



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA**



**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Componente práctico del examen de grado carácter Complexivo, presentado a la unidad de titulación como requisito previo para obtener el título de:

**INGENIERO AGRONOMO**

**TEMA**

Principales tipos de mercados para la comercialización del cacao (*Theobroma cacao* L.) en el cantón Vinces.

**AUTOR:**

Pedro Alfonso Cedeño Mesías

**TUTORA:**

Ing. Mercedes Maldonado Contreras, Mgs.

**BABAHOYO - LOS RÍOS - ECUADOR**

**2019**

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirte levantar cada mañana y luchar por cada una de mis objetivos propuesta y ser esa luz que me guía en el largo caminar de la vida.

A mis familiares por su apoyo constante durante mi etapa estudiante en la formación como profesional.

A cada uno de mis amigos por esforzarme cada día a seguir adelante a pesar de las dificultades que se presentaban.

**Pedro Alfonso Cedeño Mesías**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios ser quien Dios por su infinita bondad, y por haber estado conmigo en los momentos que más lo necesitaba, por darme salud, fortaleza, responsabilidad y sabiduría, por haberme permitido culminar un peldaño más de mis metas, y porque tengo la certeza y el gozo de que siempre va a estar conmigo.

A mis familiares por sus palabras de aliento cada día para seguir esforzándome por conseguir mi objetivo propuesto de ser un ingeniero.

A mi tutora de titulación Ing. Mercedes Maldonado Contreras por apoyarme en la ejecución de este estudio de caso, siempre predispuesta ayudarme en lo que necesitaba.

A la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad de Babahoyo por abrirme las puertas y poder terminar con éxito mi carrera profesional

A cada uno de los docentes de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad de Babahoyo por haber impartido en mis sus sabias enseñanzas

**Pedro Alfonso Cedeño Mesías**

## INDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos.....	3
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>4</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>4</b>
1.1. Definición del tema caso de estudio .....	4
1.2. Descripción del problema.....	4
1.3. Preguntas orientadas para el análisis del problema.....	5
1.4. Fundamentación teórica .....	5
1.4.1. Origen.....	5
1.4.2. Cultivo de cacao .....	6
1.4.3. Descripción botánica.....	6
1.4.4. Importancia del cacao en la economía del país .....	9
1.4.5. Producción, superficie y rendimiento de cacao.....	9
1.4.6. Comercialización .....	10
1.4.7. Cadena de comercialización del cacao.....	12
1.4.8. Medios de distribución .....	12
1.4.9. Requisitos de calidad para la comercialización del cacao.....	13
1.5. Metodología de la investigación. ....	13
1.5.1. Modalidad de estudio.....	13
1.5.2. Métodos.....	14
1.5.3. Factores de estudio.....	14
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>15</b>
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>
2.1. Ubicación .....	15
2.2. Desarrollo del caso.....	15
2.3. Situaciones detectadas.....	15
➤ Los agricultores desconocen los tipos de mercado, en los que ellos se pueden ver favorecidos a la hora de comercializar su producto.....	15
2.4. Datos obtenidos .....	16
2.5. Resultados.....	17
2.5.1. ¿Cuántas Hectáreas de cacao tiene en producción?.....	17
2.5.2. ¿En qué estado vende Ud. mayormente el cacao?.....	18
2.5.3. ¿Cuál es su principal canal de comercialización del cacao?.....	19
2.5.4. Realiza control de calidad cuando comercializa el cacao?.....	20

2.5.5. ¿Al momento de comercializar el cacao Ud. hace que se respete el precio estipulados por las entidades del gobierno? .....	21
2.6. Soluciones planteadas.....	22
2.7. Conclusiones.....	22
2.8. Recomendaciones.....	23
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>24</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>28</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Resultado de la pregunta N° 1.....	17
Figura 2. Resultado de la pregunta N° 2.....	18
Figura 3. Resultado de la pregunta N° 3.....	19
Figura 4. Resultado de la pregunta N° 4.....	20
Figura 5. Resultado de la pregunta N° 5.....	21
Figura 6. Encuesta a productores cacaoteros del cantón Vinces .....	30
Figura 7. Encuesta a productores cacaoteros del cantón Vinces .....	30

## RESUMEN

### Principales tipos de mercados para la comercialización del cacao (*Theobroma cacao* L) en el cantón Vinces.

**AUTOR:**

Pedro Alfonso Cedeño Mesías

**TUTORA:**

Ing. Mercedes Maldonado Contreras, Mgs.

El presente estudio de caso cuyo tema es Principales tipos de mercados para la comercialización del cacao (*Theobroma cacao* L.) en el cantón Vinces, la información analiza la problemática planteada en este proyecto.

Cabe recalcar que la estructura de los canales de comercialización de cacao difiere de una zona a otra. Los intermediarios poseen un trato directo con el productor, varios se sitúan en las poblaciones de las áreas de producción en las principales provincias; mientras que otros las transitan obteniendo el grano; y, en diversas ocasiones, distribuyen el grano a otros intermediarios y comisionistas.

Para esta investigación se empleó la técnica de encuesta donde se utilizó un cuestionario con preguntas de fácil entendimiento y respuesta para los encuestados en la que ellos manifestaron sus inquietudes sobre el tema tratado. Además, mediante este estudio de caso pudimos conocer la realidad que tienen los productores cacaoteros al momento de comercializar sus productos ya que no reciben el pago estipulado por las entidades Gubernamentales por la venta de su cosecha de cacao.

**Palabra claves:** Productores, canales de comercialización, cacao, precio

## SUMMARY

The present case study whose main types of markets are for the commercialization of cocoa (*Theobroma cacao* L) in the canton Vinces and the information analyzes the problem raised in this project.

