

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

Trabajo de grado para obtener el título de
Magíster en Educación y Desarrollo Social

**LA COMERCIALIZACIÓN
DE CACAO DE LA ORGANIZACIÓN
CAMPESENA DE LA PARROQUIA MORASPUNGO
COMO UNO DE LOS FACTORES DE DESARROLLO
SUSTENTABLE EN LA COMUNIDAD**

Autora
Dra. Carmen Cecilia Avalos M.

Director
Dr. Gilberto Vejarano M.
M.Sc. (Ph.D)

Quito, Ecuador
Mayo, 2010

CERTIFICACION

Quien suscribe libre y voluntariamente, declaro que el presente proyecto es fruto de mi propio trabajo de investigación, autoría, inédito y original, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto donde se ha realizado el reconocimiento debido en el texto.

Quito, mayo 10 del 2010

Dra. Carmen Cecilia Avalos Mora
C.I. 170730349-9

CERTIFICACION

Dr. Gilberto Vejando. M.Sc. Ph.D, en calidad de Director de tesis, Certifico haber dirigido a la maestrante en Educación y Desarrollo Social, Dra. Carmen Cecilia Avalos Mora, con rigor ético - científico, tema la Comercialización de Cacao de la Organización Campesina de la parroquia Moraspungo como uno de los factores de desarrollo sustentable en la Comunidad, el mismo que cumple con los requerimientos establecidos por la Dirección General de Posgrados de la Universidad Tecnológica Equinoccial "UTE"

Quito, mayo 10 del 2010

Dr. Gilberto Vejando M.
M.Sc. Ph.D,

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la memoria de mis padres por haber mantenido vivo mis ideales y ser la luz que ilumina el camino de la sabiduría con el legado de la práctica de hábitos y valores.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico a la sociedad para que en ella se plasme el ideal de justicia social a través, de la participación de los actores sociales como principio de democracia.

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Sistematización del problema	6
1.3 Preguntas de investigación	7
1.4 Justificación del tema.....	9
1.5 Objetivos	11
1.5.1 Objetivo general	11
1.5.2 Objetivos específicos.....	11
1.6 Alcance de la investigación.....	12

CAPITULO II

2. MARCO DE REFERENCIA	13
2.1 Marco teórico	13
2.2 Marco conceptual.....	63
2.3 Marco temporo / espacial.....	74
2.3.1 Marco jurídico.....	74
2.3.2 Marco institucional.....	76
2.4 Hipótesis	80
2.5 Variables e indicadores.....	80
2.5.1 Variable independiente.....	80
2.5.2 Variable dependiente	80
2.5.3 Indicadores.....	80

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA	82
3.1 Unidad de análisis.....	82
3.2 Población	82
3.3 Tipo de investigación	82
3.4 Prueba de hipótesis	83
3.5 Método de estudio	92
3.6 Técnicas e instrumentos	93
3.7 Fuentes de Información	95

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y ANÁLISIS	96
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones	110
5.2 Recomendaciones	111
BIBLIOGRAFIA	113
APÉNDICE	116
ANEXOS.....	120

RESUMEN

El proyecto social en estudio, del análisis de la producción y la comercialización de cacao de fino aroma de la Organización campesina de la parroquia Moraspungo, como uno de los factores de desarrollo sustentable en la comunidad del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi.

Las familias campesinas son de bajos niveles económicos, productoras de cacao de fino aroma, que no reciben apoyo de las políticas públicas gubernamentales, para el sector comunitario rural integral de la comunidad; su limitada capacidad de producción de cacao para comercializar por falta de tecnología, capacitación agropecuaria sostenible y la comercialización de su producto de cacao, está regulado el precio en el libre mercado mediante la ley de la Oferta y la Demanda, acto de comercio que no les permite alcanzar un desarrollo económico sustentable.

La metodología propuesta de la investigación de campo, a través de la técnica de encuesta, aplicada a las familias campesinas, permitió un análisis de la producción y comercialización de cacao de la Organización campesina; a través de la formulación de hipótesis operacional, para establecer la relación entre la variable independiente: de la producción y comercialización de cacao con la variable dependiente del mejoramiento de las condiciones socio-económicas de las familias de la Organización campesina; determinando que no han mejorado las condiciones socioeconómicas las familias campesinas de la Organización productora de cacao de fino aroma.

Se presentó una prueba de hipótesis para determinar si existe relación entre las familias que entregan su grano de cacao en los centros de acopio de Quinsaloma y si les interesa formar parte de otro sistema alternativo de comercialización, obteniendo como resultado del análisis estadístico que el 100% desea formar parte del sistema alternativo de comercialización comunitario donde se establezca políticas de precio y peso justo.

Las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas investigadas mejoraran, superando los niveles de productividad de cacao a través del sistema cooperativo de procesos de producción asociativa par establecer sistemas alternativos de comercialización a través de una cultura organizacional.

ABSTRACT

Social projects studied, the analysis of production and marketing of fine cocoa aroma of the Organization of the parish Moraspungo peasant, as one of the factors of sustainable development in the canton Pangua community, province of Cotopaxi.

Farm families are low income levels, producing fine cocoa aroma, not supported by government public policies for integrated rural community sector of the community, its limited production capacity of cocoa to market by lack of technology, sustainable agricultural training and marketing of cocoa product, the price is regulated in the free market by the law of supply and demand, trade act that allows them to achieve sustainable economic development.

The proposed methodology of field research through technical survey of rural households, allowed an analysis of cocoa production and marketing of peasant organization, through the formulation of operational scenarios, to establish the relationship between independent variable: the production and marketing of cocoa to the dependent variable the improvement of socio-economic conditions of peasant families in the organization, determining that have not improved the socioeconomic conditions of rural families of the Organization of fine cocoa producer aroma.

It presented a hypothesis test to determine whether a relationship exists between families who give their cocoa beans in the collection centers Quinsaloma and if they are interested in joining other alternative marketing system as a result of statistical analysis 100% want to be part of alternative community marketing policies which establish fair price and weight.

The socioeconomic conditions of rural households surveyed improve, surpassing levels of cocoa products through the cooperative system of associative pair production processes to establish alternative marketing systems through organizational culture.

CAPITULO I

1. Introducción

El sistema capitalista imperante que vivimos, controlado por la globalización como estrategia de la burguesía postindustrial, con concepciones ideológicas neoliberales, está caracterizado por la comercialización en el libre mercado, el precio regulado automáticamente por la Ley de la oferta y la demanda y el imperio y crecimiento de los capitales, en contraste con las restricciones a la movilidad de la producción y comercialización de la organización de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, por la vía de la subordinación de los modelos de desarrollo económico social.

El análisis de la producción y la comercialización de cacao de la organización campesina de la parroquia Moraspungo, como uno de los factores de desarrollo sustentable en la comunidad del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi, permite determinar que las familias campesinas de la organización productora de cacao de fino aroma, son de bajas condiciones socioeconómicas, obtienen limitados volúmenes de producción de cacao de fino aroma, tan solo por falta de capacitación en tecnología de producción agropecuaria sostenible y su ineficiente sistema de comercialización. Estas condiciones han favorecido la captación del producto de cacao de las familias campesinas, por los centros de acopio de Quinsaloma, donde se regula automáticamente el precio por la Ley de la oferta y la demanda.

Los ingresos económicos generados por este acto de comercio es el único medio de subsistencia para estas familias campesinas, con lo que apenas logran satisfacer sus necesidades básicas de alimentación y vivienda; sin embargo, en el sistema de producción de cacao por ellos utilizado, no incluyen insumos artificiales que contaminen el medio ambiente, por lo que esta actividad agrícola ecológica del cultivo de la planta de cacao, constituye un medio sustentable para las familias campesinas.

El grano de cacao fino y de aroma se comercializa sin valor agregado-procesamiento de derivados, factor que favorece, en los canales de comercialización, a los intermediarios que intervienen a varios niveles, quienes no pagan el precio ni el peso justo de su producto a las familias campesinas productoras de cacao de la parroquia Moraspungo.

Por otra parte, la producción de cacao de fino aroma y la creación de capital social de las familias campesinas, constituyen recursos potenciales para la integración de redes asociativas de producción. Esta acción social permitirá mejorar los volúmenes de producción e instaurar un sistema alternativo de comercialización comunitario, donde se establezca el precio y el peso justo, elementos que permitirán mejorar las condiciones socio-económicas de las familias campesinas, promoviendo el fortalecimiento del sistema de producción sostenible basado en el aumento de los volúmenes de la producción de su recurso natural de cacao de fino aroma, por unidad de terreno y maximización de la rentabilidad, porque la agricultura sostenible está esencialmente construida bajo procesos de aprendizaje.

La táctica consiste en el fortalecimiento de los procesos de producción asociativa, fomentando sistemas alternativos de comercialización a nivel nacional e internacional, en las áreas que favorezcan la cooperación de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, mediante principios: de participación, solidaridad, capacitación y liderazgo. Dicho proyecto espera generar un impacto social y económico inmediato que mejore las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas del sector. La investigación se encausa en la estrategia de procesos productivos asociados para el desarrollo de la economía sustentable, en la participación de las comunidades y sus conocimientos y formas de organización, donde se manifiesten la justicia, la equidad, el respeto, la solidaridad, la creatividad y el diálogo, que constituyen los principios de la cultura organizacional campesina sustentable.

De acuerdo con lo expuesto, el presente estudio pretende lograr que las familias campesinas de la organización, se capaciten en el proceso del manejo de la poscosecha de cacao de fino aroma, ya que es la etapa final de la producción y su importancia radica en que de ésta depende, en una buena parte, la calidad del grano. También intenta que se introduzca la tecnología sustentable, para lograr el aumento de volúmenes de producción, incentivando a las familias campesinas productoras de cacao fino y de aroma, a través de una cultura organizacional, a integrarse a los procesos asociativos de producción para la formación de redes sociales, que implican un proceso de construcción permanente, tanto individual como colectiva. También les procura la concienciación de que necesitan introducir sistemas tecnológicos de producción

agropecuaria sostenible, para que el producto cumpla con los estándares de calidad en los mercados nacionales e internacionales.

Uno de los factores de desarrollo sustentable en la organización de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, es el reconocimiento de la función del recurso natural, del grano de cacao altamente productivo y rentable, que preserva la ecología en el proceso de producción; de los mecanismos de participación de las familias campesinas en el ejercicio de una verdadera democracia participativa en el sistema alternativo de comercialización, bajo los principios de peso y precio justo que permitirá el crecimiento socioeconómico de las familias campesinas; constituyéndose en un modelo de organización socio productiva de cacao de fino aroma.

1.1 Planteamiento del problema

La organización campesina productora de cacao de la parroquia Moraspungo, es privilegiada por el recurso natural de cacao de fino aroma y su alto nivel de capital social; sin embargo, no cuenta con políticas sociales agropecuarias estatales: El programa de gobierno no cumple con fines de desarrollo sostenible para el sector comunitario rural integral. Su limitada capacidad de producción de cacao y la posterior comercialización de su grano de cacao de fino aroma, están reguladas en el precio del libre mercado mediante la Ley de la oferta y la demanda a nivel nacional e internacional; acto de comercio que responde a un sistema capitalista de ideología neoliberal. Las familias campesinas no están exentas de este modelo de comercialización de

explotación en el libre mercado. La organización en mención realiza el mercadeo de su producto de cacao fino y de aroma, en el área local, a través del canal de nivel uno, ejecutado en los centros de acopio de Quinsaloma.

Conscientes y conocedores de las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas de la organización productora de cacao, se busca con la ejecución del presente proyecto de investigación social obtener y compartir una información detallada, actualizada y confiable acerca del efecto de la comercialización del producto natural de cacao de fino aroma, donde el precio y el peso establezca con justicia y equidad, en sistemas alternativos de comercialización donde las familias campesinas participen desde el proceso de producción hasta la comercialización, para mantener un desarrollo socioeconómico sustentable de las familias campesinas de la comunidad y de las futuras generaciones, con la estrategia básica de cooperación, solidaridad, coordinación, capacitación y corresponsabilidad, participación, liderazgo.

La investigación en curso pretende analizar los volúmenes de producción de cacao de fino aroma y su comercialización y proponer crear un sistema cooperativo que permita estructurar procesos de producción asociativa, mediante redes sociales de integración de las familias campesinas productoras de cacao, para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas de la comunidad.

1.2 Sistematización del problema

En el modo de producción capitalista que vivimos, de ideología neoliberal, con una limitada inversión social, para el Estado ecuatoriano no ha sido prioridad invertir en desarrollo humano. Los gobiernos de turno con prácticas de democracias débiles, en las últimas décadas, no han cumplido con el principio social de promover mecanismos para combatir la pobreza, mediante el impulso de políticas públicas sociales, a favor de las familias campesinas, que practican la comercialización de cacao de fino aroma y que están sujetos a los precios que regula la Ley de la oferta y la demanda en el libre mercado a nivel nacional e internacional.

Es de vital importancia el estudio de la producción y de la comercialización de cacao como uno de los factores de desarrollo sustentable para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas que integran la organización productora de cacao de la parroquia Moraspungo del cantón Pangua, contando con un alto nivel de elementos de capital social y valoración del desarrollo económico sustentable que están relacionados con el aprovechamiento del recurso natural del cacao fino de aroma.

La misión del presente proyecto de desarrollo social permite potencializar las relaciones sociales. Su contexto organizativo, su medición y aplicación tienden a fomentar los procesos de producción asociativa de cacao de fino aroma, aumentando sus volúmenes de producción, para establecer sistemas alternativos de comercialización y llegar directamente hacia los consumidores

finales. Este acto de comercio sí permite mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas productoras de cacao.

El interés del desarrollo del proyecto social en marcha, es lograr que las familias campesinas se integren en un sistema cooperativo que les permita estructurar el proceso de producción asociativa, para poder aumentar los volúmenes de producción, actividad agropecuaria que impulsa buscar sistemas alternativos de comercialización con políticas de peso y precio justo de su cacao de fino aroma; categorías que constituyen un factor determinante para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas productoras de cacao y eleven el nivel de conciencia social para fortalecer la organización basada en la unión, solidaridad, participación, liderazgo, capacitación; creando estos valores desde el seno mismo de su propia organización, con buen trato entre compañeros en relación de igualdad, respeto y dignidad que permitan alcanzar un desarrollo económico sustentable de las familias campesinas.

1.3 Preguntas de investigación

¿Cuántas familias campesinas integran la organización productora de cacao de fino aroma, que mejoraran sus condiciones socioeconómicas en la parroquia Moraspungo?

¿Es la comercialización de cacao de la organización campesina uno de los factores de desarrollo sustentable en la comunidad?

¿La planta de cacao es un recurso natural sustentable para las familias campesinas?

¿Por qué la necesidad de fomentar los procesos de producción asociativa de la organización de las familias campesinas productoras de cacao de la parroquia Moraspungo?

¿Cómo impulsar el desarrollo sustentable de la actividad agropecuaria de producción y comercialización de cacao de la organización campesina de la parroquia Moraspungo como uno de los factores de desarrollo sustentable en la comunidad?

¿Cómo incentivar a las familias campesinas a aumentar los volúmenes de producción y a la creación de sistemas alternativos de comercialización de cacao de fino aroma como uno de los factores de desarrollo sustentable?

¿La comercialización de cacao bajo qué tipo de metodología propuesta se estudiará en la organización campesina de la parroquia Moraspungo como uno de los factores de desarrollo sustentable en la comunidad?

¿Qué volumen de producción de cacao la organización campesina de la Parroquia Moraspungo comercializa a los centros de acopio de Quinsaloma?

¿Cuál es el nivel de ingreso por la venta del quintal de cacao al centro de acopio de Quinsaloma en relación a su utilidad?

¿De qué manera la comercializadora privada MCCH ha contribuido con las familias campesinas?

1.4 Justificación del tema

El interés social del presente trabajo de investigación, es conocer si la producción y comercialización de cacao de fino aroma de la organización campesina de la parroquia Moraspungo, constituye uno de los factores de desarrollo sustentable en la comunidad, en relación a las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas; determinando el precio que reciben por la venta de su producto; en los centros de acopio de Quinsaloma.

Las familias campesinas productoras de cacao fino y de aroma, por sus condiciones socioeconómicas, no cuentan con asesoramiento técnico y capacitación de *producción agropecuaria sostenible*, elementos que no permiten aumentar los volúmenes de producción, para la comercialización de su producto y así hasta llegar al consumidor potencial. Los intermediarios argumentan que el grano de cacao no cuenta con un proceso adecuado de manejo poscosecha en la fermentación y secado del cacao y que, por mantener un alto grado de humedad, el grano de cacao no cumple con los niveles de estándares de calidad en los mercados nacionales e internacionales.

La investigación en curso sugiere, el sistema cooperativo que permite estructurar un proceso de producción asociativa a través de un sistema de integración de redes de familias campesinas productoras de cacao a nivel zonal y posteriormente interregional, para aumentar los volúmenes de producción de cacao fino de aroma. Por lo tanto es necesario la implementación de un proceso de manejo poscosecha de cacao, la renovación de las huertas poco productivas, y la implementación de nuevas plantaciones de cacao.

La investigación propuesta logrará su cometido introduciendo tecnología de producción agropecuaria sostenible renovable, a través de la instalación de secadores solares en la etapa de poscosecha, técnicas que permite conservar el producto para que cumpla con estándares de calidad; esta tecnología permite la conservación de la biodiversidad, con la provisión de medios de vida sostenibles para la organización campesina.

En la investigación del proyecto se recomienda un sistema alternativo de comercialización de cacao de fino aroma, para generar *canales de mercadeo comunitario*. Este es un modelo de desarrollo económico sustentable que mejorara las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas de la organización productora cacao de la localidad, es un acto de comercio que a través de las estrategias de participación, capacitación, empoderamiento, liderazgo, permite a las familias campesinas intervenir en todo el proceso de producción, distribución y comercialización.

Por las razones expuestas, este estudio resulta pertinente, ya que se propone impulsar procesos de producción asociativa que implementen sistemas alternativos de comercialización en la venta del cacao de las familias campesinas de la organización, a nivel nacional e internacional.

Para ello es necesario conocer el comportamiento de esta forma de modelo de desarrollo económico sustentable, a través de la creación del capital social, y con la ayuda en la capacitación tecnológica en lo referente a producción agropecuaria sustentable, establecer el desarrollo socioeconómico sustentable de las familias campesinas, en la producción y comercialización del grano de cacao a través de un

proceso de organización comunitaria, dejando a un lado el mercadeo del libre comercio donde se regula el precio en base a la Ley de la oferta y la demanda.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Analizar la producción y comercialización de cacao de la organización campesina de parroquia Moraspungo para proponer procesos de producción asociativa y sistemas alternativos de comercialización con miras a un desarrollo sustentable de la comunidad.

1.5.2 Objetivos específicos

Determinar el número de las familias campesinas y su nivel socioeconómico, en la organización productora de cacao de la parroquia Moraspungo.

Conocer el nivel de comercialización de cacao de las familias campesinas de la organización de la parroquia Moraspungo en centros de acopio de Quinsaloma.

Comprobar si la comercialización del cacao a los centros de acopio de Quinsaloma, constituyen uno de los factores de desarrollo sustentable de las familias de la organización campesina de la parroquia Moraspungo.

Conocer la cantidad de producción de cacao en la organización campesina de la parroquia Moraspungo y su comercialización en los centros de acopio de Quinsaloma.

Comprobar el nivel de ingreso por la venta del quintal de cacao a los centros de acopio de Quinsaloma en relación a su utilidad.

Precisar la participación de las familias campesinas en las iniciativas comunitarias desarrolladas.

1.6 Alcance de la investigación

El alcance de la investigación en curso, sobre la producción de cacao de fino aroma de las familias campesinas de la parroquia Moraspungo, del cantón Pangua de la provincia de Cotopaxi, y su comercialización en centros de acopio de Quinsaloma, con una proyección de mejorar sus condiciones de producción y comercialización a través de sistemas alternativos comunales (asociativos).

CAPITULO II

2. Marco de referencia

2.1 Marco teórico

Amparada en el principio filosófico del griego Aristóteles, el hombre es un ser naturalmente social, un animal político (Zoom politikon) “appetitus societatis” y por su naturaleza intrínseca, el ser humano imperiosamente tienen que vivir con sus congéneres de lo contrario perecería y la satisfacción de las necesidades demanda las relaciones de unos con otros, surgiendo la vida en comunidad, lo que, a su vez, da lugar a otras diferentes manifestaciones.

En los tiempos primitivos de la familia patriarcal no existió el comercio, el jefe de familia integraba en sus manos y en su voluntad todos los poderes. Como consecuencia y costumbre distribuía el trabajo, recogía lo producido y lo repartía a su arbitrio. Sin embargo, no impedía que se manifestase una forma primaria de trueque; es así que ninguna tribu o pueblo quedó exento de esta forma de organización social, política y económica.

En las épocas más remotas no existían normas escritas que pudieran considerarse como precursoras del Derecho Mercantil, por consiguiente, el cambio de mercaderías se efectuaba básicamente a través del sistema de trueque y eventualmente mediante el empleo de metales preciosos acuñados, y utilizando sistemas de pesos y medidas de variadas índoles, generalmente de valores reconocidos en cada pueblo.

Desde el inicio el comercio se rigió exclusivamente por la costumbre del trueque, y luego con el aparecimiento de la moneda que sirve como medida de valor o medida de pago de los bienes y servicios. El contrato de compraventa adquiere importancia y el comercio se desarrolla apreciablemente mediante el aparecimiento de este acto de comercio. La actividad comercial se extiende a regiones lejanas y da lugar al nacimiento de los agentes de comercio o corredores, el contrato de transporte, al aparecimiento del crédito, lo que trae aparejado el nacimiento de los Bancos Comerciales, las Asociaciones Mercantiles y las Asociaciones en general.

Las relaciones jurídicas mercantiles de la época son aisladas y no constituyen cuerpos legales, sino hasta el aparecimiento del Código de Hamurabi, el mismo que contenía normas sobre navegación y depósitos; el Código de Mischa, en el que se encuentran vestigios del Derecho Mercantil aceptado por las comunidades judías; de este código surge el aparecimiento del código de Thalmud, el primero redactado en Palestina y el segundo en Babilonia. En los siglos IV y V d.n.e. en Roma, con su gran desarrollo civil, tampoco encontramos normas únicas y los contratos y obligaciones de los mercaderes se regían por las mismas normas civiles.

Según manuscritos existentes de la antigüedad, fueron persas, hebreos, hindúes, árabes, fenicios, griegos y romanos, los que se destacaron en la práctica de actividades del intercambio, trueque y comercio.

Los persas impulsaron notablemente el comercio en Asia y establecieron vías de comunicación más seguras hacia los mercados que iban conquistando.

Los fenicios se caracterizaron por la instalación de fábricas y acondicionamientos de puertos marítimos. Reglamentaron la actividad comercial mediante tratados que originaron la celebración de las operaciones de crédito tan usuales en nuestro tiempo.

Los griegos, para facilitar la realización de las transacciones comerciales, fueron quienes comenzaron a generalizar el uso de la moneda acuñada en metales preciosos.

Los romanos, caracterizados por sus conocimientos y organización del Derecho, alcanzaron una Legislación destacada en la rama del Derecho Mercantil, siendo los precursores de las instalaciones de ferias y mercados, sistema que ha perdurado hasta la época actual.

Con el descubrimiento de América, el comercio europeo tomó gran auge, los navegantes españoles, holandeses y portugueses; abrieron rutas marítimas desde Europa hasta el Continente Americano.

En Francia se redactó la primera Legislación Mercantil en el año 1673 durante la monarquía de Luís XIV la misma que hasta ese entonces estaba incorporada al Derecho Civil.

Con la conquista española del nuevo mundo, implantaron todas las disposiciones de comercio vigentes en España, especialmente las de Sevilla, Valencia y Barcelona.

En nuestros días decimos que hay una operación trueque cuando se adquiere la propiedad de un bien y se entrega otro en pago de su valor o cuando

más de la mitad del precio del bien adquirido se paga mediante la entrega de otro bien y la menor parte se paga en efectivo.

El Derecho Mercantil tuvo origen “consuetudinario” en las formas o costumbres como se celebraban los actos de comercio, así como su repetición dieron lugar a la formación de leyes mercantiles. Actualmente el Derecho Mercantil constituye una rama independiente con sustantividad propia del comercio.

A finales del siglo XIX Ecuador era el primer productor mundial de cacao, con casi el 35 % de la producción mundial.

Los ingresos provenientes de las exportaciones de cacao constituyeron la actividad comercial principal de la economía ecuatoriana de esa época y aproximadamente el 70 % de los ingresos económicos del Ecuador provenían de la exportación de grano de cacao. Este sistema monoexportador dio origen a un grupo social predominante asentado en la costa ecuatoriana denominados los agro exportadores.

En el año 1913 aparece la plaga de la escoba de bruja la cual redujo en un 50 % la producción de cacao en el Ecuador, surgiendo nuevos países productores de cacao (países africanos). La baja de los precios internacionales y la primera guerra mundial, provocaron que la economía monoexportadora del cacao colapsara; los grandes y poderosos hacendados se vieron de un momento a otro en crisis económicas y empezaron a entregar sus haciendas a pequeños finqueros para que las trabajen y sigan sembrando, a cambio de una cierta

cantidad de dinero. En este período fue aumentando la producción de cacao de los países africanos y Ecuador fue desplazado de los mercados internacionales.

Con la Ley de la Reforma Agraria promulgada en el año de 1964, se legalizó y garantizó la permanencia de los pequeños productores en las fincas, los mismos que, luego de un proceso de legalización de tierras, se convirtieron en propietarios de esas fincas productoras de cacao. Mediante este proceso llegamos a la estructura actual de la producción cacaotera, donde el 65 % de esta producción está en manos de pequeños productores.

Con el cambio en la estructura de la tenencia de la tierra, aparecen los nuevos pequeños productores de cacao los que tienen que adoptar un nuevo sistema de comercialización interna, pues, al no existir grandes plantaciones de cacao que por sí solas puedan exportar, hubo que utilizar el sistema de acopio de pequeños cantidades, para acumular grandes montos y poder realizarla.

Así es como surgen los intermediarios de la comercialización de cacao: éstos compran el producto periódicamente al campesino y luego lo exportan directamente. Es aquí el momento en que surge uno de los hechos fundamentales en la comercialización de cacao, originándose el distanciamiento entre el productor y el mercado internacional, porque, vale la aclaración, la mayoría de comerciantes que aparecen en los pueblos no son productores, sino personas con cierta solvencia económica que reúnen el producto y lo exportan; acopian el cacao, en su gran mayoría proveniente de intermediarios, produciendo el gran alejamiento entre el productor y el exportador. Este sistema de comercialización perjudica al productor que recibe menos precio, porque su producto debe pasar por algunas manos hasta llegar al consumidor final, el productor no puede

manejar todo el proceso de producción y de comercialización, para obtener mejor utilidad y cae en el sistema de especulación.

El pequeño productor de cacao fue beneficiado con la tenencia de las tierras, pero el Estado no dictó políticas socioeconómicas agropecuarias complementarias, ni generó espacios para que éstos puedan insertarse en la comercialización directa de su producto. El pequeño cacaotero quedó abandonado con sus fincas, actualmente viejas, sin ningún tipo de asesoría técnica de producción agropecuaria sostenible, sin créditos, ni capacitación, condiciones que han llevado al sector a ser poco eficiente en producción y comercialización interna de cacao.

La planta de cacao es un recurso natural oriundo de las selvas tropicales de Sudamérica y de América Central. La temperatura ideal para su crecimiento está comprendida entre 18°C y 32°C. Las precipitaciones anuales no deben ser inferiores a 2,000mm ni superiores a 3.000mm. Para una producción óptima, el árbol debe estar protegido de la luz solar directa y de los vientos excesivos. El árbol de cacao puede crecer hasta 10 metros de altura cuando está a la sombra de altos árboles forestales. El fruto o mazorca mide entre 20 a 25 centímetros de largo y contiene de 30 a 40 semillas. El grano de cacao es fermentado y secado. Las mazorcas brotan del tronco principal y de las ramas de la copa. El cacaotal comienza a producir al cabo de cuatro o cinco años de haber sido plantado y puede seguir produciendo durante varios decenios.

Para desarrollar la máxima calidad posible, es necesario realizar la selección de las mazorcas que se cosechan, un correcto proceso de fermentación y secado

y finalmente una exigente limpieza y clasificación del grano. Estas prácticas garantizan el mercado y el buen precio al productor.

El grano de cacao, se debe cosechar únicamente de los frutos maduros. Las mazorcas verdes no se deben recolectar porque el grano sin madurez origina un producto de mal sabor y aroma.

Las recolecciones deben hacerse dependiendo del volumen de la cosecha, de la madurez de las mazorcas y de la presencia de plagas, enfermedades o animales dañinos. Cuando son abundantes las cantidades de frutos maduros y existen este tipo de problemas sanitarios y de plagas, se debe aumentar la frecuencia de recolección para evitar pérdidas.

Generalmente, en plantaciones pequeñas o medianas, la recolección se debe hacer cada dos o tres semanas, con lo cual se evita la sobre maduración de los frutos y el riesgo de pérdidas.

La recolección debe hacerla con las herramientas adecuadas, siendo la tijera podadora la principal. Con cualquier otra herramienta, como el machete, pueden causarse heridas al árbol o dañar los granos del fruto. Por ningún motivo debe arrancar las mazorcas con la mano halándolas, porque desgarrar y destruye completamente el cojín floral causando heridas peligrosas al tronco.

El corte con la tijera debe hacerlo cerca de la mazorca, sobre la base de ésta y no sobre el cojín floral, pues también puede dañarlo perjudicando la cosecha futura.

La partida de mazorcas, generalmente, los montones o pilas de frutos, deben hacerse en un lote sin árboles de cacao, en donde pueda fácilmente realizar la labor de la partida y donde puede amontonar las cáscaras para su descomposición y posterior utilización en el mismo cultivo, como abono orgánico de muy buena calidad.

Antes de empezar a partir las mazorcas, debe separar las sanas de las enfermas para beneficiar solamente los granos sanos y no dañar la calidad del producto final.

La quiebra o partida de las mazorcas debe hacerse con un machete corto o con un mazo de madera, evitando dañar los granos, esto depende de la habilidad del operario.

También se utiliza el sistema de un machete corto colocado en forma invertida sobre un tronco de madera. Con este sistema puede aumentarse el rendimiento en esta labor, con menor riesgo de accidentes para el operario.

La desgranada, la extracción de las semillas de la cáscara, se hace deslizando los dedos de la mano a lo largo de la placenta o vena central de la mazorca, evitando extraerla para no mezclarla con los granos de cacao. Si esto sucede debe sacarse posteriormente dicha placenta pues constituye una impureza que perjudica la calidad del producto.

La fermentación, es el paso fundamental en el beneficio del cacao puesto que en este proceso se desarrollan las cualidades del grano, agradables al gusto y al olfato. Por el contrario una mala fermentación o la ausencia de ésta puede demeritar el producto de manera notable.

El proceso de fermentación tiene por objetivo los siguientes aspectos:

Desprender los granos del mucílago que los rodea para facilitar su conservación.

Provocar la muerte del embrión e impedir la germinación.

Originar la cadena de reacciones bioquímicas en el interior de los granos que generan un aumento de su volumen y el cambio de color hasta alcanzar el tono chocolate característico del grano de cacao.

El proceso fermentativo se convierte en el principal proceso del beneficio pues los cambios que se originan son fundamentales para que aparezcan los agentes precursores del aroma y sabor típicos del cacao de calidad.

Los granos extraídos de la mazorca deben depositarse en cajones de madera, con orificios en el fondo y los lados para la salida de la "baba" o líquidos que se desprenden del mucílago: Estos cajones deben colocarse unos 10 ó 15 centímetros por encima del suelo para el fácil drenaje de estos líquidos.

Los cajones deben estar colocados en sitios cubiertos para que la temperatura sea constante y la fermentación sea completa y pareja: El tamaño y número de los cajones varía de acuerdo con la cosecha de la finca.

En términos generales, estos cajones pueden tener estas dimensiones y capacidad (ver cuadro).

Además de los ya mencionados cajones fermentadores, también se utilizan cajones en escalera, barriles fermentadores o camillas. En cualquier caso, es

importante que los recipientes fermentadores tengan orificios para la salida de los jugos.

Es necesario voltear la masa de cacao a partir de las primeras 36 horas y después cada 24 horas para airearla y lograr una fermentación uniforme, mediante la distribución pareja de la temperatura la cual debe permanecer por lo menos 3 días a 50°C, para lo cual la masa de granos debe taparse con costales, hojas o fibras vegetales y estar en un cuarto o lugar abrigado.

El tiempo de fermentación debe durar entre 5 a 6 días (120 a 144 horas).

Nunca se deben mezclar en el fermentador granos cosechados en diferentes días, por esto es importante organizar la recolección de mazorcas para obtener los volúmenes requeridos. La mezcla no permite uniformidad en los niveles de fermentación.

El secado mediante este proceso disminuye el contenido de agua, la acidez y la astringencia de la almendra, características importantes de calidad.

En lo posible el secado debe hacerse al sol, que es la fuente de calor más barata y adecuada. Si se utiliza secado artificial debe tenerse cuidado con los silos para que la temperatura no sobrepase los 60 grados centígrados: El secado debe ser lento y a bajas temperaturas particular mente al comienzo.

Para el secado al sol se utilizan estructuras como las paseras, camillas de madera o carros corredizos. No se deben usar patios de cemento ni áreas pavimentadas pues sobre todo en estas últimas, se produce contaminación por elementos nocivos.

En el proceso del secado se debe revolver la masa de cacao frecuentemente.

Para la distribución pareja del calor, deben usarse utensilios de madera. En forma práctica, el punto de secado se conoce tomando un puñado de granos y si al apretarlos crujen como cascajo es señal de que están en el grado de sequedad requerido.

El cacao con humedad cercana al 7%, que es la requerida y cuyo proceso de fermentación haya sido correcto, presenta estas características:

Grano de forma arriñonada.

Color externo café oscuro o canela.

Consistencia quebradiza.

Cáscara fácilmente desprendible.

Estructura interna arriñonada y con espacios dentro de la estructura de los cotiledones. Presenta unas membranas transparentes delgadas entre las grietas del grano.

- Color interno café marrón, violeta o simplemente chocolate.
- Olor a chocolate, agradable.
- Sabor medianamente amargo.

Limpieza y clasificación: Deben eliminarse todas las impurezas, granos mohosos, partidos y vanos (sin almendra), esto mediante proceso manual o haciendo pasar la masa de almendras a través de zarandas, dejando solamente los granos bien fermentados y secos.

Desde el punto de vista ecológico, el cultivo de cacao es ideal para proteger los recursos naturales de interés para todos como: el agua, el suelo y biodiversidad. Debido a esto, su explotación se realiza con mínimo porcentaje de insumos, su cultivo permite el control de enfermedades y plagas.

El cacao es una especie "umbrofila", esto es, amiga de la sombra, característica que permite la formación de sistemas agroforestales que brindan al productor mayor sostenibilidad económica, sin comprometer el equilibrio de los recursos naturales. Desde esta perspectiva el cacao tiene un gran potencial para la restauración y protección de cuencas y micro cuencas hidrográficas.

El cultivo de cacao demanda pocos insumos agroquímicos importados (fertilizantes, fungicidas y herbicidas).

El cacao de fino aroma es un producto conocido de la naturaleza del Ecuador, desde tiempos prehistóricos. Se considera que su evolución genética ha sido positivamente influenciada por las condiciones medio ambientales de la zona costera y oriental ecuatoriana, lo que ha dado como resultado su aroma típico y su sabor.

Debido a su alta calidad nutricional por contener proteínas, el cacao de fino aroma ha sido seleccionado como uno de los cultivos destinados a ofrecer seguridad alimentaria sostenible.

Es necesario implementar sistemas alternativos de comercialización del cacao de fino aroma mediante un sistema cooperativa que promueva el fortalecimiento de sistema de producción asociativa sostenible.

Las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, poseen una limitada capacidad de producción para acceder a mercados nacionales e internacionales. Su bajo volumen de producción es por falta de tecnología y capacitación de producción agropecuaria sostenible. El proceso de manejo de poscosecha de cacao, es el proceso final de la producción y su importancia radica en que de él depende en una buena parte la calidad de grano, por lo que es necesario incrementar la construcción de tendales mixtos de caña guadua con cemento e introducir energía renovable a través de instalación de secadores solares en la etapa de poscosecha.

El grano de cacao de fino aroma se comercializa sin elaboración de productos con valor agregado, por lo que resulta ineficiente su sistema de comercialización y en los canales de comercialización se ha favorecido a los intermediarios en varios niveles, los cuales se benefician de este acto de comercio.

La organización campesina

Las organizaciones, son la reunión, agrupación o conjunto de personas que se unen y organizan para satisfacer necesidades, resolver problemas y alcanzar objetivos comunes que individualmente son difíciles de lograr.

Se entiende por campesinos, a aquellos productores agropecuarios cuya actividad económica se desarrolla en pequeña escala, en condiciones de escasez de recursos y teniendo como base el núcleo familiar doméstico.

Como actor social, el campesinado mantiene una historia de subordinación en tanto ha actuado como permanente transferidor de renta hacia otros sectores sociales a través de mecanismos de extracción de excedentes en los mercados de trabajo, de productos y de tierras.

