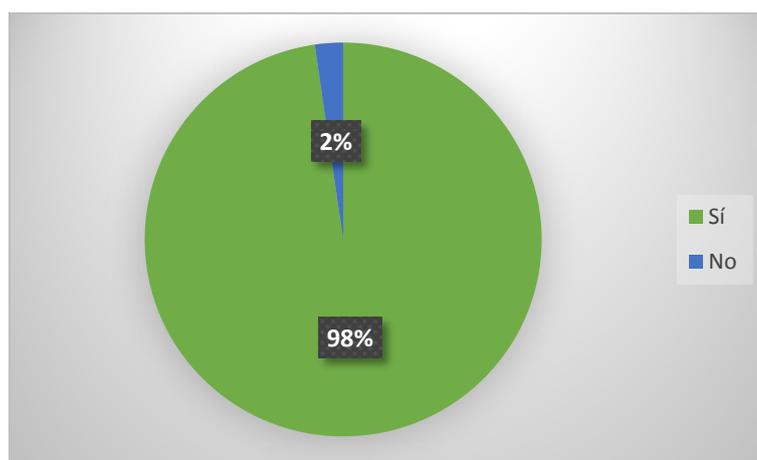
11. ¿Le gustaría a usted integrarse en una organización social para mejorar la comercialización de cacao?

Tabla 16. Integración a la organización

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Sí	85	98%
No	2	2%
Total	87	100%

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 15. Educación



Fuente: Tabla N° 17

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: El 98 % de los productores están dispuestos a integrarse a una organización que busca mejorar la comercialización de cacao que puedan acceder a más oportunidades formando asociaciones para emprender proyectos que apoyen a mejorar el nivel de vida de los habitantes, y el 2 % tiene poco interés en ello.

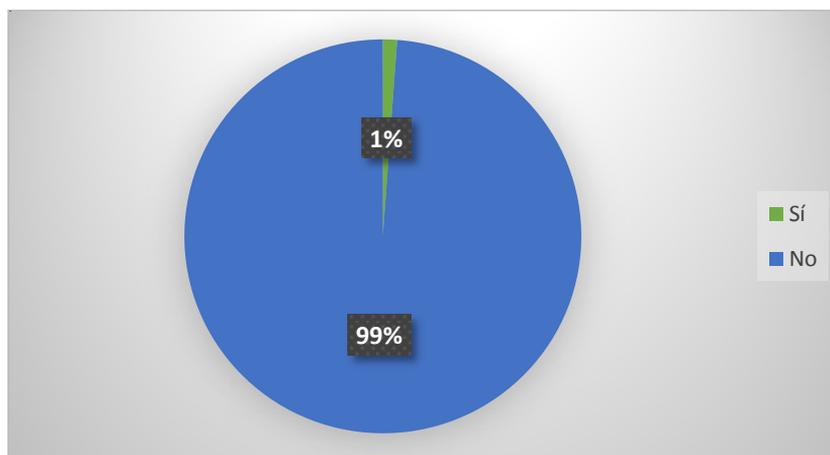
12. ¿Usted cuenta con transporte para la comercialización de cacao?

Tabla 17. Transporte

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Sí	1	1%
No	86	99%
Total	87	100%

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 16. Transporte



Fuente: Tabla N° 18

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: El 99% de la población indican que no tiene un transporte para la comercialización de cacao y 1% si cuenta con transporte para la comercialización.

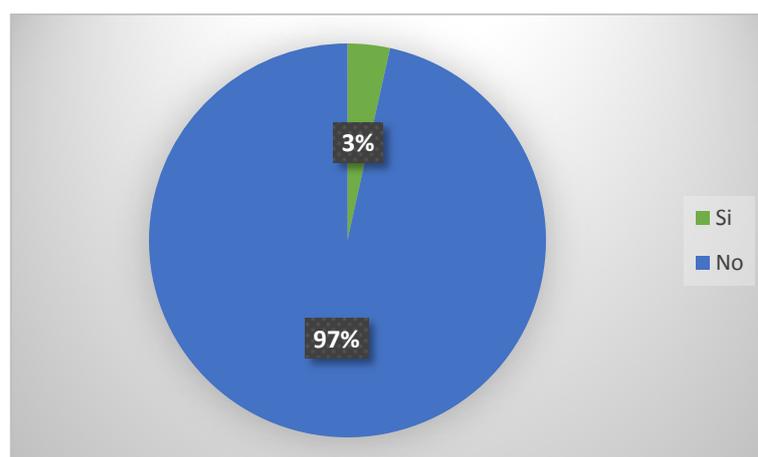
13. ¿El ingreso por la venta de cacao le permite satisfacer las necesidades en su hogar?