It should be noted that the structure of cocoa marketing channels differs from one region to another. The intermediaries have direct contact with the farmer, some are located in the populations of the production areas in the main provinces; while others travel them acquiring the grain; and, on many occasions, they sell cocoa to other intermediaries and commission agents.

For this investigation, the survey technique was used, where a questionnaire with questions of easy understanding and response was used for the respondents where they expressed their concerns about the subject. In addition, through this case study, we were able to know the reality that cocoa producers have when marketing their products since they do not receive the payment stipulated by the Government entities for the sale of their cocoa harvest.

**Keywords:** Producers, marketing channels, cocoa, price



## INTRODUCCIÓN

El cacao *Theobroma cacao* L. el principal origen al noroeste de América del Sur en los trópicos húmedos de la zona alta de la Amazonia, se fue ampliando a América Central donde las culturas nativas de esta región como los Olmec y los Mayas lo consumían considerándolo como "el alimento de los dioses" (Espinosa & Mosquera, 2012).

El cacao Ecuatoriano es la fruta que mayormente se exporta a otros países, en épocas antiguas la economía de nuestro país se basaba principalmente en el cacao, que es el principal producto con que los sectores agropecuarios contaban, hasta que empezó el boom bananero a partir del año 1970, y el auge petrolero (1971), dando así empleo a miles de Ecuatorianos y de esta manera contribuyendo al desarrollo económico del país, principalmente en el principio del siglo XX , al contrario cuando el cultivo de cacao fue atacado por la escoba de bruja (*Moniliophthora roreri*) el rendimiento cacaotero bajo (Cevallos, 2011).

La pepa de oro es el tercer producto que mayormente se exporta (BCE, 2015), dando así ingresos económico para más de 601 000 familias que se dedican a la producción de cacao, principalmente en las provincias de Los Ríos, Manabí, El Oro la Amazonia y Esmeralda (Anecacao, 2014).

En los canales de comercialización de cacao, interceden, productores con fincas menores a 10 hectáreas, que significan el 55 %, productores medianos que tienen áreas comprendidas entre 11 a 50 has que representa el 32 %, y los

cacaoteros con fincas inmensas que van de 60 has para arriba lo que representa a 13 de fincas cacaoteras (Guamán, 2007).

Los grandes comerciantes compran el cacao en sus almacenes o bodegas, lo certifican y lo pesan, y el procedimiento que realizan es que miran la fisiología del producto y posteriormente tomar un puñado de los granos que vienen en los costales y proceder a realizar el corte de algunos simientes con la ayuda de un cuchillo y ver la calidad que posee, luego se toma el porcentaje de humedad, mediante la utilización de la mano y sin el empleo de equipos tecnológicos porque no tienen destrezas ni experiencias suficientes, normalmente los intermediarios compran en su propia jurisdicción, por consiguiente los productores venden el producto a los compradores intermediarios.

Habitualmente no realizan la compra del cacao en baba, sin haber sido sometido a un proceso de secado, pero al haber escases del producto efectúan la compra del cacao en cualquier estado. Los grandes centros de acopio que realizan la exportación del grano de cacao compran el producto cuando está casi seco y su humedad es superior a 8 %, de esta manera sometiéndolo a otro secado en tendales, cuando el clima no es favorable o existe sobre exceso, es sometido a un secado de forma artificial, hasta que tenga un porcentaje de humedad de 7 % para posterior ser envasado en costales de 45 kg (Guamán, 2007).

La comercialización busca satisfacer lo que cliente requiere y debería ser pauta de guía para los que se producen y se oferta. Actualmente la

comercialización de diversos productos se ha incrementado de forma paulatina a nivel mundial (Yepez, 2015).

Debido al incremento de los diversos sistemas de comercialización en nuestro cantón Vinces demanda realizar un estudio de mercado y de esta forma ver la demanda y estar al tanto del precio que nuestros posibles clientes pagarían por el producto ofertado y además efectuar estrategias que cumplan con los requerimientos de los mercados.

### **Objetivo general**

Describir los Principales tipos de mercados para la comercialización del cacao (*Theobroma cacao* L) en el cantón Vinces.

### **Objetivos específicos**

- Detallar el estado comercialización del cacao (seco o en baba) de los productores en el cantón Vinces.
- Analizar la cadena de comercialización del cacao (*Theobroma cacao* L) en el cantón Vinces.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **1.1. Definición del tema caso de estudio**

El tema del siguiente trabajo presentado en este documento, que tiene como objetivo optar por el título de Ingeniero Agrónomo, es el siguiente:

Principales tipos de mercados para la comercialización del cacao (*Theobroma cacao* L) en el cantón Vinces.

### **1.2. Descripción del problema**

Al inicio del boom cacaotero eran pocos los productores que se dedicaban a este cultivo y sus fincas eran de grandes predios, debido a esto la cantidad de volumen de producción de cacao era mayor, actualmente se ha desarrollado un aumento de productores con pequeños predios y esto ha ocasionado un manejo inadecuado del mercado donde se comercializa el cacao y debido a esto urge la necesidad de conocer cuáles son los reglamentos que realizan los centros de acopios y bodegas del cantón Vinces.

La falta de información sobre los tipos de mercados que existen crea controversia a la hora de comercializar el producto, ya que son distintos los precios a los que se vende el quintal de cacao, los productores deben capacitarse para saber lo que son intermediarios, centros de acopio, e industria, saber a cual pueden recurrir para vender a un mejor precio el producto.

En el cantón Vinces los intermediarios recorren las fincas para poder negociar con los productores pero ofrecen un precio muy bajo al establecido, algunos agricultores optan por vender su cacao a esos intermediarios evitando así gastos a la hora de trasladar el producto hacia un centro de acopio.