Las organizaciones campesinas son grupos de personas conformadas por campesinos y colonos que se organizan con el objetivo primordial de satisfacer necesidades comunes que individualmente no pueden conseguir. Estas organizaciones reciben créditos por donaciones de instituciones privadas, creados con fondos extranjeros, como también de instituciones públicas; por tal razón las organizaciones tienen la obligación de presentar informes económicos a las instituciones que prestan apoyo, estas son: FEPP, CCF, ONG's, CARE, PROTIUSTA, PRONADER, MAG.

El desarrollo rural y la organización campesina

El desarrollo rural es complejo, incluye múltiples dimensiones: económica, social, cultural, tecnológica, territorial; que presentan relaciones cambiantes entre ellas; El desarrollo sostenible comprende el aumento de calidad de vida, la erradicación de la pobreza y el logro de mejores indicadores de bienestar.

Una de las desventajas de las familias campesinas, es que se limitan a solo una parte de la producción, mientras que los empresarios a su vez son productores, procesadores y comercializadores.

En las actuales condiciones de apertura comercial, se cuestiona la participación de los pequeños productores, es aquí en donde las organizaciones

campesinas tienen que asumir y ampliar su participación y establecer políticas de comercialización para el sector, con propuestas viables, consensuadas y bien analizadas.

El problema es de fondo y no debe limitarse al proceso productivo, sino que se debe dar un valor agregado al producto y establecer sistemas alternativos de comercialización, para generar un espacio que les permita fortalecer al sector que representan, empleando estrategias propias y de alianzas con organizaciones del mismo sector y la Integración con Redes de Organización de Segundo Grado.

Partiendo del principio sociológico que las familias campesinas, no pueden seguir aisladas, la organización es la única forma de alcanzar una participación mayor en los mercados nacionales e internacionales. Solamente el productor organizado, puede asumir un rol más dinámico, sobre todo en la estrategia del encadenamiento de la producción con los otros eslabones de la cadena productora y es necesario superar el carácter individual de las organizaciones hasta conseguir y poner en contacto al productor con el consumidor final.

Los logros de éste sistema de comercialización para los productores campesinos son los siguientes:

Desarrollo de capacidad de gestión.

Especialización en el cultivo de cacao fino de aroma.

Comercialización de toda la producción.

Elimina intermediarios.

Obtiene mejores precios y peso justo.

Sin endeudamiento.

Los objetivos de las organizaciones campesinas

La capacitación y voluntad para el trabajo, son virtudes que caracterizan a las familias campesinas para mejorar sus condiciones socioeconómicas del sector; sus responsabilidades las asumen con entusiasmo, creatividad y competitividad, permitiéndose alcanzar los logros y las metas propuestas, para el bien común de sus integrantes.

Entre los objetivos de las organizaciones campesinas tenemos:

1. Mantener lazos de unión y de lealtad entre los socios.
2. Conocer y satisfacer necesidades comunitarias.
3. Cumplir con las funciones adquiridas por todos y cada uno de los socios.
4. Aportar con cuotas para obtener un capital propio.
5. Aumentar los ingresos económicos y mejorar las condiciones de vida.
6. Elevar los conocimientos de los socios mediante la capacitación técnica.
7. Fortalecer la Organización por medio de la integración de nuevas familias campesinas.
8. Lograr la autogestión y capacitación de las familias campesinas de la Organización.
9. Controlar el manejo del recurso que posee la Organización campesina.
10. Fomentar la eficiencia y solidaridad para el desarrollo sustentable.

Su capacitación socio – organizativa se logra a través de cursos, seminarios, talleres de trabajos, días de campo, jornadas de reflexión, y análisis de la problemática. Algo importante a resaltar, es que algunos equipos y procesos productivos han sido adaptados a la realidad local.

Las organizaciones campesinas, a través de un proceso social, se enmarcan en un nuevo modelo cooperativista del pueblo que demanda justicia social. En la comunidad de la parroquia es necesario compartir criterios de asesoramiento de una de las organizaciones de segundo grado. Por su trascendental experiencia organizativa protagonizada por las organizaciones campesinas cuyo destino se ha forjado a través de diversos acontecimientos sociales, políticos y económicos; dinámica organizacional del medio rural.

La creación de capital social ha despertado muchas expectativas de desarrollo sustentable socioeconómico de las familias campesinas. El trabajo de las organizaciones comunitarias constituye la búsqueda de satisfacción a las necesidades primarias de sus asociados y la negociación de recursos de asistencia al desarrollo económico sustentable de las familias campesinas.

Las organizaciones sociales, entre ellos los campesinos determinados por las condiciones socio-económicas e influenciadas por los fenómenos culturales, económicos, políticas institucionales, equidad de género, tecnológico científico y ético filosófico, se encuentran interrelacionados entre sí en la superestructura social.

La concepción sociológica es fortalecer las instituciones reflexivas, utilizando como estrategias la participación, capacitación, la gestión, liderazgo,

solidaridad; para la formación de redes gestoras de desarrollo social. “Se estimula a los beneficiarios y participantes a tomar el control de sus propios proyectos sociales” Una vez fortalecida la organización campesina en estudio, pasará formar parte de las redes de apoyo de competencia, para mejorar las condiciones socioeconómico de las familias campesinas productoras de cacao.

La planificación y el liderazgo organizacional constituyen estrategias de desarrollo social para la construcción de nuevos paradigmas que respondan a las necesidades del desarrollo rural integral. La promoción de las organizaciones campesinas, con capacitación y asistencia técnica permiten instaurar el sistema productivo agropecuario sostenible.

La estrategia de las organizaciones campesinas, es empezar a trabajar una “economía solidaria sustentable” basada en la gente y sus comunidades, en su lucha por combatir la pobreza y conseguir mejores condiciones socioeconómicas para sus hijos, quienes, más adelante, se encargarán de conducir los destinos de nuestro pueblo.

La organización comunitaria

Concepto de Organización.- “Grupo Social estructurado con una finalidad” Organización comunitaria es el proceso por medio del cual los ciudadanos actúan juntos para mejorar el nivel de vida en su comunidad. La organización comunitaria significa que la gente se une para cambiar el estado de las cosas en sus lugares; que realizan sus propias actividades de trabajo, producción, comercialización etc.

La participación de las familias campesinas, como actores sociales, en las diferentes actividades de la organización comunitaria, en base a la planificación, capacitación, participación y liderazgo organizacional; utilizando el recurso del cacao de fino de aroma, participando desde la producción y la comercialización del producto hasta llegar al consumidor potencial, para mantener un desarrollo económico sustentable de las familias campesinas de la comunidad, con la práctica de cooperación, solidaria, confianza, lealtad, reciprocidad de valores éticos y morales; el mismo que constituye un modelo de desarrollo económico sustentable. El ascenso gradual de las comunidades a la plenitud de su propio desarrollo económico sustentable. Requiere políticas institucionales que contribuyan a superar las polaridades de clase, étnicas y de género.

El sistema de organización comunitaria, permite el desarrollo económico sustentable de las familias campesinas productoras de cacao que integran las redes de cooperación y solidaridad con la creación de capital social alcanzando así: educación, salud, alimentación sin tener que enfrentar el fenómeno de migración. Con la organización comunitaria instauramos un tercer modelo de desarrollo socioeconómico, independiente de los medios de producción estatal del sistema capitalista.

Los seres humanos suelen tenerle miedo al cambio. A cualquier transformación, bien sea en las vidas personales o en nuestra sociedad. Pero vivimos en un mundo en el que lo único constante es el cambio. En base a las concepciones filosóficas socioeconómicas, las sociedades cambian por la voluntad de los seres humanos.

Las organizaciones comunitarias, determinadas por las condiciones sociales, económicas, ambientales, culturales, políticas, institucionales, equidad de género, tecnológico científico y ético filosófico se encuentran interrelacionados entre sí en la superestructura social.

Desarrollando estrategias de participación, gestión, liderazgo, empoderamiento, permite reproducir instituciones reflexivas. “Se estimula a los beneficiarios y participantes a tomar el control de sus propios proyectos sociales”.

Una vez fortalecida la organización campesina productoras de cacao, formaran parte de las redes de apoyo de competencia para alcanzar mejores condiciones socioeconómicas las familias campesinas productoras de cacao.

Una característica importante de este modelo de organización social en su proceso de integración, es no ser auspiciada con grandes inversiones, para ir determinando su aceptación y funcionalidad frente al mercado.

El término “organización de la comunidad” se refiere tanto a un proceso como a un campo de acción que ayuda a la creación de capital social amparados en los principios de la solidaridad, capacitación, confianza, liderazgo, reciprocidad, participación en la comunidad, para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas productoras de cacao.

Las organizaciones comunitarias crean su propio capital social, en la medida en que un sistema de relaciones colectivas y complejas superpuestas, constituyen la búsqueda de atención a las necesidades más inmediatas de sus asociados.

La aplicación del enfoque de recuperación del verdadero poder comunal para el fortalecimiento organizativo, requiere ser sujetos y actores de su propio desarrollo económico sustentable.

Dentro de su segunda categoría la organización comunitaria generalmente se encuentran vinculada a la producción, transformación y comercialización de productos agropecuarios. A nivel del país tenemos organizaciones, que han logrado una buena capacidad organizativa sustentable a través de una consolidación en el perfil de manejo de proyectos sociales. Existiendo una relación entre presencia de organizaciones de desarrollo sustentable y densidad organizativa.

El Estado ecuatoriano no atiende con políticas sociales-económicas de apoyo para las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, que constituyen los pequeños productores de cacao, quienes se encuentran sometidos a las políticas del libre mercado donde se regula el precio automáticamente mediante la Ley de la oferta y la demanda.

Hasta los años ochenta, el modelo de organización de la población rural pasaba por el predominio de la forma organizativa tradicional que se denomina comuna o comunidad, por nuevas forma más vinculadas a procesos productivos, como las cooperativas o las asociaciones.

Zamos, nos da una visión de lo que sucedía en el medio rural a mediados de los años noventa: Tanto la población indígena y campesina instauraron las organizaciones comunitarias, que es una forma más adaptada a los modos productivos actuales de las familias campesinas con predominio del mercado.

Martínez Valle (1998) “aclarando que ya existían las organizaciones denominadas de Segundo Grado elemento clave del desarrollo rural. Que responden a las demandas sociales y políticas del campesinado”.

Martínez Valle, (1997, pág. 120) “Las organizaciones consolidadas con capacidad tanto organizativas como de gestión para demandar proyectos, ejecutarlos, y realizar las labores de seguimiento y evaluación”.

La organización comunitaria nos permite tener voz y voto en el proceso de toma de decisiones que nos afectan, y nos ayuda a desarrollar confianza y un sentido de unidad entre los que pertenecemos a una misma comunidad. Juntos podemos resolver nuestros problemas y trabajar por una causa común.

La organización comunitaria representa una estrategia para trabajar por un cambio a mayor escala en nuestra sociedad. La capacidad organizacional, está integrando, por redes de reciprocidad y confianza con la que se organiza la población rural.

En cuanto a la capacidad institucional es fundamental medir a través de varios indicadores como son: capacidad de gestión, cultura organizativa, capital social.

En las organizaciones comunitarias, el desarrollo de capacidades, planificación de estrategias es fundamental para que les permitan acceder a programas y proyectos sociales, con la formación de líderes que conozcan temáticas de gestión y administración, lo que conlleva a una mejor implantación de las decisiones y por último enriquecer la comunidad y crear el capital social lo que constituyen el principio, para el desarrollo económico sustentable de sus comunidades.

Es fundamental conocer la realidad de la comercialización de cacao de la Organización campesina de la parroquia Moraspungo como uno de los factores

de desarrollo sustentable en la comunidad en estudio, a través de la útil herramienta llamada **F. O. D. A.**

Fortalezas de la Organización campesina en estudio:

- Buen trabajo en equipo.
- Líderes carismáticos.
- Recurso natural sustentable de cacao de aroma fino.
- Voluntad y compromiso de las familias campesinas de participar en el desarrollo comunitario.

Debilidades:

- Bajos volúmenes de producción de cacao de fino aroma.

Oportunidades:

- La integración de las familias campesinas productoras de cacao a los procesos de producción asociativa.
- Crear sistemas alternativos de comercialización.

Amenazas:

- Captación del producto por los centros de acopio de Quinsaloma.
- Bajos niveles de ingresos económicos por la venta de cacao.

Las familias campesinas no cuentan con capacitación ni tecnología de producción agropecuaria sustentable.

El desarrollo comunitario sustentable

El desarrollo comunitario sustentable, como aquel mecanismo de carácter endógeno por medio del cual una comunidad toma (o recupera) el control de los procesos que le determina y la afecta.

El desarrollo comunitario sustentable se fundamenta en la participación de los productores y la autoderminación (o autogestión) local, (Farrington y Martin 1988; Chambers et al., 1989, Tth.rupp 1989) sin embargo, el nuevo paradigma de sustentabilidad ha sido adoptado más como un factor técnico o productivo con el fin de generar una agricultura sustentable o alternativa.

Las tesis sociológicas, analizan una aproximación más amplia e integradora que deriva en un desarrollo rural sustentable, y sobre el aspecto más específico del desarrollo comunitario sustentable. El cual es de notable interés en los países en vías de desarrollo. El desarrollo comunitario trata de promover a través de un plan manejo de los recursos naturales, estableciendo los principios etno-ecológicos del desarrollo sustentable, que ubican a las comunidades rurales cómo células productivas del organismo social, son: diversidad, integración, autosuficiencia, equidad, justicia económica.

El presente trabajo de investigación, busca analizar la producción y los niveles de comercialización de cacao de las familias campesinas, para sugerir sistemas alternativos de comercio de su producto, en mercados que cumplan con el principio de justicia económica, especialmente dirigida a obtener los precio y peso justo.

En los momentos actuales, las familias campesinas, por la venta de grano de cacao no reciben el precio justo y son explotados en el libre mercado, ya que concepciones ideológicas neoliberales como la Ley de la oferta y la demanda son las que regulan el precio en el mercado.

El desarrollo comunitario se logra a partir del ejercicio de una verdadera democracia comunitaria, bajo los supuestos de una toma de decisiones basada en el consenso de las familias campesinas, sus derechos, aspiraciones individuales, y la defensa de la comunidad entera, desarrollando una cultura de conciencia comunitaria, con la toma de control en los ámbitos de territorio, ecológico, cultural, político, económico y social.

Para mejorar las condiciones socioeconómicas de todos sus cooperados, la estrategia productiva de la organización comunitaria es la ayuda a combatir la pobreza, con la participación de las comunidades, bajo el conocimiento de formas de organización, desde la célula fundamental de la sociedad que es la familia campesina, hasta la comunidad en general.

Los sistemas de cooperación

En los procesos sociales, es fundamental en la vida social *la cooperación*, la misma que se interacciona, orientando a la consecución de metas comunes que se origina de la naturaleza misma de los vínculos que mantienen unidos a los individuos de los grupos sociales y se manifiesta en la solidaridad intergrupala. Comte conoció este fenómeno fundamental de la cooperación y ha llegado a convertirse en un bien conocido principio de la sociología.

La necesidad de promover la economía social, como instrumento de transformación social, se inscribe en el marco del nuevo modelo de desarrollo económico sustentable; que aspira a la construcción de una sociedad más justa, inclusiva, equitativa y solidaria.

El desarrollo del cooperativismo, continúa siendo un movimiento fundamental en el campo económico y social dada su inserción en el aparato productivo en áreas de actividad agropecuaria rural-integral. El espíritu cooperativista de producir para vivir, se fundamenta en valores y prácticas socioeconómicas, al promover la conformación de espacios más igualitarios para el desarrollo humano, opuestos a los principios del sistema económico capitalista neoliberal que es altamente excluyente.

El cooperativismo, en los últimos años, constituye una estrategia para establecer políticas comerciales que protejan y estimulen a los pequeños productores.

La producción y la comercialización de origen cooperativo, facilitan el conocimiento de la procedencia del producto por parte de los consumidores, con una adecuada difusión.

Al estimular la conciencia solidaria de sus integrantes, los fines de promover e incentivar la producción y comercialización de los beneficios cooperativos, se reconoce al producto de origen cooperativo en los mercados locales, regionales e internacionales de los productos con el “Sello de Origen Cooperativo”

El sistema de cooperación permite estructurar procesos de producción asociativa, para generar una economía solidaria, basada en la unidad social.

Acerca de las primeras formulaciones del concepto de capital social, la preocupación por los principios de la solidaridad social puede indagarse hasta los mismos orígenes de las ciencias sociales: Ya a fines del siglo XIX Emile Durkheim señalaba la importancia de las relaciones sociales en la cooperación social, como principio fundamental de solidaridad social en las sociedades modernas.

La organización cooperativa crea su propio capital social, en la medida en que un sistema de relaciones colectivas y complejas incorporadas, como es la conformación de trabajo en equipo. La aplicación del enfoque de recuperación del verdadero poder comunal para el fortalecimiento organizativo: Ser sujetos y actores de su propio desarrollo económico sustentable.

La forma cooperativa es capaz de unir la racionalidad en la gestión económica con lo social: La relación que los principios cooperativos muestran con el proceso de formación de la estrategia a la cooperativa de trabajo asociado, la existencia de autonomía, gestión y control democrático e igualdad de derechos entre los socios (una persona, un voto). Este principio concibe la valoración a los seres humanos por encima del mercantilismo.

La cooperativa de producción asociada, muestra la necesidad de adoptar procesos estratégicos racionales, que favorezca la creación de una visión común de bienestar socioeconómico de las familias campesinas.

En forma organizada se puede lograr grandes transformaciones sociales. La constitución de cooperativas es el resultado de un proceso organizativo autónomo, impulsado por la voluntad, convicción de ideas y creación de capital social.

La mayoría de las actividades económicas no corresponden a una tradición productiva local y no vinieron de iniciativas propias de la gente, pero si son asumidas por la gente en una actitud apoyada en un paradigma humanista dialéctico de comprensión hacia el otro y su entorno. Desde una perspectiva individual, grupal y comunitaria, toma de conciencia que se genera provocando su participación en todo el proceso de la intervención.

Para iniciar procesos de producción asociativa, es necesario empezar en pequeña escala, con apoyo técnico y capacitación de producción agropecuaria sostenible.

Otro factor importante para el crecimiento económico y organizativo es la construcción de vías íter comunales. La apertura de las vías de la parroquia hacia los mercados es fundamental para la comercialización del producto de cacao de fino aroma.

La llegada irregular de periódicos y de revistas con información actualizada, sobre precios de materia prima y de los productos manufacturados en los diferentes mercados. Genera la falta de información sobre los procesos económicos y políticos relevantes para tomar decisiones gerenciales.

Incentivar la cultura del ahorro a las familias campesinas, es un buen mecanismo para estimular el interés real de las personas y da una mayor responsabilidad en las actividades desarrolladas a nivel familiar; lamentablemente los propios mecanismos establecidos no estimulan el ahorro e inversión.

Por el sistema de comercialización de cacao de fino aroma, por medio de los centros de acopio de Quinsaloma, se siente la necesidad de analizar la producción, para sugerir sistemas alternativos de comercialización a través de

una cultura organizacional comunitaria. De lo contrario estas familias campesinas productoras de cacao están condenadas a vivir en la pobreza, abandonadas por los gobiernos de turno, que generan los fenómenos sociales de la migración y desempleo.

La actividad económica de la comercialización de cacao, al momento solo permite a las familias campesinas de la parroquia Moraspungo, satisfacer las necesidades básicas.

La denominada “autogestión” de las organizaciones campesinas es relativa, se debe primero estabilizar algunos procesos de producción asociativa y es necesario una revisión de la capacidad gerencial de las organizaciones, al igual que de la política sobre como reinvertir y utilizar las utilidades.

Los procesos de asociación y su relación con el desarrollo sustentable de la comunidad

El esfuerzo propio de las familias campesinas productoras de cacao, es la base de su desarrollo, a través de los movimientos sociales y los esfuerzos de reconstrucción de asociación, en forma de comunidades humanistas voluntarias, creando organizaciones propias en la localidad, para que con el transcurso del tiempo asuman la propuesta productiva y de comercialización de cacao de fino aroma para su desarrollo económico sustentable.

El desarrollo económico sustentable, permite la superación de la pobreza de tal forma que en el futuro sigan existiendo las condiciones naturales para mantener una calidad de vida adecuada.

En los procesos de producción y consumo no trasgredan los límites de la sustentabilidad, esto se refiere a tres tipos de situaciones: el uso de los recursos renovables, el uso de los no renovables y la generación de desechos.

Las familias campesinas productoras de cacao de la Organización campesina de la parroquia Moraspungo, requieren instaurar un modelo de desarrollo económico sustentable agropecuario, que sea menos dependiente de los factores externos (decisiones, servicios y recursos) a los cuales los pequeños productores no tienen acceso.

Este modelo debe ser más autogenerado, autogestionario y autodependiente, que se base en la capacitación y tecnología sustentable a las familias campesinas, para que ellas mismas estén en las adecuadas condiciones de elevar los volúmenes de productividad, el rendimiento y la conservación del recurso de cacao de fino aroma.

El cultivo de cacao es un recurso sustentable, que favorece los mecanismos básicos del funcionamiento de la naturaleza, reduciendo al mínimo los efectos negativos para el medio ambiente.

Es necesaria la ayuda de técnicos y asesores, para fortalecer la organización campesina, estableciendo convenios bilaterales con instituciones o por voluntad de personas, que desean aportar al desarrollo socioeconómico sustentable de las familias campesinas; que han sido marginadas y explotadas por el sistema de comercialización neoliberal.

Los procesos de producción asociativa

En los procesos de producción asociativa, son beneficiarios los integrantes de las comunidades y organizaciones, y ellos son los sujetos y actores de su propio desarrollo económico sustentable. Al darse cuenta que tienen alternativas para la seguridad alimentaria y que si es posible intervenir en el mercado organizadamente, se eleva la autoestima de los beneficiarios y su nivel de conciencia social para salir de la pobreza y lograr mejores condiciones socioeconómicas de las familias campesinas productoras de cacao, generando sistemas alternativos de comercialización, teniendo como estrategia la organización de ferias, talleres de intercambio de experiencias para capacitación y tratar temas de crisis alimentaria.

Dada la complejidad de las prácticas sociales humanas, es necesario implementar estructuras que permitan una evaluación permanente y la movilización de recursos necesarios para regular y corregir las prácticas donde y cuando sea necesario.

Las redes sociales parten de una epistemología de acción de desarrollo sustentable, que permiten mantener, ampliar o crear alternativas deseables para los miembros de la organización social, que abren nuevos canales de cooperación.

Las redes sociales se definen como campos sociales, constituidos por relaciones entre personas. Por lo expuesto es fundamental, promover y ejecutar programas de desarrollo sostenible en las familias campesinas de la parroquia Moraspungo a través de una cultura organizacional.

Packman dice que “red social no es sólo un hecho social, sino también una oportunidad para la reflexión sobre lo social, tal como experimentamos en nuestra práctica cotidiana. Por lo tanto, la noción de red social implica un proceso de construcción permanente tanto individual como colectiva”.

Dabas, E. (1998) sobre redes sociales manifiesta que “Las redes sociales son un sistema abierto, multicéntrico, que a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo y con integrantes de otros colectivos, posibilita la potencialización de los recursos que posee y la creación de alternativas novedosas que permite potencializar los recursos que poseen, para la resolución de problemas o la satisfacción de necesidades. Cada miembro del colectivo se enriquece a través de las múltiples relaciones que cada uno desarrolla, optimizando los aprendizajes al ser éstos socialmente compartidos”.

El proceso de producción asociativa, se da en un campo social determinado, en el que actúa grupos sociales, individuos, comunidades. Donde se tejen las redes de solidaridad, de reciprocidad, y se institucionalizan determinados comportamientos solidarios.

Al crear los procesos de producción asociativa, las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, superaríamos el común denominador de la creciente migración del campesino hacia la ciudad por falta de empleo.

Por los antecedentes expuestos, la organización campesina productora de cacao en estudio, requiere formar parte de una organización de segundo grado, que ofrezca ayuda cooperativa en todo nivel de gestión y asesoramiento, que reciban apoyo a la ejecución de proyectos de desarrollo social, que se los financie si es el caso, y se les faciliten programas de capacitación tendientes a mejorar no

sólo la producción, sino también a crear sistemas alternativos de comercialización.

Con los procesos de producción asociativa, sinónimo de integración y desarrollo económico sustentable, con paciencia, organización y buena disponibilidad de las familias campesinas productoras de cacao, se podrá instaurar un modelo económico de desarrollo sostenible que permita no solo subsistir sino también prosperar, aprovechando el recurso natural de su medio como es el caso de cacao de fino aroma. Este modelo de organización social permitirá satisfacer nuestras necesidades primarias que son: combatir la pobreza, evitar la migración y crear estructuras para una mejor educación, atención médica y organizacional.

La importancia que tiene los procesos asociativos para mejorar las condiciones económicas de un sector

En el Estado Social de Derecho, los derechos humanos son: integrales, indivisibles e interdependientes (derechos civiles, políticos, económicos, sociales, culturales y colectivo. Los servicios que prestan las organizaciones sociales, se distribuyen en una amplia gama de áreas, que van desde: cultura, derechos humanos y ciudadanía, desarrollo comunitario, económico, social, educación y medio ambiente.

Al realizar el rescate y fortalecimiento del poder comunitario, estamos devolviendo a las organizaciones sociales su forma de organización y autoridad, que con democracias débiles han permanecido en el tiempo; orientando a los

integrantes de sus organizaciones en aspectos técnicos, productivos y organizacionales.

Las estrategias del poder comunitario, están en el fundamento de los principios básicos que va guiando y direccionando las acciones en el proceso de inserción e intervención de la cooperación y la solidaridad.

El entendimiento de la cosmovisión campesina, permite realizar intervenciones sin romper su cultura y sus dinámicas, sino, más bien, actuar en función de ellas, siempre bajo la perspectiva de procesos producción asociativos, de la creación de sistemas alternativos de comercialización y del enfoque a modos de vida sustentable, que permiten analizar la interrelación de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma.

Un modelo alternativo de desarrollo económico social sustentable, se trata de un proceso caracterizado por la buena motivación, creatividad, espontaneidad, perseverancia, apoyo en la gestión de proyectos sociales a nivel nacional.

Se puede observar que la operación de los procesos de producción asociativa manejadas por las organizaciones, si han dado beneficios al pueblo como tal, a las personas que trabajan allá y a las familias campesinas que encontraron mercado para sus productos.

También las iniciativas como la reforestación y la construcción de vías por parte de las organizaciones sociales, son importantes para el desarrollo económico sustentable del sector rural. De otra parte, se han encontrado las debilidades de este sistema que ponen en peligro su futuro mismo; al enseñar sólo a producir para mejorar el manejo de la organización comunitaria en la producción y comercialización. Para instaurar un desarrollo económico

sustentable a través de la producción asociativa y sistemas alternativos de comercialización cooperativa.

La falta de beneficios equitativos para las familias campesinas productoras de cacao de las organizaciones y de las comunidades, al igual que la dependencia de las donaciones son elementos graves en el modelo de desarrollo comunitario.

Es necesario promover una vinculación de las familias campesinas, productoras de cacao con las cadenas productivas, comercializadoras comunitarias, integrándonos a los procesos de producción asociativa y comercialización. De las organizaciones de Segundo Grado (OSC), que trabajan para el cambio social sistémico y que generan ingresos propios mediante actividades de autofinanciamiento en el Ecuador.

Las organizaciones sociales de Segundo Grado trabajan sin fines de lucro y de carácter filantrópico, efectúan una eficiente movilización de recursos. Para procurar su sostenibilidad en la gestión de proyectos de desarrollo social de impacto en los grupos más necesitados de la población.

En la actualidad la planificación y el liderazgo organizacional, constituyen una herramienta de desarrollo social para la construcción de nuevos paradigmas, que respondan a las necesidades del desarrollo económico social sustentable.

La estrategia de la Organización de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, para mejorar sus condiciones socioeconómicas, es integrarse a los procesos de producción asociativa, para aumentar los volúmenes de producción de cacao e implantar sistemas alternativos de comercialización, a través de una cultura organizacional comunitaria.

Criterios socio-organizativos

Entre los criterios socio- organizativo tenemos: la capacitación, identificación y descripción de actores y comercialización:

- a) La capacitación de la organización de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma de la parroquia Moraspungo, requiere de autogestión en la administración y manejo técnico de la producción, en el proceso de tratamiento poscosecha de cacao, que es la fase final de la producción y su importancia radica en que de él depende en una buena parte la calidad del grano de cacao.

Valorar sus convicciones en el cumplimiento de los compromisos socio-organizativos y en la búsqueda de mejores condiciones socioeconómicas para las familias campesinas.

Partiendo del ahorro y trabajo comunitario; se capitalizan los recursos económicos con los cuales se emprenden diversas actividades productivas y de comercialización para crear otras fuentes de trabajo.

Los criterios socio organizativos para la adecuada comercialización de cacao, consisten en aumentar los volúmenes de producción, generando el proceso de producción asociativa entre las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma.

Para vender su producto a través de sistemas alternativos de comercialización, se requiere que el producto cumpla con los estándares de calidad y que no pase de los 12 grados de humedad, siendo necesario la construcción de tendales para el secado de cacao con materiales sustentables y

con la práctica de valores como son: la participación, capacitación, solidaridad y convivencia de los socios. Cuando eso acontezca, las familias campesinas productoras de cacao, se darán cuenta que la razón del éxito no está en las tecnologías de punta sino en su propio esfuerzo o iniciativas que no lleva a un endeudamiento exagerado de las familias campesinas, pues sus economías permanecerán estables y podrán terminar en una empresa comunal.

b) La identificación y descripción de los actores, es contar con líderes honestos, de principios y con ejemplo moral y ético. Ellos son el elemento principal para instaurar el nuevo modelo de desarrollo socioeconómico sustentable de la organización comunitaria, son la visión de las ideas innovadoras y la confianza en las familias campesinas productoras de cacao de la parroquia de Moraspungo, servirá de modelo de desarrollo económico sustentable.

Las organizaciones campesinas deben demostrar su solidez y pre disponibilidad, para que los beneficios propuestos lleguen a todos sus actores sociales, donde puedan ingresar las familias campesinas que consideren viable y aporten al engrandecimiento de la propuesta.

Su relación con el desarrollo económico sustentable en los procesos de producción asociativa, ha llegado a afirmar el logro de un crecimiento económico sostenible, a través de los mecanismos de producción asociativa, desde las bases mismas de la producción sostenible y de sistemas alternativos de comercialización, para dar su justo valor a la naturaleza y no al libre mercado planteado por la escuela económica neoclásica de Adán Smith.

El desarrollo económico sustentable convoca a todos los actores sociales a un esfuerzo común, para dar lugar a una concertación y participación en los procesos de producción asociativa y a los sistemas alternativos de comercialización a través de una cultura organizacional.

- c) Para la comercialización del cacao de las familias campesinas como actoras y beneficiarias de estos procesos de producción asociativa, para mejorar las condiciones socioeconómicas de su sector, es necesario desarrollar las siguientes estrategias: Crear un equipo central de comercialización que ayude a la venta de cacao de fino aroma y que asuma también un rol de proveedor de insumos y de diseñador de nuevas formas de comercialización, para establecer un mercado asegurado, principalmente a nivel nacional e internacional.

A través del sistema de cooperación, se puede crear procesos de producción asociativa a nivel regional y del país; que tengamos credibilidad y nos volvamos competitivos, para generar fuentes de trabajo y aumentar los volúmenes de producción de cacao de fino aroma de la zona, para alcanzar el peso y precio justo en los mercados nacionales e internacionales.

Al momento, la dependencia de la comercialización de cacao de fino aroma de la organización campesina, es cada vez mayor, a través de los centros de acopio de Quinsaloma, donde imponen el peso y el precio a su libre albedrío; amparados en el principio económico neoliberal de la Ley de la oferta y la demanda.

Identificar qué es el desarrollo sustentable

El desarrollo sustentable es una necesidad real en los tiempos actuales ante la crisis económica, social y ambiental generada por el sistema capitalista, determinados por la ley de la oferta y la demanda en el libre mercado; en la fase máxima del proceso postindustrial.

Para alcanzar mejores condiciones socioeconómicas, es necesaria la sostenibilidad como un modelo de desarrollo alternativo necesario para la supervivencia del ser humano, dependiendo de una base limitada de recursos.

“El desarrollo sostenible constituye un nuevo paradigma a alcanzar. Se lo entiende como “un proceso que pretende la transformación productiva para mejorar la calidad de vida, haciendo uso racional del capital humano, natural, físico, financiero y cultural, sin poner en riesgo la satisfacción de las generaciones futuras, en un marco de equidad social”.

Para el fortalecimiento institucional de las familias campesinas productoras de cacao, concebido como un proceso que pretende alcanzar el desarrollo rural sostenible, cada organización, en muchos casos procura su propio beneficio, sin considerar que unidos pueden enfrentar de una mejor manera a la competencia de mercados.

Si bien existen diferentes equipos y organizaciones participantes, se debe ir pensando en la creación de un equipo único de dirección empresarial cooperativa de las familias campesinas productoras de cacao.

Cómo se construye el desarrollo sustentable

El desarrollo sustentable se construye interrelacionando entre sus políticas, donde cada acción debe ser en forma simultánea: socialmente justa, económicamente rentable y ambientalmente sustentable: La economía depende del uso sostenible de recursos renovables.

El Desarrollo Sostenible normalmente logra, al mismo tiempo, crecimiento económico, equidad y progreso social y conservación ambiental.

El desarrollo sostenible sólo se podrá construir cuando sus tres elementos: *social, económico y ambiental*, sean tratados en forma armónica y equilibrada, en cada instante y para cada acción, en base a los principios de democracia, justicia, desarrollo con equidad, adecuada calidad de vida y un aprovechamiento racional y sostenido de los recursos naturales y conservación del medio como patrimonio de las generaciones futuras.

La sostenibilidad no podrá lograrse con los modelos actuales de consumo y el indiscriminado uso de recursos naturales.

Para lograrlo, se requiere de una estrategia que articule la equidad social, la rentabilidad económica, la sustentabilidad ambiental y la gobernabilidad política.

La falta de sostenibilidad de los modelos de desarrollo social aplicados en el país, ha sido identificada como la principal causa de estructuras sociales y económicas generadoras de pobreza.

La sostenibilidad no puede provenir únicamente de la creación de un capital social institucional, es decir de reciprocidad y confianza entre las familias campesinas y entre las comunidades, centrado en la dirigencia, sino sobre todo

del capital social acumulado en las bases, que responde a prácticas solidarias, y la requieren apoyo que podrá provenir de la OSG, en la medida que existen proyectos sociales de tipo comunal.

Cómo se define el desarrollo sustentable

El desarrollo sustentable se define como la ambivalencia del discurso de la sustentabilidad, surge de la polisemia del término *sustainability*, que integra dos significados: el primero, traducible como sustentable, implica la internalización de las condiciones ecológicas de soporte de un proceso económico, el segundo aduce a la sostenibilidad o perdurabilidad del proceso económico mismo.

El concepto de sustentabilidad emerge como el reconocimiento de la función de *la naturaleza como soporte, condición y potencial*. Sobre estos principios surge la sostenibilidad como el proceso que permite satisfacer las necesidades de la población actual, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para atender sus propias necesidades.

La Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo en 1987 definió desarrollo sostenible como “El desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades”.

Desde un punto de vista social y político, el concepto de desarrollo sustentable implica mínimos de bienestar, y, valores como libertad, igualdad, justicia y democracia; la dimensión ambiental encierra uso sostenido, conservación, renovabilidad de los ecosistemas. Para que estos valores puedan

materializarse, se necesitan mecanismos e instituciones que permitan la libre expresión de cada individuo de la comunidad y su participación en la toma de decisiones.

En conclusión el desarrollo sostenible significa satisfacer las necesidades actuales permanentemente, sin comprometer la satisfacción de necesidades futuras de las presentes generaciones y de las que vendrán, no agota ni desperdicia los recursos naturales y no lesiona innecesariamente al ambiente ni a los seres humanos.

Definición de desarrollo sostenible

Según la Unión Europea, en el V Programa de acción de la Comunidad en Medio Ambiente, define el “desarrollo sostenible como una acción que no podemos esperar y no podemos equivocarnos, el medio ambiente depende de nuestras acciones colectivas y estará condicionado por las medidas que tomemos hoy. Este programa reconoce que el camino hacia el desarrollo sostenible será largo. Su objetivo es producir un cambio en los comportamientos y tendencias en toda la comunidad, en los estados miembros, en el mundo empresarial y en los ciudadanos de a pie”.

Las familias campesinas de la Organización de la parroquia de Moraspungo cuentan con el recurso natural de cacao de fino aroma, que por sus propiedades genéticas contribuye a la conservación del medio ambiente, que es uno de los principios del paradigma del desarrollo económico sustentable.

Estrategias de comercialización y desarrollo sustentable

Las estrategias de comercialización y desarrollo sustentable buscan la incorporación de las familias campesinas productoras de cacao a redes de procesos de producción asociativos y sistemas alternativos de comercialización a través de una cultura organizacional, para que las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma y su organización, desarrollen procesos de economía sustentable, a través de la gestión del proyecto de desarrollo social en curso:

- Fortalecer la capacidad que tienen las familias campesinas productoras de cacao para el diseño, negociación y gestiones de propuestas y proyectos sociales.
- Desarrollar y fortalecer estrategias de sistemas alternativos de comercialización de una manera ordenada, eficiente y competitiva.
- La producción sostenible de cacao de fino aroma en conformidad con la certificación, para instaurar los sistemas alternativos de comercialización.
- Implementación de un programa de capacitación de producción agropecuaria sostenible.
- Calificación de proveedores de asistencia técnica de producción agropecuaria sostenible.
- El proyecto de desarrollo social, sugiere aumentar los volúmenes de producción de cacao de fino aroma; promoviendo en la organización

campesina, sistema productivo agropecuario del cacao de fino aroma, mediante asistencia técnica y capacitación.