Tabla 18. Satisfacción

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	3 %
No	84	97 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 17. Satisfacción



Fuente: Tabla N° 12
Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: el 66 % de los encuestados nos indican que el nivel de ingreso familiar y la venta de cacao no satisfacen las necesidades primarias es el 34 % de la población nos indica que si satisfacen la necesidad.

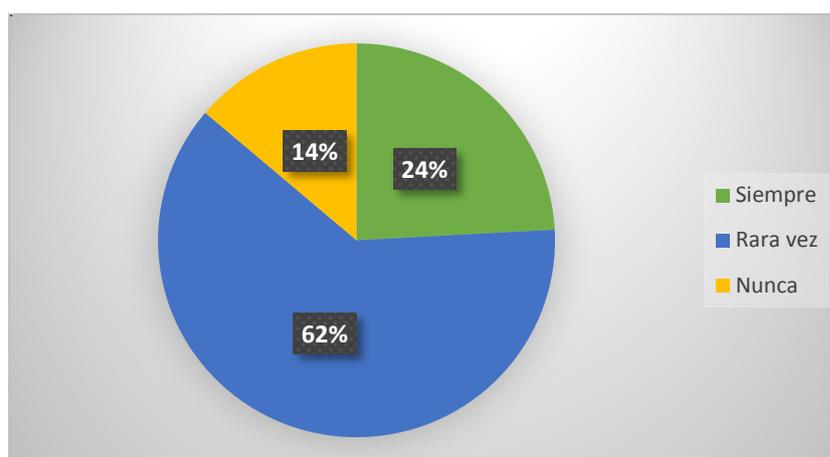
14. ¿Usted y su familia reciben atención médica en los centros de salud cercanos?

Tabla 19. Salud

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	21	24 %
Rara vez	54	62 %
Nunca	12	14 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 20. Salud



Fuente: Tabla N° 19

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: El 24 % de la población encuestada reciben la atención médica en los centros de salud más cercanos de la comunidad, y el 62 % de la población rara vez se acercan a los centros de salud, el restante nunca acuden a un centro de salud si no es tan emergente.

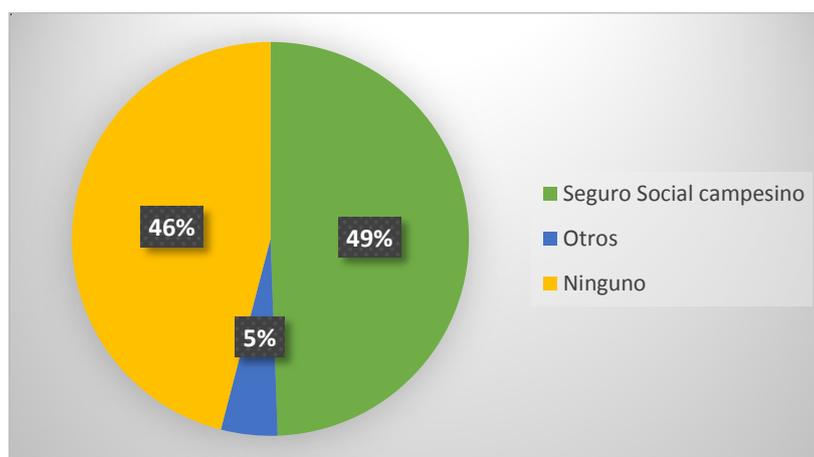
15. ¿Usted cuenta con seguro médico?

Tabla 20. Seguridad Social

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Seguro Social campesino	43	49 %
Otros	4	5 %
Ninguno	40	46 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 181. Seguridad Social



Fuente: Tabla N° 20

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: El 49 % de los habitantes son asociados en el seguro social campesino que es un seguro que protege a los agricultores con ingreso voluntario en sector rural, y el 46% de los encuestados no cuentan con ningún seguro médico para su familia, y el 5% cuentan otros tipos de seguros.