### **1.3. Preguntas orientadas para el análisis del problema**

¿Cuáles son los tipos de mercado que existe para comercializar el cacao en el Cantón Vince?

¿Cuáles son los indicadores que se toman en cuenta a la hora de comercializar el cacao?

¿Por qué los agricultores recurren a los intermediarios para poder vender su producto?

¿Cuáles son las ventajas de vender directamente a la industria el cacao?

### **1.4. Fundamentación teórica**

#### **1.4.1. Origen**

Tradicionalmente se ha sostenido que el punto de origen de la domesticación del cacao se encontraba en Mesoamérica entre México, Guatemala y Honduras, donde su uso está atestiguado alrededor de 2,000 años antes de Cristo. No obstante, estudios recientes demuestran que por lo menos una variedad de *Theobroma Cacao* tiene su punto de origen en la Alta Amazonía y que ha sido utilizada en la región por más de 5,000 años.

La cultura del cacao en Ecuador es antigua, se sabe que a la llegada de los españoles en la costa del Pacífico, ya se observaban grandes árboles de cacao que demostraban el conocimiento y la utilización de esta especie en la región costera, antes de la llegada de los europeos (Anecacao 2015).

El cacao es una fruta tropical, sus cultivos se encuentran mayormente en el Litoral y en la Amazonía. Es un árbol con flores pequeñas que se observan en

las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar. La producción de cacao se concentra principalmente en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos. 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(Lideres 2013).

#### **1.4.2. Cultivo de cacao**

El cacao es un cultivo que se desarrolla en zonas que van de cálidas a húmedas y pese a su gran importancia para la humanidad se ha especializado por ser un componente de gran dominio en las organizaciones de las sociedades habitualmente en las diversas culturas que lo han cultivado hasta la actualidad; entre ellos los aztecas y mayas.

Actualmente en diferentes partes de África y América Latina este cultivo es la principal fuente de recursos económicos de más de 4,6 millones de habitantes. Los productores cacaoteros y pueblos ancestrales que cultivan este grano entregan el producto a las grandes industrias para ser procesado y transformado en sub productos(Agrotendencia 2018).

#### **1.4.3. Descripción botánica**

##### **1.4.3.1. La Raíz**

Donde inicia el crecimiento del tronco y se forma o desarrolla el sistema radicular, existe una zona de transición bien definida conocida como cuello de la raíz. A

partir de la raíz pivotante, inmediatamente debajo del cuello, se desarrollan la mayoría de las raíces secundarias a unos 15 a 20 cm de profundidad en la porción superior de la capa de humus. Éstas se extienden en forma horizontal a 5 y 6 metros del tronco del árbol, con raíces laterales que se dividen repetidamente. Las raíces secundarias que se encuentran en la parte inferior de la raíz pivotante, tienen un crecimiento hacia abajo en dirección a la roca madre o hacia la capa freática (FUNDESYRAM 2009).

#### **1.4.3.2. Tallo y ramas**

Las ramas del árbol de cacao, al igual que las de otras especies del género *Theobroma*, son dimórficas:

- Unas son de crecimiento vertical hacia arriba, denominadas ramas de crecimiento ortotrópico, y constituyen el tallo y/o los chupones;
- Otras son de crecimiento oblicuo hacia fuera, denominadas ramas de crecimiento plagiotrópico.

Las plantas de cacao, reproducidas por semillas, desarrollan un tallo principal de crecimiento vertical que puede alcanzar 1 a 2 metros de altura a la edad de 12 a 18 meses. A partir de ese momento la yema apical detiene su crecimiento y del mismo nivel emergen de 3 a 5 ramas laterales. A este conjunto de ramas se le llama comúnmente verticilio u horqueta (FUNDESYRAM 2009).

#### **1.4.3.3. Flores**

Son pequeñas y se producen, al igual que los frutos, en racimos pequeños sobre el tejido maduro mayor de un año del tronco y de las ramas, alrededor en los sitios donde antes hubo hojas. Las flores son pequeñas, se abren durante las tardes y pueden ser fecundadas durante todo el día siguiente. El cáliz es de color

rosa con segmentos puntiagudos; la corola es de color blancuzco, amarillo o rosa. Los pétalos son largos (EcuRed 2010).

#### **1.4.3.4. Fruto**

Estos son de diferente tamaño, miden entre 18 a 30 centímetros de largo y de 7 a 10 centímetros de ancho; generalmente la forma es de tipo angoleta, la rugosidad va de intermedia a fuerte excepto en el clon 2 que es suave. Cada mazorca contiene de 35 a 45 semillas o almendras, dependiendo del clon. Las mazorcas son en general de color púrpura oscuro cuando están tiernas y anaranjado con amarillo cuando están maduras (Calva & Ramirez, 2016).

#### **1.4.3.5. Semilla**

Las semillas pueden ser planas o redondeadas, están recubiertas por una capa fina de baba llamada mucílago de color blanco, de sabor dulce y algo ácido. Las semillas sin mucilago son de color púrpura claro y tienen diferentes tamaños: de 2,3 cm a 2,5 cm de largo; con un diámetro de 1,1 cm a 1,5 cm y un espesor de 0,80 mm a 0,93 mm (Calva & Ramirez, 2016).

El fruto del cacao puede contener entre 20 a 60 semillas o almendras, cuyo tamaño y forma varían según el tipo genético. La semilla del cacao es más bien un óvulo del interior del ovario de la flor fecundado y desarrollado, que luego de su desarrollo y maduración constituye la mazorca. En el cacao tipo Criollo las semillas tienen de 3 a 4 cm de largo, casi ovaladas, alargadas, de color blanco o rosado más bien violeta pálido. En el cacao Forastero, las semillas tienen de 2 a 3 cm de largo con formas aplanadas, redondeadas y de color violeta púrpura. La semilla del cacao está constituida por dos cotiledones y un embrión que está protegido por ambos cotiledones (Batista, 2009).