La principal estrategia de sostenibilidad es incrementar los volúmenes de producción, a través del sistema cooperativo que permite estructurar procesos de producción asociativa y generar demanda de producto de las instancias de la organización, practicando actos de comercio solidario.

El planteamiento de sostenibilidad de la organización campesina productora de cacao de fino aroma en la parroquia Moraspungo, nace de la constatación de nuestra crisis y del deber de enfrentarla. La sostenibilidad es la posibilidad real de mantener en el tiempo la capacidad de servir, produciendo impactos económicos, sociales y ambientales positivos, adecuando para ello su estructura, su administración, sus finanzas y sus propuestas de desarrollo rural integral.

La sostenibilidad no existe por sí sola, se encuentra en las personas, en los equipos humanos y en el trabajo que realizamos.

Potenciar una propuesta a nivel nacional, de un sistema alternativo de comercialización solidaria que oriente la producción y la comercialización de las familias campesinas productoras de cacao, se fomenta en el sistema alternativo de comercialización, en el establecimiento de redes sociales para el intercambio de experiencias y en identificar los sistemas alternativos de comercialización, a través de los procesos de asociación cooperativa.

Impacto socio-organizativo

El impacto socio organizativo se logra a través de las siguientes estrategias:

- Punto de encuentro diario (relaciones interpersonales, comunicaciones).
- Temas importantes para reuniones (políticas del personal, precios, utilización de excedentes: no repartición individual).
- Oportunidad de relaciones entre comunidades.
- Repartición de trabajos, política de precios y comercialización.
- Creación de un consorcio a nivel nacional.
- Concepto de desarrollo autogestionario.
- Valoración de las familias campesinas, sobre la base de un producto de alta calidad del cacao de fino aroma.

Impacto técnico.

- Mejoramiento de la producción (equipos, tecnología).
- Capacitación en:
 - Higiene.
 - Técnica productiva.
 - Comercialización y trámites.

Comercialización comunitaria

El término *comunitario* tanto desde una perspectiva histórica, económica, política y social, las repercusiones económicas y la correspondiente exclusión económico-social, las nuevas formas de vida comunitaria, las iniciativas sociales en la participación de nuestra vida social y colectiva, buscan la producción y la comercialización comunitaria como eje fundamental para nuestro modelo de desarrollo económico sustentable, teniendo la estrategia de *autogestionario*.

Se ha planteado directamente de la organización de segundo grado, por la necesidad de encontrar un punto de referencia común, la canalización en la tarea importantísima de la producción y comercialización, con la finalidad de coordinar adecuadamente los esfuerzos e identificarnos como la “Unión de Organizaciones de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma”, tendiente a optimizar no sólo el recurso existente, sino también la relación comercial entre ellas y el medio externo. Si bien su camino y labor aún está por empezar, hay un gran reto por delante que se debe enfrentar con mucha seriedad.

El sistema alternativo de comercialización de cacao de fino aroma es una oportunidad para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas. También en la investigación en curso, hemos realizado estudios de factibilidad, canalizado algunas relaciones con el mercado formal internacional en base a precios y peso justo.

Comercio alternativo en el Ecuador

Hay que partir del principio sociológico que las familias campesinas productoras de cacao, no puede seguir aisladas y que la organización comunitaria es la única forma de alcanzar sistemas alternativos de comercialización; que solamente el productor organizado puede asumir un rol dinámico y sobre todo en la estrategia del encadenamiento de la producción con los otros eslabones de la cadena agroalimentaria, para superar el carácter individual de las organizaciones comunitarias, como la discriminación entre ellas.

Cabe analizar las experiencias de un modelo de comercialización, que ha logrado poner en contacto al productor con el consumidor y ha roto las barreras de un sistema, al cual tienen acceso productores de diferentes organizaciones. Que permite establecer un sistema alternativo de mercado exclusivo de los sectores de la producción agropecuaria, con políticas de peso y precio justo, y, el segundo aspecto incrementa sus ingresos al vender directamente al consumidor final.

En las actuales condiciones de apertura comercial, se cuestiona la participación de los pequeños productores: Es aquí donde las organizaciones de familias campesinas productoras de cacao, tienen que asumir y ampliar su intervención y premiar las orientaciones y políticas para el sector, pero no desde un ámbito contemplativo y de crítica, sino con propuestas viables, consensuadas y bien analizadas.

El problema es más amplio y se sale de las fronteras del proceso productivo, y debe participar en la transformación de los productos y su comercialización. Así

como los grandes productores, procesadores y comercializadores se organizan en cámaras de producción, también los pequeños y medianos productores deben generar un espacio que les permita fortalecer al sector que representan, desarrollando estrategias propias y de alianza con organizaciones de familias campesinas del mismo sector y de otros sectores.

En el proceso de participación de las familias campesinas productoras de cacao, es necesario que la organización en estudio, se integre a la *organización de segundo grado* que tiene capacidades tanto organizativa como de gestión para cooperar con el manejo de gestión de proyectos, principio sine qua non fundamental. Esta capacidad institucional medida a través de varios indicadores, como son la capacidad de gestión, cultura organizativa, capital social, capital financiero, trabajan sin fines de lucro individual y, por lo contrario, luchan ideológicamente por la reivindicación social, política, cultural económica del sector indígena y de los campesinos.

La filosofía de esta *organización de segundo grado* tiene como propósito ser facilitadora, articuladora e integradora de un buen accionar comunitario a través de la elaboración y ejecución de proyectos y programas sociales, relativos al campesinado, cuyos fines se han alcanzado en base al fortalecimiento de las relaciones y vínculos que constituyen un capital social a través de la solidaridad, la reciprocidad, el respeto y la confianza mutua.

La concepción sociológica de las organizaciones de segundo grado (OSG) es una agrupación de organizaciones de base (homogénea o heterogénea) que adquiere un estatuto de representatividad local y/o regional en la medida en que busca concretar las demandas provenientes de sus bases.

En el caso de nuestro país, existen OSG que han surgido vinculadas a la lucha por la tierra y a reivindicaciones políticas en los años 70; las tipologías de OSG son de carácter reivindicativo, político, cabildeo, empresa social, multifuncionales y de manejo de recursos naturales, sustentados en el proyecto de desarrollo social.

La presencia organizacional es concebida como un mecanismo de desarrollo social, que permite a las comunidades desplegar sus propias iniciativas, capacidades y asumir el dinamismo del desarrollo económico sustentable.

El ascenso gradual de las comunidades a la plenitud de su propio desarrollo sustentable, requiere políticas institucionales que contribuyan a superar las polaridades de clase, étnicas y de género.

La estrategia básica de las familias campesinas para la venta de su producto de cacao con peso y precio justo, requiere crear un sistema alternativo de comercialización a través de una cultura organizacional, para el desarrollo sostenible de la organización campesina productora de cacao de la parroquia Moraspungo, basada en la solidaridad, coordinación, cooperación y corresponsabilidad de sus integrantes.

En el año de 1985, se crea la fundación MCCH, Maquita Cushunchic, es una frase en idioma quichua que significa *démonos la mano*, por lo tanto el nombre completo en idioma español es *démonos la mano comercializando como hermanos*.

La organización en mención, empieza su accionar en la comercialización de cacao desde el año 1.993. El sistema de mercadeo de la MCCH, realiza a través

de una política de comercialización asociativa privada entre las organizaciones y las unidades comerciales de las mismas.

La política de comercialización de cacao de la MCCH, consiste en captar el producto de los pequeños productores de cacao a través de los centros de acopio y al momento tiene una agro exportadora privada de cacao y forma parte de la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria, RELAC. El producto es destinado a los mercados europeos, por constituir la Unión Europea la mayor región elaboradora de cacao y la máxima exportadora de los principales derivados del cacao.

Este modelo de comercialización de la MCCH, también opera en la venta de cacao de fino aroma de las familias campesinas de la organización de Moraspungo, que capta la producción de grano de cacao, a través de los centros de acopio de Quinsaloma.

De los resultados obtenidos, en el estudio de investigación de campo realizado a través de la técnica de la encuesta, a las familias campesinas productoras de cacao de la parroquia Moraspungo, concluimos que la organización en estudio, no cuenta con el apoyo de las políticas sociales, de la Fundación Maquita Cushunchui, la misma que capta el producto a través de los centros de acopio de Quinsaloma y no cumple con la gestión de capacitación y tecnología a las familias campesinas productoras cacao de la parroquia Moraspungo, a pesar que la fundación MCCH, plantea entre sus principios ser facilitadora de capacitación y tecnología a las familias campesinas productoras de cacao.

Por lo expuesto nace la necesidad de generar procesos asociativos de producción, con el patrimonio del recurso natural que poseen la organización de las familias campesinas productoras de cacao.

Para que los líderes comunitarios que conforman la organización de familias campesinas productoras de cacao tengan voz y voto, con el aporte propio de las comunidades, se establecerán sistemas alternativos de comercialización comunitaria, con estrategia de capacitación y tecnología de producción agropecuaria sostenible a las familias campesinas.

2.2 Marco conceptual

La comercialización, es un conjunto de procesos necesarios para promover los bienes, en el espacio y en el tiempo del productor al consumidor. En la práctica, la comercialización incluye la investigación del mercado.

La comercialización es un conjunto de actividades realizadas dentro de un proceso social en dos planos:

Macro comercialización y Micro comercialización.

La primera considera ampliamente todo el sistema de producción y distribución.

La segunda observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que realizan.

Relación de la comercialización con la producción.

Dentro del sistema de comercialización tenemos cuatro principios denominados como las *Cuatro P*, mediante las cuales se pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para presentar un producto de calidad que verdaderamente satisfaga las necesidades de los clientes.

En el mercado libre, el precio se fija mediante la Ley de la oferta y la demanda, a lo largo del tiempo los precios pueden crecer (inflación) o decrecer (deflación). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del índice de precios, existiendo varios como el denominado Índice de precios al consumidor (IPC), o el de Índice de precios industriales (IPI).

“Precio¹ se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios”.

Plaza o distribución: Es la demarcación dónde se comercializa el producto (bien o servicio) que se ofrece. Se considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta, para lograr que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. La distribución efectiva se alcanza a través de los canales de distribución que permiten llegar el producto hasta el comprador potencial.

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar, clasificar, financiar, correr riesgo y lograr información del mercado.

¹ Diccionario Kapelusz de la lengua española 1979

La implantación de un sistema alternativo de comercialización comunitario, en base a actos de comercio equitativos con peso y precio justo con principios de: solidaridad, participación, capacitación, equidad, empoderamiento, liderazgo; es controlando la actividad agropecuaria de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma desde la siembra, manejo de poscosecha, almacenamiento, transporte y distribución.

Para la venta de cacao de fino aroma de la Organización de las familias campesinas productoras de cacao de la parroquia Moraspungo, se requiere crear un sistema alternativo de comercialización asociativa, para promover la venta del producto a los consumidores finales.

Para el traslado del producto de la organización no contamos con vías de acceso apropiadas para llegar hacia el mercado.

Las familias campesinas productoras de cacao de la parroquia Moraspungo no cuentan con un sistema de almacenamiento para depositar el producto, por lo que es necesario construir un centro de acopio comunal en la organización campesina.

La clasificación del producto de cacao se realiza, de acuerdo al grado de secado y humedad, sin emplear tecnología de producción agropecuaria.

Los miembros de la organización campesina efectúan la movilización y entrega del producto de cacao con sus propios recursos económicos.

Las familias campesinas productoras cacao de fino aroma en el proceso de la comercialización, están sujetas al precio de su producto de acuerdo a las imposiciones del libre mercado en los centros de acopio de Quinsaloma.

Por la limitada producción de cacao de fino aroma, para acceder a mercados para la comercialización de su producto agrícola; en el segundo caso, en los canales de comercialización intervienen intermediarios a varios niveles, los cuales encarecen el precio del producto, sin incluir ningún valor agregado.

Para alcanzar los mercados extranjeros es necesario contar con una certificación del producto, que asegure al consumidor que su compra es producida bajo los estándares de las reglas de producción orgánica.

Dentro de la Organización las familias campesinas productoras de cacao realizan un limitado acto de comercio, por su ineficiente sistema de comercialización que ha favorecido a intermediarios, que consiste en transportar el producto desde sus fincas hasta la venta a los centros de acopio de Quinsaloma.

Planta de cacao

Cacao, es el nombre que recibe la planta *theobroma cacao*, término que igualmente es empleado para referirse al grano producto de este cultivo.

La planta de cacao es un cultivo tradicional precolombino, pluspecífico, con uso diversificado de los recursos que lo constituyen, un sistema altamente productivo y económicamente rentable.

El cacaotal como cultivo agroforestal es uno de los que más conserva la capa vegetal silvestre, sobre todo la del estrato superior.

Desde el punto de vista ecológico, el cultivo de cacao es excelente para proteger recursos naturales de interés para todos como: el agua, el suelo y la

biodiversidad, debido a esto, su explotación se realiza con mínimo porcentaje de insumos químicos. El cultivo del grano de cacao, permite el control de enfermedades y plagas.

El cacao es una especie “umbrofila”, esto es, amiga de la sombra, característica que permite la formación de sistemas agroforestales que brindan al productor mayor sostenibilidad económica, sin comprometer el equilibrio de los recursos naturales. Desde esta perspectiva, el cacao tiene un gran potencial para la restauración y protección de cuencas y micro cuencas hidrográficas; se considera que su evolución genética ha sido positivamente influenciada por las condiciones medio ambientales de la zona costera y oriental ecuatoriana, lo que ha dado como resultado su aroma típico y su sabor.

Organización campesina

Esta distinción de relaciones sociales, aparece con el mismo matiz, cuando Webber² plantea los dos tipos ideales de relación de solidaridad:

La relación comunal basada en el sentimiento subjetivo de pertenencia mutua de las partes, en la que, cada una de ellas está implicada y que se manifiesta concretamente en la familia campesina, los gremios, las tradiciones y hasta las órdenes religiosas.

El desarrollo comunitario que busca la participación de los grupos y comunidades para la obtención de servicios, defensa de sus derechos, conciencia cívica y otros aspectos educativos y formativos tomando como estrategia los elementos de: participación, capacitación, empoderamiento y liderazgo.

² *Fundamentos metodológicos.- Conceptos sociológicos fundamentales “Plan de Trabajo Reorganizar la Sociedad” 1823*

French, W.L. (2000, p. 28) dice que “Es una red esencialmente dirigida por personas orientadas hacia objetivos múltiples de procesos administrativos y operacionales interactivos y de sistemas correspondientes de apoyo, y está inmersa en una red mayor de procesos y sistemas en los que interactúa”.

Gibson Ivancevich (2000, p. 28) manifiesta que “Son aquellos entes que persiguen objetivos que pueden lograrse con mayor eficiencia mediante la acción concertada de individuos”.

La organización campesina esta esencialmente dirigida por personas, es una compleja red de procesos sociales.

Packman, M. Paidos (1995) plantea dos aspectos fundamentales de la perspectiva desde las redes sociales:

Al concebir el espacio social como un entramado de relaciones que conforman diversos y heterogéneos sistemas dinámicos y no como algo estático y cuadrículado desde afuera, donde “Existe la posibilidad de generar acciones que permitan mantener, ampliar o crear alternativas deseables para los miembros de los colectivos sociales participantes, y, además cuanto más se abran esas alternativas, más verán los miembros de esas organizaciones sociales que la experiencia de una intervención contribuye a la construcción solidaria de su red”, y más se verán a sí mismo como participantes reflexivos y no como el “objeto social” de una “masa humana”.

En este sentido, la perspectiva desde las redes sociales incluye el concepto desarrollado por la cibernética de segundo orden y aplicado a las ciencias sociales por el filósofo alemán H.Von Foerster de lo que se ha denominado “sistemas observantes”, lo que permite la generación de propuestas desde puntos

de vista alternativos que permiten resoluciones originales de problemas. En dirección de y hacia la satisfacción de objetivos organizacionales.

La comunidad social

De la comunidad³, “Organizaciones o asociaciones con espíritu y mentalidad basadas en el trabajo común, vocaciones y creencias comunes, de las cuales se desprenden acciones que benefician a los que están unidos y pertenecen a esa organización. El amor, la lealtad, el honor y la amistad, etc. son sus emanaciones, y el individuo es considerado como parte natural de la comunidad total. Se asienta en la virtud y la moralidad”.

Para Augusto Comte⁴, la comunidad, “lo comunal” es invariablemente el origen de lo social y el interés por esta idea elemento que se centra, por un lado, en la perspectiva empírica (estudio científico) y por otro, en la metodología, que esclarece el análisis de la religión, la autoridad, la ley, la personalidad, el lenguaje e incluso desde un mayor alcance, el problema de la organización-desorganización.

Comte⁵, se plantea una situación ideal hacia la cual caminar a través de la planificación; piensa en una sociedad positiva, considerando la comunidad como una sociedad sustantiva y primaria que prevalece al individuo en lo lógico y psicológico y que lo modela, no pudiendo concebir al ser humano fuera de ella. Concepción y planteamiento que marcó desde la intervención social y allí adquiere su significado y razón de ser.

³ CASADO, D (1992) (dir): *Organizaciones voluntarias en España*. Barcelona. Hacer.

⁴ Nieves Lillo/ Elena Reselló.- *Manual para el trabajo comunitario*, nancea, s. A. de ediciones, Pág. 70

⁵ Nieves Lillo/ Elena Reselló.- *Manual para el trabajo comunitario*, nancea, s. A. de ediciones, Pág. 70

Para Durkeim⁶ la comunidad se plantea como metodología y como instrumento de análisis de la conducta reflexiva del ser humano. A través de ella, examina la religión, el delito, la moralidad, la competencia económica y el derecho. Parte de un enfoque comunal de la naturaleza de la sociedad que lo lleva al concepto de “Conciencia Colectiva”.

Para Marchioni⁷ M. la comunidad se compone de cuatro elementos fundamentales de tipo estructural, que son, al mismo tiempo elementos de conocimiento de la comunidad y elementos que van a participar directamente en la acción comunitaria. Estos cuatro elementos son: territorio, población, demanda de los problemas que esta población expresa y recursos de los que se puede disponer.

Cada uno de esos elementos tiene una validez y una importancia por sí sólo y también en relación a los demás, por lo tanto podríamos decir que una acción social comunitaria se alimenta de estos cuatro elementos y de sus interrelaciones mutuas y generales.

En la Organización campesina productora de cacao de la parroquia Moraspungo, existe la creación de capital social, principios que permiten constituir procesos de producción asociativa, a través de la integración de redes de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma, para generar sistemas alternativos de comercialización a través de una cultura organizacional; además cuanto más se abren esas alternativas, más verán los miembros de la organización que la experiencia de una intervención social contribuye al desarrollo socioeconómico sustentable de sus familias campesina.

⁶ *Diccionario Filosófico Marxista.- Traducción Dalmacio, M.B. Ediciones Amauta 1939 – 1940*

⁷ *Nieves Lillo/ Elena Reselló.- Manual para el trabajo comunitario, nancea, s. A. de ediciones, Pág. 70*

Dada la complejidad dialéctica de las prácticas sociales humanas, es necesario realizar estrategias de una evaluación permanente de participación, capacitación, empoderamiento y liderazgo en la organización campesina.

La interacción social activa, constituye el principio fundamental a través de un proceso dialéctico social, por el cual la comunidad es consciente de las interacciones que se establecen entre los actores sociales para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas productoras de cacao, que implica un proceso de construcción permanente de este nuevo modelo de desarrollo social.

Ese desarrollo, según Cabanellas Guillermo⁸ es una “Evolución o proceso, en sentido material o figurado; aumento, crecimiento, desenvolvimiento, expansión, curso, trámite. Acto o manera de llevar a la práctica un plan, proyecto u orden. Impulso progresivo y efectiva mejora cuando de los pueblos y sistemas políticos y económicos se trata (v. Asociación Internacional de Desarrollo Organización de Cooperación y Desarrollo Económico”.

Cabanellas⁹ (1979, p. 635) también manifiesta: en el “Desarrollo económico social, los anhelos generalizados y los impulsos persistentes en pro del progreso social establecen, como fundamento necesario del mismo, el desarrollo económico de los países, cuya expresión ideal la resume el producir más, mejor y más barato; aun cuando sea ecuación que estadista alguno ha resuelto, y que probablemente sistema alguno resolverá, en los términos satisfactorios de la incontenible ambición humana”.

⁸ Guillermo Cabanellas.- *Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual 12a Edición (1979) Editorial Heliasta S.R.L*

⁹ Cabanellas, Guillermo *Enciclopédico de Derecho Usual (1979) 12ª Edición Editorial Heliasta S.R.L.*

El desarrollo¹⁰ puede concebirse, como un proceso de expansión de las libertades reales de las que disfrutaban los individuos. Es decir que el desarrollo no debe medirse con otro indicador que no sea el aumento de las libertades de los individuos.

El desarrollo sostenible¹¹ constituye un nuevo paradigma a alcanzar. Se lo entiende como “un proceso que pretende la transformación productiva para mejorar la calidad de vida, haciendo uso racional del capital humano, natural, físico, financiero y cultural, sin poner en riesgo la satisfacción de las generaciones futuras, en un marco de equidad social.

“Desarrollo Sostenible significa satisfacer las necesidades actuales permanentemente, sin comprometer la satisfacción de necesidades futuras de las presentes generaciones y de las que vendrán, es decir, que no agota ni desperdicia los recursos naturales y no lesiona innecesariamente la calidad del ambiente ni la salud e integridad de los seres humanos, donde quiera que estén”.

El desarrollo sostenible pone el énfasis en plantear nuestras actividades dentro de un sistema natural que tiene sus leyes. Debemos usar los recursos sin trastocar los mecanismos básicos del funcionamiento de la naturaleza. Un cambio de mentalidad es lento y difícil y requiere crear capital social.

El desarrollo sustentable de las familias campesinas de la Organización comunitaria de la parroquia Moraspungo, se basa en la acción social, de participación de todos los miembros como actores sociales, las mismas que están en la capacidad de integrarse a los procesos de producción asociativa y

¹⁰ Sen, *amartya*, *Desarrollo como libertad*; Madrid: Editorial Planeta, p. 19

¹¹ *El Desarrollo Sustentable: Transformación productiva, equidad y medio ambiente*. CEPAL

establecer sistemas alternativos de comercialización. En base a una cultura organizacional de gestión asociada, cooperación solidaria; basada en la confianza, lealtad, reciprocidad de valores éticos y morales; utilizando las estrategias de capacitación, participación, planificación y liderazgo organizacional, porque su economía depende de la producción y comercialización del recurso de cacao de aroma renovable del medio.

Para un desarrollo sustentable, se requiere la participación de las familias campesinas productoras de cacao, en la toma de decisiones compartidas, aplicando la estrategia de incorporación a la cooperación y la solidaridad para resolver sus problemas en forma autónoma, ya que esto permite un desarrollo de las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas, sin comprometer la capacidad de atender a las generaciones futuras, superando el sistema de comercialización del grano de cacao en el libre mercado que regula el precio con la Ley de la oferta y la demanda, que responde a la ideología neoliberal del sistema capitalista.

El desarrollo comunitario sostenible de la organización campesina, está dado por la participación y la autodeterminación de las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma en el proceso de producción asociativa, con el fin de generar un sistema alternativo de comercialización, para alcanzar un desarrollo rural sostenible.

La práctica de la organización campesina, con principio de desarrollo comunitario de equidad, paz, justicia, democracia, igualdad, es el ejercicio de la “democracia comunitaria” que permite, en el proceso histórico de la comunidad, la concepción de la sustentabilidad como modelo de desarrollo económico

alternativo, menos dependiente de los factores externos a los cuales las familias campesinas no tienen acceso. Este modelo debe ser más autogestionario y autodependiente, que se basa en la capacitación de las familias campesinas productoras de cacao, para que ellas mismas estén en adecuadas condiciones de aumentar los volúmenes de la producción, el rendimiento y conservación del recurso del cacao de fino aroma.

2.3 Marco témporo / espacial

La investigación de campo de la producción y comercialización de cacao, se realizó en la Organización campesina productora de cacao de fino de la parroquia de Moraspungo del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi, en base a la técnica de encuesta realizada a las familias campesinas y el análisis de los resultados de la población finita.

2.3.1 Marco jurídico

Por vivir en un Estado de Derecho, estamos regidos por leyes, normas y reglamentos, siendo nuestra carta magna, la Constitución Política del Estado Ecuatoriano.

La Constitución Política garantiza el desarrollo sustentable, como principio fundamental.

“Que en el Ecuador existe una población vulnerable que requiere de la atención prioritaria del Estado”.

Las personas naturales y jurídicas con capacidad civil para contratar, se encuentran facultadas para constituir corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro, en ejercicio del derecho constitucional de libre asociación¹² con fines pacíficos.

El Ecuador a definido, como norma la condición que deben cumplir todos los habitantes del Ecuador para alcanzar el desarrollo sostenible de la siguiente manera: “Todo habitante en el Ecuador, sus instituciones y organizaciones públicas y privadas deberán realizar cada acción, en cada instante, de manera que propendan en forma simultánea a ser socialmente justa, económicamente rentable y ambientalmente sustentable” (Art. 2 del Decreto Ejecutivo 1802 “Políticas Ambientales Básicas del Ecuador” de 1 de junio de 1994, publicado en el Registro Oficial N° 456 de 7 de Junio de 1994).

La Ley de Modernización del Estado, de 1993, también trata lo referente a la coparticipación en la gestión pública y plantea “promover, facilitar y fortalecer la participación del sector privado y de los sectores comunitarios y de autogestión en las áreas de explotación económica reservada al Estado”.

El Estado ecuatoriano reconoce como principio de política internacional, la corresponsabilidad de la situación socio-económica de la población y por tanto, la necesidad de la cooperación internacional para enfrentar la situación de pobreza generada por el desequilibrio económico mundial.

Las Naciones Unidas en el año 2000 adoptó la Declaración del Milenio formulada por ocho objetivos, conocidos como los objetivos de Desarrollo del Milenio.

¹² Código Civil vigente.- Título XXX

Mediante Decreto Ejecutivo N° 699, publicado en el Registro Oficial, Suplemento N° 206 de 7 de Noviembre del 2007, se extingue el Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional, INEGI, y se crea la Agencia Ecuatoriana de Cooperación Internacional.

Nuestro país, es receptor de cooperación internacional, la misma que ha sido manejada en forma desordenada, sin la debida planificación y sin el marco jurídico adecuado.

2.3.2 Marco institucional

La organización campesina productora de cacao de fino aroma de la parroquia Moraspungo, del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi, es una agrupación sin fines de lucro, constituida por prácticas consuetudinarias entre las familias campesinas del lugar, generando relaciones de hecho, cuyas actividades de producción y de comercialización a nivel local.

La organización agrupa a cincuenta familias campesinas, productoras de cacao de fino aroma, de bajas condiciones socioeconómicas de la parroquia Moraspungo cuyas actividades están determinadas a las labores agrícolas. La población es esencialmente rural y los hogares con déficit de ingresos económicos, sumidos en la exclusión social, donde experimentan pobreza y abandono; habitan en sus respectivas fincas, expresando su deseo y voluntad de integrar la mencionada organización campesina, para comercializar su producto de cacao de fino aroma.

Se establece que el principal problema de las familias campesinas es lo económico y que sus esfuerzos se orientan a incrementar los volúmenes de producción de cacao, a través de procesos de producción asociativa, para poder generar sistemas alternativos de comercialización, buscando apoyo en la filosofía de la praxis social del cooperativismo, porque su sistema de comercialización está sujeta al libre mercado donde se regula el precio de su producto a través de la Ley de la oferta y la demanda.

Una de las deficiencias de la organización campesina en mención, es la falta de políticas para impulsar los procesos de producción asociativa sustentable, para así aumentar la capacidad de producción del cacao y acceder directamente a los mercados nacionales e internacionales, logrando que sus ingresos sean mayores y esto cambie las condiciones socioeconómicas de sus familias campesinas.

Es una organización campesina, apolítica, sin fines de lucro, que canaliza su accionar en el cultivo de cacao a pequeña escala y su comercialización práctica a nivel uno. Siendo su principal fuente de ingresos económicos, esta forma de organización social de trabajo es característica del campesino, donde ocasionalmente se contratan como jornaleros.

La organización en estudio no está regentada por ninguna organización de segundo grado, ni beneficiada por la red de ONG's ecuatorianas, organizada por la Organización de Estados Americanos (OEA).

La organización de las familias campesinas productoras de grano de cacao, propone establecer redes socioeconómicas de desarrollo sustentable, en diversos niveles de unión y de vinculación, dependiendo de la calidad y el grado de sus

vínculos de afecto, preocupación e interés por el otro, estableciendo redes sociales.

Atiende los requerimientos de sus asociados en las gestiones de la comercialización interna, procurando plena libertad en el desenvolvimiento de las actividades de la comercialización local.

La organización campesina no establece políticas definidas a corto, mediano y largo plazo, tampoco cuenta con asesoramiento técnico de producción agropecuaria, ni en el proceso de manejo poscosecha de cacao, es el proceso final de la producción y su importancia radica en que de él depende en buena parte de la calidad del grano.

La organización campesina, para realizar sus actividades de producción y comercialización de su producto de cacao de fino aroma, no cuenta con sistemas de financiamiento de ninguna naturaleza.

La organización de las familias campesinas de la parroquia Moraspungo, no cuenta con el aporte económico, humano, técnico y logístico que brindan instituciones y ONG's nacionales e internacionales.

Impacto social y económico del proyecto

El desarrollo de este proyecto social implica la posibilidad de contribuir a mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas de bajos niveles económicos, que venden su producto de cacao de fino aroma en el libre mercado, donde el precio se regula por la Ley de la oferta y la demanda y no reciben el valor equitativo por la venta de su producto. Por esta razón nace la

necesidad de constituir un sistema cooperativo, para estructurar procesos de producción asociativa, aumentando los volúmenes de producción de cacao de fino aroma y crear sistemas alternativos de comercialización comunitaria a través de una cultura organizacional con políticas de precio y peso justo. Modelo económico que permite alcanzar el desarrollo sustentable de la comunidad y de la sociedad en general, con equidad social y un medio ambiente propicio, para que los miembros de las familias campesinas, como actores, puedan superar los fenómenos sociales de analfabetismo, salud, migración, violencia.

Impacto ambiental

Desde el punto de vista ecológico, el cultivo de cacao es ideal para proteger los recursos naturales de interés para todos como: el agua, el suelo y la biodiversidad. Debido a esto, su explotación se realiza con mínimo porcentaje de insumos.

El cultivo de cacao permite el control de enfermedades y plagas, la planta de cacao es una especie *embracila*, esto es, amiga de la sombra, característica que permite la formación de sistema agroforestales que brindan a las familias campesinas, mayor sostenibilidad económica, sin comprometer el equilibrio de los recursos naturales.

Desde esta perspectiva la planta de cacao tiene un potencial para la restauración y protección de cuencas y micro cuencas hidrográficas. El cacao es un producto, que por su evolución genética es positivamente influenciada por las condiciones ambientales de nuestro país, lo que ha dado como resultado su

aroma típico y su sabor, por esta razón el grano de cacao es muy apetecido en las industrias de los mercados nacionales e internacionales.

2.4 Hipótesis

A mayor producción de cacao e implementación de un sistema alternativo de comercialización, mejorarán las condiciones socio-económicas de las familias de la organización campesina, de la parroquia Moraspungo.

2.5 Variables e indicadores

2.5.1 Variable independiente

La producción de cacao y su comercialización.

2.5.2 Variable dependiente

Mejoramiento de las condiciones socio-económicas de las familias de la organización campesina de la parroquia Moraspungo.

2.5.3 Indicadores

- Número de quintales de cacao que producen.
- Número de quintales de cacao que comercializan.

- El precio por quintal de cacao que reciben de los centros de acopio de Quinsaloma.
- Porcentaje de producción de cacao que comercializa la Organización campesina.
- Cuánto gasta la familia campesina para el mantenimiento por hectárea de cacao.
- Valor que pagan a los trabajadores en cosecha y poscosecha del cacao por hectárea.
- Capacidad de producción de cacao.
- Volumen de producción de cacao.
- Nivel de comercialización de cacao.
- Volúmenes de comercialización de cacao
- Número de familias productoras de cacao que integran la organización campesina.
- Nivel de ingreso económico de las familias campesinas de la organización
- Comercialización de cacao a los centros de acopio de Quinsaloma.
- Mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas de la organización.
- Participación de las familias campesinas en el desarrollo comunitario.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Unidad de análisis

Familias de la organización campesina productoras de cacao, de la parroquia Moraspungo, del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi.

3.2 Población

Por el número de investigados se trabajó con las 50 familias campesinas, que integran la población productora de cacao de la organización campesina de la parroquia Moraspungo, ubicada en el cantón Pangua, provincia de Cotopaxi.

3.3 Tipo de investigación

Es una investigación de campo porque se diseñaron y se aplicaron instrumentos de monitoreo del desempeño; de tipo cuantitativo y cualitativo, que a través de estudios longitudinales permitió medir las variables investigadas, de un sistema correlacionado que establece una relación entre las variables dependiente e independiente y en base a los indicadores, establecer una medición.

Se estudió el fenómeno de la comercialización del cacao y las condiciones socioeconómicas de las familias de la organización campesina de la parroquia Moraspungo, por medio de la recolección de datos en encuestas.

Investigación descriptiva.- A través de este tipo de investigación se analizó el sistema de comercialización de cacao y las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas de la organización de la parroquia Moraspungo.

3.4 Prueba de hipótesis

A continuación se presenta un análisis inferencial de los datos de la encuesta para sacar conclusiones acerca de la independencia o dependencia de las variables planteadas en el análisis.

En primera instancia se presenta un análisis de las preguntas cuatro y siete de la encuesta.

Pregunta cuatro:

¿Entrega usted o su familia la producción de cacao de fino aroma a los centros de acopio de Quinsaloma?

SI _____

NO _____

Pregunta siete:

En qué grado o nivel ha mejorado las condiciones socio-económicas de su familia con la comercialización del cacao a los centros de acopio de Quinsaloma?

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

Se trata de establecer si hay relación entre la entrega de producción de cacao a los centros de acopio de Quinsaloma y la mejora de las condiciones socio-económicas de las familias campesinas.

Planteamiento de hipótesis nula H_0 y alternativa H_1 :

H_0 : No hay relación

H_1 : Si hay relación

Frecuencias observadas

	si	no	
nada	43	1	44
poco	6	0	6
mucho	0	0	0
	49	1	50

Frecuencias esperadas

	si	no
nada	43.12	0.88
poco	5.88	0.12
mucho	0	0

Tabla para el cálculo del estadístico de *prueba ji cuadrada*

fo	fe	(fo-fe) ² /fe
43	43.12	0.000334
1	0.88	0.0163636
6	5.88	0.002449
0	0.12	0.12
0	0	0
0	0	0
Ji cuadrada		0.1363636

$$\text{Grados de libertad} = (2-1) \cdot (3-1) = 2$$

Con dos grados de libertad, 5% de significancia se obtiene de la tabla del Anexo 2 una ji cuadrada crítica de 5.991.

El estadístico de prueba es menor que el crítico por lo tanto se acepta H_0 y se rechaza H_1 , es decir no hay relación entre la entrega de cacao a los centros de acopio de Quinsaloma y la mejora de las condiciones socio-económicas de las familias campesinas.

Se establece que las familias campesinas de la Organización, son dependientes de la producción y venta de cacao. Su economía se basa en esa actividad agrícola, básicamente, de ella dependen los ingresos familiares.

A continuación se presenta una prueba de hipótesis entre las preguntas cuatro y diez para determinar si existe relación entre si las familias campesinas que entregan su cacao a los centros de acopio de Quinsaloma y si les interesa formar parte de otro sistema alternativo de comercialización comunitario de cacao.

Pregunta cuatro.

¿Entrega usted o su familia la producción de cacao de fino aroma a los centros de acopio de Quinsaloma?

SI _____ NO _____

Pregunta diez.

¿Le interesaría formar parte de un sistema alternativo comunitario de comercialización en el cual su venta de cacao genere mayores ingresos económicos?

SI _____ NO _____

Planteamiento de hipótesis nula H_0 y alternativa H_1 :

H_0 : Si hay relación en pertenecer a otro sistema alternativo de comercialización de cacao, para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas.

H_1 : No hay relación entre vender el producto a los centros de acopio de Quinsaloma, para mejorar los ingresos económicos de las familias campesinas.

Frecuencias observadas

	si	%	no	%	Total	%
Si	49	98	1	2	50	100
No	0	0	0	0	0	0
	49	98	1	2	50	100

Frecuencias esperadas:

	si	%	no	%
Si	49	98	1	2
No	0	98	0	2

Cálculo del estadístico de prueba:

fo	fe	(fo-fe)²/fe
49	49	0
1	1	0
0	0	0
0	0	0
	Ji cuadrada	0

Grados de libertad: $gl=(2-1)*(2-1)=1$

Con un grado de libertad, 5% de significancia se obtiene un valor crítico de ji cuadrada de 3.841.