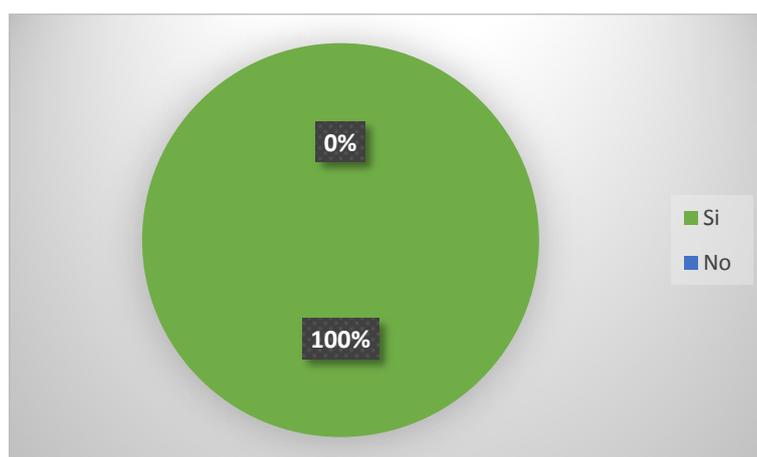
16. ¿La comunidad cuenta con centros de educación para sus hijos?

Tabla 21. Educación

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	100 %
No	0	-
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 192. Educación



Fuente: Tabla N° 21

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: El 100% de los encuestados manifiestan que la comunidad cuenta con una escuela y colegio Bilingüe, para que los niños estudien sin tener que trasladar a otro lugar y tiene la oportunidad de terminar el bachillerato.

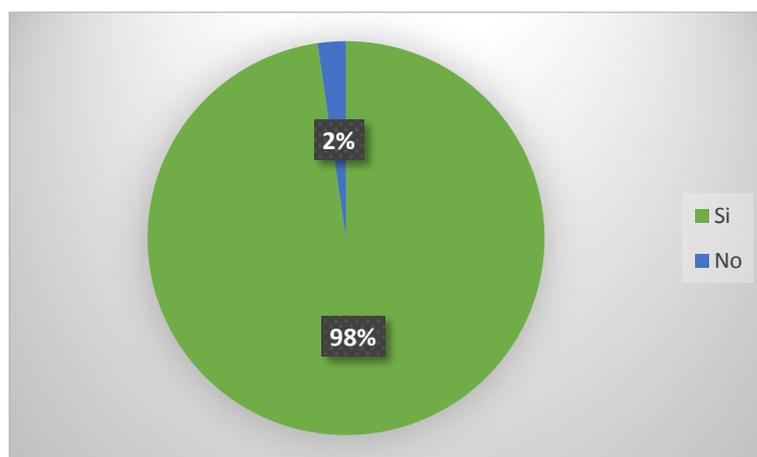
17. ¿Usted cuenta con vivienda propia?

Tabla 22. Vivienda

ALTERNATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	98%
No	2	2%
Total	87	100%

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu
Elaboración propia. (2017)

Gráfico 203. Vivienda



Fuente: Tabla N° 22

Elaboración propia. (2017)

Análisis e interpretación: Según los 98% de encuestados aseguran que poseen casa propia, y 2 % de los familias no tiene viviendas propias.

5.2 Discusiones

En el trabajo investigativo nos permite desarrollar el siguiente análisis desde la perspectiva del objetivo 1 “Diagnosticar la comercialización de cacao que tienen los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena”. La comercialización de cacao se lleva a cabo a través de asociaciones de productores, intermediarios, comisionistas y exportadores. En la investigación realizada en la Comunidad Canambu, se concuerda con Guerrero 2013, en vista de los dos tipos pioneros de producción en el Ecuador, también son los cultivados en el área de estudio con un porcentaje de 98% de CCN-51 y 2% de cacao fino de aroma, congruendo con el autor en el aspecto de la organización del comercio, en vista de que se aplica actualmente en la comunidad, afectando directamente al productor por la falta de regulación del mercado por parte de los entes reguladores y controladores, permitiendo así que los intermediarios impongan precios de acuerdo a especulación y conveniencia personal, impidiendo que los productores establezcan organización interna para la comercialización directa a precio justo y a su vez la limitante económica es la aplicación de nuevas técnicas de producción para mejorar la calidad y cantidad de producto.