#### **1.4.4. Importancia del cacao en la economía del país**

El Ecuador está en la séptima posición de los países industriales mundiales de cacao, no obstante, en los mercados internacionales está en primera posición de cacao fino de aroma, superando el 71% de la producción global, luego le sigue Indonesia con un 9 %. El objetivo de Ecuador es de incrementar la masa de producción y envío del cacao y seguir escalando posición y ser número uno a nivel mundial, debemos recordar que para obtener un cacao de buena calidad debe existir condiciones favorables para el cultivo y cuando las mismas no son idóneas ocasiona catástrofes que producen pérdidas en el cultivo y los rendimientos están por debajo de los estipulados (Anecacao, 2015).

En el Ecuador la agricultura es el rubro más importante dentro de su economía luego del petróleo, tanto por su poder de generación de empleo como por los ingresos generados por la exportación de los productos provenientes de esta actividad. Los ingresos generados por la exportación de productos agrícolas alcanzan el 67,9% de participación en el total de ingresos no petroleros dentro de la balanza comercial. Siendo el banano, cacao, café y las flores los principales exponentes de esta actividad (Baratau, 2017).

#### **1.4.5. Producción, superficie y rendimiento de cacao**

La producción de cacao en toda la región de Latinoamérica y el Caribe tiene su reconocimiento a nivel internacional por ser la que abastece principalmente el cacao con calidad fino y de aroma a nivel mundial. Como consecuencia, se obtienen diferenciales de precios más allá del precio mismo del cacao, lo que beneficia a las familias cacaoteras. Sin embargo, las organizaciones de

pequeños (as) productores (as) de cacao enfrentan muchos retos que no les permiten alcanzar la rentabilidad esperada para ellas y sus miembros; entre los cuales están: altos costos de producción, baja productividad, deficientes infraestructuras, los efectos del cambio climático, plagas y enfermedades (CLAC, 2018).

Actualmente en nuestro país existe una producción de 495 000 hectáreas de cacao, de las cuales 55 000 son del cacao de ramilla del Clon CCN-51 y su rendimiento esta entre los 25 a 30 qq/ has al año y las otras 440 000 hectáreas son producidas por pequeños, medianos y grandes agricultores, que dan manutención a más de 601 000 hogares ecuatorianos, lo que representa cultivo solo, la provincia de Los Ríos posee el 24 % de producción, Guayas 22 %, Manabí 21, 60 %, El Oro con 7,70% y Esmeralda con 10,11% y lo demás se centra en la serranía y la Amazonia (Anecacao, 2014).

#### **1.4.6. Comercialización**

El proceso de la comercialización del cacao se realiza por medio de intermediarios, asociaciones de productores, exportadores y comisionistas. Los medios de comercialización de cacao difieren de una zona a otra por ejemplo los intermediarios se relacionan directamente con los agricultores y se sitúan en los pueblos cercanos donde se realiza la producción del cultivo, pero otros intermediarios van a las fincas o a los pueblos cercanos para adquirir el grano, en ciertas ocasiones venden el producto a otros compradores (Guerrero, 2013).

El canal de comercialización entre el productor y el exportador tiene contacto con dos o más intermediarios los pequeños compradores y los mayoristas, los pequeños compradores visitan directamente al productor en sus fincas y le compran el grano de cacao para posteriormente los acopiadores o compradores venden el grano a los mayoristas y esto consecutivamente revende a los grandes exportadores. En otra cadena de comercialización el grano es vendido directamente a los grandes exportadores y se lleva a cabo por la participación de asociaciones quienes exportan el cacao directamente a los países europeos (Guerrero, 2013).

La comercialización interna se da cuando los intermediarios recorren las fincas para comprar directamente el producto en el estado en que se encuentre, generalmente secado al sol; después, el intermediario completa el proceso de secado mezclando varios tipos de cacao, ocasionando de esta forma pérdida de calidad. Otra manera de comercializar el cacao, es efectuando la venta a los acopiadores rurales de la zona, que reúnen lotes más amplios y a su vez lo venden a los mayoristas para que eventualmente sea entregado a los exportadores. Un tercer circuito es cuando el agricultor va a los centros poblados más cercanos a vender su producto a intermediarios, quienes acopian el cacao en lotes más grandes para entregarlo al exportador. Una cuarta forma, es cuando el agricultor, generalmente el que tiene una propiedad más grande, vende su producto directamente al exportador (Intriago et al. 2018).

#### **1.4.7. Cadena de comercialización del cacao**

**1) Los productores individuales:** son el 90% (más de 90.000 productores), y en su mayoría pequeños productores. Estos se relacionan directamente con los intermediarios ubicados en el pueblo más cercano.

**2) Las asociaciones de productores:** Son alrededor de 100 y se refieren a agrupaciones de productores activas que participan en la producción, y algunas de ellas también en el acopio y comercialización, dirigiendo el producto a importadores, industria internacional; e, intermediarios y exportadores nacionales.

**3) Los intermediarios:** Se estima unos 1000 a nivel nacional. Son de diferentes tamaños, dependiendo del volumen de compra y de la ubicación del acopio.

**4) La industria de semielaborados:** son industriales que procesan el cacao y lo transforman hasta alguna de sus etapas intermedias (manteca, pasta, licor). Estas industrias dirigen el cacao procesado hacia el mercado externo (FAO, 2010).