El valor de prueba es menor que el crítico, por lo tanto se acepta H_0 y se rechaza H_1 , es decir si hay relación entre la entrega los sacos de cacao en los centros de acopio de Quinsaloma y desear formar parte de otro sistema alternativo de comercialización comunitario.

Se puede afirmar con un 98% de seguridad que las personas desean formar parte de otro sistema alternativo de comercialización.

Se analiza la pregunta dos y pregunta siete:

Pregunta dos.

¿Qué tiempo forma parte de la Organización campesina productora de cacao de la parroquia Moraspungo?

Menos de un año _____

De dos a cuatro años _____

Más de cinco años _____

Pregunta siete.

¿En qué grado o nivel ha mejorado las condiciones socio-económicas de su familia al formar parte de la Organización campesina?

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

Se trata de establecer si existe relación entre el tiempo de pertenencia a la Organización campesina y el mejoramiento de las condiciones socio-económicas de las familias campesinas.

Formulación de hipótesis

H₀: Si hay relación

H₁: No hay relación

Frecuencias observadas

	mucho	%	poco	%	nada	total	%
menos de un año	0	0	0	0	0	0	0
dos a cuatro años	1	2	1	2	0	2	4
más de cinco años	43	86	5	10	0	48	96
	44	88	6	12	0	50	100

Frecuencias esperadas

	mucho	%	poco	%	nada	%
menos de un año	0	0	0	0	0	0
dos a cuatro años	1,76	3.52	0,24	0.48	0	0
más de cinco años	42,24	84.48	5.76	11.52	0	0

Cálculo del estadístico de prueba

fo	fe	$(fo-fe)^2/fe$
0	0	0
0	0	0
0	0	0
1	1,76	0.3281818
1	0,24	2.4066
0	0	0
43	42,24	0.0136742
5	5,76	0.1002778
0	0	0
Ji cuadrada		2.8487338

Grados de libertad: $gl=(3-1)*(3-1)=4$

Con cuatro grados de libertad, 5% de significancia, según el anexo 2, se obtiene una ji cuadrada crítica de 9.488 por lo tanto se acepta H_0 y se rechaza H_1 , es decir si hay relación entre el tiempo de pertenencia a la Organización campesina y el mejoramiento de las condiciones socio-económicas de las familias campesinas.

De acuerdo al tiempo que las familias campesinas productoras de cacao, han pertenecido a la Organización campesina, su nivel de vida ha mejorado, siendo necesario valorar la creación de capital social para fortalecer la Organización comunitaria, constituyendo un sistema alternativo de comercialización a través de una cultura organizacional que ofrezca mejores

ingresos por la venta de su producto, Y, de esta manera potenciar y dinamizar la economía de las familias campesinas, considerando que la producción de cacao de fino aroma es de mejor calidad y se puede ofertar en los mercados nacionales e internacionales.

Pregunta veinte y uno

¿Participa usted o su familia solidariamente en el proceso de poscosecha en las fincas de las familias campesinas de la Organización productora de cacao de la parroquia Moraspungo?

Si _____ No _____

De los resultados obtenidos de la investigación de campo, las familias campesinas de la Organización, como una de las practicas de la creación de capital social, tienen como estrategia la solidaridad de trabajo comunitario, principio sociológico que favorece el desarrollo de la Organización productora de cacao para integrar las redes asociativas de producción. Ver anexo 12, tabla 11.

3.5 Método de estudio

En el presente trabajo de investigación se aplicó:

El método descriptivo.- a través de este método se procedió a la formulación de hipótesis operacional, que permitió establecer la relación entre la variable

dependiente e independiente. Con la utilización de este método se deduce el proceso de comercialización de cacao y el grado de desarrollo socioeconómico de las familias campesinas productoras de cacao. Las hipótesis realizadas fueron confrontadas mediante la prueba de ji cuadrado.

El instrumento que permitió realizar la medición entre las variables fue la ficha de encuesta, estructurando preguntas en su mayoría cerradas, que responden al objetivo de la investigación ejecutada. Los resultados obtenidos de la encuestas fueron procesados a través del análisis estadístico; en base a la aplicación de este procedimiento, se obtuvo los datos estadísticos de la producción y comercialización del estudio directo del porcentaje de la venta de cacao de la organización campesina a los centros de acopio de Quinsaloma.

3.6 Técnicas e instrumentos

La técnica utilizada en el presente trabajo de investigación para la recolección de la información fue la encuesta, con la que se recolectó los datos de los miembros de las familias de la organización campesina productora de cacao de la parroquia Moraspungo.

Como instrumento se utilizó un cuestionario escrito con preguntas cerradas, dicotómicas y de elección múltiple, que se aplicaron a todos los jefes de las familias campesinas de la organización en estudio, a fin que las contesten igualmente por escrito.

Después de la recolección de esta información se tabularon las respuestas, para la realización de un análisis descriptivo e inferencial; el análisis descriptivo se

realizó mediante gráficos, mientras que el análisis inferencial se realizó mediante herramientas estadísticas.

También se utilizó la investigación documental y los instrumentos que sirvieron de base para la investigación fueron: fotografías, videos, mapas geográficos, cuadros comparativos de comercialización de cacao, gráficos, análisis comparativos de datos estadísticos, revistas de producción agropecuaria.

Para la presentación de datos se utilizó diagramas de barras, como instrumentos descriptivos.

Para el análisis inferencial se utiliza la distribución *ji cuadrada*, debido a que esta es la más apropiada para realizar las pruebas de hipótesis. El análisis mediante la distribución *ji cuadrada* empieza mediante la elaboración de las tablas de contingencia las cuales determinan si dos variables categóricas se relacionan entre sí, una vez realizada las tablas de contingencias se realiza el cálculo de la *ji cuadrada* para después compararla con los datos que se encuentran tabulados en los libros de estadística.

Las herramientas tecnológicas utilizadas fueron: el Internet y el manejo de paquetes informáticos como Microsoft Excel, Microsoft Word.

Los recursos económicos facilitaron todas las fases de investigación, en especial lo referente a traslados y recolección de los datos a través de las encuestas.

3.7 Fuentes de información

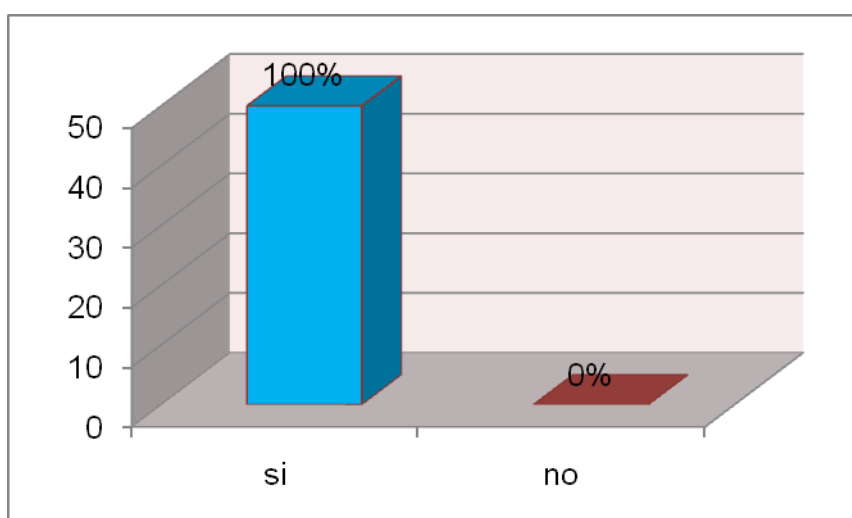
La fuente de información directa obtenida a través de las encuestas y cuadros comparativos de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao ANECACAO, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. Federación Nacional de Productores de Cacao del Ecuador.

CAPITULO IV

4. Resultados y análisis

Los resultados y análisis de la producción y la comercialización de cacao de fino aroma de la organización campesina de la parroquia Moraspungo, como uno de los factores de desarrollo sustentable en la comunidad durante el año 2008, se obtuvo a través de una investigación de campo, aplicando la técnica de la encuesta a las familias campesinas.

Gráfico 1:
Población de la Organización Campesina productora de cacao

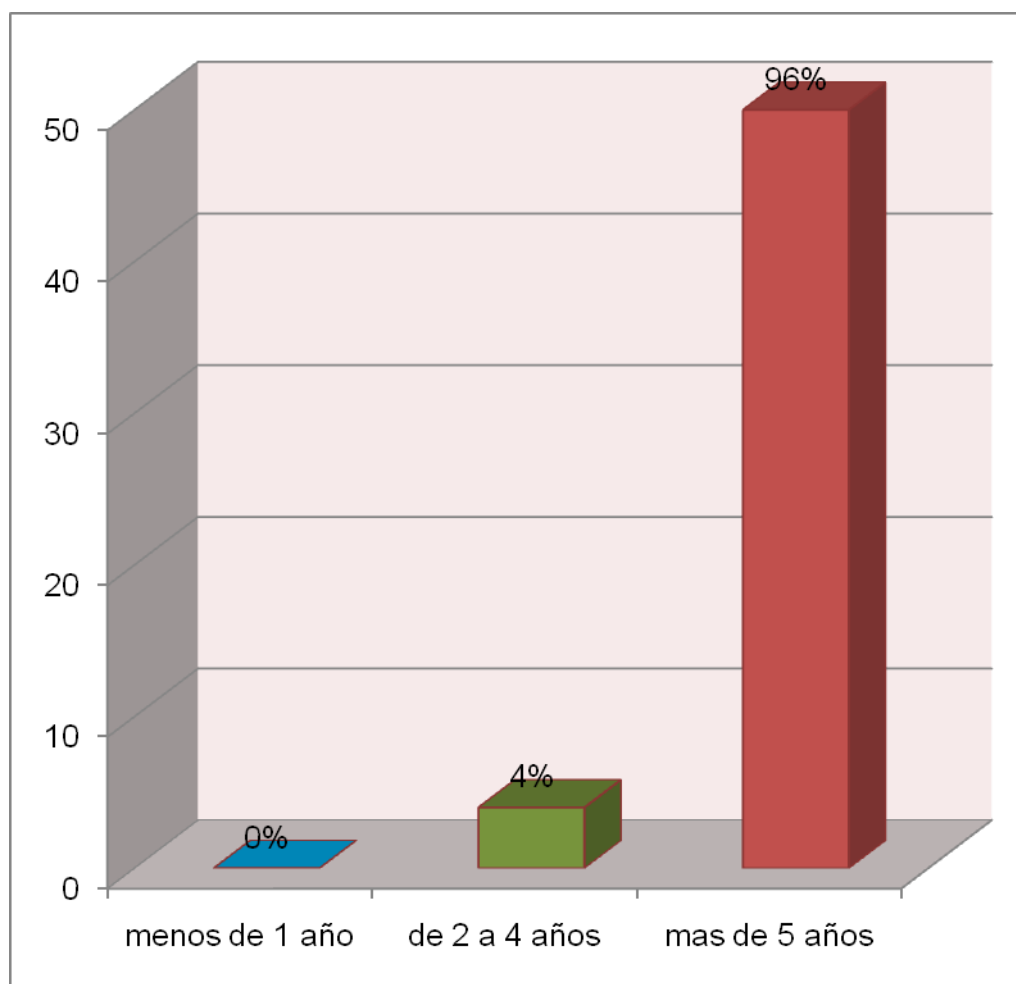


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Los resultados estadísticos de la investigación de campo, demuestran que las familias campesinas productoras de cacao de fino, que forman parte de la organización campesina. Practican valores ético-morales, principios que permiten la creación de capital social, para instaurar los procesos de producción asociativa y generar sistemas alternativos de comercialización, para mejorar las condiciones socioeconómicas de la comunidad.

Gráfico 2:
Tiempo que forman parte de la Organización las familias campesinas

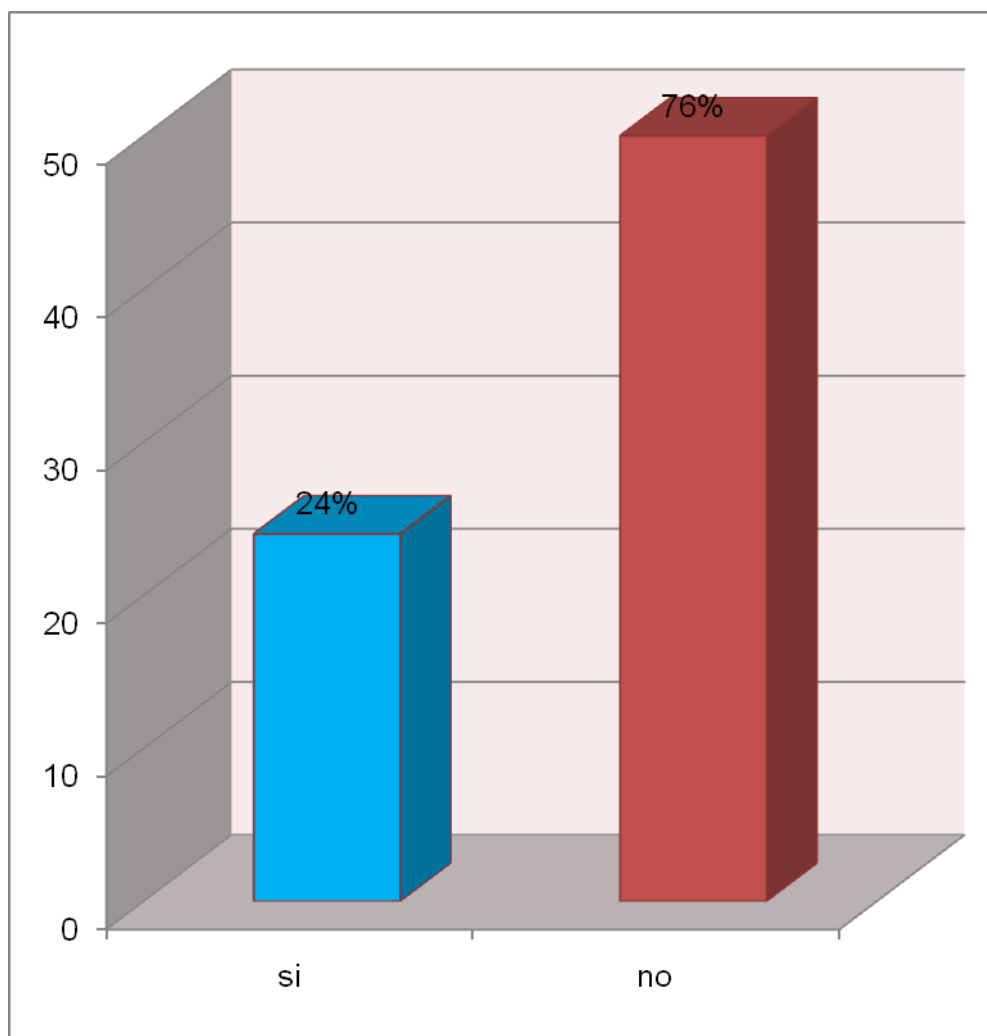


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Según el resultado estadístico, determina que la mayoría de las familias campesinas forman parte de la organización por más de cinco años, lo cual indica que existe planificación y liderazgo organizacional comunitario, siendo necesario utilizar como estrategia los principios de participación, capacitación, pertenencia y liderazgo de sus integrantes por constituir la organización comunitaria un nuevo modelo de desarrollo económico social sustentable.

Gráfico 3:
Otros miembros de las familias campesinas que pertenecen a la Organización productora de cacao

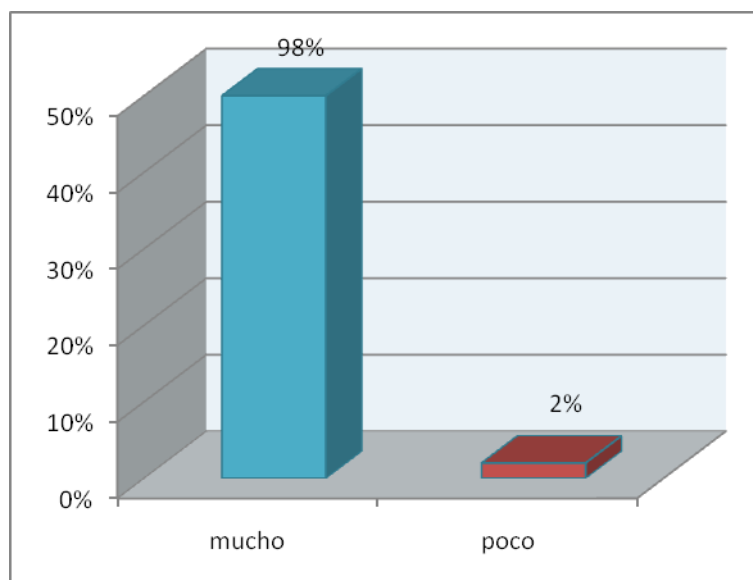


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Según la investigación de campo realizado, conocemos que existen otros miembros de las familias campesinas que forman parte de la organización productora de cacao; este es un indicador social que permite medir el principio de comunicación que practican entre los miembros de la comunidad, siendo un principio sociológico que permite la integración de redes sociales para la producción y comercialización de cacao.

Grafico 4:
Familias campesinas que entregan la producción de cacao de aroma fino a los Centros de acopio de Quinsaloma

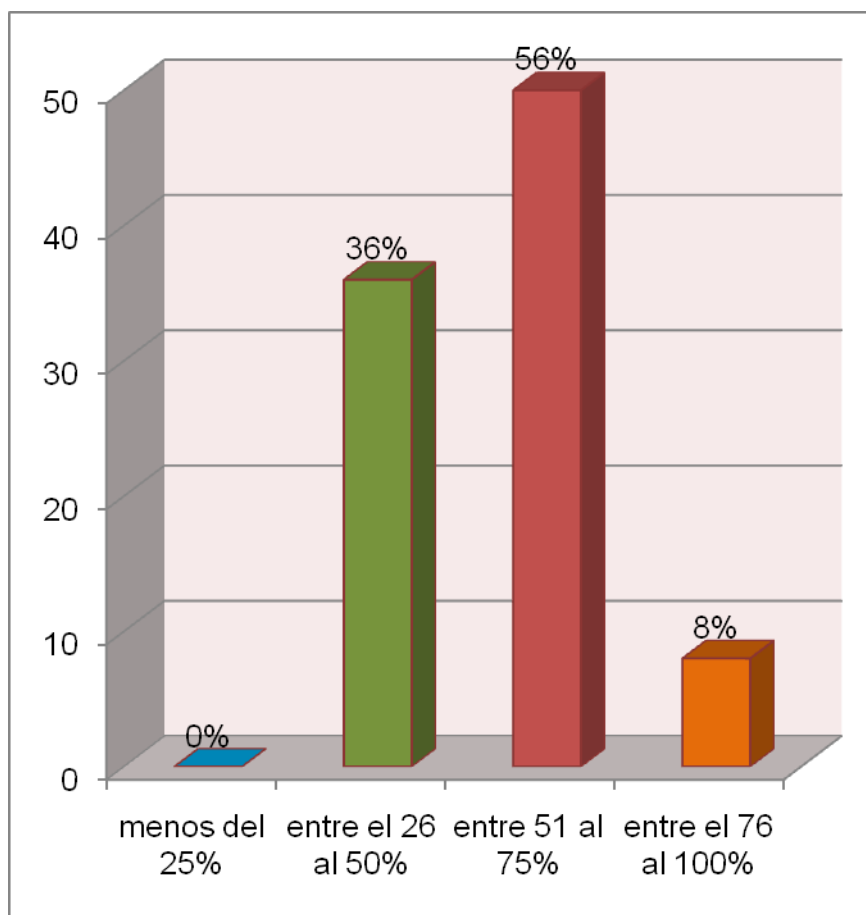


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

De la investigación de campo realizada, se determina que en su mayoría las familias campesinas de la organización, utilizan el canal uno de la comercialización de cacao a los centros de acopio de Quinsaloma. Resultado que permite establecer, que su producto llega al consumidor potencial a través de los intermediarios, como el caso de la comercializadora privada de cacao de la MCCH, que capta el producto de la organización campesinas productoras de cacao a través de uno de los centros de acopio de Quinsaloma y en calidad de agroexportadora privada de cacao, forma parte de la Red Latinoamérica de Comercialización Comunitaria RELAC, producto que es destinado a los mercados europeos

Gráfico 5:
Porcentaje de producción de cacao que entregan al
Centro de acopio de Moraspungo.

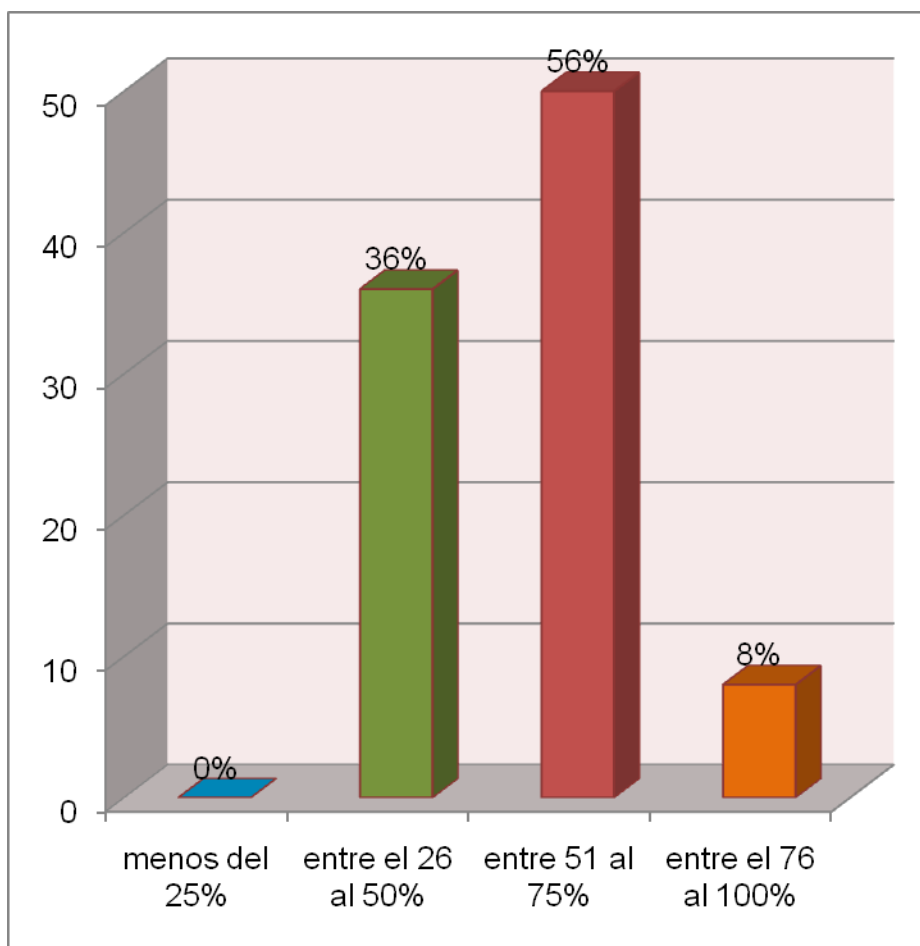


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Los resultados estadísticos obtenidos en la investigación de campo, es que, en un porcentaje mínimo, entregan su producción de cacao al centro de acopio en Moraspungo y en su mayoría de las familias campesinas venden su producto a los centros de acopio de Quinsaloma. Esto indica que existe la posibilidad de recolectar una mayor cantidad de cacao en la organización campesinas y de esta manera contar con mayor cantidad de grano de cacao para la oferta en el mercado nacional e internacional.

Gráfico 6:
Capacidad de producción de cacao de la Organización campesina
Durante los dos últimos años

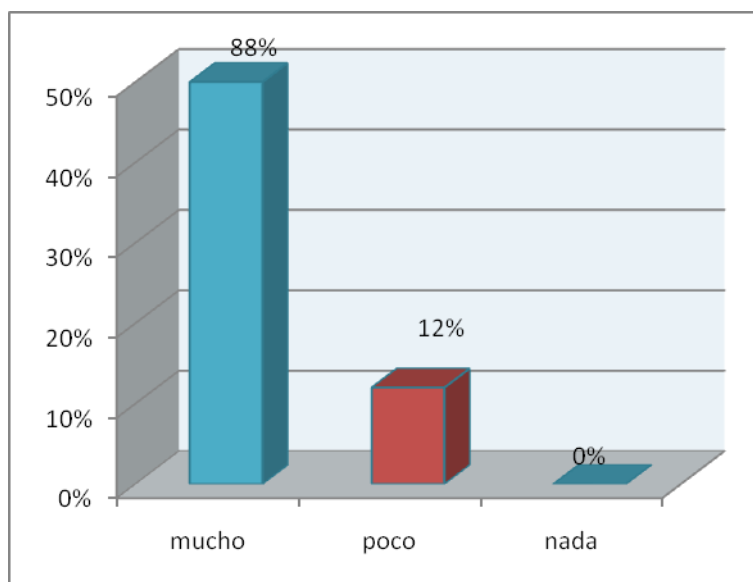


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

De la investigación realizada, tenemos como indicador de efectividad y sostenibilidad, que el nivel de la producción cacao de la organización es baja por lo que existente la necesidad de dotar de capacitación y tecnología de producción agropecuaria a las familias campesinas productoras de cacao; entonces estaremos en la capacidad de aumentar el volumen de producción del grano de cacao de fino aroma; actividad económica que permite mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas.

Grafico 7:
El grado o nivel que ha mejorado las condiciones socioeconómicas
De las familias campesinas al pertenecer a la Organización campesinas

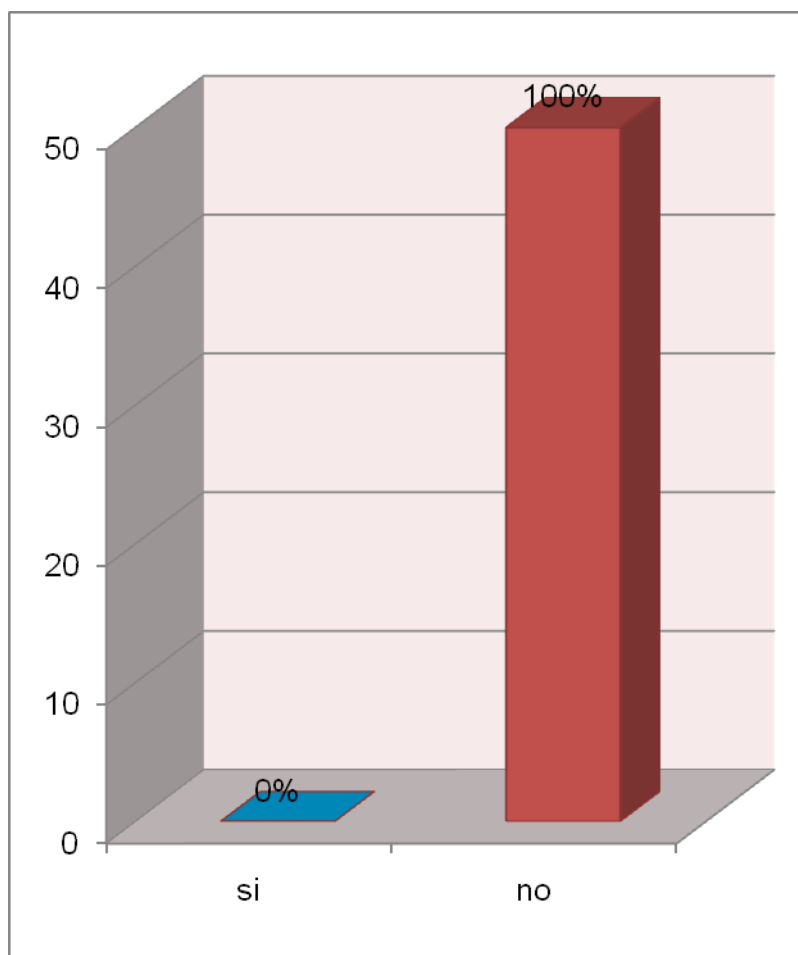


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

El resultado de la investigación, arroja que el sistema de comercialización de cacao de la organización, mejora las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas, porque la sostenibilidad económica de la comunidad es la venta de cacao, además existe la necesidad de dotar de tecnología y capacitación a los miembros de la comunidad para aumentar el nivel de producción, para acceder directamente a los mercados nacionales e internacionales con la venta directa del producto al consumidor potencial.

Grafico 8:
Ingresos económicos de las familias campesinas por la venta de cacao a los centros de Acopio de Quinsaloma

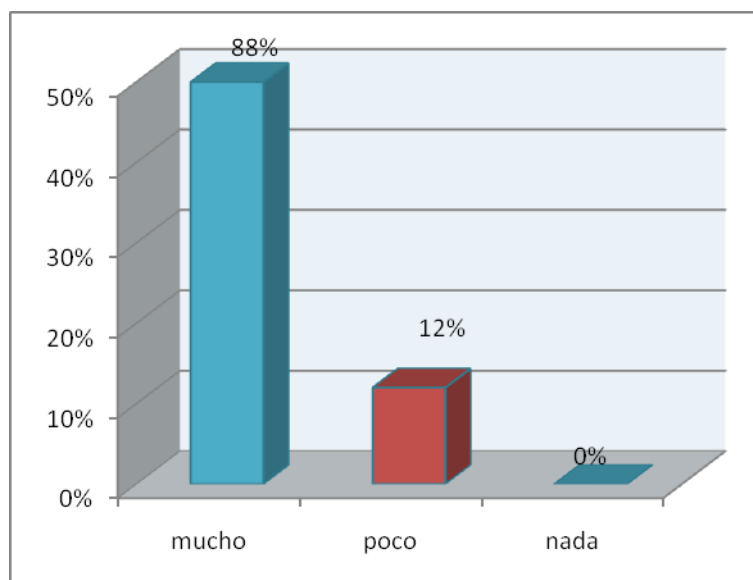


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Antagónico a los resultados de la comercialización de cacao como actividad económica de la comunidad, se nota el descontento de las familias campesinas, por los precios que reciben de la venta de cacao al entregar la producción del producto a los centros de acopio de Quinsaloma, de ahí las necesidad de buscar sistemas alternativos de comercialización comunitario, que permitan establecer políticas de precio y peso justo por la venta de cacao de fino aroma.

Grafico 9:
Descontento de las familias campesinas por el valor que reciben de la
Venta de cacao al centro de acopio de Quinsaloma

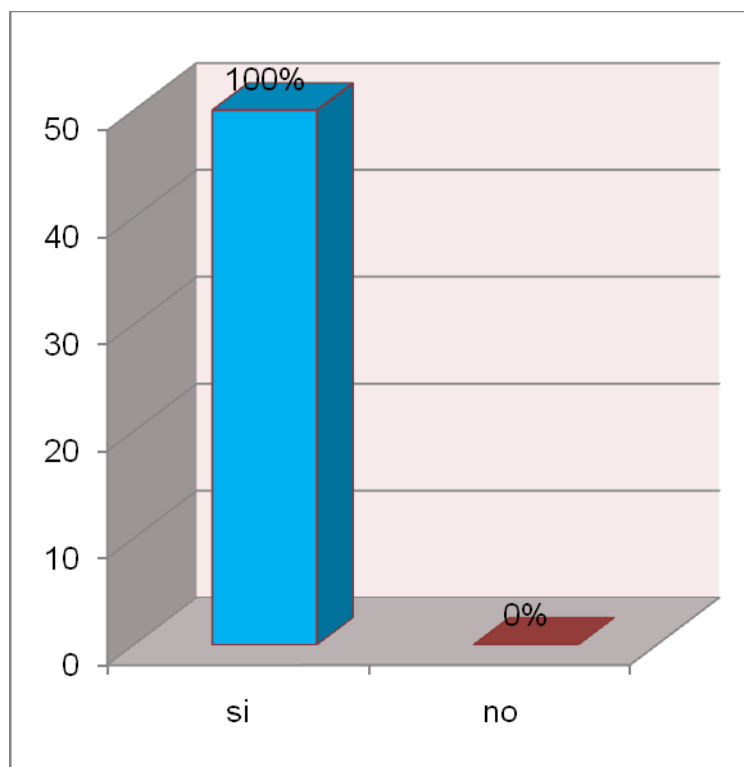


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

De los resultados obtenidos de la investigación de campo, tenemos que las familias campesinas, se encuentran descontentas con el precio que reciben en los centros de acopio de Quinsaloma, por lo que es necesario tomar como estrategias la capacidad y liderazgo organizacional para implantar un nuevo sistema alternativo de comercialización comunitario, donde se establezca el precio y el peso justo, para lo cual es necesario dotar de capacitación y tecnología a las familias campesinas, en el proceso de manejo poscosecha y mejor utilización del recurso natural de la tierra, para aumentar los volúmenes de producción y llegar con el producto al consumidor potencial.

Grafico 10:
Interés de las familias campesinas de formar parte de un sistema alternativo de comercialización comunitaria en el cual su venta de cacao genere mayores ingresos económicos

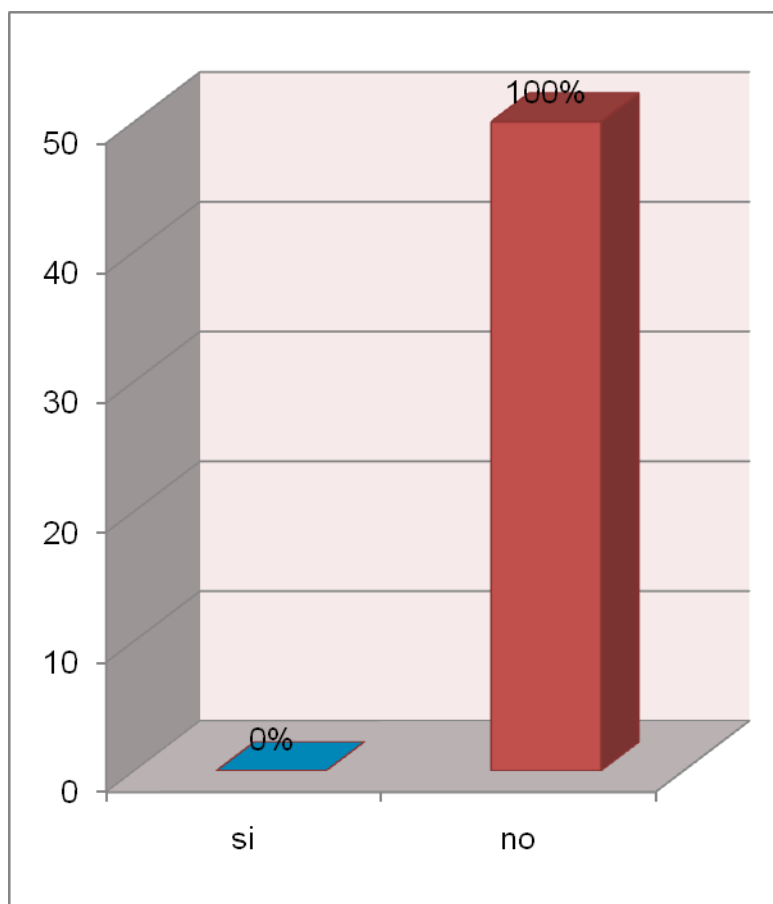


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Según los resultados estadísticos se comprobó que las familias campesinas de la organización, tienen el interés de comercializar a través un sistema alternativo de comercialización y no en los centros de acopio de Quinsaloma, por el precio que reciben de la comercializadora, Los gastos en jornaleros, mantenimiento de las huertas son altos, es por eso que sienten la necesidad las familias campesinas de buscar un sistema alternativo de comercialización comunitaria, donde reciban el precio y peso justo por saco de cacao, para mejorar las condiciones socio económicas de las familias de la Organización campesina.

Grafico 11:
Descontento de las familias campesinas con la comercializadora de cacao
Maquita Cushunchic

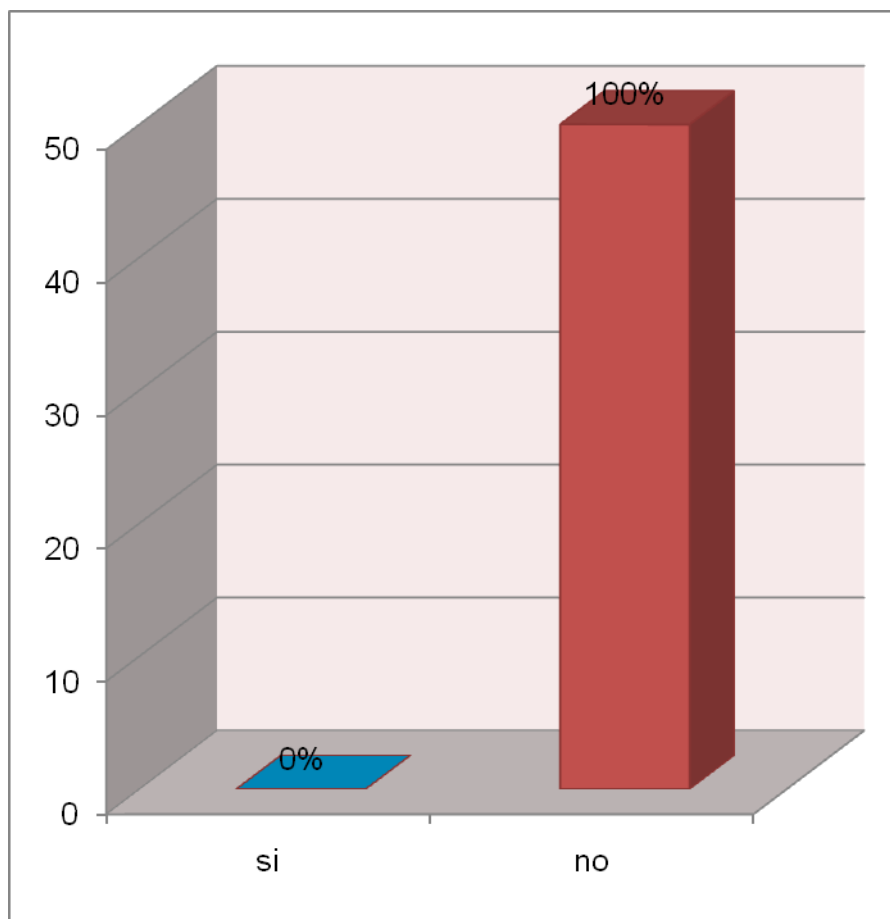


Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Por el resultado estadístico, se establece el descontento general de las familias campesinas de la organización de comercializar su producto a través de los centros de acopio de Quinsaloma que representan a la “comercializadora de cacao Maquita Cushunchic, porque en la praxis social, no ha impulsado proyectos sociales de desarrollo comunitario en beneficio de las familias campesinas de la comunidad, a lo contrario ha limitado su accionar a la captación de la producción de cacao de la Organización campesina en estudio.