Respecto al objetivo 2: “Determinar la comercialización y su efecto en el nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena.” En la Comunidad Canambu el 93% de los encuestados tienen un ingreso económico inferior a 350 dólares, el 62% rara vez recibe atención médica, el 49% posee el seguro campesino, el 100% afirman la existencia de una escuela y colegio en la comunidad, siendo estos los principales factores de análisis para determinar el nivel de vida de los productores, factores expuestos por CELADE (2002) donde los factores que determinan el nivel de vida son: Factores materiales, Factores ambientales, Factores de relacionamiento, políticas gubernamentales.

En cuanto al objetivo 3 “Demostrar la incidencia en el nivel de vida en los habitantes en la comercialización de cacao de la comunidad Canambu del cantón Tena.” Anzil (2007) afirma que la utilización de los recursos estaría basada en una

tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Todos los grupos sociales tendrían acceso a las organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición y que sus culturas y tradiciones sean respetadas. En términos económicos implica que para la población hay oportunidades de empleo y satisfacción de al menos las necesidades básicas. Esto indica cierta distribución de la riqueza para lograr el acceso de toda la población a servicios básicos, pero una vez satisfecho esta condición, pueden existir numerosas distribuciones de la riqueza que la satisfagan, en la Comunidad Canambu se pudo evidenciar que todos estos factores se hallan íntimamente relacionados y son dependientes, es así como la incomodidad con los precios bajos que ofrecen los intermediarios, la falta de ente reguladora en los precios de los productos. Falta de una buena organización en su totalidad entre los productores de cacao y la falta de interés en proyectos productivos de cacao producen como consecuencia un bajo nivel de vida de las familias, no cuenta con educación superior, falta de atención médica comunitaria y falta de apoyo gubernamental, factores que inciden directamente en el nivel de vida dificultando el desarrollo de la comunidad.

5.3 Verificación de la hipótesis

La verificación se analiza los datos de la investigación que enfoca las variables de la hipótesis propuesta.

Hipótesis nula

H₀= La Comercialización de cacao no incide en el Nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena, periodo 2016.

Hipótesis alternativa

H_i= La Comercialización de cacao si incide en el Nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena, periodo 2016.

Pruebas de normalidad

Para la verificación del supuesto de normalidad de los datos se utilizó prueba de Kolmogorov Smirnov; por tratarse de una muestra a mayor de 50 observaciones.

Grado de libertad

Aplicando la siguiente formula:

$$gl = (c-1)(h-1)$$

gl = grados de libertad

c = columna de la tabla

h = hileras de la tabla

$$gl = (2-1)(2-1)$$

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

Nivel de confianza 0.05

En esta investigación se consideró el 95 % de nivel de confianza. Por lo tanto un nivel de riesgo del 5 % $\alpha = 0.05$

Valor de parámetro P

P = 1 nivel de significancia

P= 1- 0,05

P= 0,95

Tabla 23. Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
¿El ingreso por la venta de cacao le permite satisfacer las necesidades en su hogar?	,540	87	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: IBM Spss versión 23

Elaboración propia, (2017)

Mediante la siguiente que uno de las variables es menor a 0.05 por lo tanto se concluye que tiene una distribución no normal.

Tabla 24. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		¿La producción que usted obtiene por la cosecha de cacao?
N		87
Parámetros normales ^{a,b}	Media	1,71
	Desviación estándar	,455
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,449
	Positivo	,264
	Negativo	-,449
Estadístico de prueba		,449
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: IBM Spss versión 23

Elaboración propia, (2017)

Estadístico de prueba

Los datos obtenidos son nominales, por ello la verificación se ha realizado con la prueba no paramétrica, Chi cuadrado con la siguiente fórmula.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

χ^2 = Chi cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Datos

E = Frecuencia esperada

Conociendo la fórmula se procede a identificar las preguntas que comprobarán la hipótesis, para lo cual se identifica una de cada variable.