#### **1.4.8. Medios de distribución**

Siendo las fincas productoras de cacao fino de aroma sus canales de distribución son:

EL intermediario va y adquiere el grano de cacao directamente a la finca para luego ser comercializado a los comerciantes mayoristas. Los comerciantes minoristas en este canal de distribución vende a los comerciantes mayoristas o empresas procesadoras del cacao y esto reside en que el productor posee relación con varios distribuidores de cacao.

Los comerciantes mayoristas, mantienen contacto directo con las empresas exportadoras y procesadoras de cacao y entrega el producto (Anecacao, 2015).

#### **1.4.9. Requisitos de calidad para la comercialización del cacao**

- La humedad máxima que debe tener el grano de cacao no será superior al 7 % lo mismo que está establecido en la NTE INEN 173.
- Al momento de la venta el grano no debe estar infestado lo que dañe la calidad
- El grano no debe superar el 1 % de pepas defectuosas.
- El grano de cacao debe estar libre olores a humo, butírico, moho y de agroquímicos lo que ocasionaría el rechazo al momento de la compra.
- El grano de cacao debe estar sujetos a las normas establecidas por la FAO/OMS, hasta que Ecuador elabore regulaciones.
- El grano no debe estar contaminado por impurezas o materiales extraños que dañe el aspecto del mismo (Flores & Julea, 2018)

### **1.5. Metodología de la investigación.**

#### **1.5.1. Modalidad de estudio.**

La modalidad del estudio consistió en la investigación bibliográfica de diferentes bases teóricas y científicas manifestadas por varios autores (páginas web, material publicado, e-books, enciclopedias, periódicos, tesis, tesinas, papers, review, artículos y revistas) en referencia al tema de estudio, lo que permitió fundamentar los objetivos planteados.

### **1.5.2. Métodos.**

Los métodos de estudio utilizados en el presente trabajo fueron:

- Deductivo: Este método busca deducir lógicamente las consecuencias de un problema
- Inductivo: A través de este método se alcanzan conclusiones generales a partir de hipótesis o antecedentes en particular

### **1.5.3. Factores de estudio.**

El presente trabajo tuvo como factores de estudio los siguientes:

- Cultivo de Cacao.
- Tipos de mercado.

## CAPÍTULO II

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. Ubicación

El presente estudio de caso se realizó a productores cacaoteros del cantón Vinces, cuyas coordenadas geográficas: Latitud Sur: 01°32'18", Longitud Occidental: 79°43'49". Con una temperatura de 26,5 °C, precipitación anual 1400 mm, humedad relativa 83 %, altitud 14 msnm.

#### 2.2. Desarrollo del caso

El presente trabajo correspondió al componente práctico del examen de grado de carácter complejo, previo a la obtención del título de Ingeniero Agrónomo, realizado mediante la investigación bibliográfica en la Sala de lectura de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Técnica de Babahoyo, y en diferentes sitios web, en base al tema de estudio "Principales tipos de mercados para la comercialización del cacao (*Theobroma cacao* L) en el cantón Vinces".

#### 2.3. Situaciones detectadas

- Los agricultores desconocen los tipos de mercado, en los que ellos se pueden ver favorecidos a la hora de comercializar su producto.
- Los parámetros de calidad que exigen los centros de acopio del cantón Vinces afectan a los agricultores ya que les disminuye notablemente en su precio.
- Cada vez más agricultores venden su cacao a intermediarios que se acercan hasta sus fincas para negociar un precio, el cual es muy por debajo de lo establecido.

## 2.4. Datos obtenidos

Se realizó una pequeña encuesta a los agricultores del cantón Vinces con el fin de conocer más detalladamente si tienen conocimiento sobre el tema tratado el cual es los tipos de mercados para comercializar su cacao, la encuesta tiene como formato las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuántas Hectáreas de cacao tiene en producción?
- ✓ ¿En qué estado vende Ud. mayormente el cacao?
- ✓ ¿Cuál es su principal canal de comercialización del cacao?
- ✓ ¿Realiza control de calidad cuando comercializa el cacao?
- ✓ ¿Al momento de comercializar el cacao Ud. hace que se respete el precio estipulados por las entidades del gobierno?



## 2.5. Resultados

### 2.5.1. ¿Cuántas Hectáreas de cacao tiene en producción?

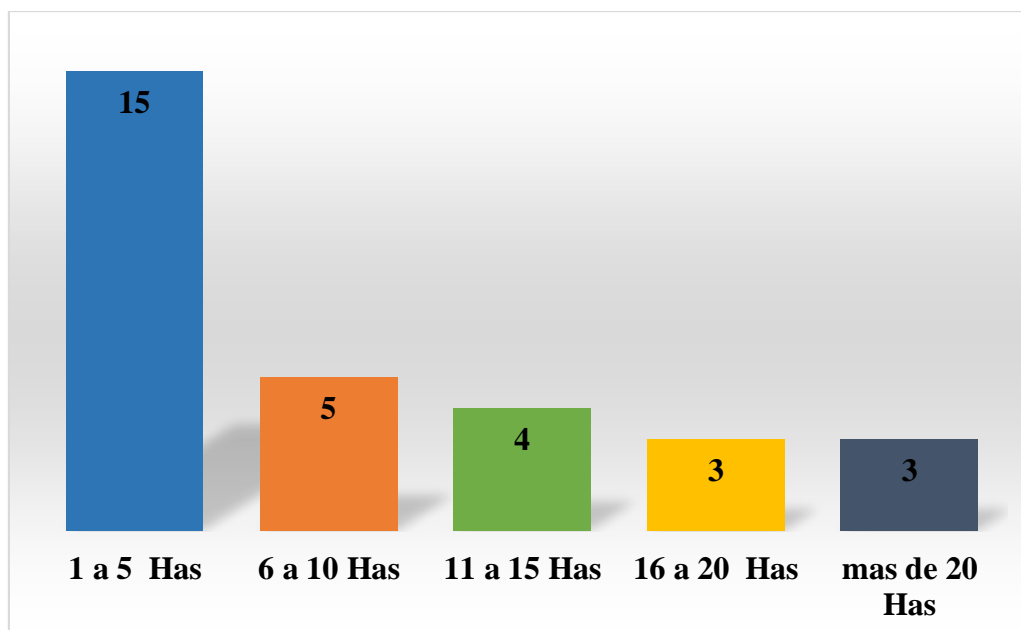


Figura 1. Resultado de la pregunta N° 1.