Grafico 12:
Las familias campesinas de la Organización no han recibido apoyo en tecnología y capacitación de la comercializadora de cacao Maquita Cushunchic.



Fuente: Organización Campesina productora de cacao, parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

De la investigación de campo realizada a través de la técnica de la encuesta se determina, que la comercializadora privada de cacao Maquita Cushunchic, no se ha preocupado de impulsar programas de capacitación ni de tecnología de producción agropecuaria sostenible a las familias campesinas productores de cacao de la organización de la parroquia Moraspungo, para mejorar los volúmenes de producción y las condiciones socioeconómicas de las familias de la organización campesina.

Los siguientes resultados estadísticos, obtenidos a través de la técnica de la encuesta, arrojan datos cuantitativos de la producción de cacao, de los gastos e ingresos de las familias campesinas que forman parte de la organización y se analizaron en una tabla estadística, los datos de utilidad y porcentaje de aprovechamiento de la producción de cacao de fino aroma.

El estudio estadístico de los datos cuantitativos obtenidos, permite establecer el número de quintales que produce mensualmente la organización campesina productora de cacao de la parroquia de Moraspungo. Este sistema de comercialización se genera por ser los centros de acopio más cercanos a la organización campesina, ver anexo 3, tabla 2.

Las familias campesinas productoras de cacao de la organización de Moraspungo, reciben el precio de 80 a 95 dólares por saco de cacao, la variación del precio del quintal de cacao, esta determinada por el grado de humedad en el proceso de poscosecha y por su comercialización en el libre mercado, regulado el precio por la Ley de la oferta y la demanda, concepción ideológica de la escuela clásica neoliberal de Adam Smith que plantea que los precios se regulan automáticamente en el mercado, por la Ley de oferta y la demanda, ver anexo 4, tabla 3.

De los resultados del estudio de campo realizado a través de la técnica de encuesta, determinamos que las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma; gastan en trabajadores trimestralmente por hectárea para el mantenimiento de las huertas; lo realizan durante este periodo por constituir la planta de cacao una especie "umbrofila" esto es amiga de la sombra. Característica que permite la formación de sistemas agroforestales que brindan al productor mayor sostenibilidad económica, sin comprometer el equilibrio de los recursos naturales, ver anexo 5, tabla 4.

De los datos estadísticos cuantitativos que arroja la investigación de campo se determina, el valor que pagan a los trabajadores mensualmente, para la fase de cosecha y poscosecha del cacao a través de un sistema laboral de jornal, ver anexo 6, tabla 5.

Mediante la investigación de campo a través de la técnica de encuesta, aplicada a las cincuenta familias campesinas de la organización de la parroquia

Moraspungo, se alcanzó un análisis económico actual del sistema de producción, comercialización, mantenimiento de las huertas y la utilidad de ingresos por quintal, ver anexo 7, tabla 6.

Los resultados estadísticos de la investigación, permitieron conocer el nivel de comercialización de cacao de la organización campesina. Mediante el análisis económico de comercialización proyectado en el nuevo mercado internacional, con la finalidad que el grano de cacao, llegue al consumidor potencial en forma directa. Tomando las referencias de producción, mantenimiento de huertos, canales de comercialización, costos de envío del producto, utilidad por quintal. Este estudio se realizó sobre la base de la expectativa de vender en el exterior el producto. Ver anexo 8, tabla 7.

Se presenta un estudio de factibilidad del nivel de la comercialización de cacao de la organización campesina de la parroquia Moraspungo, a través de un análisis de precios por quintal de cacao en el mercado internacional. Ver anexo 7, tabla 6.

De acuerdo con los resultados de la investigación de campo, el nivel de ingreso de las familias campesinas de la organización es bajo, por concepto de la venta de cacao de fino aroma a los centros de acopio de Quinsaloma, tienen una desviación estándar muy alta, lo cual refleja la inequidad en los ingresos de las familias campesinas. Ver anexo 7, Tabla 6.

De los resultados de la investigación, se analiza estadísticamente la situación financiera de las familias campesinas que conforman la organización, tenemos que el ingreso y el gasto per cápita es bajo, actividad económica que no permite mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias campesinas de la comunidad. Por lo que es necesario impulsar el sistema cooperativo, para estructurar procesos de producción asociativa y aumentar los volúmenes de producción de cacao de fino aroma y crear sistemas alternativos de comercialización comunitaria a través de una cultura organizacional. Ver anexo 9, Tabla 8.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El sistema de producción y comercialización de cacao de fino aroma, analizado bajo la metodología propuesta, de la información de campo se establece que de las cincuenta familias estudiadas, que entregan la producción de cacao de fino aroma a los centros de acopio de Quinsaloma, el 98% de ellas no han mejorado las condiciones socioeconómicas.

De la población en estudio, el 98% de las familias campesinas, expresan su voluntad de vender el grano de cacao a través de un sistema alternativo de comercialización comunitario.

Teniendo en cuenta el estudio de campo realizado, el 96% de las familias campesinas integran la organización productora de cacao de la parroquia Moraspungo por más de cinco años.

Del estudio realizado en la organización campesina productora de cacao el 94% de las familias campesinas participan en las iniciativas comunitarias desarrolladas.

De la investigación de campo realizada se concluye que el 100% de las familias campesinas de la organización productora de cacao, expresan las desventajas de la comercialización de su producto, a los centros de acopio de Quinsaloma y la intermediaria privada MCCH.

Los resultados de la investigación determinan que entre todas las familias campesinas productoras de cacao de la organización de la parroquia de

Moraspungo, producen mensualmente trescientos quintales de cacao de aroma fino, establecido el precio de 80 a 95 dólares por saco de cacao en los centros de acopio de Quinsaloma y en nuevos mercados se puede obtener la diferencia del 30% de su precio.

Los niveles de ingresos económicos de las familias campesinas de la organización son bajos.

5.2 Recomendaciones

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación de campo, obtenidos a través de la técnica de la encuesta aplicado a las familias campesinas productoras de cacao de fino aroma de la Organización se recomienda:

Que los puntos por debajo de la línea de tendencia de producción de cacao de las familias campesinas de la organización de la parroquia Moraspungo deben superar, para mejorar el nivel de producción en procura de lograr una mayor utilidad en el precio.

Por ser el cacao de aroma orgánico, se recomienda a las familias campesinas dar valor agregado, con la finalidad de sugerir sistemas alternativos de comercialización, permitiendo la posibilidad de abrir una línea de venta en tiendas internacionales. Para mejorar los ingresos económicos a las familias campesinas productoras de cacao de la organización.

Se recomienda utilizar mejor el suelo en la agro forestación de la planta de cacao, para lograr una mayor producción de cacao por hectárea, sistema que les permitirán obtener un mayor margen de utilidad.

A las familias campesinas se recomienda mejorar el proceso de manejo poscosecha del cacao de fino aroma. por ser el proceso final de la producción y su importancia radica en que de él depende en buena parte la calidad del grano, para presentar al mercado un producto de calidad. El beneficio asegura que el grano sea apreciado, apetecido por la industria, garantiza por ende su comercialización tanto a nivel nacional como para la exportación y justifica un mejor precio.

Los granos extraídos de la mazorca deben depositarse en cajones de madera, con orificios en el fondo y los lados para la salida de la "baba" o líquidos que se desprenden del mucílago. Estos cajones conviene colocarse unos 10 ó 15 centímetros por encima del suelo para el fácil drenaje de estos líquidos. Los cajones deben estar colocados en sitios cubiertos para que la temperatura sea constante y la fermentación sea completa y pareja.

Es necesaria la introducción de energías renovables a través de la instalación de secadores solares, los mismos que deben ser construidos con caña de guadua, madera de: balsa, tutín, moral, guayabillo, guayacán, esto permitirá mejorar el aroma del cacao y la construcción y mejoramiento de tendales, cerramientos y bodegas comunitarias.

Fomentar una campaña a nivel nacional que afiance la cultura del buen beneficio del consumo de cacao.

Se recomienda a la organización campesina, impulsar el sistema cooperativo, para estructurar procesos de producción asociativa y aumentar los volúmenes de producción de cacao de fino aroma y crear sistemas alternativos de comercialización comunitaria a través de una cultura organizacional.

BIBLIOGRAFIA

1. Aguinaga, M., *La participación en proyectos de desarrollo local como estrategia de autoconstitución de sujetos.*
2. *Banco Mundial, Empoderamiento y participación.*
3. Barragán, J., C., L. *La megadiversidad ecuatoriana.* [consultado el 03-09] <http://www.ministerio.ambiente.gov.ec>.
4. Borja, G. (2006). *Indicadores sociales.* Convenio de cooperación: Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria (CODEU). Quito.
5. Borja, G., Pazmiño, A. (2006). *Planificación y liderazgo organizacional Serie: Educación y Desarrollo Social,* Convenio de cooperación: Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria (CODEU). Quito.
6. Cabanellas, G. (1979). *Diccionario enciclopédico de derecho Usual,* 14ª edición, Editorial Heliasta S.R.L.
7. Carabias L., J., Provencio D., E., LEFF, E., Toledo, V. M., Curiel B., A., Gispert C., M., Dachary, A. C. (1996). *Desarrollo sustentable, Realidad o retórica.* Ediciones Abya Yala.
8. Carrera de la T., L. (1993). *La gestión ambiental en el Ecuador.* Ministerio de Relaciones Exteriores. Quito.
9. Casado, D. (1992). *Organizaciones voluntarias en España.* Barcelona. Hacer.
10. Castillo S, M. (2004). *Guía para la formulación de proyectos de investigación.* Cooperativa editorial Magisterio. Alma Mater, Magisterio, Bogotá.
11. Castillo S., M. (2004). *Guía para la Formulación de Proyectos de Investigación.* Bogotá: Cooperativa. Editorial Magisterio
12. Castro, M. (2005-2008). *Cambio climático.* Taller para el diseño de la Estrategia Nacional.
13. Coordinación General de Apoyos a la Comercialización Dirección General de Operaciones Financieras, Dirección de Estudios y Análisis de Mercados. [consultado el 01-10]. <http://wwwecomtrading.com/>
14. De Sousa S., J. (2001). *La cuestión Institucional: De la vulnerabilidad a la sostenibilidad institucional en el contexto del cambio de época.* Serie Innovación para la Sostenibilidad Institucional. San José Costa Rica.
15. Directorio de Redes de Microfinanzas de América Latina y el Caribe. (2005) *Convenio Marco de Cooperación entre Redes de Microfinanzas de América Latina y el Caribe.* VIII Foro Interamericano de la Microempres.
16. En: Como rayo en el cielo serrano (2000). *Reflexiones acerca de la participación popular en el Ecuador.* Ciudad centro de investigaciones. Quito
17. EUR-Lex. Directiva (2000). *CE, del Parlamento Europeo y del Consejo,* productos de cacao y de chocolate destinados a la alimentación humana.

18. FEDECADE, La Federación Nacional de Productores de Cacao del Ecuador, y C&D Conservación y Desarrollo en la Creación de Cooperativas. <http://www.ccd.org.ec>.
19. Guerrero, D. (2005). *Un resumen completo de El capital de Marx*. [consultado el 02-10] <http://www.rebellion.org/>.
20. Hanke, J., Reitsch A. (1997). *Estadística para Negocios*. Segunda Edición. McGraw- Hill, Madrid.
21. Historia de los Movimientos Sociales Contemporáneos. *Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG): expresión diversificada de la sociedad civil*. [consultado el 08-09]. <http://www.um.es/>.
22. ICCO. (2004/2005). *Organización Internacional del Cacao*. Informe Anual Boletín Trimestral de Estadísticas del Cacao, Vol. XXI N. 4. Año Cacaotero.
23. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Actividades del sector secundario. *El Cacao Industrializado*. <http://www.cideiber.com> Ecuador.
24. Jacobsen S., E., Serwood, S. (2000). *Cultivos y Granos Andinos en Ecuador*. Informe sobre los rubros Quinoa, chocho, amaranto. Ediciones Abya Yala.
25. Kotler, P. (2000). *Fundamentos del Marketing*. 6^{ta} edición. Person.-Educación de México, S.A. de C.V. 712 ISB 970-26-0400-1
26. La participación de las ONG. <http://www.planacionalderechoshumanos.gov.ec>.
27. Lancaster G., M. L. (1998). *Gerencia de comercialización*. Prentice-Pasillo, 7ma ed.. 1991. Marketing esencial. McGraw Hill.
28. Lillo, Nieves, Rosello, Elena. *Manual para el trabajo social comunitario*.—NANCEA, S.A. de Ediciones Madrid.
29. MCCH: maqita cushunchic. Démonos la mano, (Ed). 1991. Corporación MCCH-Abya Yala.
30. Montanito, Becario, Sergio. (2006). *Estudio sobre el potencial de la exportación de cacao a la Unión Europea*.
31. Moreno, Cornejo, Alberto.- s/a. Economía popular y desarrollo humano. Ediciones Abya Yala.
32. *Nuevas formas de intervención profesional breve historia de las ONG*. [consultado el 12-08] www.silviatovar.com/stuts/.
33. Nulez, Rodolfo A. (2008). *Redes Comunitarias, Afluencias teórico metodológicas y crónicas de intervención profesional*. 1^{ra} ed. Buenos Aires Argentina: Espacio Editorial.
34. ONG. [consultado el 12-08]. <http://www.mmrree.gov.ec/tratados/>.
35. Organización comunitaria.- Tomado de www.democracyforcuba.org.
36. Ortiz, L., Andrés. (2006). *Investigación social en educación y desarrollo*. Serie: Educación y Desarrollo Social, Convenio de cooperación: Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria (CODEU). Quito.
37. Pérez, A., A. (2006). *Estadística básica aplicada a las ciencias sociales*. Convenio de cooperación: Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria (CODEU). Quito.
38. Plan nacional de comercialización educador tomado de www.mantareys.com
39. Portal para los emprendedores y nuevas empresas tomado de: www.creaciondempresas.com/.
40. Putnam, R. (1993). *Eventos/invitaciones capital social definición*. [consultado el 02-09]. <http://www.cicsug.ugto.mx/>

41. Ramos A., I, Ortiz, L. y Jiménez O., S. (2007). *Desarrollo del capital social y gestión*. Serie: Educación y Desarrollo Social, Convenio de cooperación: Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria (CODEU). Quito.
42. *Reflexiones sobre el concepto de comunidad*. [consultado el 12-09]. <http://www.robertexto.com/>
43. Revista Interamericana de Educación N° 41 (2006) Págs. 7-8.
44. Rodríguez V., J. (2000). *Administración Moderna de Personal Fundamentos*: 5ª ed. Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales, S.A. de C; V México.
45. Rojas, M. L. (2005). *Agenda de la Reunión de Red Acción*. [consultado el 03-09]. <http://www.accionnetwork.org>
46. Rosental M., L. P. (1939 – 1940). *Diccionario Filosófico Marxista*: Traducción Dalmacio, M.B. Ediciones Amauta.
47. Salazar, L. J. (2001). *La dimensión de participación en la construcción de la sostenibilidad institucional*. Serie Innovación para la Sostenibilidad Institucional, San José Costa Rica.
48. Servicio de información agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador. [consultado el 11-09]. <http://www.sica.gov.ec/cadenas/cacao>.
49. Trujillo, A., Domínguez, C., (2006). *Organizaciones comunitarias y gestión asociada*. Serie: Educación y Desarrollo Social, Convenio de cooperación: Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria (CODEU). Quito.
50. UNCTAD basado según estadística da la Organización Internacional del Cacao (ICCO), boletín trimestral de estadísticas. <http://www.unctad.org>.
51. Uquillas, C. A. (2009). *El Fracaso del Neoliberalismo en el Ecuador y alternativas frente a la crisis*.- estudios realizados por historiadores. <http://www.eumed.net>.
52. Vademécum del Capital social [consultado el 08-09]. <http://www.inasmet.es/>.

APENDICE

Relación que existe entre estrategia de comercialización y desarrollo sustentable.

El cultivo de cacao es una actividad productiva ecológica, que no contamina ni degrada el medio ambiente. Es una actividad agrícola que utiliza prácticas de conservación y mejoramiento de la fertilidad del suelo y que protege los recursos naturales e impide la contaminación, lo que lo hace un sistema de producción compatible con las políticas de desarrollo sustentable.

Queitsh define a la agricultura ecológica “Como una forma de producción que manifiesta en su esencia el desarrollo sustentable en el campo, integra los procesos productivos en armonía con la naturaleza con las respectivas formas de organización de la producción, de la comercialización y de la vida social y postula un entorno macro político y macroeconómico a su favor”

El país está viviendo los procesos de *globalización mundial* de la economía, la liberalización y la apertura de mercados y *regionalmente* la liberalización de mercado, por lo tanto, el desarrollo sustentable, es la operación eficiente y aspirante de mercados.

Se requiere disponer de un sistema de información estadístico que sea objetivo, confiable y sobre todo, oportuno que solo se logrará impulsando una educación ambiental dirigida a las familias campesinas, que apoye a la formación de redes sociales y que permita generar procesos de producción asociativa, para establecer un comercio justo y solidario de la organización campesina productora de cacao; que permita que se valore la calidad del producto sustentable con un sello ecológico comunal que dé garantía de calidad al consumidor; para lo cual es fundamental fomentar la capacitación de las familias campesinas productoras de cacao fino de aroma.

Es necesario instaurar una junta comunitaria de comercialización que sea manejada por ella misma en todas las etapas de la cadena de la comercialización y que los precios sean justos y determinados por la junta, en consenso con la comunidad. Cabe indicar que la fijación del precio permitirá la invulnerabilidad de los productores frente a las fluctuaciones mundiales de precios

de la Ley de la oferta y la demanda. Esta estrategia de comercialización permitirá mantener el desarrollo sustentable de las familias campesinas.

Amparados en el principio sociológico del comercio justo o comercio alternativo, es considerado como aquel que permite abrir canales alternativos, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta. Este comercio debe estar orientado al desarrollo integral, con sustentabilidad económica, social y ambiental para combatir las políticas neoliberales y a las multinacionales. Además el comercio justo es un buen instrumento para desarrollar un consumo responsable.

Otro fundamento de la relación entre la estrategia de comercialización y el desarrollo sustentable de la comunidad campesina productora de cacao, es el aprovechar al recurso natural del cacao de fino aroma, la promoción de la organización campesina y la participación de la mujer en igualdad de género, para lo cual es necesario elaborar un plan estratégico de mercado, basado en el comercio justo, para ejecutar los programas de *Responsabilidad Social Comunitaria Empresarial* con estrategias de financiamiento, a las políticas de precio de compra y venta establecido por las organizaciones campesinas productores de cacao.

VECO Andino concibe “la comercialización asociativa como estrategia legítima para mejorar el acceso a mercados por parte de las familias campesinas que promueven la agricultura sustentable, esta estrategia permite consolidar estructuras organizativas campesinas, una cartera de servicios tanto productivos como comerciales y representar políticamente a sus socios en calidad de productores sustentables”. La comercialización asociativa desde una óptica sustentable demanda sin duda un trabajo coordinado e intenso sin embargo presenta muchas ventajas como estrategia para instaurar un comercio justo para las familias campesinas productoras de cacao fino de aroma.

El sistema de comercialización comunitario, bajo normas ecológicas, permite acceder a la venta del producto a *tiendas solidarias* europeas como en Holanda, Alemania, suiza, Bélgica etc. Las tiendas solidarias, son organizaciones autónomas que importan productos en forma directa, evitando las barreras arancelarias de entrada del producto.

La comercialización directa a través de un instrumento de integración campesina al desarrollo sustentable, con una economía solidaria, con la conformación de una pequeña Cooperativa de Ahorro y Crédito para el desarrollo comunitario sustentable, favorece al mercado justo y a la devolución relativa al crédito, a través del oportuno y eficaz servicio brindado por los *consorcios* o redes de comercialización solidaria y dinámica integradas por familias campesinas capacitadas en el área de producción, para enfocar un comercio equo solidario.

Crédito significa inversión y la inversión exige la capacitación, como uno de los principios del cooperativismo.

Las familias campesinas, una vez capacitadas, no necesitan patrones ni súper técnicos de afuera: llega a manifestarse un sano orgullo, que nace de sus capacidades evidenciadas por la calidad de su producto,

Los principios del cooperativismo para una economía solidaria son: una producción comunitaria y la no repartición individual de utilidades y de los excedentes.

La no repartición individual de utilidades es cortar de raíz ambiciones y conflictos y mantener abierta la puerta para nuevos socios y establecer “el programa de micro-crédito, a través del mecanismo de los Bancos comunales” que están destinados a realizar el servicio crediticio a las familias campesinas con un nuevo estilo y dinamismo.

El posible consorcio de las familias campesinas progresistas asociadas, sería el punto de referencia ideal para la valorización comercial de las innovaciones positivamente comprobadas, para que la comercialización sea en el mercado interno e internacional en base a una buena planificación. Las ideas tienen que nacer de la gente y la materia prima de cacao de fino aroma, de una buena organización del trabajo, de una correcta etapa de control de pos cosecha y de una administración bien llevada que permite un *sistema de comercialización alternativo* de precio justo, que se genera en la red de producción asociativa de las familias campesinas productoras de cacao fino de aroma.

Los criterios de economía solidaria, basada en el grupo humano organizado y la no repartición de utilidades, en el aporte propio en cuotas y mingas, en asistencia a reuniones, cursos y en la rendición puntual y transparencia de cuentas.

El principio de la “reciprocidad” en el intercambio de favores constituye un elemento positivo entre las familias campesinas, porque abre caminos espontáneos de trabajo colectivo en beneficio de todos. Uno de los principios de desarrollo más sostenido de las familias campesinas es la continuidad y fidelidad con la praxis de un liderazgo, sea en el ámbito: socio-organizativo, o en las responsabilidades de producción, comercialización y administración.

Los cambios tienen que nacer del mismo seno de las familias campesinas a través de una organización democrática, realmente participativa, con capacitación de tecnología agropecuaria sostenible para enfrentar el sistema económico capitalista en base al mejoramiento de los sistemas productivos tradicionales, apertura a nuevas fuentes de trabajo y una administración tecnificada y transparente.

La salida del primer contenedor “rebosante de toneladas de quintales de cacao de fino aroma” a través de nuevos canales de comercialización comunitaria hacia las tiendas solidarias europeas es el reto anhelado y prioritario de todas las familias campesinas.

Cuando se trata de desarrollo humano, hay que conjugar criterios de todos sus actores, con apertura a cambios en el proceso y confianza con la creación de capital social, en la participación y responsabilidad de la organización campesina productora de cacao de fino aroma. En la identificación positiva con el proceso de desarrollo sustentable; con la participación de las familias campesinas en la toma de decisiones con la utilización de la tecnología agropecuaria sostenible.

La comercialización comunitaria se afianza en la integración de las familias campesinas a los procesos de producción asociativa de cacao fino de aroma, para al mismo tiempo abrir mercados nacionales e internacionales, con participación normal en ferias nacionales e internacionales. Los contenedores en los barcos llevarán los quintales de cacao con frecuencia mensual, una vez que se alcance los niveles de producción que se requiere

El liderazgo organizacional deberá tener los principios humanistas y elementos básicos para un verdadero desarrollo sustentable, con una producción asociativa de las familias campesinas, con capacitación, contabilidad y administración, que entre sus políticas conste un trabajo comunitario y una organización de economía solidaria.

La organización campesina en estudio posee las potencialidades del medio ambiente, la distribución social justa de sus beneficios económicos y la participación democrática de las familias campesinas, con políticas de un manejo adecuado del recurso natural renovable del cacao fino de aroma.

Es fundamental en la organización campesina de la parroquia de Moraspungo, crear el principio de equidad de género, pues la participación de la mujer a nivel de organización comunitaria, asegura resultados no sólo en lo económico, sino también a nivel de autoestima y de proyección al liderazgo comunitario sustentable.

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN LA ORGANIZACIÓN CAMPESINA DE LA PARROQUIA MORASPUNGO COMO UNO DE LOS FACTORES DE DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA COMUNIDAD.

Marque con X la respuesta según su criterio, tiene una sola opción.

1. ¿Usted forma parte de la Organización Campesina productora de cacao de la parroquia de Moraspungo?

Si.... No.....

2. ¿Qué tiempo forma parte de la Organización campesina productora de cacao de la parroquia Moraspungo?

Menos de un año _____
De 2 a 4 años _____
Más de 5 años _____

3. ¿Existe dentro de su familia otros miembros en la Organización productora de cacao?

Si _____ No_____

4. ¿Entrega usted o su familia la producción de cacao de fino aroma a los centros de acopio de Quinsaloma?

Si _____ No_____

5. ¿En qué porcentaje de la producción que obtiene de cacao entrega usted a los centros de acopio de Quinsaloma?

Menos del 25% _____
Entre 26 al 50% _____
Entre 51 al 75% _____
Entre el 76 al 100% _____

6. ¿La capacidad de producción de cacao en los dos últimos años ha mejorado con relación a los años anteriores a pesar del efecto invernadero?

Menos del 25% _____
Entre 26 al 50% _____
Entre 51 al 75% _____
Entre el 76 al 100% _____

7. ¿En qué grado o nivel ha mejorado las condiciones socio-económicas de su familia al formar de la Organización campesinas?

Mucho _____
Poco _____
Nada _____

8. ¿Cree usted que al vender su producción de cacao a los centros de acopio de Quinsaloma tiene mejores ingresos económicos que en el mercado libre?

Si _____ No_____

9. ¿Cree usted que al vender en forma directa su producción de cacao sin intermediarios podría mejorar su calidad de vida socio-económica?

Si _____ No_____

10. Le interesaría formar parte de un sistema alternativo de comercialización, en el cual su venta de cacao genere mayores ingresos económicos?

Si _____ No_____

11. ¿Ha participado usted en los proyectos de desarrollo social de la Fundación Maquita Cushunchic?

Si _____ No_____

12. ¿Ha recibido apoyo en capacitación y tecnología de la Fundación Maquita Cushunchic para la producción de cacao en su finca?

Si _____ No_____

13. ¿Número de quintales de cacao que comercializa mensualmente al centro de acopio de Quinsaloma?

14. ¿Cuál es el precio por quintal de cacao que recibe del centro de acopio en Quinsaloma?

15. ¿Cuánto gasta en trabajadores para el mantenimiento por hectárea para la cosecha de cacao?

16. ¿Cuál es el valor que paga al trabajador en el proceso de poscosecha de cacao por hectárea?

17. Cuál es su nivel de ingreso económico en la comercialización de cacao a los centros de acopio de Quinsaloma?

18. Cuáles son los ingresos familiares mensuales por la venta de cacao en los centros de acopio de Quinsaloma?

19. Cuáles son los ingresos familiares mensuales por otros conceptos?

20. Cuáles son los gastos mensuales de su familia?

21. Participa usted o su familia solidariamente en el proceso de poscosecha en las fincas de las familias campesinas de la Organización productora de cacao de la parroquia Moraspungo?

Si _____ No__

La encuesta ha concluido.

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 2

Cátedra: Probabilidad y Estadística
 Facultad Regional Mendoza
 UTN

Tabla D.7: VALORES CRÍTICOS DE LA DISTRIBUCIÓN JI CUADRADA

g.d.l	0,001	0,005	0,01	0,02	0,025	0,03	0,04	0,05	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	χ^2 0,40	g.d.l
1	10,828	7,879	6,635	5,412	5,024	4,709	4,218	3,841	2,706	2,072	1,642	1,323	1,074	0,873	0,708	1
2	13,816	10,597	9,210	7,874	7,378	7,013	6,438	5,991	4,605	3,794	3,219	2,773	2,408	2,100	1,833	2
3	16,266	12,838	11,345	9,837	9,348	8,947	8,311	7,815	6,251	5,317	4,642	4,108	3,665	3,283	2,946	3
4	18,467	14,860	13,277	11,668	11,143	10,712	10,026	9,488	7,779	6,745	5,989	5,385	4,878	4,438	4,045	4
5	20,515	16,750	15,086	13,388	12,833	12,375	11,644	11,070	9,236	8,115	7,289	6,626	6,064	5,573	5,132	5
6	22,458	18,548	16,812	15,033	14,449	13,968	13,198	12,592	10,645	9,446	8,558	7,841	7,231	6,695	6,211	6
7	24,322	20,278	18,475	16,622	16,013	15,509	14,703	14,067	12,017	10,748	9,803	9,037	8,383	7,806	7,283	7
8	26,124	21,955	20,090	18,168	17,535	17,010	16,171	15,507	13,362	12,027	11,030	10,219	9,524	8,909	8,351	8
9	27,877	23,589	21,666	19,679	19,023	18,480	17,608	16,919	14,684	13,288	12,242	11,389	10,656	10,006	9,414	9
10	29,588	25,188	23,209	21,161	20,483	19,927	19,021	18,307	15,987	14,534	13,442	12,549	11,781	11,097	10,473	10
11	31,261	26,757	24,725	22,618	21,920	21,342	20,412	19,675	17,275	15,767	14,631	13,701	12,899	12,184	11,530	11
12	32,909	28,300	26,217	24,054	23,337	22,742	21,785	21,026	18,549	16,989	15,812	14,845	14,011	13,266	12,584	12
13	34,528	29,819	27,688	25,472	24,736	24,125	23,142	22,362	19,812	18,202	16,985	15,984	15,119	14,345	13,636	13
14	36,123	31,319	29,141	26,873	26,119	25,493	24,485	23,685	21,064	19,406	18,151	17,117	16,222	15,421	14,685	14
15	37,697	32,801	30,578	28,259	27,488	26,848	25,816	24,996	22,307	20,603	19,311	18,245	17,322	16,494	15,733	15
16	39,252	34,267	32,000	29,634	28,845	28,191	27,136	26,296	23,542	21,793	20,465	19,369	18,418	17,565	16,780	16
17	40,790	35,718	33,409	30,995	30,191	29,523	28,445	27,587	24,769	22,977	21,615	20,489	19,511	18,633	17,824	17
18	42,312	37,156	34,805	32,366	31,526	30,845	29,745	28,869	25,989	24,155	22,760	21,605	20,601	19,699	18,868	18
19	43,820	38,582	36,191	33,682	32,852	32,158	31,057	30,144	27,204	25,329	23,900	22,718	21,689	20,764	19,910	19
20	45,315	39,997	37,566	35,020	34,170	33,462	32,331	31,410	28,412	26,498	25,038	23,828	22,775	21,826	20,951	20
21	46,797	41,401	38,932	36,344	35,479	34,759	33,597	32,671	29,615	27,662	26,171	24,935	23,858	22,888	21,991	21
22	48,268	42,796	40,289	37,659	36,781	36,049	34,867	33,924	30,813	28,822	27,301	26,039	24,939	23,947	23,031	22
23	49,728	44,181	41,638	38,968	38,076	37,332	36,131	35,172	32,007	29,979	28,429	27,141	26,018	25,006	24,069	23
24	51,179	45,559	42,980	40,270	39,364	38,609	37,389	36,415	33,196	31,132	29,553	28,241	27,096	26,063	25,106	24
25	52,620	46,928	44,314	41,566	40,646	39,880	38,642	37,652	34,382	32,282	30,675	29,339	28,172	27,118	26,143	25
26	54,052	48,290	45,642	42,856	41,923	41,146	39,889	38,885	35,563	33,429	31,795	30,435	29,246	28,173	27,179	26
27	55,476	49,645	46,963	44,140	43,195	42,407	41,132	40,113	36,741	34,574	32,912	31,528	30,319	29,227	28,214	27
28	56,892	50,993	48,278	45,419	44,461	43,662	42,370	41,337	37,916	35,715	34,027	32,620	31,391	30,279	29,249	28
29	58,301	52,336	49,588	46,693	45,722	44,913	43,604	42,557	39,087	36,854	35,139	33,711	32,461	31,331	30,283	29
30	59,703	53,672	50,892	47,962	46,979	46,160	44,834	43,773	40,256	37,990	36,250	34,800	33,530	32,382	31,316	30
31	61,098	55,003	52,191	49,226	48,232	47,402	46,059	44,985	41,422	39,124	37,359	35,887	34,598	33,431	32,349	31
32	62,487	56,328	53,486	50,487	49,480	48,641	47,282	46,194	42,585	40,256	38,466	36,973	35,665	34,480	33,381	32
33	63,870	57,648	54,776	51,743	50,725	49,876	48,500	47,400	43,745	41,386	39,572	38,058	36,731	35,529	34,413	33
34	65,247	58,964	56,061	52,995	51,966	51,107	49,716	48,602	44,903	42,514	40,676	39,141	37,795	36,576	35,444	34
35	66,619	60,275	57,342	54,244	53,203	52,335	50,928	49,802	46,059	43,640	41,778	40,223	38,859	37,623	36,475	35
40	73,402	66,766	63,691	60,436	59,342	58,428	56,916	55,758	51,805	49,244	47,269	45,616	44,165	42,848	41,622	40
60	99,607	91,952	88,379	84,580	83,298	82,225	80,482	79,082	74,397	71,341	68,972	66,981	65,227	63,628	62,135	60
80	124,839	116,321	112,329	108,069	106,629	105,422	103,459	101,879	96,578	93,106	90,405	88,130	86,120	84,284	82,566	80
90	137,208	128,299	124,116	119,648	118,136	116,869	114,806	113,145	107,565	103,904	101,054	98,650	96,524	94,581	92,761	90
100	149,449	140,169	135,807	131,142	129,561	128,237	126,079	124,342	118,498	114,659	111,667	109,141	106,906	104,862	102,946	100
120	173,617	163,648	158,950	153,918	152,211	150,780	148,447	146,567	140,233	136,062	132,806	130,055	127,616	125,383	123,289	120
140	197,451	186,847	181,840	176,471	174,648	173,118	170,624	168,613	161,827	157,352	153,854	150,894	148,269	145,863	143,604	140

Anexo 3

Tabla 2:
Comercialización mensual de cacao de la Organización campesinas

Quintales	repeticiones
2	5
3	3
4	5
4.5	2
5	11
5.5	1
6	4
6.5	2
7	2
7.5	1
8	3
8.5	2
9	2
10	3
11	1
12	1
13	1
15	1

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.
Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 4

Tabla 3:

Precio por quintal de cacao en los centros de acopio de Quinsaloma

precio dólares	repeticiones
80	8
85	19
90	13
95	10

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 5

Tabla 4:

Gasto en trabajadores trimestralmente para el mantenimiento por hectárea de los huertos de cacao

dólares	repeticiones
1400	1
1300	1
962.50	1
875	3
787.50	2
743.50	1
743	1
700	3
656.5	1
613	2
568.5	2
525	4
481	1
437.5	11
393.5	2
350	5
267.5	1
262.5	2
175	5
148.50	1

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.
Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 6

Tabla 5:

Valor que paga al trabajador en cosecha y poscosecha al trabajador por hectárea

valor dólares	repeticiones
30	5
45	3
60	5
67.5	2
75	11
82.5	1
90	4
97.5	2
105	2
112.5	1
120	3
127.5	2
135	2
150	3
165	1
180	1
195	1
235	1

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.
Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 7

Tabla 6:

Análisis económico general de las familias de la Organización Campesina

	Qq	Precio	Man. trim.	Man. mensual	M. obra	Ingr.	Cos. total	Utilidad	%utilidad /ingreso	Utilidad/ quintal
1	2	85	175	58,33333333	30	170	88,3333	81,667	48,03921569	40,83333333
2	2	85	175	58,33333333	30	170	88,3333	81,667	48,03921569	40,83333333
3	2	80	175	58,33333333	30	160	88,3333	71,667	44,79166667	35,83333333
4	2	85	175	58,33333333	30	170	88,3333	81,667	48,03921569	40,83333333
5	2	80	175	58,33333333	30	160	88,3333	71,667	44,79166667	35,83333333
6	3	85	262,5	87,5	45	255	132,5	122,5	48,03921569	40,83333333
7	3	90	267,5	89,16666667	45	270	134,166	135,83	50,30864198	45,27777778
8	3	85	262,5	87,5	45	255	132,5	122,5	48,03921569	40,83333333
9	4	80	350	116,6666667	60	320	176,666	143,33	44,79166667	35,83333333
10	4	85	350	116,6666667	60	340	176,666	163,33	48,03921569	40,83333333
11	4	85	350	116,6666667	60	340	176,666	163,33	48,03921569	40,83333333
12	4	85	350	116,6666667	60	340	176,666	163,33	48,03921569	40,83333333
13	4	85	350	116,6666667	60	340	176,666	163,33	48,03921569	40,83333333
14	4,5	95	393,5	131,1666667	67,5	427,5	198,666	228,83	53,52826511	50,85185185
15	4,5	85	393,5	131,1666667	67,5	382,5	198,666	183,83	48,06100218	40,85185185
16	5	85	437,5	145,8333333	75	425	220,833	204,17	48,03921569	40,83333333
17	5	90	437,5	145,8333333	75	450	220,833	229,17	50,92592593	45,83333333
18	5	80	437,5	145,8333333	75	400	220,833	179,17	44,79166667	35,83333333
19	5	85	437,5	145,8333333	75	425	220,833	204,17	48,03921569	40,83333333
20	5	85	437,5	145,8333333	75	425	220,833	204,17	48,03921569	40,83333333
21	5	80	437,5	145,8333333	75	400	220,833	179,17	44,79166667	35,83333333
22	5	85	437,5	145,8333333	75	425	220,833	204,17	48,03921569	40,83333333
23	5	90	437,5	145,8333333	75	450	220,833	229,17	50,92592593	45,83333333
24	5	80	437,5	145,8333333	75	400	220,833	179,17	44,79166667	35,83333333
25	5	80	437,5	145,8333333	75	400	220,833	179,17	44,79166667	35,83333333
26	5	80	437,5	145,8333333	75	400	220,833	179,17	44,79166667	35,83333333
27	5,5	90	481	160,3333333	82,5	495	242,833	252,17	50,94276094	45,84848485
28	6	95	525	175	90	570	265	305	53,50877193	50,83333333
29	6	85	525	175	90	510	265	245	48,03921569	40,83333333
30	6	90	525	175	90	540	265	275	50,92592593	45,83333333
31	6	90	525	175	90	540	265	275	50,92592593	45,83333333
32	6,5	90	568,5	189,5	97,5	585	287	298	50,94017094	45,84615385
33	6,5	90	568,5	189,5	97,5	585	287	298	50,94017094	45,84615385
34	7	85	613	204,3333333	105	595	309,333	285,67	48,01120448	40,80952381
35	7	85	613	204,3333333	105	595	309,333	285,67	48,01120448	40,80952381
36	7,5	90	656,5	218,8333333	112,5	675	331,333	343,67	50,91358025	45,82222222
37	8	85	700	233,3333333	120	680	353,333	326,67	48,03921569	40,83333333
38	8	90	700	233,3333333	120	720	353,333	366,67	50,92592593	45,83333333
39	8	95	700	233,3333333	120	760	353,333	406,67	53,50877193	50,83333333
40	8,5	85	743,5	247,8333333	127,5	722,5	375,333	347,17	48,05074971	40,84313725
41	8,5	85	743,5	247,8333333	127,5	722,5	375,333	347,17	48,05074971	40,84313725
42	9	95	787,5	262,5	135	855	397,5	457,5	53,50877193	50,83333333
43	9	95	787,5	262,5	135	855	397,5	457,5	53,50877193	50,83333333
44	10	90	875	291,6666667	150	900	441,666	458,33	50,92592593	45,83333333
45	10	95	875	291,6666667	150	950	441,666	508,33	53,50877193	50,83333333
46	10	90	875	291,6666667	150	900	441,666	458,33	50,92592593	45,83333333
47	11	95	962,5	320,8333333	165	1045	485,833	559,17	53,50877193	50,83333333
48	12	95	1400	466,6666667	180	1140	646,666	493,33	43,2748538	41,11111111
49	13	90	1485	495	195	1170	690	480	41,02564103	36,92307692
50	15	95	1300	433,3333333	235	1425	668,333	756,67	53,0994152	50,44444444

Anexo 8

Tabla 7:

Ingresos mensuales de las familias campesinas por la venta de cacao

familia	ingresos mensuales por cacao	ingresos / otros concepto	miembros	gastos mensuales
1	350	0	4	315
2	325	0	3	292,5
3	452	120	5	406,8
4	525	25	3	472,5
5	320	80	4	288
6	180	0	2	162
7	260	60	5	234
8	410	0	3	369
9	320	0	6	288
10	280	0	4	252
11	365	200	2	328,5
12	190	150	2	171
13	320	0	3	288
14	310	120	4	279
15	300	0	4	270
16	450	130	4	405
17	800	0	5	720
18	456	0	3	410,4
19	258	0	4	232,2
20	325	150	5	292,5
21	205	0	3	184,5
22	245	0	4	220,5
23	352	0	4	3168,9
24	362	0	4	320
25	450	0	4	405
26	264	80	3	237,6
27	500	150	2	450
28	653	0	3	587,7
29	324	0	3	291,6
30	300	100	5	270
31	200	0	4	180
32	300	0	3	270
33	340	80	2	306
34	520	0	4	468
35	610	0	3	549
36	210	0	3	189
37	200	0	3	180
38	220	200	4	198
39	330	0	4	297
40	265	0	5	238,5
41	356	180	4	320,4
42	390	0	4	351
43	580	0	5	522
44	470	0	3	423
45	456	0	4	410,4
46	654	150	3	588,6
47	750	80	4	675
48	850	0	4	765
49	500	0	3	450
50	400	50	4	360
Media Aritmética	389,04	42,1	3,66	407,062
Desviación Stándard	159,0334274	64,17522251	0,917183	423,4559346

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 9

Tabla 8:

Precios de ingresos por la venta de cacao per cápita en el mercado Internacional

familia	ingresos totales	ingreso per cápita	gastos per cápita	ahorro per cápita
1	350	87,5	78,75	8,75
2	325	108,33333333	97,5	10,83333333
3	572	114,4	81,36	33,04
4	550	183,33333333	157,5	25,83333333
5	400	100	72	28
6	180	90	81	9
7	320	64	46,8	17,2
8	410	136,6666667	123	13,66666667
9	320	53,33333333	48	5,33333333
10	280	70	63	7
11	565	282,5	164,25	118,25
12	340	170	85,5	84,5
13	320	106,6666667	96	10,66666667
14	430	107,5	69,75	37,75
15	300	75	67,5	7,5
16	580	145	101,25	43,75
17	800	160	144	16
18	456	152	136,8	15,2
19	258	64,5	58,05	6,45
20	475	95	58,5	36,5
21	205	68,33333333	61,5	6,83333333
22	245	61,25	55,125	6,125
23	362	90,5	81,45	9,05
24	362	90,5	80	10,5
25	450	112,5	101,25	11,25
26	344	114,6666667	79,2	35,46666667
27	650	325	225	100
28	653	217,6666667	195,9	21,76666667
29	324	108	97,2	10,8
30	400	80	54	26
31	200	50	45	5
32	300	100	90	10
33	420	210	153	57
34	520	130	117	13
35	610	203,3333333	183	20,33333333
36	210	70	63	7
37	200	66,66666667	60	6,666666667
38	420	105	49,5	55,5
39	330	82,5	74,25	8,25
40	265	53	47,7	5,3
41	536	134	80,1	53,9
42	390	97,5	87,75	9,75
43	580	116	104,4	11,6
44	470	156,6666667	141	15,66666667
45	456	114	102,6	11,4
46	804	268	196,2	71,8
47	830	207,5	168,75	38,75
48	850	212,5	191,25	21,25
49	500	166,6666667	150	16,66666667
50	450	112,5	90	22,5
Media Aritmética	431,34	125,7996667	101,1127	24,68696667
Desviación Stándard	168,4128322	62,11298392	46,62850527	25,13440952

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 10

Tabla 9:

Análisis económico proyectado del precio del quintal en el nuevo mercado

Qq	Precio	ENVÍO	Man. trim.	Man. Mens.l	M. obra	Ingre.	Cos. Tota.	Utili.	%utilidad /ingreso	Utilidad /quintal
2	120	10	175	58,33333333	30	240	98,33333	141,67	59,02777778	70,8333
2	120	10	175	58,33333333	30	240	88,3333	151,67	63,19444444	75,8333
2	120	10	175	58,33333333	30	240	88,3333	151,67	63,19444444	75,8333
2	120	10	175	58,33333333	30	240	88,3333	151,67	63,19444444	75,8333
2	120	10	175	58,33333333	30	240	88,3333	151,67	63,19444444	75,8333
3	120	10	262,5	87,5	45	360	132,5	227,5	63,19444444	75,8333
3	120	10	267,5	89,16666667	45	360	134,1666	225,83	62,73148148	75,2777
3	120	10	262,5	87,5	45	360	132,5	227,5	63,19444444	75,8333
4	120	10	350	116,6666667	60	480	176,666	303,33	63,19444444	75,8333
4	120	10	350	116,6666667	60	480	176,666	303,33	63,19444444	75,8333
4	120	10	350	116,6666667	60	480	176,666	303,33	63,19444444	75,8333
4	120	10	350	116,6666667	60	480	176,666	303,33	63,19444444	75,8333
4	120	10	350	116,6666667	60	480	176,666	303,33	63,19444444	75,8333
4,5	120	10	393,5	131,1666667	67,5	540	198,666	341,33	63,20987654	75,8518
4,5	120	10	393,5	131,1666667	67,5	540	198,666	341,33	63,20987654	75,8518
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5	120	10	437,5	145,8333333	75	600	220,833	379,17	63,19444444	75,8333
5,5	120	10	481	160,3333333	82,5	660	242,833	417,17	63,20707071	75,8484
6	120	10	525	175	90	720	265	455	63,19444444	75,8333
6	120	10	525	175	90	720	265	455	63,19444444	75,8333
6	120	10	525	175	90	720	265	455	63,19444444	75,8333
6	120	10	525	175	90	720	265	455	63,19444444	75,8333
6,5	120	10	568,5	189,5	97,5	780	287	493	63,20512821	75,8461
6,5	120	10	568,5	189,5	97,5	780	287	493	63,20512821	75,8461
7	120	10	613	204,3333333	105	840	309,333	530,67	63,17460317	75,8095
7	120	10	613	204,3333333	105	840	309,333	530,67	63,17460317	75,8095
7,5	120	10	656,5	218,8333333	112,5	900	331,333	568,67	63,18518519	75,8222
8	120	10	700	233,3333333	120	960	353,333	606,67	63,19444444	75,8333
8	120	10	700	233,3333333	120	960	353,333	606,67	63,19444444	75,8333
8	120	10	700	233,3333333	120	960	353,333	606,67	63,19444444	75,8333
8,5	120	10	743,5	247,8333333	127,5	1020	375,333	644,67	63,20261438	75,8431
8,5	120	10	743,5	247,8333333	127,5	1020	375,333	644,67	63,20261438	75,8431
9	120	10	787,5	262,5	135	1080	397,5	682,5	63,19444444	75,8333
9	120	10	787,5	262,5	135	1080	397,5	682,5	63,19444444	75,8333
10	120	10	875	291,6666667	150	1200	441,666	758,33	63,19444444	75,8333
10	120	10	875	291,6666667	150	1200	441,666	758,33	63,19444444	75,8333
10	120	10	875	291,6666667	150	1200	441,666	758,33	63,19444444	75,8333
11	120	10	962,5	320,8333333	165	1320	485,833	834,17	63,19444444	75,8333
12	120	10	1400	466,6666667	180	1440	646,666	793,33	55,09259259	66,1111
13	120	10	1485	495	195	1560	690	870	55,76923077	66,9230
15	120	10	1300	433,3333333	235	1800	668,333	1131,7	62,87037037	75,4444

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 11

Tabla 10:
Comparación entre la situación económica real y la proyectada en el nuevo mercado

	Quintales	Utilidad Real	Utilidad Nuevo	Diferencia/mes
1	2	81,6666667	141,6666667	60
2	2	81,6666667	151,6666667	70
3	2	71,6666667	151,6666667	80
4	2	81,6666667	151,6666667	70
5	2	71,6666667	151,6666667	80
6	3	122,5	227,5	105
7	3	135,8333333	225,8333333	90
8	3	122,5	227,5	105
9	4	143,3333333	303,3333333	160
10	4	163,3333333	303,3333333	140
11	4	163,3333333	303,3333333	140
12	4	163,3333333	303,3333333	140
13	4	163,3333333	303,3333333	140
14	4,5	228,8333333	341,3333333	112,5
15	4,5	183,8333333	341,3333333	157,5
16	5	204,1666667	379,1666667	175
17	5	229,1666667	379,1666667	150
18	5	179,1666667	379,1666667	200
19	5	204,1666667	379,1666667	175
20	5	204,1666667	379,1666667	175
21	5	179,1666667	379,1666667	200
22	5	204,1666667	379,1666667	175
23	5	229,1666667	379,1666667	150
24	5	179,1666667	379,1666667	200
25	5	179,1666667	379,1666667	200
26	5	179,1666667	379,1666667	200
27	5,5	252,1666667	417,1666667	165
28	6	305	455	150
29	6	245	455	210
30	6	275	455	180
31	6	275	455	180
32	6,5	298	493	195
33	6,5	298	493	195
34	7	285,6666667	530,6666667	245
35	7	285,6666667	530,6666667	245
36	7,5	343,6666667	568,6666667	225
37	8	326,6666667	606,6666667	280
38	8	366,6666667	606,6666667	240
39	8	406,6666667	606,6666667	200
40	8,5	347,1666667	644,6666667	297,5
41	8,5	347,1666667	644,6666667	297,5
42	9	457,5	682,5	225
43	9	457,5	682,5	225
44	10	458,3333333	758,3333333	300
45	10	508,3333333	758,3333333	250
46	10	458,3333333	758,3333333	300
47	11	559,1666667	834,1666667	275
48	12	493,3333333	793,3333333	300
49	13	480	870	390
50	15	756,6666667	1131,6666667	375
	307	13436	23031	9595

Ingreso real Ing. proyectado a favor
Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.
Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 12

Tabla 11:

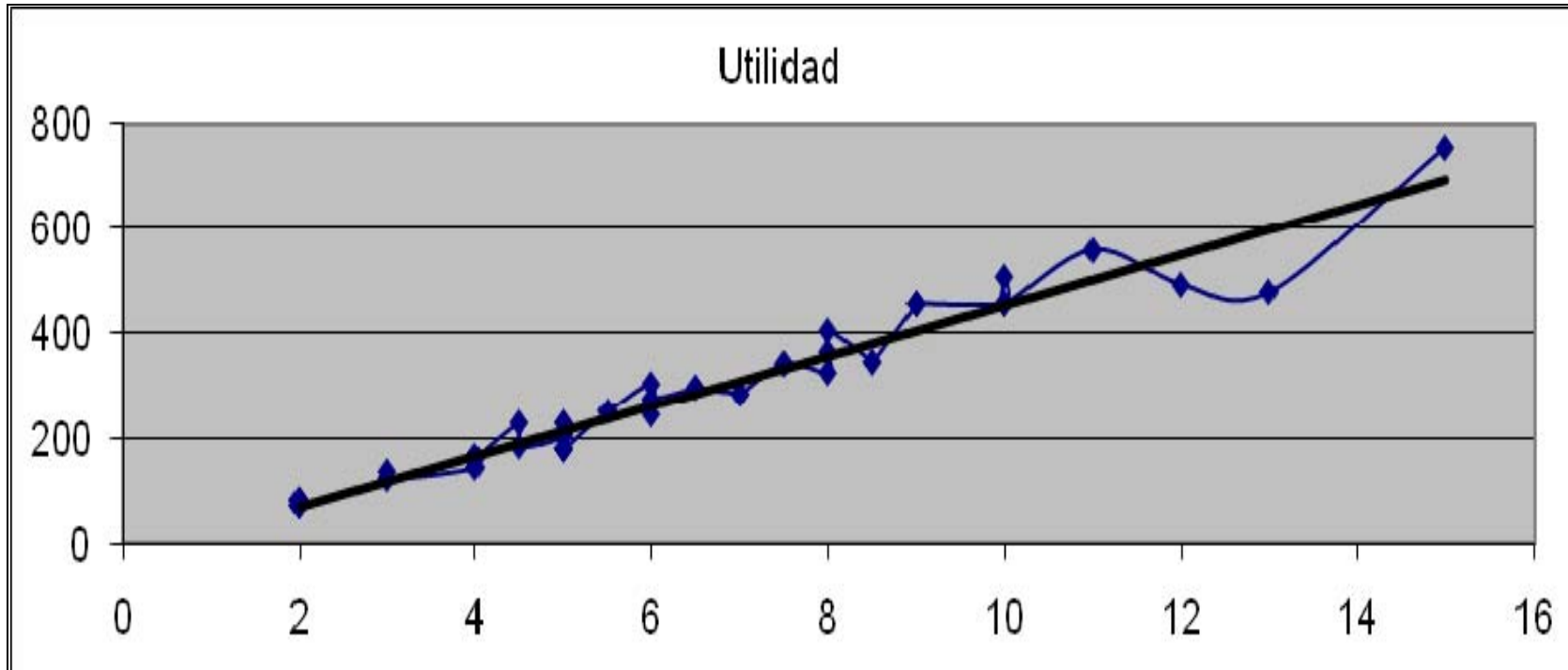
Participación de las familias campesinas productoras de cacao, en las iniciativas comunitarias

Familia	Participa	Participa	Familia
1	si		
2	si	si	47
3	si	no	3
4	si		
5	si		
6	si		
7	si		
8	si		
9	si		
10	si		
11	si		
12	si		
13	si		
14	no		
15	si		
16	si		
17	si		
18	si		
19	si		
20	si		
21	si		
22	si		
23	no		
24	si		
25	si		
26	si		
27	si		
28	si		
29	si		
30	si		
31	si		
32	si		
33	si		
34	si		
35	si		
36	si		
37	si		
38	si		
39	si		
40	si		
41	si		
42	si		
43	si		
44	si		
45	si		
46	si		
47	si		
48	si		
49	no		
50	si		

Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.
 Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 13

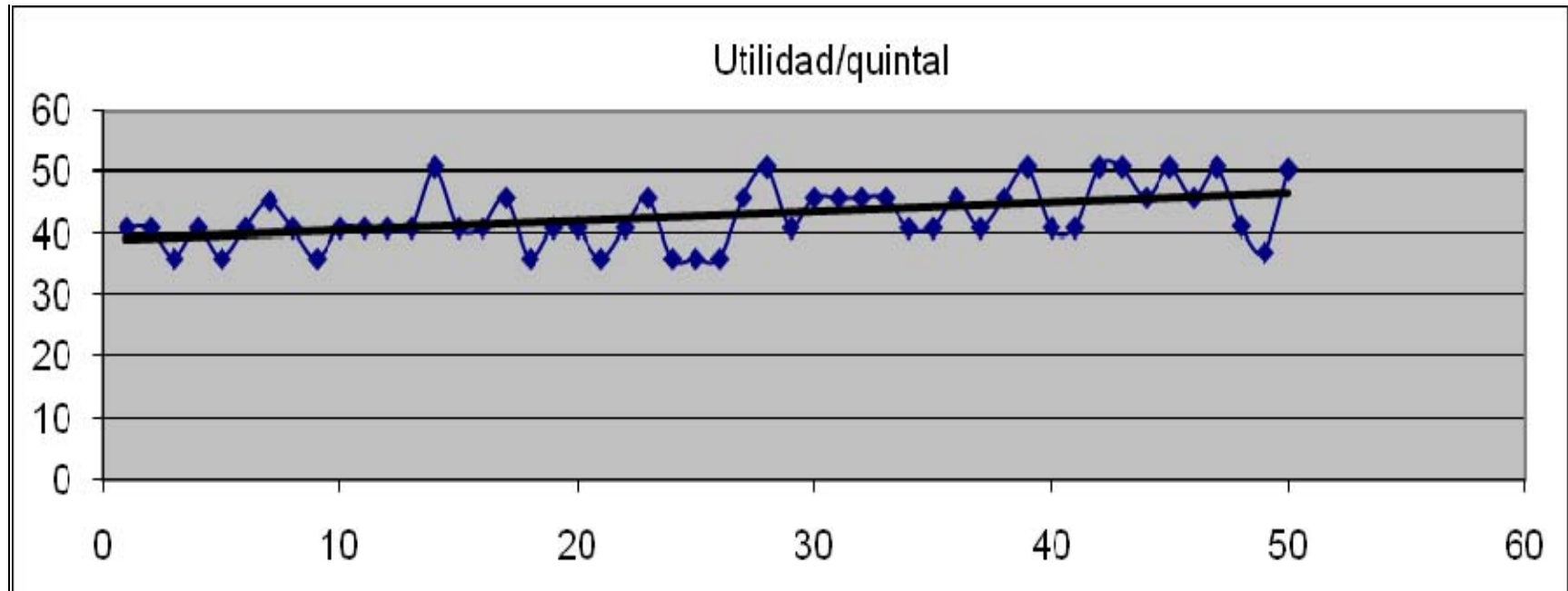
Grafico 13.
Tendencia a mejorar su producción en procura de lograr una mayor utilidad.



Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.
Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 14

Grafico 14.
Tendencia de margen de utilidad por quintal.



Fuente: Organización Campesina productora de cacao, Parroquia Moraspungo.

Elaborado por: Dra. Carmen Avalos M.

Anexo 15

INEN

Quito – Ecuador

NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE INEN 176:2006
Cuarta Revisión

CACAO EN GRANO. REQUISITOS

Primera Edición

CACAO BEANS. SPECIFICATIONS.

First Edition

DESCRIPTORES: Productos agrícolas, cacao en grano, requisitos.

AL.02.06-401

CDU:633

CIIE: 110

ICA: 67.140.30

PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN

Quito - Ecuador

NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 176:2006

Cuarta Revisión

CACAO EN GRANO. REQUISITOS.

Primera Edición

COCOA BEANS . SPECIFICATIONS.

First Edition

DESCRIPTORES: Productos agrícolas, cacao en grano, requisitos.

AL.02.06-401

CDU: 633

CIIU: 1110

ICS: 67.140.30

PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

CDU: 633 CIIU:1110

ICS: 67.140.30 AL.02.06-401

-1- 2006-004

**Norma Técnica
Ecuatoriana
Obligatoria
CACAO EN GRANO.
REQUISITOS.**

**NTE INEN
176:2006
Cuarta Revisión
2006-10**

1. OBJETO

1.1 Esta norma establece los requisitos de calidad que debe cumplir el cacao en grano beneficiado y los criterios que deben aplicarse para su clasificación.

2. ALCANCE

2.1 Esta norma se aplica al cacao beneficiado, destinado para fines de comercialización interna y externa.

3. DEFINICIONES

3.1 Cacao en grano. Es la semilla proveniente del fruto del árbol *Theobroma cacao* L.

3.2 Cacao beneficiado. Grano entero, fermentado, seco y limpio.

3.3 Grano defectuoso. Se considera como grano defectuoso a los que a continuación se describen:

3.3.1 Grano dañado por insectos. Grano que ha sufrido deterioro en su estructura (perforaciones) debido a la acción de insectos.

3.3.2 Grano vulnerado. Grano que ha sufrido deterioro evidente en su estructura por el proceso de germinación, o por la acción mecánica durante el beneficiado.

3.3.3 Grano múltiple o pelota. Es la unión de dos o más granos por restos de mucílago.

3.3.4 Grano negro. Es el grano que se produce por enfermedades o por mal manejo postcosecha

3.3.5 Grano ahumado. Grano con olor o sabor a humo o que muestra signos de contaminación por humo.

3.3.6 Grano plano - vano o granza. Es un grano cuyos cotiledones se han atrofiado hasta tal punto que cortando la semilla no es posible obtener una superficie de cotiledón.

3.3.7 Grano partido (quebrado). Fragmento de grano entero que tiene menos del 50% del grano entero.

3.4 Grano mohoso. Grano que ha sufrido deterioro parcial o total en su estructura interna debido a la acción de hongos, determinado mediante prueba de corte.

3.5 Grano pizarroso (pastoso). Es un grano sin fermentar, que al ser cortado longitudinalmente, presenta en su interior un color gris negruzco o verdoso y de aspecto compacto.

3.6 Grano violeta. Grano cuyos cotiledones presentan un color violeta intenso, debido al mal manejo durante el beneficiado.

3.7 Grano ligeramente fermentado. Grano cuyos cotiledones ligeramente estriados presentan un color

ligeramente violeta, debido al mal manejo durante el beneficiado.

(Continúa)

DESCRIPTORES: Productos agrícolas, cacao en grano, requisitos.

¡Error! Marcador

PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

NTE INEN 176 2006-10

-2- 2006-004

3.8 Grano de buena fermentación. Grano fermentado cuyos cotiledones presentan en su totalidad una

coloración marrón o marrón rojiza y estrías de fermentación profunda. Para el tipo CCN51 la coloración

variará de marrón a marrón violeta.

3.9 Grano infestado. Grano que contiene insectos vivos en cualquiera de sus estados biológicos.

3.10 Grano seco. Grano cuyo contenido de humedad no es mayor de 7,0% (cero relativo).

3.11 Impureza. Es cualquier material distinto a la almendra de cacao (maguey, vena y corteza de la mazorca de cacao).

3.12 Cacao en baba. Almendras de la mazorca del cacao recubiertas por una capa de pulpa mucilaginosa.

3.13 Fermentación del cacao. Proceso a que se somete el cacao en baba, que consiste en causar la muerte del embrión, eliminar la pulpa que rodea a los granos y lograr el proceso bioquímico que le confiere el aroma, sabor y color característicos.

4. CLASIFICACION

4.1 Los cacaos del Ecuador por la calidad se clasifican, de acuerdo a lo establecido en la tabla 1, en ARRIBA y CCN51.

5. REQUISITOS

5.1 Requisitos específicos.

5.1.1 El cacao beneficiado debe cumplir con los requisitos que a continuación se describen y los que se establecen en la tabla 1.

5.1.2 El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7,0% (cero relativo), el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173.

5.1.3 El cacao beneficiado no debe estar infestado.

5.1.4 Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no debe exceder del 1% de granos partidos.

5.1.5 El cacao beneficiado debe estar libre de: olores a moho, humo, ácido butírico (podrido), agroquímicos, o cualquier otro que pueda considerarse objetable.

5.1.6 El cacao beneficiado, hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes debe

sujetarse a las normas establecidas por la FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites recomendados de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados.

5.1.7 El cacao beneficiado debe estar libre de impurezas y materias extrañas.

(Continúa)

PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

NTE INEN 176 2006-10

-2- 2006-004

3.8 Grano de buena fermentación. Grano fermentado cuyos cotiledones presentan en su totalidad una

coloración marrón o marrón rojiza y estrías de fermentación profunda. Para el tipo CCN51 la coloración

variará de marrón a marrón violeta.

3.9 Grano infestado. Grano que contiene insectos vivos en cualquiera de sus estados biológicos.

3.10 Grano seco. Grano cuyo contenido de humedad no es mayor de 7,0% (cero relativo).

3.11 Impureza. Es cualquier material distinto a la almendra de cacao (maguey, vena y corteza de la mazorca de cacao).

3.12 Cacao en baba. Almendras de la mazorca del cacao recubiertas por una capa de pulpa mucilaginosa.

3.13 Fermentación del cacao. Proceso a que se somete el cacao en baba, que consiste en causar la muerte del embrión, eliminar la pulpa que rodea a los granos y lograr el proceso bioquímico que le confiere el aroma, sabor y color característicos.

4. CLASIFICACION

4.1 Los cacaos del Ecuador por la calidad se clasifican, de acuerdo a lo establecido en la tabla 1, en ARRIBA y CCN51.

5. REQUISITOS

5.1 Requisitos específicos.

5.1.1 El cacao beneficiado debe cumplir con los requisitos que a continuación se describen y los que se establecen en la tabla 1.

5.1.2 El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7,0% (cero relativo), el que será

determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173.

5.1.3 El cacao beneficiado no debe estar infestado.

5.1.4 Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no debe exceder del 1% de granos partidos.

5.1.5 El cacao beneficiado debe estar libre de: olores a moho, humo, ácido butírico (podrido), agroquímicos, o cualquier otro que pueda considerarse objetable.

5.1.6 El cacao beneficiado, hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes debe

sujetarse a las normas establecidas por la FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites recomendados de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados.

5.1.7 El cacao beneficiado debe estar libre de impurezas y materias extrañas.

(Continúa)

PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

NTE INEN 176 2006-10

-4- 2006-004

7. ENVASADO

7.1 El cacao beneficiado debe comercializarse en envases que aseguren la protección del producto contra

la acción de agentes externos que puedan alterar sus características químicas o físicas y resistir las condiciones de manejo, transporte y almacenamiento.

8. ETIQUETADO

8.1 El etiquetado de los envases destinados a contener cacao beneficiado, debe contener al menos la siguiente información:

8.1.1 Nombre del producto y tipo.

8.1.2 Identificación del lote.

8.1.3 Razón social de la empresa y logotipo.

8.1.4 Contenido neto y contenido bruto en unidades del Sistema Internacional de Unidades, SI.

8.1.5 País de origen.

8.1.6 Puerto de destino.

(Continúa)

PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

NTE INEN 176 2006-10

-5- 2006-004

APÉNDICE Z

Z.1 DOCUMENTOS NORMATIVOS A CONSULTAR

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 173:1987 *Cacao en grano. Determinación de la humedad.*

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 177:1987 *Cacao en grano. Muestreo.*

Ley No. 739 Publicada en el Registro Oficial No. 442 del 22 de mayo de 1990 expedida por el Honorable

Congreso Nacional.

Z.2 BASES DE ESTUDIO

Norma Española UNE 34 002:1994. *Cacaos.* Asociación Española de Normalización y Certificación. AENOR. Madrid, 1994.

Norma Técnica Colombiana NTC 1 252:2003. *Cacao en grano.* Instituto Colombiano de Normas Técnicas

y Certificación ICONTEC. Bogotá, 2003.

Norma Cubana NC 87-08:1984. *Cacao. Términos y definiciones.* Comité Estatal de Normalización. La Habana, 1984.

Norma Cubana NC 87-05:1982. *Cacao beneficiado. Especificaciones de calidad.* Comité Estatal de Normalización. La Habana, 1982.

International Standard ISO 2451:1973. *Cocoa beans - Specification.* International Organization for Standardization. Geneva 1973.

Manual del cultivo del cacao. Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias. Quito, 1993.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Documento:

NTE INEN 176

Cuarta Revisión

TÍTULO: CACAO EN GRANO. REQUISITOS. Código:

AL.02.06-401

ORIGINAL:

Fecha de iniciación del estudio:

REVISIÓN:

Fecha de aprobación anterior por Consejo Directivo 2002-10-22

Oficialización con el Carácter de Obligatoria

por Acuerdo No. 02-503 del 2002-12-26

publicado en el Registro Oficial No. 745 de 2003-01-15

Fecha de iniciación del estudio: 2005-10-14

Fechas de consulta pública: de a

Subcomité Técnico: CACAO EN GRANO

Fecha de iniciación: 2006-03-27 Fecha de aprobación: 2006-03-27

Integrantes del Subcomité Técnico:

NOMBRES:

Sr. Edgar Vera

Lorena Andrade

Gonzalo Romero

Tânia Romero

Inés Hidalgo

Patricio Espinoza Bonilla

Gonzalo Arteaga (Secretario Técnico)

INSTITUCIÓN REPRESENTADA:

MAG

ONUDI - MICIP

REPEC – GUAYAQUIL

REPEC – GUAYAQUIL

MICIP

ANECACAO

INEN

Otros trámites:

El Consejo Directivo del INEN aprobó este proyecto de norma en sesión del 2006-07-26

Oficializada como: Obligatoria Por Acuerdo Ministerial No. 06 399 de 2006-09-18

Registro Oficial No. 384 de 2006-10-25

Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN - Baquerizo Moreno E8-29 y Av. 6 de Diciembre

Casilla 17-01-3999 - Telfs: (593 2)2 501885 al 2 501891 - Fax: (593 2) 2 567815

Dirección General: E-Mail:furresta@inen.gov.ec

Área Técnica de Normalización: E-Mail:normalizacion@inen.gov.ec

Área Técnica de de Certificación: E-Mail:certificacion@inen.gov.ec

Área Técnica de de Verificación: E-Mail:verificacion@inen.gov.ec

Área Técnica de Servicios Tecnológicos: E-Mail:inencati@inen.gov.ec

Regional Guayas: E-Mail:inenguayas@inen.gov.ec

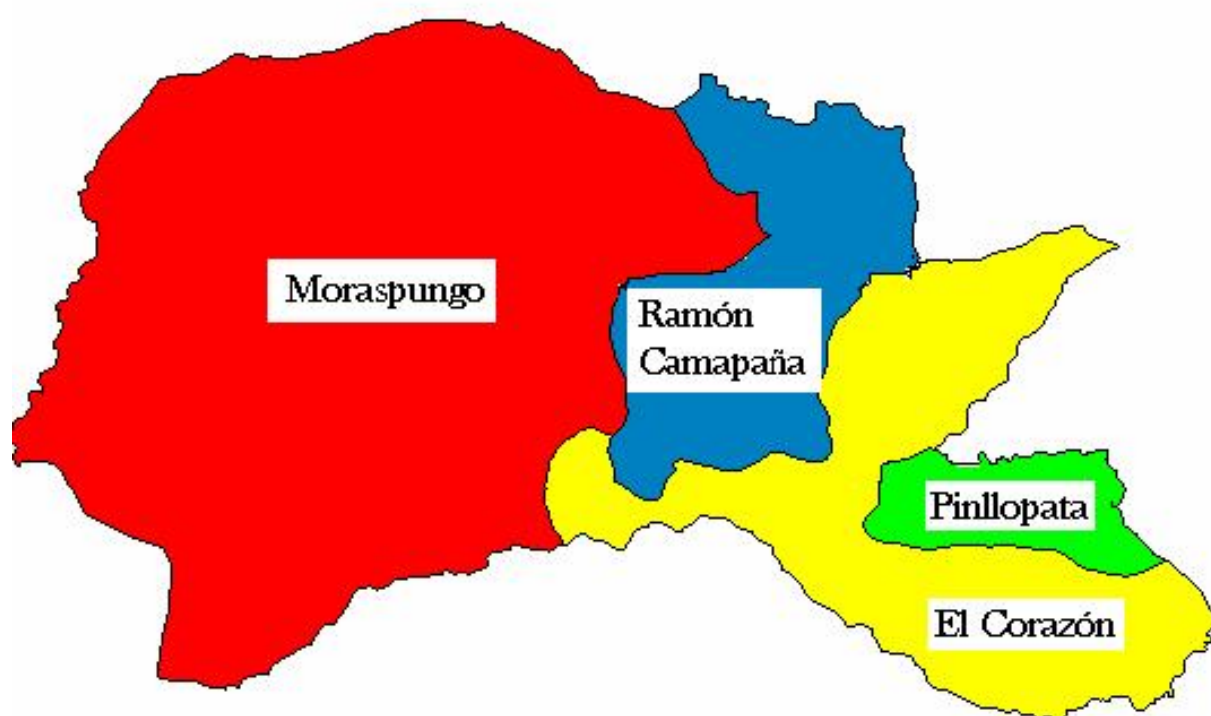
Regional Azuay: E-Mail:inencuenca@inen.gov.ec