Regla de decisión

Con un grado de libertad y el 95% de nivel de confianza el valor a tabular en chi cuadrado es de $\chi^2 = 3,841$

Regla de decisión: Acepto H_1 si $\chi^2_c > \chi^2_t$

Tabla 25. Valores de la distribución Chi-cuadrado

	P										
DF	0.995	0.975	0.20	0.10	0.05	0.025	0.02	0.01	0.005	0.002	0.001
1	0.0000393	0.000982	1.642	2.706	3.841	5.024	5.412	6.635	7.879	9.550	10.828
2	0.0100	0.0506	3.219	4.605	5.991	7.378	7.824	9.210	10.597	12.429	13.816
3	0.0717	0.216	4.642	6.251	7.815	9.348	9.837	11.345	12.838	14.796	16.266
4	0.207	0.484	5.989	7.779	9.488	11.143	11.668	13.277	14.860	16.924	18.467
5	0.412	0.831	7.289	9.236	11.070	12.833	13.388	15.086	16.750	18.907	20.515

Fuente: <https://www.medcalc.org/manual/chi-square-table.php>

Cálculo de estadístico de prueba

La información que se ha considerado para la elaboración de la tabla de contingencia son las preguntas 3 y 13

PREGUNTA 3 ¿La producción que usted obtiene por la cosecha de cacao?

Tabla 26. Producción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	25	29 %
Baja	62	71 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu

Elaboración propia. (2017)

Pregunta 13 ¿Su nivel de ingreso por la venta de cacao le permite satisfacer las necesidades en su hogar?

Tabla 27. Satisfacción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	3 %
No	84	97 %
Total	87	100 %

Fuente: Encuesta a los productores de cacao en la comunidad Canambu

Elaboración propia. (2017)

Tabla 28. Frecuencia observada

		Pregunta 13		
Pregunta 3		Si	No	Total
	Alta	3	22	25
	Baja	0	62	62
	Total	3	84	87

Fuente: Spss

Elaboración propia. (2017)

Tabla 29. Frecuencia esperada

		Pregunta 13		
Pregunta 3		Si	No	Total
	Alta	0,9	24,1	25
	Baja	2,1	59,9	62
	Total	3	84	87

Fuente: Spss

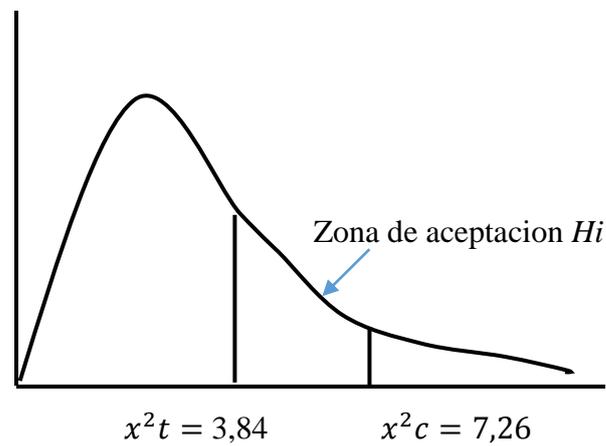
Elaboración propia. (2017)

Tabla 30. Pruebas de chi-cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ²	((O-E) ² /E
3	0,9	2,1	4,41	4,90
22	24,1	-2,1	4,41	0,18
0	2,1	-2,1	4,41	2,10
62	59,9	2,1	4,41	0,07
87	87	0	17,64	7,26

Fuente: Spss

Elaboración propia. (2017)



INTERPRETACIÓN

Para este análisis se toma la totalidad de la población, los 87 miembros que forman parte de la investigación a los cuales se aplicó la encuesta, posteriormente se tabula e interpreta cada uno de los resultados.

Como el chi cuadrado calculado es 7,26 y es un valor superior al chi cuadrado a tabular de 3,841, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa es decir; la Comercialización de cacao incide en el nivel de vida de los habitantes de la comunidad Canambu del cantón Tena. Datos referentes a la comprobación de la hipótesis, los aspectos que incidieron en la variable independiente sobre la dependiente las preguntas de la encuesta tomadas en cuenta es la 3, 13 fueron determinados en el programa SPSS para su respectivo análisis en el cual nos percatamos la necesidad de implementar un proyecto para la formación de una organización cacaotera de la comunidad que permita vender el producto directo sin intermediarios.

6. Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

- ❖ Mediante el estudio realizado a los comerciantes de cacao en la comunidad Canambu del cantón Tena, se diagnosticó que la comercialización de cacao es directa a los intermediarios y que los precios establecidos por estos, no son ajustados a las normas de comercialización reguladas, por ende los rubros son negociados verbalmente de acuerdo al condicionamiento del intermediario, hecho que no sería repetido si se conformara una asociación de cacaoteros en la comunidad Canambu.