### Análisis

De los 30 productores de cacao encuestados en el cantón Vinces 15 manifestaron que cuentan entre 1 a 5 hectáreas, 5 expresaron que tienen entre 6 a 10 hectáreas, 4 que poseen entre 11 a 15 hectáreas, 3 tienen entre 16 a 20 hectáreas y 3 productores tienen más de 20 hectáreas de cacao.

Del total de hectáreas que poseen los productores unos las han adquirido de herencia, otros las han comprado con sus propios recursos.

### 2.5.2. ¿En qué estado vende Ud. mayormente el cacao?

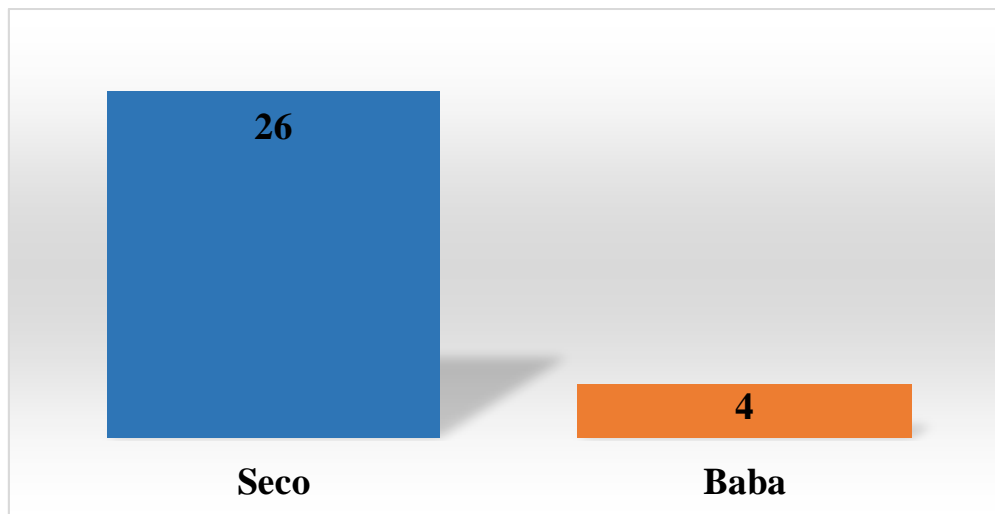


Figura 2. Resultado de la pregunta N° 2.

#### Análisis

Al momento de preguntar en qué estado venden el cacao 26 contestaron que ellos realizan el proceso de secado, mientras que 4 dicen que venden el cacao en baba

Mayormente realizan el secado porque expresan que tienen una mejor paga al momento de comercializar su producto y es una tradición adquirida de sus ancestros.

### 2.5.3. ¿Cuál es su principal canal de comercialización del cacao?

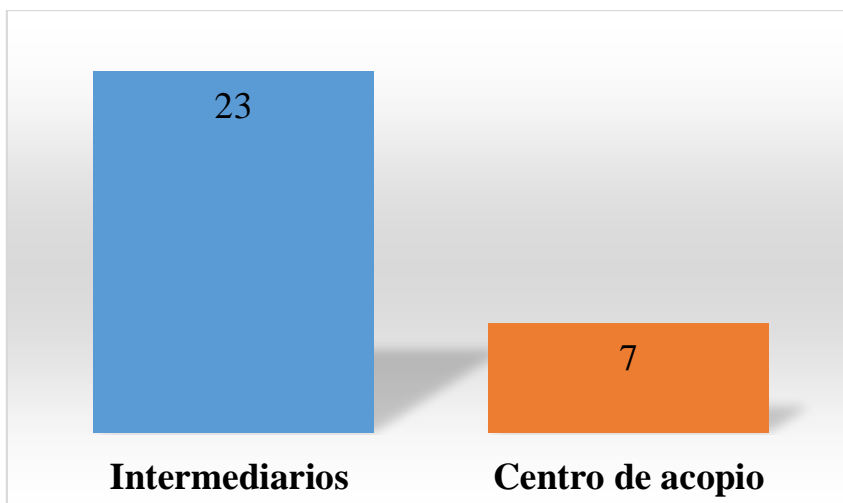


Figura 3. Resultado de la pregunta N° 3.

#### Análisis

23 de los 30 encuestados manifestaron que su principal canal de comercialización son los intermediarios, mientras que 7 expresaron que comercializan en los centros de acopio.

Venden a los intermediarios porque son los canales de comercialización más cercanos que existen, al contrario de los centros de acopio que están lejos y para poder transportar el producto hay que alquilar un carro para poder llegar.