Regional Chimborazo: E-Mail:inenriobamba@inen.gov.ec

URL:www.inen.gov.ec

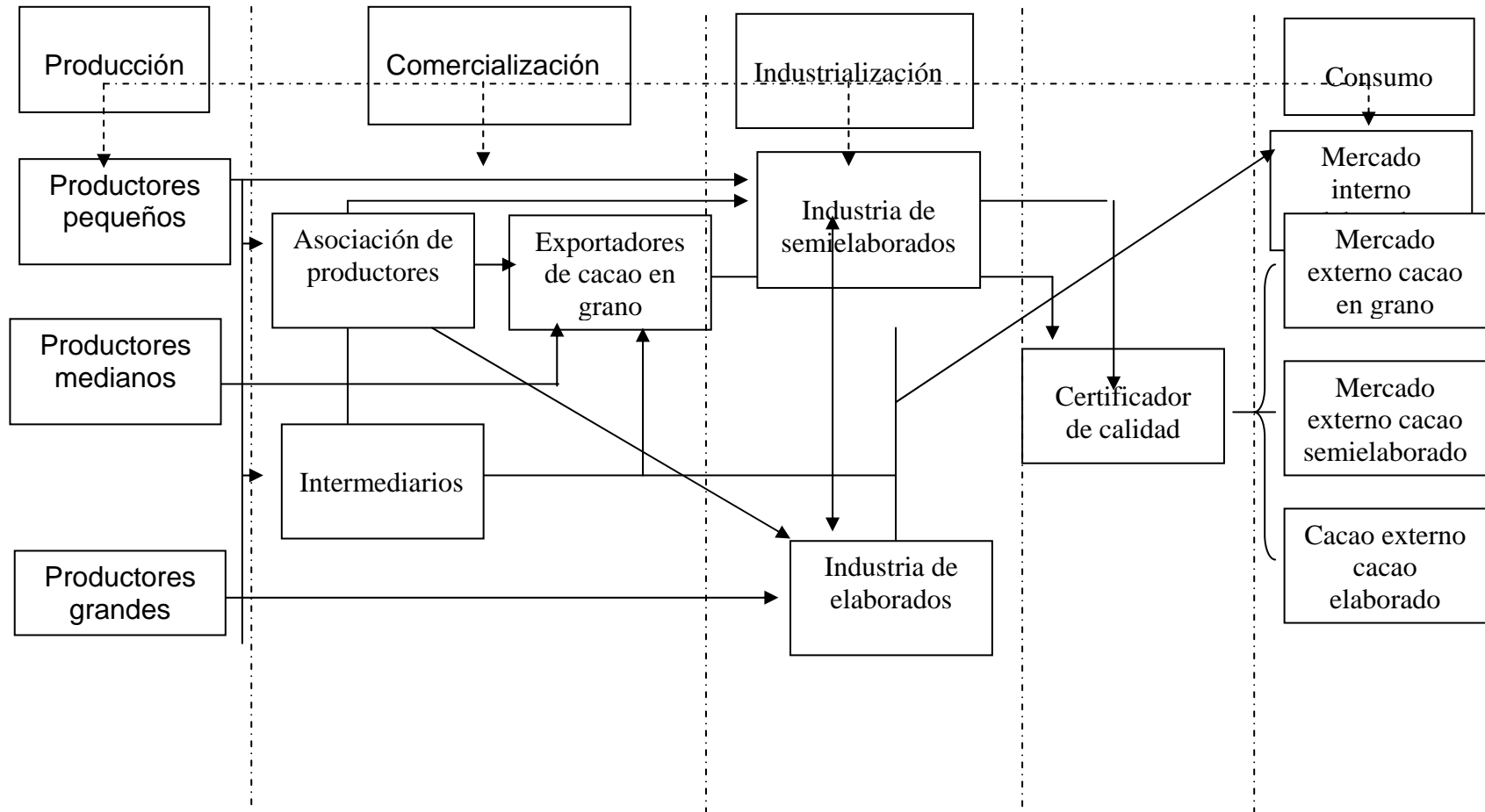
Anexo 16

Parroquias del cantón Pangua



Anexo 17

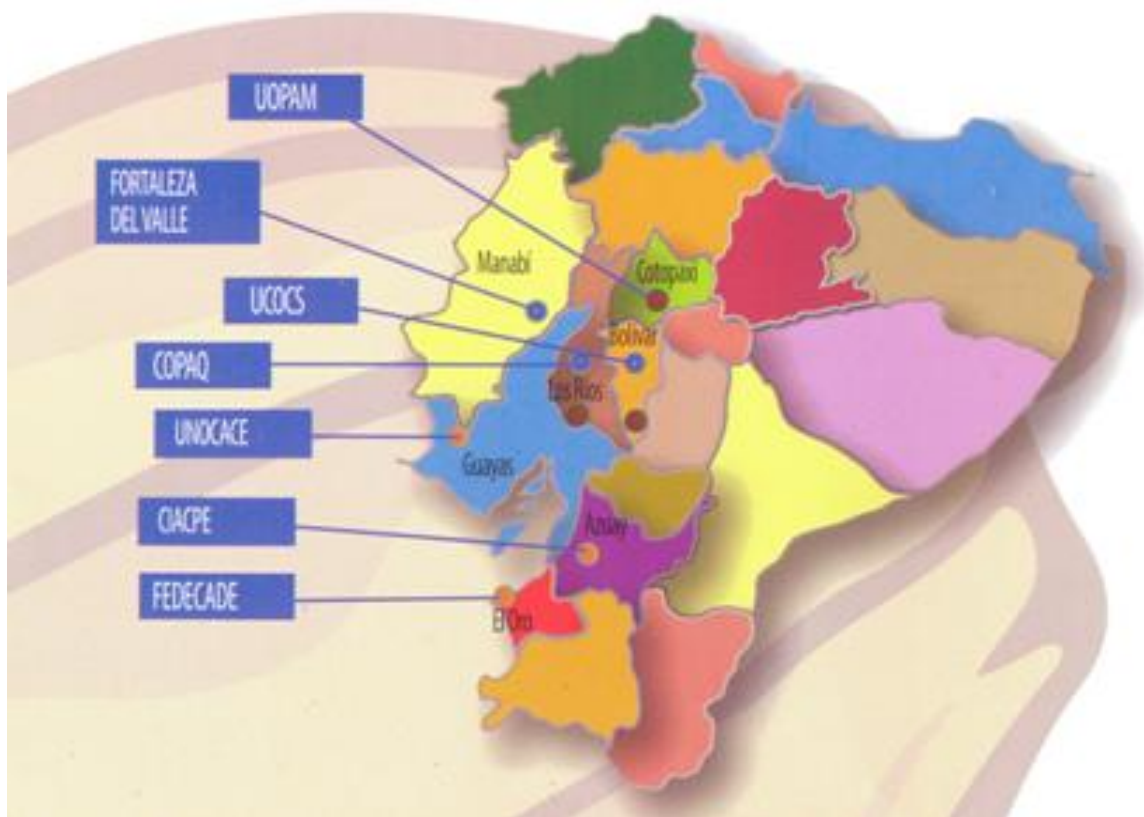
Estructura gráfica de la cadena de comercialización de cacao, Ecuador



Anexo 18

Organizaciones de Comercialización de Cacao en Ecuador

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS ORGANIZACIONES DE SEGUNDO PISO



Anexo 19

Países Productores de Cacao

País	Toneladas/año
Costa de Marfil	697.000
Ghana	312.000
Brasil	305.000
Indonesia	220.000
Malasia	215.000
Nigeria	135.000
Camerún	85.000
Ecuador	70.000
Colombia	50.000
México	50.000

Fuente: Intermon

Anexo 20

PRODUCTOS	PRECIO DÓLARES
Mata de cacao clonal	0,60
Cepa de plátano	0,15
Puntales para cacao	0,10
Puntales para sombra	0,10
Jornal	5,00
Urea	7,90
Muriato de potasio	10,96
Superfosfato triple	13,86
Stimufol (kg)	6,16
Thiodán (lt)	4,00
Basudín (lt)	14,20
Cobrenordox (kg)	3,20
Alquitrán vegetal (gl)	5,00
Tasa anual de riego	1,20
qq de cacao seco	55,00
Racimo de verde	2,00

Anexo 21

Superficie sembrada con cacao en el Ecuador

Superficie sembrada con cacao Ecuador por provincias. Datos expresados en hectáreas de cacao sólo y superficie de cacao asociado. Año 2000.

Regiones y Provincias	Cultivo Solo	Cultivo Asociado	Área Total
SIERRA	19 067	36 865	55 932
Azuay	2 577	708	3 285
Bolívar	3 396	14 588	17 984
Cañar	4 017	403	4 420
Carchi	-	-	-
Cotopaxi	3 179	8 953	12 132
Chimborazo	-	884	884
Imbabura	-	-	-
Loja	130	152	282
Pichincha	5 768	11 177	16 945
Tungurahua	-	-	-
COSTA	205 414	144 728	350 142
El Oro	18 511	2 627	21 138
Esmeraldas	24 527	30 460	54 987
Guayas	51 227	21 084	72 311
Los Ríos	58 572	42 134	100 706
Manabí	52 577	48 423	101 000
ORIENTE	9 374	6 339	15 713
M. Santiago	876	633	1 509
Napo	2 930	1 317	4 247
Pastaza	459	540	999
Z. Chinchipe	459	747	1 206
Sucumbíos	2 304	1 883	4 187
Orellana	2 346	1 219	3 565
Zonas no delimitadas	9 204	2 987	12 191
TOTAL NACIONAL	243 059	190 919	433 978

¹ Censo Agropecuario Nacional año 2000. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Anexo 22

Áreas de Producción de Cacao Ecuador



Fuente: ANECACAO Guayaquil-Ecuador

Plantas de cacao clonal (+10 % resiembra)	0,60	1 222	733,20														
Puntales, sombra provisional	0,10	600	60,60	300	30,00												
Costo de agua para riego (tasa anual)	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20
Bombeo de agua para riego por gravedad	5,00	6 j	30,00	6J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00
Puntales para cacao	0,10			600	60,00	500	50,00										
Apuntalamiento de cacao	5,00			2 J	10,00	2 J	10,00										
Fertilizantes																	
Urea	7,90	1 saco	7,90	2 sacos	15,80	3 sacos	23,70	4 sacos	31,60	4 sacos	31,60	4 sacos	31,60	4 sacos	31,60	4 sacos	31,60
Muriato de potasio	10,96			1 saco	10,96	1 saco	10,96	1 saco	10,96	1 saco	10,96	1 saco	10,96	1 saco	10,96	1 saco	10,96
Superfosfato triple	13,86			1 saco	13,86	1 saco	13,86	1 saco	13,86	1 saco	13,86	1 saco	13,86	1 saco	13,86	1 saco	13,86
Abono foliar (Stimufol)	6,16	3 kg	18,48	2 kg	12,32												
Insecticida (Thiodan)	4,00	1 lt	4,00	1 lt	4,00	1 lt	4,00										
Insecticida (Basudín)	14,20						-	1 lt	14,20	1 lt	14,20	1 lt	14,20	1 lt	14,20	1 lt	14,20
Fungicida (Cobrenordox)	3,20	2 kg	6,40	2 kg	6,40	2 kg	6,40	2 kg	6,40	2 kg	6,40	2 kg	6,40	2 kg	6,40	2 kg	6,40
Alquitrán vegetal	5,00				-	2 gl	10,00	2 gl	10,00	2 gl	10,00	2 gl	10,00	2 gl	10,00	2 gl	10,00
Subtotal B			1 027,83		194,54		160,12		118,22		118,22		118,22		118,22		118,22
C. LABORES DE FORMACIÓN Y DESARROLLO																	
Control de malezas	5,00	24 J	120,00	20 J	100,00	18 J	90,00	18 J	90,00	18 J	90,00	18 J	90,00	18 J	90,00	18 J	90,00
Riego	5,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00
Fertilización	5,00	2 J	10,00	2 J	10,00	2 J	10,00	2 J	10,00	4 J	20,00	15,00	15,00	12 J	10,00	12 J	10,00
Control fitosanitario	5,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00
Mantenimiento de sombra provisional	5,00	4 J	20,00	6 J	30,00	4 J	20,00	1 J	5,00		-		-		-		-

Mantenimiento de canales	5,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	3 J	15,00	6 J	30,00	6 J	30,00
Cosecha de plátano	5,00	12 J	60,00	12 J	60,00	8 J	40,00	3 J	15,00		-		-		-		-
Poda	5,00		-	5 J	25,00	8 J	40,00	8 J	40,00	8 J	40,00	8 J	40,00	8 J	40,00	8 J	40,00
Eliminación de sombra provisional	5,00		-		-	3 J	15,00	2 J	10,00		-		-		-		-
Cosecha de cacao	5,00		-	3 J	15,00	6 J	30,00	12 J	60,00	18 J	90,00	24 J	120,00	30 J	150,00	36 J	180,00
Labor postcosecha	5,00		-	2 J	7,50	3 J	15,00	6 J	30,00	10 J	50,00	13 J	65,00	18 J	87,50	20 J	100,00
Subtotal C			310,00		352,50		365,00		365,00		395,00		420,00		483,50		525,00
TOTAL EGRESOS			1 617,83		547,04		525,12		483,22		513,22		538,22		600,72		643,22
D. INGRESOS																	
Producción de cacao	55,00		-	3 qq	165,00	6 qq	330,00	12 qq	660,00	20 qq	1 100,00	26 qq	1 430,00	35 qq	1 925,00	40 qq	2 200,00
TOTAL INGRESOS			1 600,00		2 365,00		1 930,00		1 260,00		1 100,00		1 430,00		1 925,00		2 200,00
UTILIDAD			(17,83)		1 817,96		1 404,88		776,78		586,78		891,78		1 324,28		1 556,78

El cuadro anterior está basado en los siguientes costos estimados y actualizados a mayo 28 del 2004:

Anexo 24

Rama de Actividad Poblacional del Cantón Pangua

050350	EL CORAZON		
RAMA DE ACTIVIDAD (2 DIGITOS)	AREA URBANA O RURAL		
	Área Urbana	Área Rural	Total
Pesca, Explotación de Criaderos de Peces y Granjas Piscícolas	-	1	1
Fabricación de Prendas de Vestir, Adobo y Teñido de Pieles	5	-	5
Comercio al Por Menor, Excepto El Comercio de Vehículos	27	18	45
Otras Actividades de Tipo Servicio.	3	-	3
Organizaciones y Órganos Extraterritoriales.	-	1	1
Total	35	20	55
050351	MORASPUNGO		
RAMA DE ACTIVIDAD (2 DIGITOS)	AREA URBANA O RURAL		
	Área Urbana	Área Rural	Total
Elaboración de Productos Alimenticios y de Bebidas	-	1	1
Fabricación de Prendas de Vestir, Adobo y Teñido de Pieles	-	4	4
Actividades de Edición e Impresión y de Reproducción	-	1	1
Fabricación de Muebles; Industrias Manufactureras N.C.P.	-	3	3
Venta, Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores	-	1	1
Comercio al Por Menor, Excepto El Comercio de Vehículos	-	73	73
Hoteles y Restaurantes	-	4	4
Organizaciones y Órganos Extraterritoriales.	-	2	2
Total	-	89	89
050352	PINLLOPATA		

RAMA DE ACTIVIDAD (2 DIGITOS)	AREA URBANA O RURAL		
	Área Urbana	Área Rural	Total
Comercio al Por Menor, Excepto El Comercio de Vehículos	-	5	5
Organizaciones y Órganos Extraterritoriales.	-	1	1
Total	-	6	6
050353	RAMON CAMPAÑA		
RAMA DE ACTIVIDAD (2 DIGITOS)	AREA URBANA O RURAL		
	Área Urbana	Área Rural	Total
Comercio al Por Menor, Excepto El Comercio de Vehículos	-	8	8
Organizaciones y Órganos Extraterritoriales.	-	2	2
Total	-	10	10
RESUMEN			
RAMA DE ACTIVIDAD (2 DIGITOS)	AREA URBANA O RURAL		
	Área Urbana	Área Rural	Total
Pesca, Explotación de Criaderos de Peces y Granjas Piscícolas	-	1	1
Elaboración de Productos Alimenticios y de Bebidas	-	1	1
Fabricación de Prendas de Vestir, Adobo y Teñido de Piel	5	4	9
Actividades de Edición e Impresión y de Reproducción de	-	1	1
Fabricación de Muebles; Industrias Manufactureras N.C.P.	-	3	3
Venta, Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores	-	1	1
Comercio al Por Menor, Excepto El Comercio de Vehículos	27	104	131
Hoteles y Restaurantes	-	4	4
Otras Actividades de Tipo Servicio.	3	-	3
Organizaciones y Órganos Extraterritoriales.	-	6	6
Total	35	125	160
Procesado con Redatam+SP			
Cepal/Celade 2002-2008			

Fuente: INEC.

Anexo 25

AREA URBANA O RURAL	CONDICION DE OCUPACION	CATEGORIA EN LA OCUPACION								
Area Rural		Patrono o socio	Cuenta propia	Emp. del Municipio	Emp. del Estado	Emp. del Sector Privado	Tra. familiar	Se ignora	Trabajador nuevo	Total
	Con personas presentes	13	671	1	15	30	352	32	-	1,114
	Total	13	671	1	15	30	352	32	-	1,114
Total		Patrono o socio	Cuenta propia	Emp. del Municipio	Emp. del Estado	Emp. del Sector Privado	Tra. familiar	Se ignora	Trabajador nuevo	Total

Anexo 26

Clones Recomendados

Características agronómicas de los clones de ascendencia Nacional, recomendados por el INIAP. Pichilingue.

CLON	ORIGEN	PROVINCIA	INDICE MAZORCA	INDICE SEMILLA	% GRASA	qq/ha/año
EET 19	Hda. Tenguel	Guayas	17	1.7	42 - 54	45 qq
EET 48	Sta. Rosa	Los Ríos	16	1.5	46 - 53	27 qq
EET 62	Porvenir	Los Ríos	22	1.6	51	25 qq
EET 95	Tenguel	Guayas	19	1.3	50	34 qq
EET 96	Porvenir	Los Ríos	18	1.3	47	36 qq
EET 103	Tenguel	Guayas	19	1.5	46	33 qq

EET = Estación Experimental Tropical

¹Número de mazorcas necesarias para obtener un kg de cacao seco.

²Peso promedio de una almendra fermentada y seca.

Anexo 27

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 177:95.

Cacao en grano. Muestreo.

1 OBJETO.

- 1.1 Esta norma establece el procedimiento para la toma de muestra del cacao en grano.

2 ALCANCE.

- 2.1 Lote. Es la cantidad específica de cacao en grano con características similares, que se somete a inspección como un conjunto unitario.
- 2.2 Muestra. Es un grupo de granos extraído de un lote, que sirve para obtener la información necesaria que permite apreciar una o más características de ese lote, lo cual servirá de base para tomar una decisión sobre dicho lote.
- 2.3 Muestra elemental. Es la cantidad de granos tomada de una sola vez y de un solo punto del lote determinado.
- 2.4 Muestra global o total. Es el conjunto de muestras elementales.
- 2.5 Muestra reducida (porción). Es la cantidad de cacao en grano que se obtiene al reducir de tamaño la muestra global.
- 2.6 Muestra de laboratorio. Es la cantidad de cacao en grano obtenida de la muestra reducida, que está en condiciones de ser enviada al laboratorio, para en ella efectuar los ensayos correspondientes.
- 2.7 Muestra de ensayo. Es la parte de la muestra de laboratorio destinada a un análisis o ensayo.
- 2.8 Nivel de calidad aceptable (AQL). Es el máximo porcentaje defectuoso, o el mayor número de defectos en 100 unidades, que debe tener el producto para que el plan de muestreo de por resultado la aceptación de la mayoría de los lotes sometidos a inspección.
- 2.9 Nivel de inspección. Es el número que identifica la relación entre el tamaño del lote y el tamaño de la muestra.
- 2.10 Envase (saco). Es el recipiente que contiene cacao en grano y que está destinado a protegerlo del deterioro, contaminación y a facilitar su manipulación.
- 2.11 Sacamuestras. Instrumento que se utiliza para extraer el producto de un embalaje.
- 2.12 Producto granel. El que no está envasado.

3 DISPOSICIONES GENERALES.

- 3.1 Se deberá tomar todo tipo de precauciones para evitar la contaminación del cacao en grano durante el muestreo.
- 3.2 Las muestras serán identificadas consecutivamente según hayan sido tomadas.
- 3.3 Las muestras se protegerán contra los cambios en su composición, pérdidas y contaminación por impurezas, etc.

4 MUESTREO.

4.1 Toma de muestras.

- 4.1.1 Si el cacao en grano que se va a muestrear se presenta en envases de distintos tamaños se deberá agrupar en lotes de acuerdo con la capacidad de los envases, es decir, en cada lote deberá haber envases de una misma capacidad.
- 4.1.2 El número de muestras elementales extraídas completamente al azar, estarán en función de lo indicado en la tabla 1, y serán tomadas en gramos.
- 4.1.3 Las muestras elementales que en conjunto forman la muestra global, podrán ser de aproximadamente de 100 a 1.000 gramos, las mismas que serán divididas de acuerdo a lo indicado en el numeral 4.4.1., hasta obtener una muestra reducida de 1.500 gramos.
- 4.1.4 Las muestras en los lotes para producto envasado o empacado se obtendrán realizando un muestreo al azar, para lo cual se enumerarán las unidades del lote, se utilizarán los números aleatorios, y el número de muestras según lo establecido en la tabla 1. En los envases la muestra se obtendrá introduciendo el calador (ejemplo Fig. 1) en un solo punto, este deberá penetrar por lo menos hasta la mitad diagonal el saco, y por lo menos en tres puntos seleccionados al azar, cuando se utilice uno de los caladores que se indican como ejemplo en las figuras 2, 3 y 4. Cuando por condiciones del sitio de almacenamiento no sea posible movilizar el producto, se podrá muestrear las caras visibles del lote. Cuando las partes interesadas consideren conveniente se hará un corte longitudinal el mismo que deberá llegar hasta el fondo del lote, con lo cual se tendrá dos caras adicionales para muestrear. Siempre se utilizará un sistema de muestreo aleatorio, para lo cual el número de muestras elementales establecidos en la tabla 1, serán divididas para el número de caras visibles del lote.
- 4.1.5 Para muestreo de productos a granel y para obtener una muestra verdaderamente representativa, este deberá efectuarse en el lugar y momento adecuado, que será de preferencia en el momento de la carga, descarga o empaque del producto; cuando no se puedan aplicar los criterios anteriormente indicados, las muestras elementales serán tomadas en forma aleatoria o completamente al azar y a diferentes profundidades, y con uno de los caladores que se indican como ejemplo en las figuras 1 y 5. El lote de productos a granel se reducirá matemáticamente a sacos de (n) kilogramos y se aplicará la tabla 1.
- 4.1.6 Cuando el producto esté en movimiento, durante las operaciones de carga y descarga, la toma de unidades de muestreo se hará a base del tiempo que va a durar el producto en movimiento, y se dividirá dicho tiempo para el número de muestras elementales que se deben tomar de acuerdo a lo establecido en la tabla 1. El resultado indica la frecuencia de la extracción. En la figura 6 se indica un ejemplo de muestreador para productos en movimiento. El lote de productos a granel se reducirá matemáticamente a sacos de (n) kilogramos.

*el tamaño de la muestra puede cambiar, dependiendo del nivel de inspección acordado entre el comprador y vendedor. Muestreo por atributos.

4.2. Sacamuestras.

Dependiendo de la forma de presentación se podrá utilizar:

Calador sacamuestras de compartimiento de doble tubo. Compuesto de dos tubos metálicos concéntricos, ambos con aberturas que coincidan entre sí. El diámetro del tubo interior es ligeramente menor al del tubo exterior, lo cual hace posible la rotación mediante el uso de la manivela. La forma y dimensiones del calador sacamuestras de compartimiento se indican en el ejemplo de la figura 1.

Sacamuestras de los ejemplos de las figuras 2 a 5, y para productos en movimiento ejemplo figura 6.

4.3. Divisores.

Divisor tipo Boerner. Aparato constituido por un alimentador (a) una serie de tubos distribuidores (b) y un recipiente (c). Sirve para distribuir el producto, dividiendo las muestras en dos porciones representativas, y también para homogenizar la muestra haciéndola pasar varias veces por el aparato cuarteador que consta en el ejemplo de la figura 8.

4.4. Reducción por cuarteo.

4.4.1. Tanto para el cuarteo que se efectúe en forma manual o mecánicamente, la cantidad del producto de la recolección de las muestras elementales se mezclará muy bien para tomar la muestra global, para luego dividirla en 4 partes iguales; se eliminarán dos porciones diagonalmente opuestas, las otras dos se mezclarán de nuevo y se repetirá sucesivamente la operación hasta obtener el tamaño requerido de muestra reducida (1.500 gramos) según lo establecido en el numeral 4.1.3.

4.5. Condiciones posteriores al muestreo.

4.5.1. La muestra reducida (1.500 gramos) se dividirá en tres muestras iguales, destinadas: una al vendedor, otra al comprador para destinarla al laboratorio de análisis y la tercera a la entidad que debe actuar en casos de discrepancia.

4.5.2. La muestra reducida y dividida según se indica en el numeral anterior (4.5.1.) Se distribuirá en recipientes adecuados (envases plásticos, etc.), limpios y secos, que se cerrarán herméticamente, se les pondrá los sellos o firmas de las partes interesadas.

4.5.3. Se deberá suscribir un acta de muestreo que incluya la siguiente información.

- a) Número de la norma INEN de referencia: NTE INEN 177.
- b) Dirección donde se realizó el muestreo.
- c) Lugar y fecha donde se realizó el muestreo (establecimiento, bodega, etc.).
- d) Nombre de la compañía comercializadora del cacao en grano y nombre del comprador.
- e) Nombre comercial del cacao en grano (clasificación-tipo, nombre

científico).

- f) Número de lote.
 - g) Capacidad de los envases del lote, o cantidad a granel.
 - h) Número de envases y/o empaques muestreados.
 - i) Tamaño de la muestra en gramos del cacao en grano muestreado.
 - j) Observaciones sobre condiciones en que se encuentra el cacao en grano.
 - k) Nombre y firma de la persona que realizó el muestreo.
 - l) Nombre y dirección de las partes interesadas.
- 4.5.4. La muestra (500 gramos) destinada al análisis deberá enviarse al laboratorio tan pronto como se haya tomado, si no es posible hacer esto, se deberá guardar de tal modo que no se altere la calidad del cacao en grano, el tiempo que dure guardado no deberá ser mayor de 15 días. Las dos muestras restantes se almacenarán por el término de 30 días para efectos de discrepancia entre los interesados, y en condiciones que no afecte la calidad del cacao en grano.

Apéndice Z.

Z.1 Documentos normativos a consultar.

No requiere de otros documentos normativos para su aplicación

Z.2 Bases de estudio.

Norma Colombiana INCOTEC1252. Industrias alimentarias. Caco. Bogota 1988.

Norma Cubana NC 87-05. 1987. Cacao beneficiado. Especializaciones de calidad. La habana 1982.

Norma Ecuatoriana INEN 255: 1976. Control de calidad. Procedimientos de muestreo y tabla para la inspección por atributos. Quito, 1973.

Datos proporcionados por varias empresas en fase de estudio al nivel de campo.

Anexo 28

Socios de Anecacao

¿Desea comprar cacao en grano o semielaborados del cacao más fino y aromático del mundo?

Lo invitamos a establecer contactos con nuestros asociados, quienes estarán gustosos de satisfacer los requerimientos de su industria.



Exportaciones ACMANSA S. A.

Producto: cacao en grano
Contacto: Luis Acosta
Correo-e: acmansa@ecutel.net
Dirección: Durán Km. 1,5 vía Durán Tambo
Telf.: (593-4) 2860259
Fax: (593-4) 2864277



Agrícola Exportadora Ventanas AGROXVEN S. A.

Producto: cacao en grano y café
Contacto: Rafael Sánchez
Correo-e: agroxven@easy.pacifictel.ec
Dirección Guayaquil: 9 de Octubre y Quito, Edif. Induato, piso 18
Telfs.: (593-4) 2283227
(593-4) 2283228
Fax: (593-4) 2293684



Osella

Producto: Cacao en Grano
Contacto: Jacinto Andrade
Correo-e: osella@ecuaenlace.com
Dirección Durán: km 2,5 vía Durán Tambo
Telfs.: (593-4) 2808328
(593-4) 2807642.
Fax: (593-4) 2808328



Agro Manobanda Hermanos S. A. (Agromaban)

Producto: cacao en grano
Contacto: Jorge Manobanda Cedeño
Correo-e: expmanob@gye.satnet.net
Dirección Quevedo: km 1 vía Valencia Quevedo.
Telfs.: (593-5) 2751254
(593-4) 2750253.
Fax: (593-5) 2751237



Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador UNOCACE

Producto: cacao en grano tipo orgánico o ecológico
Contacto: Ing. Freddy Cabello Luna
Correo-e: info@unocace.com
Dirección: la Garzota Mz 76 Sl. 14-15 dep.202. Juan Jácome Bonilla Y Eloy Velásquez
Telef.: (593-4) 2273585

Aromas Exportables Cia. Ltda. AROMEX

Producto: cacao en grano
Contacto: Johan Zeller Zea
Correo-e: johan_zeller@hotmail.com
Dirección Guayaquil: Km. 4 vía Babahoyo-Guayaquil
Telf.: (593-4) 2236515
Fax: (593-4) 2236133

ASDI Exportadora Askley Delgado



Producto: cacao en grano, café
Contacto: Ashley Delgado Flor
Correo-e: gusnobe@gye.satnet.net
Dirección Guayaquil: Km. 28 vía Durán Tambo.
Telf.: (593-4) 2383513

cafeico Comercializadora de Café y Cacao Cía. Ltda. **CAFEICA**

Producto: cacao en grano, café, arroz
Contacto: Víctor Orellana Ortega
Correo-e: victoro@grupoorellana.com
Dirección: Durán: km. 4,5 vía Durán Tambo
Telf.: (593-4) 2801745, 2807880.
Fax: (593-4) 2800852.

Casa Luker del Ecuador



Producto: Cacao en Grano
Contacto: Juan Manuel Loaiza Naranjo
Correo-e: lukergye@email.movistar.com.ec
Dirección Durán: km 5 vía Duran Yaguachi. Frente al liceo Maharishi
Telefax.: (593-4) 2809112, 2806831.



Chocolates Finos S. A. COFINA
Producto: cacao en grano
Contacto: Julio César Zambrano
Correo-e: izg@cofinacocoa.com
Dirección Durán: vía Durán Tambo, pasando pontazgo.
Telfs.: (593-4) 2513420, 2513649.
Fax: (593-4) 2513649.

Colonial Cocoa del Ecuador S. A.



Producto: cacao en grano
Contacto: Alberto Nácer
Correo-e: anacer@colonialcocoa.com
Dirección Guayaquil: Km 7,5 vía Daule
Telfs.: (593-4) 2252138, 2252179.
Fax: (593-4) 2250577



Ecocafé S. A.
Producto: cacao en grano.
Contacto: Iván Ontaneda B.
Correo-e: cucoffee@gye.satnet.net
Dirección Guayaquil: Av. Tanca Marengo km 3 ½.
Telfs.: (593 4) 2235600.
Fax: (593 4) 2231429.

Ecuacocoa



Producto: cacao industrializado
Contacto: Fernando Guzman
Correo-e: fernando.guzman@ecuacocoa.com
Dirección Guayaquil: km 5,5 vía Daule.
Telefax.: (593-4) 2351133, 2351117.
Celular: (593 9) 9488458

EDECA S. Elaborados de Cacao S. A. **EDECA**

Producto: cacao industrializado
Contacto: Alvaro Martínez
Correo-e: edecca@gye.satnet.net
Dirección Durán:
Telfs.: (593-4) 2802642, 2802647, 2809162, 2800022



Exportadora e Importadora Comercial
Orellana Cía. Ltda. EXIMORA

Producto: cacao en grano
Contacto: Alejandro Orellana
Correo-e: eximora@gve.satnet.net
Dirección Durán: km 4,5 vía Durán
Tambo.
Telfs.: (593-4) 2801745, 2800852.
Fax: (593-4) 2807880



Exporcafé Cía. Ltda.

Producto: cacao en grano
Contacto: Manuel López
Correo-e:
exporcaf@uio.telconet.net
Dirección Santo Domingo:
km 3,5 vía Quevedo Sto.
Domingo
Telf.: (593 2) 3704017,
2756383.
Fax: (593-2) 3704026



EXPIGO Exportadora e Importadora
González Cía. Ltda.

Producto: cacao y café en grano.
Contacto: Mercy González Duche
Correo-e: info@expigo.com.
Dirección Durán: Autopista Durán-
Boliche km 4,5
Telfs.: (593 4) 2670484, 2804222
Fax: (593 4) 2803907.



Fundación Maquita
Cushunchic M.C.C.H.

Producto: cacao en grano
Contacto: José Santos
Correo-e:
fund@mcch.ecuanet.net.ec,
josantos@telconet.net
Dirección Guayaquil: km 4,5
vía Daule.
Telefax: (593-4) 2350824.

Infelersa

Producto: cacao industrializado o
semielaborados de cacao.
Contacto: Lorgia Morán Valverde.
Correo-e: aguiaagro@satnet.net
Dirección Guayaquil: Km 10 vía a
Daule.
Teléfono: (593 4) 2111057
Fax: (593 4) 2251651.

Inmobiliaria Guangala

Producto: cacao en grano
Contacto: Vicente Zeller
Correo-e:
chorrera@telconet.com
Dirección Guayaquil: Av.
Tanca Marengo km 3,5
Telf.: (593-4) 2236515.



La Universal

La Universal S. A.

Producto: cacao industrializado y
chocolates varias formas
Contacto: Ana María Jimenez
Correo-e:
ajimenez@launiversal.com.ec
Dirección Guayaquil: Eloy Alfaro
101 y Gómez Rendón
Telf.: (593-4) 2414009.
Fax: (593-4) 2414904

Exportadora José Vera

Producto: cacao en grano
Contacto: José Condorazo
Vera Vera
Correo-e:
expovera@easynet.net.ec
Dirección Chone: Paéz y
Alejo Lascano.
Teléfono: (593-5) 696755.



Exportadora Martinetti

Producto: cacao en grano
Contacto: Gonzalo Martinetti Saltos
Correo-e: martinet@telconet.net
Dirección Quevedo: km 2 vía Quevedo Valencia
Telf.: (593 5) 752595.
Fax: (593-4) 757991



**Naturaleza Ecuatoriana
NATECUA**

Producto: cacao en grano
Contacto: Franco Pastorelli
Correo-e: natecua@interactive.net.ec
Dirección Guayaquil: Kennedy norte Mz 907 villa 5
Telf.: (593-4) 26 80584.
Fax: (593-4) 2680610



Nestlé Ecuador S. A.

Producto: cacao en grano e industrializado
Contacto: Francisco Risquez
Correo-e: francisco.risquez@ec.nestle.com
Dirección Quito: Av. González Suárez 895.
Telf.: (593-2) 2232400.
Fax: (593-4) 2232161



Novolli S. A. (Manidicorp)

Producto: cacao industrializado.
Contacto: Alejandro Taramelli, Marisol Robalino.
Correo-e: ataramelli@sacicocoa.com, mrobalino@sacicocoa.com.
Dirección Guayaquil: Av. Tanca Marengo km 4,5.
Telfs.: (593-4) 2273049, 2275456.
Fax: (593-4) 2246179



Quevexport

Producto: cacao en grano y café
Contacto: Daniel Manobanda Cedeño
Correo-e: dmanobanda@porta.net
Dirección Quevedo: km 1,5 vía Quevedo Valencia
Telfs.: (593-5) 2751153, 2751498. **Fax:** (593-4) 2754342



Santa Fe Java S. A

Producto: cacao en grano
Contacto: Eduardo Heredia Reyes
Correo-e: santafe@telconet.net
Dirección Guayaquil: km 13,5 vía Daule (planta Iduagro)
Telf.: (593-4) 2351362.



Triairi S. A.

Producto: cacao en grano e industrializado
Contacto: José Carvajal Candell
Correo-e: cafiesa@usa.net
Dirección Durán: km 4,5 vía Durán Tambo.
Telfs.: (593-4) 2800500, 2800804.
Fax. (593-4) 2800117

Pedro F. Martinetti S.

Producto: Cacao Natural Nacional, Orgánico+Fair Trade
Contacto: Ing. Pedro F. Martinetti S.
Correo-e: cocoamar@telconet.net
Dirección Quevedo: Km 2 1/2 vía a Valencia
Oficina Guayaquil: Kennedy calle D 520 y 12 Este

Telfs.: (593-4) 2282055
Fax: (593-4) 2286276
Cel: (593-9) 9429224

Contáctenos a:

Dirección: Cdla. Sta. Leonor, Av. Río Guayas N° 203, Edif. Frenterío (atrás de De Prati
Hogar norte)

Telfs.: (593 4) 2292885, 2292782. Celular: 09-9878822

Correo-e: anecacao@gye.impsat.net.ecGuayaquil-Ecuador

Anexo 29

Otros Vínculos

Lo invitamos a visitar otros sitios referentes a cacao, otros productos y temas en las siguientes páginas web de diversas instituciones:



Organización Internacional del Cacao (ICCO)

Organismo internacional que agrupa a productores y consumidores de cacao en el mundo. Aquí encontrará todo lo relacionado con el cacao en el ámbito mundial.

www.icco.org



American Cocoa Research Institute (ACRI).

Instituto Americano de Investigación en Cacao. Datos referentes al cultivo de cacao, y las últimas investigaciones relacionadas con este noble cultivo.

www.acri-cocoa.org



Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

Organismo de las Naciones Unidas encargada de temas relacionados con la agricultura y alimentación mundial. Estadísticas referentes a cultivos en el mundo.

www.fao.org



Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Órgano oficial del gobierno de la República del Ecuador, referente a políticas que atañen al sector agropecuario.

www.mag.gov.ec



Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Pesca (MICIP).

Temas relacionados con la estructura y funcionamiento del ministerio, negociaciones bilaterales y preferencias arancelarias con otros países, tablas de exportación e importación, inversiones extranjeras, actualidad y proyección de la industria ecuatoriana.

www.micip.gov.ec



Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Cifras de diferentes productos que se cosechan en América; Cumbre para la Agricultura y vida rural de las Américas; Red de Cooperación; y, los servicios, eventos, enlaces

www.iicanet.org

Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP).

Principal centro de investigaciones agropecuarias del Ecuador. Últimos avances de investigaciones que lleva esta institución sobre diversos productos agropecuarios.

www.ecuanex.net.cc/iniap/proyec



Comision Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (CEPLAC).

Centro de investigación brasileña para cacao, referente a todo lo relacionado con el cultivo de cacao en Brasil, desde siembra a comercialización, políticas referente al cultivo.
<http://www.ceplac.gov.br/>



Servicio de Información y Censo Agropecuario (SICA).

Cifras agropecuarias del Ecuador. Datos concernientes a los diferentes rubros de exportación y cadenas agroalimentarias del Ecuador.
<http://www.sica.gov.ec/>



Cámara Ecuatoriano Americana de Comercio.

Diferentes oportunidades de negocios con los Estados Unidos de América. Página referente a otras oportunidades de negocios con Ecuador.
www.caecam.org



Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI).

Oportunidades para exportar e invertir en el Ecuador.
www.corpei.org



Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).