- ❖ Se determinó que el proceso de comercialización de cacao está organizado de la siguiente manera: productor-intermediario-mayorista-industrias-consumidor final, haciendo que los precios bajos, la calidad y cantidad del producto no sean lo adecuado para impulsar el desarrollo económico de los productores, mismo que permite que el nivel de vida sea muy bajo para los habitantes de la comunidad, dificultando que se pueda satisfacer la necesidades básicas por completo.

- ❖ Se demuestra que la comercialización de cacao incide directamente en que las condiciones de vida sean bajas, ya que es un trabajo principal de los habitantes de la comunidad. Depende de los precios el ingreso familiar para satisfacer las necesidades, esto se evidencia en la comprobación de hipótesis basándose en: la incomodidad con los precios bajos que ofrecen los intermediarios en vista que no se cubre las necesidades básicas.

6.2 Recomendaciones

- ❖ Implementar un proyecto para la formación de una organización cacaotera de la comunidad que permita vender el producto directamente sin intermediarios.

- ❖ Buscar alternativas para los pequeños productores de cacao puedan comercializar en precios aceptables e incrementar el nivel de ingresos familiares mediante la intervención inmediata de los entes reguladores y controladores del mercado. Adquirir conocimientos técnicos mediante capacitaciones que brindan las entidades del gobierno para mayor producción de cacao.

- ❖ Es necesario elaborar y aplicar un proyecto organizativo de la comunidad que permita aplicar sistemas técnicos de producción y comercialización del cacao incrementando la calidad y cantidad del producto cuidando y conservando las costumbres y tradiciones propias de su comunidad asegurando la protección del ambiente estimulando de esta forma potenciar el nivel de vida.

7. Bibliografía

1. Aguilar, C., & Lutheran, W. R. (2013). *Cacao Movil*. Obtenido de <http://cacaomovil.com/guia/10/contenido/la-comercializacion/>
2. Anzil, F. (22 de Octubre de 2007). *ecolink*. Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/concepto-desarrollo>.
3. Barahona, R. (s.f.). *Nivel de vida adecuado, servicios sociales y envejecimiento*. . Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/rocio_barahona.pdf
4. Bay, E. (2011). *Producción y comercialización de cacao (theobroma de cacao), en el parcelamiento pueblo nuevo, municipio de Ixcán, departamento de Quiché*. Quiché, Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.
5. Bembibre, C. (2009). *Alimentación. Sitio: Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/salud/alimentacion.php>
6. Boitano, L. (2011). *Análisis de la cadena de distribución de productos frescos en Chile: Frutas*. Chile: Universidad de Santiago de Chile.
7. CELADE, C. (2002). *Calidad de vida : conceptos medidas*. Obtenido de https://www.cepal.org/celade/agenda/2/10592/envejecimientorp1_ppt.pdf
8. CONACADO. (s.f.). *Proceso del Cacao y su Comercialización*. Obtenido de <http://www.conacado.com.do/?agroindustrial=comercializacion/proceso-del-cacao>
9. *Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf
10. Consultora, I. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sin.link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumento%20final/1560504580001_PDOT%20Chontapunta%202015_15-10-2015_21-15-52.pdf
11. Debitoor. (s.f.). *¿Qué es un canal de distribución?* Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-canal-distribucion>
12. Florencia, U. (25 de 01 de 2010). *Defnicones ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/nivel-de-vida.php>
13. González, M. F. (2007). *La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
14. Guerrero, H. (2013). El cacao Ecuatoriano. *Lideres*. INEC. (2010). Obtenido de <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/270/datafile/F11/V479>
15. Issaly, L., Castellano, A., Cruz, J., & Iturrioz, G. (07 de 2010). *Análisis comparativo de las estrategias de comercialización de las pymes lácteas argentinas*. Obtenido de https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-analisis_comparativo.pdf