#### 2.5.4. ¿Realiza control de calidad cuando comercializa el cacao?

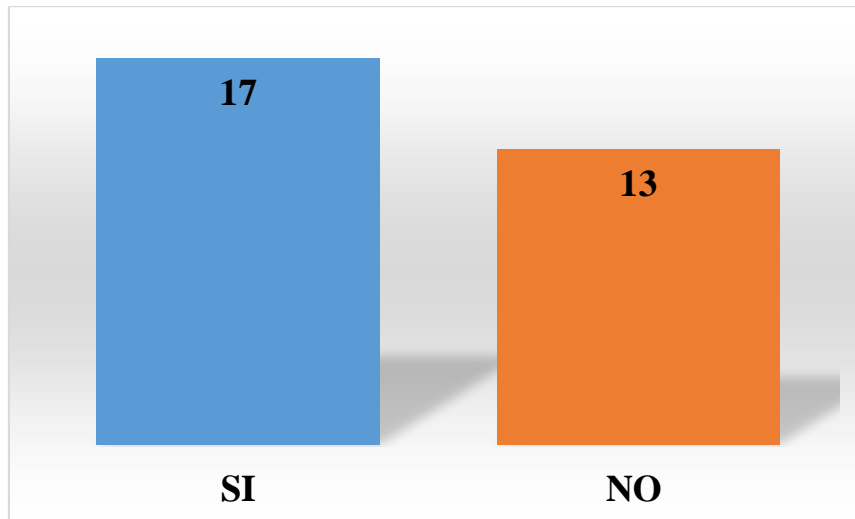


Figura 4. Resultado de la pregunta N° 4.

#### **Análisis**

Cuando se les pregunto si ellos realizan control de calidad a su producto cuando lo comercializan 17 contestaron que Si y 13 que No realiza un respectivo control de calidad a su producto.

Manifiestan que ellos realizan control de calidad por que al momento de comercializar el cacao el precio por quintal es mayor que cuando no se realiza un control de calidad.

**2.5.5. ¿Al momento de comercializar el cacao Ud. hace que se respete el precio estipulado por las entidades del gobierno?**

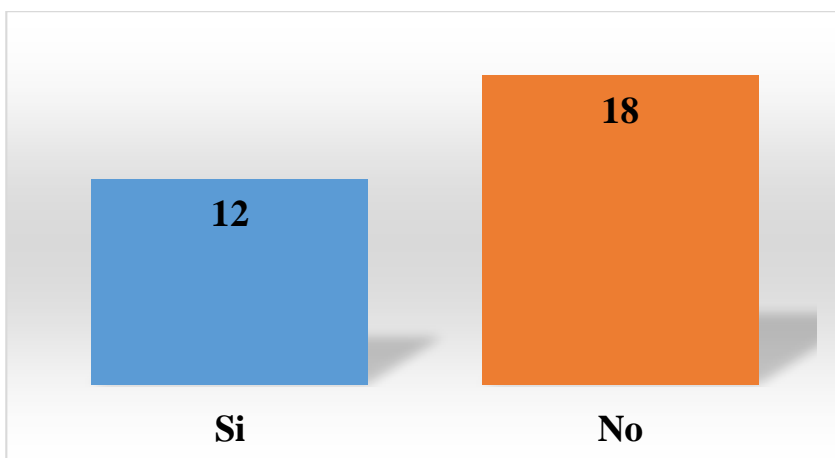


Figura 5. Resultado de la pregunta N° 5.

**Análisis**

Al realizar la pregunta sobre si ellos exigen que al momento de comercializar el producto que se les pague el precio estipulado por el gobierno 12 contestaron que sí hacen respetar el precio estipulado por las entidades del gobierno mientras que los otros 18 contestaron que no hacen respetar el precio estipulado por las entidades del gobierno.

La mayoría expreso que no exigen que les paguen los precios estipulados por las entidades del gobierno porque ellos son intermediarios y pagan el precio que ellos les convengan.

## **2.6. Soluciones planteadas**

- Realizar constantes capacitaciones a cada uno de los productores cacaoteros del cantón Vinces y dar a conocer los precios estipulados por las entidades gubernamentales y de esta forma ellos puedan exigir un pago justo al momento de sus cosechas.
- Dar a conocer cuáles son los parámetros de calidad que exigen los canales de comercialización y de esta forma ellos puedan tener un beneficio mejor al momento de la venta de sus productos.
- Realizar constantes supervisiones a los diferentes canales de comercialización y así lograr que se respeten las normativas estipuladas por el gobierno para el productor cacaotero.

## **2.7. Conclusiones**

- Los productores de cacao del cantón Vinces en su mayoría comercializan el cacao en estado seco porque tienen una mejor paga, al contrario que si comercializa en estado en baba el porcentaje de pérdida será mayor por la humedad que posee el grano.
- El principal canal de comercialización del cacao en el cantón Vinces son los intermediarios porque están cerca de la ciudad, además los grandes productores realizan la venta de sus cosechas en los centros de acopio porque tienen un mejor pago.
- Al momento de comercializar el cacao los productores si realizan un control de calidad, pero no exigen que se cumplan con los precios estipulados por las entidades gubernamentales.

- En el cantón Vinces la mayor cantidad de productores cacaoteros poseen fincas entre 1 a 5 hectáreas las mismas que han sido adquiridas con recursos propios o han sido heredadas por familiares.

## **2.8. Recomendaciones**

- Que los productores de cacao comercialicen su producto en los grandes centros de acopio porque de esta forma tendrán un precio justo por sus cosechas.
- Exigir que las entidades de gobierno realicen visita constantes a los intermediarios y verificar si se está cumpliendo con el precio estipulado por el gobierno.
- Supervisar que los intermediarios tengan romanas con el peso justo y de esta forma no perjudicar a los pequeños y grandes productores que comercializan el producto.
- Realizar visitas periódicas a las fincas de cacao y capacitar a cada uno de los productores sobre el buen manejo que se le debe dar a la plantación y así obtener un fruto de buena calidad.

## BIBLIOGRAFIA

- Agrotendencia. 2018.: El Cultivo del Cacao - Siembra, Manejo Técnico, Curiosidades y Más (en línea, sitio web). Consultado 11 sep. 2019. Disponible en <https://agrotendencia.tv/agropedia/el-cultivo-de-cacao/>.
- Anecacao. (09 de Mayo de 2014). *file:///H:/1-El-Ecuador-Actualidad-y-Perspectivas-del-Sector-Cacaotero-ANECACAO-cumbre-mundial-del-cacao-2014.pdf*.
- Anecacao. (4 de Noviembre de 2015). *Asociación Nacional de Exportadores de Cacao Anecacao*,. Obtenido de [multiplica.com.ec](http://www.multiplica.com.ec).: <http://www.multiplica.com.ec/guia-economica/asociaci%C3%B3n-nacional-de-exportadores-de-cacao-anecacao>
- Anecacao. 2015. Historia del Cacao | Anecacao Ecuador (en línea, sitio web). Consultado 11 sep. 2019. Disponible en <http://www.anecacao.com/index.php/es/quienes-somos/historia-del-cacao.html>.
- Agrotendencia. (17 de Agosto de 2018). *El cultivo de cacao*. Obtenido de agrotendencia: <https://agrotendencia.tv/agropedia/el-cultivo-de-cacao/>
- Baratau, P. (2017). *Competitividad del cacao Ecuatoriano. Estudio economico*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2019, de <https://riunet.upv.es>
- Batista, L. (2009). *Guía Técnica El Cultivo De Cacao*. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/01/cacao-1.pdf>



- BCE. (16 de Septiembre de 2015). *Reporte de coyuntura sector agropecuario*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201502.pdf>: contenido.bce.fin.ec
  
- Calva, A., & Ramirez, P. (2016). *Guia Tecnica para el establecimiento y manejo del cacao super arbol*. Obtenido de [http://www.ecoconsult.com/fileadmin/user\\_upload/pdf/downloads/Guia\\_tecnica\\_Cacao\\_10\\_2016.pdf](http://www.ecoconsult.com/fileadmin/user_upload/pdf/downloads/Guia_tecnica_Cacao_10_2016.pdf)
  
- Cevallos, J. (Octubre de 2011). *“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO EN EL ECUADOR, PERIODO 2009 - 2010*. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1637/1/JOS%C3%89%20MIGUEL%20CEVALLOS%20BARRIGA.pdf>
  
- EcuRed. 2010. Cacao - EcuRed (en línea, sitio web). Consultado 11 sep. 2019. Disponible en <https://www.ecured.cu/Cacao>.
  
- Espinosa, C., & Mosquera, D. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE CACAO EN EL CANTÓN SAN LORENZO, PROVINCIA DE ESMERALDAS*. Obtenido de dspace.uce.edu.ec:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1559/1/T-UCE-0005-181.pdf>
  
- FAO. (2010). *Calidad de los alimentos vinculados con el origen y las tradiciones en América Latina*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2019, de

- <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Ecuador/ppp/taller%20nacional%20ecuador/2DiagnosticoCadenaCacaoSergioPino.pdf>
- Flores, A., & Julea, G. (Mayo de 2018). *Análisis de producción del cacao y su rentabilidad agrícola en el cantón Milagro, Provincia del Guayas, Ecuador*. Obtenido de repositorio.unemi.edu.ec:  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4122/1/AN%C3%81LISIS%20DE%20PRODUCCI%C3%93N%20DEL%20CACAO%20Y%20SU%20RENTABILIDAD.pdf>
  - FUNDESYRAM. 2009. Morfología de la planta de cacao (en línea, sitio web). Consultado 11 sep. 2019. Disponible en <http://www.fundesyram.info/biblioteca.php?id=3096>.
  - Guamán. (13 de Diciembre de 2007). *Estudio de factibilidad para el cultivo de "cacao 51" en la parroquia Cristóbal Colon de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados y su comercialización*. Obtenido de bibdigital.epn.edu.ec: <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/731>
  - Guerrero, G. (06 de Agosto de 2013). *El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV*. Obtenido de [revistalideres.ec](http://www.revistalideres.ec): <https://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuadoriano-historia-empezo-siglo.html>
  - Intriago, F; Carrillo Zenteno, MD; Neto, J; Galeas, M; Caicedo, W; Moyano, M. 2018. Cadena de comercialización del cacao nacional en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Ciencia y Tecnología* 11:58-64. DOI: <https://doi.org/10.18779/cyt.v11i1.131>.

- Lideres. 2013. El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV (en línea, sitio web). Consultado 11 sep. 2019. Disponible en <https://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuadoriano-historia-empezo-siglo.html>.
  
- Yopez, A. (2015). *CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS PRODUCTORAS DE CHOCOLATE DEL CANTÓN VINCES PERÍODO 2015*. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10637/1/TESIS%20FINAL%20PRODUCTORA%20DE%20CHOCOLATE.pdf>

# ANEXO



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA



## Modelo de entrevista dirigida a los productores de cacao del cantón Vinces

1.- ¿Cuántas Hectáreas de cacao tiene en producción?

1 a 5

6 a 10

11 a 15

16 a 20

Más de 20

2.- ¿En qué estado vende Ud. mayormente el cacao?

Seco

baba

3.- ¿Cuál es su principal canal de comercialización del cacao?

-----

4.- ¿Realiza control de calidad cuando comercializa el cacao?

Sí

No

5.- ¿Al momento de comercializar el cacao Ud. ¿Hace que se respete el precio estipulados por las entidades del gobierno?

Sí

No



Figura 6. Encuesta a productores cacaoteros del cantón Vinces



Figura 7. Encuesta a productores cacaoteros del cantón Vinces