16. Lanza, O., & Granado, Y. (2009). Diagnóstico Agrosocioeconómico del Sector cacao (Theobroma cacao L.) en Yaguaraparo, Municipio Cajigal, estado Sucre, Venezuela. *Revista UDO Agrícola* , 425-435.
17. Melendi, D. (s.f.). Obtenido de <http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/Salud.htm>
18. Mercado Vargas, H., & Palmerín Cerna, M. (2007). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20precios.htm>
19. Nuñez Olvera, J., Lomely Rodríguez, S., Cabral Parra, R., Cuellar Hernández, H., y Noriega García, M. (2016). Productividad, comercialización y calidad de vida en los productores lecheros de la cienega de Jalisco, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 367- 376.
20. Platón. (2003). *Filosofía de la Educación* . Edimat.
21. Pro-Ecuador. (2016). *Cacao y Elaborados*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/com-pradores/oferta-exportable/cacao-y-elaborados/>
22. Ramirez , P. (2017). Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/.pdf>
23. Romero, E., Fernández, M., Macías, J., & Zuniga, K. (2016). Producción y comercialización del cacao y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del Cantón Milagro. *UNEMI*, 57-58.
24. Swisscontact. (septiembre de 2016). *Desarrollo de la cadena de valor de cacao*. Obtenido de http://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/head_office/documents/Topics_Brochures/Folleto_Cacao.pdf
25. Vargas, J. (2015). Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/.pdf>
26. Vergara, N. (2012). *Marketing y Comercialización Internacional*. Colombia: Ecce Ediciones.

8. Anexos



Anexo 1. Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

FORMULARIO DE ENCUESTA A LOS PRODUCTORES DE CACAO

Objetivo de la encuesta: Conocer las actividades desarrolladas por los productores de la comunidad Canambu del cantón Tena, periodo 2016.

Aspectos a investigarse:

Edad 20-30 <input type="checkbox"/> 30-45 <input type="checkbox"/> 45-75 <input type="checkbox"/>
Integrantes en la familia 3 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 8 o más <input type="checkbox"/>
Educación Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/>

1. ¿Cuál es la producción de cacao?

5 quintales por Hectárea

10 quintales por hectarea

15 o más quintales por hectáreas

2. ¿La producción cacao lo vende de manera?

Directa Intermediarios Exportadores

3. ¿La producción que usted obtiene por la cosecha de cacao?

Alta Baja

4. ¿Con que frecuencia comercializa la producción de cacao?

Mensual Trimestral Semestral

5. ¿Usted está dispuesto a comercializar su producción de cacao en otros mercados del contexto nacional o local

Sí No

6. ¿Cuál es el nivel de ingresos por la venta de cacao?

50-100

100-380

380 - 450

7. ¿Usted ha recibido capacitación técnica para:

Aumentar producción

Mejorar la calidad

Buscar nuevos mercados

8. ¿Cuál es la variedad de cacao que usted produce en su finca?

Aroma fino Ccn51 Otros

9. ¿Cuál es el precio de cacao por libra?

0.50 0.75 1.25

10. ¿Cuánto de extensión de terreno posee?

0-5 hectáreas 5- 10 hectáreas 10-15 o r hectáreas

11. ¿Le gustaría a usted integrarse en una organización social para buscar mejorar la comercialización de cacao?

Sí No

12. ¿Usted cuenta con transporte para la comercialización de cacao

Sí No

13. ¿el nivel de ingreso de ingresos por la venta de cacao le permite satisfacer las necesidades en su hogar?

Sí No

14. ¿Usted y su familia reciben atención medica en los centro de salud cercana?

Siempre

Rara vez

Nunca

15. ¿Usted cuenta con seguro médico?

Seguro Social campesino Otros Ninguno

16. ¿La comunidad cuenta con centros de educación para sus hijos?

Sí No

17. ¿Usted cuenta con vivienda propia?

Si

No

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

Anexo 2. Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entrevista

OBJETIVO: Conocer la comercialización de cacao existente en la comunidad y sus niveles de vida

ASPECTOS GENERALES

1. ¿Cree usted que en la Comunidad Canambu existe suficiente producción de cacao?
2. ¿En la comunidad Canambu se preocupan por mejorar la comercialización de cacao?
3. ¿Se desarrollan programas de capacitación a los productores de cacao en la comunidad?
4. ¿La comunidad cuenta con un plan de incentivos para seguir produciendo el cacao?
5. ¿Los productores de cacao están satisfechas con el Nivel de vida que tienen?
6. ¿La comunidad Canambu se impulsa a comercializar cacao como asociación?
7. ¿Cuándo el cacao alcanzaba un buen precio permitía tener un buen nivel de vida?
8. ¿Los productores se encuentran comprometidos en ofrecer productos de calidad?
9. ¿Existen comunicación con los autoridades de M.A.G.A.P definir los precios de cacao?

Anexo 3. Fotografías