Información para el empresario extranjero: información sobre oferta por producto, por sector, oportunidades. Información para el empresario ecuatoriano: como realizar ofertas, trámites de exportación, enlaces de comercio, segmento ecológico. Datos y guía del Ecuador, información económica y estadística, balanza comercial, exportación de principales productos.
<http://www.ecuador.fedexpor.com>



Banco Central del Ecuador.

El Ecuador en cifras económicas. Publicación con todos los productos de exportación, balanza comercial y otros datos interesantes sobre la economía nacional.
<http://www.bce.fin.ec/>



Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI).

Boletines del clima en Ecuador, estadísticas meteorológicas, agrometeorología.
<http://www.inamhi.gov.ec/>



Chocolate and Cocoa (CMA/Fundación Mundial del Cacao/Acri).

Es el sitio oficial para la industria americana del chocolate. Con investigación alrededor del mundo, información sobre el procesamiento del cacao y fabricación y enlaces a todas las cosas del chocolate, ésta es su entrada al chocolate en el Internet.
<http://www.ChocolateandCocoa.org>

Anexo 30

Exportaciones de Cacao por Año

	CACAO EN GRANO		CACAO INDUSTRIALIZADO		Grand Total	
	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB
2003	381,159.93	705325873.43	17,078.10	33896971.89	398,238.03	739222845.32
2005	380.47	594517.87			380.47	594517.87
2006	67,299.30	113215987.76	5,905.77	9850373.23	73,205.07	123066360.99
2007	49,616.80	120802414.76	8,991.37	27511517.68	58,608.17	148313932.44
Grand Total	498,456.50	939938793.82	31,975.24	71258862.80	530,431.74	1011197656.62

Fuente: ANECACAO

Anexo 31

Precio de Tonelada de Cacao a Septiembre 20/2009

:::PRECIO DEL CACAO

Cacao N.Y. US\$3.054/ton

:::INDICADORES

T.R.M. \$1.998,99

CASAS DE CAMBIO

Compra: \$1.900,00

Venta: \$1.950,00

PRECIO EN LA CALLE

Compra: \$1.800,00

Venta: \$1.920,00

EURO: \$2.924,32

Petróleo WTI US\$69,96 /barril



[CORREO BASICO](#)

Anexo 32

Costo de Producción

INGRESOS SISTEMA AGROFORESTAL CACAO PLÁTANO MADERABLES

PRODUCTO	PRECIO		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑOS 7 A 25	TOTAL
Cacao en grano (Kg)	\$3.800			\$2.280.000	\$3.800.000	\$4.560.000	\$5.700.000	\$108.300.000	\$124.640.000
Plátano Harton (Racimo)	\$8.000		\$6.400.000	\$3.200.000	\$1.600.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$11.200.000
Producción maderables cedro rosado (m3)	\$337.500							\$21.937.500	\$21.937.500
TOTAL			\$6.400.000	\$5.480.000	\$5.400.000	\$4.560.000	\$5.700.000	\$130.237.500	\$157.777.500

RENDIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑOS 7 A 25	TOTAL
Cacao en grano (Kg/Ha /año)			600	1.000	1.200	1.500	28.500	32.800
Plátano Hartón (Racimos/Ha)		800	400	200				1.400
Producción maderables cedro rosado (m3/Ha)							65	65

Anexo 33

Medidas de los Cuadros de Secado

METROS LARGO KILOS	METROS ANCHO	METROS ALTO	METROS ALTO	
			<u>FRESCO</u>	<u>SECO</u>
1.00	0.40	0.60	378	141
1.50	0.80	0.60	648	246
2.00	0.80	0.60	756	288

Anexo 34

Registro oficial del MAGAP



REGISTRO OFICIAL

ORGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR

Administración del Sr. Dr. Alfredo Palacio Gonzales

Presidente Constitucional de la República

TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

51 --- Registro Oficial N° 349 --- Martes 5 de Septiembre del 2006

Año II -- Quito, Martes 5 de Septiembre del 2006 -- N° 349

DR. VICENTE NAPOLEON DAVILA GARCIA
DIRECTOR

Quito: Avenida 12 de Octubre N 16-114 y Pasaje Nicolás Jiménez
Dirección: Telf. 2901 - 629 -- Oficinas Centrales y ventas: Telf. 2234 – 540
Distribución (Almacén): 2430 – 110 -- Mañosca N° 201 y Av. 10 de Agosto
Sucursal Guayaquil: Calle Chile N° 303 y Luque -- Telf. 2527 – 107
Suscripción anual: US\$ 250 -- Impreso en Editora Nacional
2.100 ejemplares -- 40 páginas -- Valor US\$ 1.00

SUMARIO:

Págs.

FUNCION LEGISLATIVA

EXTRACTOS:

ACUERDOS:

MINISTERIO DEL AMBIENTE:

098 Expídese el Instructivo para la adjudicación de tierras del Patrimonio Forestal del Estado y Bosques Protectores5

**MINISTERIO DE AGRICULTURA
Y GANADERIA:**

271 Expídese el Plan Estratégico Institucional que incorpora las políticas de Estado del sector agropecuario9

No. 271

**EL MINISTRO DE AGRICULTURA
Y GANADERIA**

Considerando:

Que mediante Decreto Ejecutivo No. 1419 de mayo 18 del 2006, publicado en [Registro Oficial No. 281 de mayo 31 del 2006](#), el Sr. Presidente de la República declara y adopta las políticas de Estado para el sector agropecuario ecuatoriano 2006-2016;

Que el Ministerio de Agricultura como ente normador y ejecutor de las políticas agropecuarias del Gobierno Nacional, acoge las políticas de Estado como el marco definido de todo el quehacer institucional;

Que para lograr dicho objetivo, es necesario incorporar dichas políticas de Estado en los planes maestro, quinquenal, operativo anual y demás programación a corto, mediano y largo plazo del Ministerio de Agricultura y Ganadería, mediante la promulgación de un Plan Estratégico Institucional que rijan las actividades en los próximos diez años; y,

En ejercicio de las atribuciones que le concede el Art. 179 numeral 6 de la Constitución Política de la República del Ecuador, en concordancia con el Art. 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva,

Acuerda:

ARTICULO UNICO.- Expedir el siguiente Plan Estratégico Institucional que incorpora las Políticas de Estado del Sector Agropecuario.

I. MARCO ORIENTADOR DEL MAG

El marco legal de las políticas está establecido en la Constitución del Estado, que en los artículos Nos. 266 al 270, de manera concreta, señalan “Será objetivo permanente de las políticas del Estado el desarrollo prioritario, integral y sostenido de las actividades agrícola, pecuaria, acuícola, pesquera, agroindustrial y agroforestal que provean productos de calidad para el mercado interno y externo, la dotación de infraestructura, la tecnificación y recuperación de suelos, la investigación científica y la transferencia de tecnología”.

Bajo este mandato, la actual administración, ha logrado que el Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo N° 1419 de 18 de mayo del 2006 declare como política de Estado el documento: **“POLITICAS DE ESTADO PARA EL SECTOR AGROPECUARIO ECUATORIANO 2006-2016”** que nos permite orientar el sector agropecuario y rural hacia un modelo de desarrollo sostenible que garantice la competitividad, soberanía y seguridad alimentaria con identidad nacional y exige del MAG innovación y mejoramiento en la prestación de servicios a los clientes externos.

II. PRINCIPIOS BASICOS DEL MAG

Nuestro compromiso con el sector agropecuario nacional y fundamentalmente con los pequeños y medianos productores, es desarrollar una gestión innovadora y transparente, con las siguientes características:

- Participativa y transparente.
- Con enfoque de equidad.
- Sustentable.
- Competitiva.
- Descentralizada y desburocratizada.
- Que fomente la interculturalidad.
- Que garantice la seguridad y soberanía alimentaria.

III. LINEAS DE ACCION DEL GOBIERNO NACIONAL (AGENDA GUBERNAMENTAL)

1. Reestructuración política e institucional.
2. Política económica orientada hacia la producción, hacia el empleo y con sustentabilidad en el tiempo.
3. Fortalecimiento de la infraestructura física del Ecuador.
4. Fortalecimiento del capital humano del Ecuador.
5. Fortalecer la seguridad física o jurídica de los ecuatorianos.
6. Política exterior, política internacional.

IV. MISION

Regir las políticas agropecuarias del país a través de la dirección, gestión, normatividad y capacitación del sector agropecuario, agroindustrial y agroforestal ecuatorianos.

V. VISION

Un Ministerio de Agricultura y Ganadería moderno, eficiente e institucionalmente fortalecido que apoya y facilita el desarrollo sostenido y altamente competitivo del sector agropecuario, agroindustrial y agroforestal ecuatorianos.

VI. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

1. Principios:

Sostenibilidad.

Equidad.

Honestidad.

2. Valores:

Cooperación.

Innovación.

Intercultural.

Gobernabilidad.

3. Análisis FODA del sector agropecuario:

Fortalezas:

Capacidad exportadora del sector agropecuario.

Posición geográfica estratégica.

Aptitud agrícola del Ecuador.

Alianzas público-privadas para el acceso a mercados internacionales de productos, tales como: Banano, cacao, flores, brócoli.

Generador de empleo del sector rural.

Espíritu emprendedor agropecuario del sector privado y valoración de la integración con exportadores e industriales.

Adecuada integración física del país.

Sector altamente participativo del desarrollo nacional.

Oportunidades:

Apertura comercial.

Aumento de la demanda para productos diferenciados.

Recursos disponibles de la cooperación internacional.

Inversión de las remesas de los emigrantes.

Debilidades:

Falta de continuidad de los planes y proyectos en los cambios de Gobierno.

Débil institucionalidad pública y privada.

Reducido nivel de asociación.

Inversión reducida y escasas fuentes de financiamiento.

Productividad baja y de mala calidad.

Información alineada a la demanda de productos pobres.

Complicados sistemas de comercialización.

Recursos humanos no capacitados.

Recursos para investigación insuficientes.

Amenazas:

Competencia de productos externos.

Desastres naturales.

Inestabilidad política y jurídica.

Distorsiones del mercado.

Firma de tratados con los países vecinos que tienen ventajas de las cuales no podríamos participar.

VII. POLITICAS SECTORIALES

Las políticas sectoriales están diseñadas bajo el entendido de que el sector agropecuario tiene un enfoque multisectorial y multifuncional. El primero hace referencia a la producción agrícola, pecuaria, silvícola, agroproductivo, agroindustria, agrocomercio, agroforestal, agroturismo y agroartesanal. En el segundo, se reconoce el rol de la agricultura en la conservación de los recursos naturales y del medio ambiente; el tratamiento de ciertos problemas de carácter global como el cambio climático, biodiversidad, desertificación y otros; así como el desarrollo del capital social y el mantenimiento de la vida comunitaria.

1. FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEL SECTOR PUBLICO Y PRIVADO.

La institucionalidad del sector agropecuario del Ecuador, tendrá que fundamentarse en el fortalecimiento de las instituciones a través de una redefinición de sus objetivos, estrategias y roles, que promuevan una reestructuración y redimensionamiento de las mismas acorde a su nueva visión y misión, con mecanismos que impulsen la cooperación y la convergencia entre Estado, sociedad civil y mercado, con énfasis en su sostenibilidad financiera.

2. DESARROLLO DE LA AGROINDUSTRIA, MERCADOS Y SISTEMAS DE COMERCIALIZACION INTERNOS Y EXTERNOS.

Se fomentará el desarrollo de la agroindustria con énfasis en el sector rural y con enfoque de cadena, como generadora de valor agregado y empleo.

Se modernizarán los sistemas de comercialización internos, mediante la integración vertical del sector agropecuario, que fomente la articulación directa entre productores asociados, compradores agroindustriales, cadenas de distribución y abastecimiento y exportadores.

Se fortalecerá e implementará una estrategia de promoción de exportación, orientada a posicionar productos diversificados y diferenciados con una adecuada calidad, infraestructura, servicios de apoyo y articulada con el sector productivo con capacidad de exportación a mercados internacionales estratégicos, aprovechando los nichos existentes como productos limpios, orgánicos, comercio justo.

3. DESARROLLO INTEGRAL DE LAS NACIONALIDADES INDIGENAS, PUEBLOS MONTUBIOS, AFROECUATORIANOS y AGRICULTORES EN GENERAL.

Fomentar el desarrollo socio-económico integral de las nacionalidades indígenas, pueblos montubios, afroecuatorianos y agricultores en general a partir del respeto, valoración y aprovechamiento de la riqueza cultural y ambiental a través del impulso a procesos de desarrollo territorial local, a la inserción bajo relaciones equitativas en las cadenas de valor y a la promoción de negocios rurales comunitarios.

4. ASOCIACION DE PRODUCTORES EN CADENAS Y TERRITORIOS.

La política del sector establecerá el diseño y fomento de modelos asociativos innovadores, que generen incentivos y respuestas eficaces ante la demanda de mercados globales. Se buscará promover acuerdos claros y concertados entre el nivel público y privado, así como con las agencias de cooperación internacional, ONG's e instituciones académicas.

5. NORMATIVA Y SISTEMAS DE SANIDAD E INOCUIDAD AGROPECUARIA.

Se protegerá el patrimonio sanitario, mediante la aplicación y control de las normas fito y zoonosanitarias nacionales e internacionales. Del mismo modo, se mejorarán los estándares de calidad e inocuidad de alimentos a través de una mejor coordinación de las

instituciones que conforman el sistema sanitario nacional, con amplia participación del sector privado.

6. FINANCIAMIENTO, INVERSION Y USO DE SEGUROS PARA EL SECTOR AGROPECUARIO.

La política de inversión se basará en el acceso al financiamiento y la elevación del porcentaje del Presupuesto General del Estado destinado al sector agropecuario.

La política de financiamiento estará orientada a crear un sistema de financiamiento rural que permita captar y canalizar recursos de manera competitiva, oportuna y suficiente.

Los seguros para el sector agropecuario serán fundamentales para la reducción del riesgo que afectan la producción y manejo post cosecha, la permanencia del agricultor en su actividad, el incentivo a la reinversión en el campo, la protección de la producción de alimentos, la disminución de la migración, el fomento del empleo y el mejoramiento general del sector.

7. PRODUCCION Y MERCADOS: DIFUSION DE INFORMACION.

Se desarrollará un sistema de información para el sector agropecuario, que contemple la actualización ágil y oportuna de las principales variables coyunturales y estructurales del sector, construido sobre bases participativas público-privadas y que atienda los requerimientos de información productiva y de mercados a nivel nacional e internacional.

8. INVESTIGACION, TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA Y CAPACITACION AL RECURSO HUMANO.

El Estado dará prioridad a la investigación agropecuaria, cuya actividad la considera como fundamental para la nutrición, seguridad alimentaria, y competitividad de la producción nacional, proveyendo el financiamiento para sustentar un plan nacional de investigación, que permitirá desarrollar y adoptar innovaciones tecnológicas, a fin de alcanzar en el corto y largo plazo el nivel de competitividad que el sector y el país demanda.

Se capacitará en forma general e intensiva a los actores del sector agropecuario en conocimientos tecnológicos, procesos de innovación productivos y comerciales, así como en herramientas de mercadeo interno y externo, habilidades gerenciales ligadas al fomento de la innovación tecnológica, desde la investigación, adaptación y transferencia de tecnologías que correspondan a las demandas identificadas en los mercados.

Se potenciará la difusión y aplicación del nuevo conocimiento y las innovaciones desarrolladas para mejorar la capacidad de los actores de las cadenas agroproductivas mediante la consolidación de alianzas con gobiernos locales, ONG's, universidades, organizaciones de productores y otros actores del sector agropecuario.

9. MANEJO Y CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES.

Se regulará el manejo y uso del recurso natural, en forma sustentable, conservando el medio ambiente y recomendando acciones de tipo integral de largo plazo con enfoques multisectoriales.

Se establecerá un Sistema de Gestión Integral de Recursos Hídricos eficiente y proactivo, que considere el inventario actualizado, la planificación hídrica nacional y la tecnificación del sistema de riego, asegurando la conservación y el buen manejo del agua.

Se fomentará la agroforestería, como un mecanismo adecuado para mejorar las condiciones ecológicas en las unidades de producción agropecuaria del país y para conseguir un manejo sustentable de los recursos naturales renovables así como la conservación de la biodiversidad a través del ordenamiento territorial agroforestal.

10. TITULACION Y REGULARIZACION DE TIERRAS.

Se optimizará el Plan de Titulación de Tierras como medio para lograr la regularización de la tenencia de la tierra; modernizando, fortaleciendo al Instituto Nacional de Desarrollo Agrario -INDA- y capacitando al recurso humano de la entidad.

11. COOPERACION INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR AGROPECUARIO.

La cooperación internacional deberá estar alineada con el marco de las políticas de Estado para el sector agropecuario, para lo cual se diseñarán, formularán e implementarán proyectos y programas en pro de la reactivación productiva, en coordinación con el Centro de Políticas Agropecuarias -CEPA-.

12. APOYO A PRODUCTOS SENSIBLES DEL SECTOR AGROPECUARIO.

El Estado apoyará a los productos considerados como sensibles del sector agropecuario a través de mecanismos permitidos por los acuerdos internacionales de los que el Ecuador es miembro.

Se reformará el marco jurídico existente, revisando, actualizando y modernizando las leyes que regulan el sector, identificando y proponiendo leyes y reglamentos necesarios que sirvan de sustento a la visión.

Se mejorará los servicios y la infraestructura física y social del sector agropecuario; enfocando el desarrollo integral del ser humano, brindándole servicios básicos sociales y de infraestructura física, que le permitan aprovechar las oportunidades del desarrollo y que eleven su nivel de vida.

VIII. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

La estrategia de desarrollo del agro ecuatoriano se orientará hacia dos objetivos básicos, a ser logrados mediante la implementación de las políticas y acciones relacionadas con el quehacer agropecuario nacional. Estos objetivos estratégicos son:

1. Impulsar la modernización del agro ecuatoriano sobre bases competitivas y de equidad, orientado a la reactivación productiva, en función de la demanda de los mercados nacionales e internacionales, priorizando la calidad, la diferenciación y la generación de valor agregado; elevando la competitividad de los encadenamientos agroproductivos y fortaleciendo las negociaciones internacionales de carácter agropecuario.
2. Elevar las condiciones de vida de los pobladores y comunidades rurales, mediante estrategias de inclusión social de los pequeños y medianos productores y su vinculación al mercado nacional e internacional, para mejorar sus ingresos y su acceso a los beneficios del desarrollo, tanto de servicio como de infraestructura mediante planes, programas y proyectos que apoyen el desarrollo rural y desarrollo agropecuario, agroforestal, agroindustrial y riego para así garantizar la seguridad alimentaria.

IX. ESTRATEGIAS DE ACCION

Se implementará un proceso de redefinición y reorientación del Ministerio de Agricultura y Ganadería, como entidad rectora de la “Política de Estado para el Sector Agropecuario Ecuatoriano”, haciendo énfasis en la misión y visión del MAG.

1. FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEL SECTOR PUBLICO Y PRIVADO.

- Se revisará la estructura por procesos del Ministerio de Agricultura y Ganadería como demanda la nueva visión y misión del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- Se implementarán mecanismos de programación, control y gestión, indispensables para enfocar la acción del Ministerio de Agricultura y Ganadería y evaluar sus resultados.
- Se establecerá un Plan de Capacitación a Funcionarios del Sector Público, vinculados al sector agropecuario, en temáticas de asociatividad, mercadeo, elaboración de proyectos, manejo y resolución de conflictos.
- Se revisarán los procesos de desconcentración del Ministerio de Agricultura y Ganadería y descentralización hacia los gobiernos seccionales, promoviendo a la vez el fortalecimiento y creando capacidad de gestión a nivel regional y local, de tal manera que los procesos y servicios sean oportunos.
- Se apoyará la consolidación de los consejos consultivos como espacios de consulta y concertación de políticas sectoriales entre el sector público-privado, tendientes a lograr mejores niveles de competitividad, productividad y rentabilidad de las cadenas agroproductivas.

2. DESARROLLO DE LA AGROINDUSTRIA, MERCADOS y SISTEMAS DE COMERCIALIZACION INTERNOS Y EXTERNOS.

Agroindustria:

- Se diseñará el Plan Nacional de Desarrollo Agroindustrial con participación activa de los organismos públicos, sociedad civil y comunidad empresarial local y regional, así como asociaciones y cooperativas de productores.
- Se fomentarán condiciones para la promoción de alianzas público-privadas y acuerdos entre organizaciones de productores y agroindustria.
- Se fomentará el desarrollo de empresas de servicios locales para la pequeña y mediana agroindustria que promueva la generación de empleo.
- Se apoyará en la implementación de centros empresariales para el desarrollo de la pequeña industria.

Mercado y sistema de comercialización interno:

- Se impulsará la consolidación de la institucionalidad de los sistemas de negocios con el pequeño agricultor.
- Se implementará un sistema eficiente de certificados de depósito para arroz, maíz y soya a través de la intermediación del Banco Nacional de Fomento que constituirán fondos de comercialización para la movilización de cosechas.
- Se fomentará el desarrollo de la agroindustria con énfasis en el sector rural y con enfoque de cadena, como generadora de valor agregado y empleo.
- Se fortalecerá e implementará una estrategia de promoción de exportación, orientada a posicionar productos diversificados y diferenciados con una adecuada calidad, infraestructura, servicios de apoyo y articulada con el sector productivo con capacidad de exportación en mercados internacionales estratégicos, aprovechando los nichos existentes como productos limpios, orgánicos, comercio justo, entre otros.
- Se fomentará la agricultura por contrato entre los diferentes actores de la cadena agroproductiva.
- Se apoyará al desarrollo de programas de absorción de cosechas.
- Se promocionarán las compras públicas y privadas de productos alimentarios a través de la Bolsa de Productos Agropecuarios.

- Se fomentarán las compras directas por los programas de asistencia, como el Programa Mundial de Alimentos - PMA. Se promocionará ferias locales. Se implementará un Programa de Desarrollo de Productos con Identidad Territorial.
- Se implementará un sistema de normas y regulaciones orientadas a mejorar la eficiencia del mercado y a la valoración de la calidad e inocuidad.
- Se fomentará y fortalecerá la comercialización de productos orgánicos.
- Se traspasará los silos del ex ENAC al sector privado.
- El MAG coadyuvará en la implementación de certificados de depósito, labor que corresponde al sector privado.

Mercado y sistema de comercialización externo:

- Se fortalecerá y difundirá el uso adecuado de herramientas de contingencia como salvaguardias agrícolas, salvaguardias generales, medidas anti dumping, derechos compensatorios y otras con la finalidad de enfrentar situaciones atípicas del comercio internacional.
- Se instaurarán procesos de certificación de calidad, ambiental, social, cultural, denominación de origen y responsabilidad social, entre otras.
- Se crearán las “marcas país” especiales de los productos ecuatorianos para el mercado externo.
- Se ampliará el proceso de apertura comercial de mercados con alto potencial y ventajas para el sector agropecuario.
- El MAG participará activamente en el Directorio del COMEXI en inversiones y comercio exterior.
- Se buscará una mejor coordinación del Ministerio de Agricultura y Ganadería con los agregados comerciales y otras redes o antenas existentes de instituciones públicas y privadas como es la Corporación de Promoción de Exportaciones e Importaciones - CORPEI.
- Se fortalecerán los programas de promoción de exportaciones realizados por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Importaciones - CORPEI y otros organismos.

- Se implementarán las acciones necesarias que permitan cumplir con las normas y requisitos del mercado internacional como es el caso del EUREPGAP en Europa y la Ley de Bio terrorismo en Estados Unidos.
- Se fomentará la incorporación de productos agropecuarios que estén considerados en las redes internacionales de “Comercio Justo”.
- El Ministerio de Agricultura y Ganadería creará y designará los “Consejeros Comerciales Agrícolas” de acuerdo con la cancillería, con la finalidad de establecer nuevos mercados en el exterior.

3. DESARROLLO INTEGRAL DE LAS NACIONALIDADES INDIGENAS, PUEBLOS MONTUBIOS, AFROECUATORIANOS Y AGRICULTORES EN GENERAL.

- Se fomentará el desarrollo socio-económico integral de los agricultores en general: Nacionalidades indígenas, pueblos montubios, afroecuatorianos, a partir del respeto, valoración y aprovechamiento de la riqueza cultural y ambiental a través del impulso a procesos de desarrollo territorial local, a la inserción bajo relaciones equitativas en las cadenas de valor y a la promoción de negocios rurales comunitarios.
- Se diseñará e implementará un Programa Nacional de Desarrollo Territorial Comunitario que integre los diversos proyectos e iniciativas locales que están en ejecución y en coordinación con otros ministerios.
- Se promoverá la creación de centros rurales de capacitación y transferencia tecnológica, debiendo establecerse la prioridad sobre las actividades agropecuarias en el nivel primario, facilitando la vinculación de los agricultores con los colegios técnicos agropecuarios, las universidades y sus extensiones.

4. ASOCIACION DE PRODUCTORES EN CADENAS Y TERRITORIOS.

- Se diseñará e implementará un programa de fortalecimiento de gremios y organizaciones de apoyo a las nacionalidades indígenas, pueblos montubios, afroecuatorianos y agricultores en general.
- Se diseñará e implementará un Programa de Fomento y Consolidación de Empresas Asociativas Rurales - EMAR's y Pymes Agroindustriales.
- Se diseñará e implementará un Programa de Consolidación de los Consejos Consultivos representantes de las principales cadenas agro productivas del sector.
- Se diseñará e implementará un Programa de Fomento de los Consejos de Competitividad Territorial.

5. NORMATIVA Y SISTEMAS DE SANIDAD E INOCUIDAD AGROPECUARIA.

- Se consolidará el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA), como un ente autónomo con personería jurídica, financiera y administrativa que norme, fiscalice y facilite las tareas de exportación e importación, garantizando el status sanitario y la protección de la salud humana.
- Se buscará integrar al Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria al Sistema Nacional de Sanidad e Inocuidad Agropecuaria, a través de procesos de trazabilidad, para lo cual se creará la base jurídica adecuada, que permita poner en funcionamiento dicho subsistema.
- Se protegerá el patrimonio sanitario, mediante la aplicación y control de las normas fito y zoonosanitarias nacionales e internacionales; se mejorarán los estándares de calidad e inocuidad de alimentos a través de una mejor coordinación de las instituciones que conforman el sistema sanitario nacional, con amplia participación del sector privado.
- Se implementarán unidades de alerta y emergencias sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias a nivel nacional.
- Se cumplirán los requisitos básicos para la implementación del sistema de calidad bajo la norma ISO 9000 y 17025 de los laboratorios de diagnóstico de sanidad vegetal.
- Se establecerán laboratorios especializados de control biológico y manejo integrado de plagas y enfermedades.
- Se implementarán unidades de análisis de riesgo de plagas y enfermedades y sistemas de información geográfica bajo el convenio SESA-APHIS.

6. FINANCIAMIENTO, INVERSION Y USO DE SEGUROS PARA EL SECTOR AGROPECUARIO.

Financiamiento:

- Se establecerán programas que permitan incrementar la producción, ampliar las actividades agropecuarias, pequeña industria, artesanía, pesca y microempresa mediante préstamos a plazos e intereses preferenciales, reduciendo el crédito informal.
- Se creará un Fondo de Reactivación Productiva que será implementado a través de las instituciones financieras públicas y privadas.
- Se implantarán nuevas líneas de crédito con amplios plazos y bajo interés dirigidas a financiar actividades de reconversión productiva para cultivos de ciclo corto, anuales y perennes, forestación, repoblación ganadera, pastos, piscicultura, pesca, turismo y artesanía.
- Se crearán incentivos para que la banca privada incursione en el sistema financiero rural para el sector agropecuario.

- Se brindará asistencia técnica y capacitación a pequeños y medianos productores en gestión financiera eficiente de recursos propios, diversificación de instrumentos de inversión y captación de créditos externos. Esta acción se coordinará entre el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional.
- Se fortalecerá las iniciativas rurales de financiamiento existentes.
- Se capitalizará, modernizará y redefinirá el rol del Banco Nacional de Fomento.

Inversión:

- Se priorizará la inversión pública en el sector agropecuario.
- Se canalizarán líneas de inversión de la Corporación Financiera Nacional, el Banco Nacional de Fomento, la Corporación Andina de Fomento y otros organismos nacionales e internacionales para formación bruta de capital fijo para el sector agropecuario.
- Se fomentarán acciones orientadas a la atracción de inversión extranjera con participación de Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones y los gobiernos locales.
- El MAG participará activamente en el Directorio del COMEXI en inversiones y comercio exterior.

Seguros agropecuarios:

- Se crearán sistemas de seguros y reaseguros para disminuir los riesgos de producción, manejo, cosecha y postcosecha, movilización y almacenamiento de cosechas, con cobertura nacional y facilitar el acceso al crédito formal por parte del sector privado.
- Se crearán fondos de garantía para pequeños productores.

7. PRODUCCION Y MERCADOS: DIFUSION E INFORMACION.

Difusión:

- Se creará un sistema de difusión multimedia.
- Se instaurarán centros territoriales de información, cofinanciado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería y los gobiernos locales, con personal especializado en comunicación social para el desarrollo que se adapte a la cultura local de los contenidos del Sistema de Información y de Gestión de Agronegocios.
- Se creará un sistema de gestión de agronegocios, que incluya metodologías y estudios de casos de análisis de cadenas, detalle los mecanismos de fomento de cadenas y territorios,

inteligencia de mercados internos y externos y diagnósticos de exportación vinculados a otros sistemas ya existentes, entre otros.

- Se promocionará y difundirá el uso de sistemas de información geográfica para la gestión y toma de decisiones relacionadas a recursos naturales.

Información:

- Se realizará la zonificación agro-ecológica y económica de los cultivos para apoyar al ordenamiento territorial del sector. Para este fin se facilitará el acceso a planos con información satelital: Planos físicos, territoriales, orográficos, hidrográficos, climatológicos y otros.
- Se inventariará y generará información sobre los recursos naturales.
- Se estructurará un banco de datos cartográficos de las principales variables socioeconómicas de todas las regiones del país a diferentes escalas.
- Se fortalecerán técnicamente las estrategias de manejo y conservación de cuencas hidrográficas y tierras de vocación agropecuarias.
- Se desarrollará un sistema de información para el sector agropecuario, que contemple la actualización ágil y oportuna de las principales variables coyunturales y estructurales del sector, construido sobre bases participativas público-privadas y que atienda los requerimientos de información productiva y de mercados a nivel nacional e internacional.
- Se realizará un seguimiento del Sistema de Información del Sector Agropecuario, el mismo que contempla una base de datos con las principales variables relevantes para el sector. Este sistema deberá ser de fácil acceso y difusión vía Internet para el público en general.

Diálogo y comunicación:

- Se implementará un sistema de comunicación y diálogo para el sector agropecuario ecuatoriano, que se sustente en la difusión multimedia de la información relevante para la gestión de producción y de mercados, en la interconexión vía Internet de los principales actores organizados, y en la sistematización de los diálogos en los consejos consultivos por cadenas y territorios, mesas y foros temáticos, y una asamblea de consejos consultivos.
- Se fortalecerá el diálogo y la resolución de conflictos en los consejos consultivos por cadenas.
- Se establecerán mesas y foros agropecuarios, que serán convocados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, las cámaras de Agricultura y los gobiernos locales, para tratar

temas específicos, que sean transversales a las cadenas, como crédito, marco legal y negociación internacional.

8. INVESTIGACION, TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA Y CAPACITACION AL RECURSO HUMANO.

Investigación:

- Se fortalecerá la investigación agropecuaria a través del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), dotándole de los mecanismos legales adecuados y suficientes para una autonomía real que se reflejará en lo financiero, técnico y administrativo, a fin de que se logre una adecuada articulación entre las investigaciones agropecuarias llevadas adelante por esta institución, el sector privado y centros académicos de enseñanza y de investigación.
- Se buscará fortalecer la investigación agropecuaria mediante, la inversión al menos del 1,5% del PIB agropecuario; se establecerá un financiamiento mínimo para el INIAP, buscando que su presupuesto sea superior al 0,8% del PIB agropecuario.
- El financiamiento necesario para la investigación agropecuaria se buscare a través de fondos concursables de investigación productiva, agroindustrial y de mercado que serían canalizados a través de los gremios actuando como operadores los centros académicos y/o los centros de investigación. Estos fondos se canalizarán a través de la Fundación para la Ciencia y Tecnología (FUNDACYT) y la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT).
- La investigación agropecuaria desarrollada será orientada por la demanda (de cadenas, gremios, campesina, científica, etc.), privilegiando la investigación adaptada sin sacrificar investigación básica.
- Se propenderá a realizar todo tipo de alianzas entre centros de investigación, sean esos nacionales o internacionales, universidades (nacionales, internacionales, públicas, privadas); de tal manera, que la investigación se ejecute mayoritariamente entre entidades cooperantes.
- Se orientará la investigación agropecuaria hacia la consecución de los objetivos del milenio, esto es: Erradicar la pobreza extrema y el hambre y lograr la sostenibilidad del medio ambiente; se privilegiará la generación de tecnologías limpias.
- Se continuará con la generación de nuevas variedades en cultivos priorizados, manejo integrado de cultivos, agricultura de precisión, prestación de servicios de asesoría banco de germoplasma y de laboratorio.
- Se promoverá el uso de material genético mejorado y de calidad en el campo agrícola y pecuario para el mejoramiento de la productividad.
- Se promoverá la creación de empresas productoras de semillas que abastezcan de este insumo en zonas de ventaja competitiva.

- EL INIAP fortalecerá la investigación en agua y sistemas de riego.
- A través del Programa Nacional Forestal deL INIAP, se fomentará el cultivo de especies forestales nativas de interés maderero del bosque tropical seco, así como también, se desarrollará sistemas agroforestales del trópico húmedo con especies nativas e introducidas en la región amazónica y el litoral ecuatoriano.

Transferencia de tecnología:

- Se implementarán foros regionales de innovación tecnológica, convocados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, universidades, centros de investigación, operadoras; para conocer, difundir, intercambiar las mejores innovaciones a nivel regional, con premios individuales y estímulos colectivos.
- Se organizará y promocionarán la Feria Nacional de la Innovación en el Sector Agropecuario y Rueda de Negocios, con los mejores resultados de los foros regionales y con invitados internacionales, con un tema especial por año y premios especiales.
- Se fortalecerá la transferencia de tecnología teniendo como base la capacitación a grupos de agricultores organizados, la transferencia de tecnología y la capacitación deberá ser ejecutada entre grupos de beneficiarios entidades especializadas, universidades y el estado que las financia.

Capacitación:

- Se promocionará el fondo total a través del cual el Instituto Nacional de Capacitación Campesina (INCCA) hace posible el financiamiento de los cursos de capacitación y transferencia de tecnología.

9. MANEJO Y CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES.

Recursos hídricos:

- Se incrementará la superficie bajo riego.
- Se impulsará la protección, conservación, manejo y preservación de fuentes, cauces superficiales y subterráneos y áreas productoras de agua, para los diferentes usos, especialmente el agua para consumo humano y el riego.
- Se mejorarán los canales de riego a nivel nacional para la utilización racional del recurso hídrico.
- Se estudiarán y construirán presas pequeñas de tierra en las regiones costa y sierra.

- Se incorporará a la gestión el sector privado y éste deberá participar en todas las fases de la gestión: planificación, identificación de proyectos, ejecución, administración, operación y mantenimiento en riego.
- Se consolidará y extenderá a todos los regadíos públicos la transferencia y administración de los sistemas de riego a las juntas de regantes.

Recursos naturales:

- Se defenderá a los recursos naturales renovables como la flora y la fauna, sin descuidar los recursos como el agua y los suelos agrícolas. Se reforzará la preservación de especies nativas.
- Se promoverán programas de reforestación en las cuencas hidrográficas existentes, con el fin de preservarlas para asegurar la provisión de agua para los próximos años y proteger la erosión de los suelos.
- En previsión de las posibles sequías y heladas, se forestarán con especies nativas las partes altas de las cuencas hidrográficas a nivel nacional, mediante el sistema de agroforestería y silvopastoril.
- El Ministerio de Agricultura y Ganadería coordinará con el Ministerio del Ambiente todos los planes, programas y proyectos que tienen una incidencia ambiental.

Recurso agroforestal:

- En materia forestal, se obtendrá la competencia del Ministerio del Ambiente para los bosques sembrados.
- Se establecerán programas nacionales de investigación, validación y transferencia de tecnología agroforestal, capacitando a los diferentes actores de la cadena en el manejo sostenible de los recursos naturales.
- Se priorizará la investigación en silvicultura de especies nativas con potencial comercial como mejoramiento genético, detección y tratamiento de enfermedades, planes de fertilización y otros.
- Se promoverá la certificación agroforestal.
- Se compatibilizarán los objetivos del Plan Nacional Forestal con los del Plan Nacional Agroforestal.

10. TITULACION Y REGULARIZACION DE TIERRAS.

Institucionales:

- En coordinación con el Ministerio del Ambiente se estudiará una posible redefinición de las áreas y reservas naturales con el fin de identificar áreas de uso agropecuario potencial.
- Se revisará y actualizará el inventario de tierras disponibles para la producción agropecuaria en el país.
- Se implementará y actualizará un sistema de información sobre titulación de tierras con el objeto de realizar un ordenamiento territorial, mediante una red informática que permita el seguimiento oportuno de los trámites de adjudicación que transparente el proceso evitando las demoras.
- Se establecerá un Sistema de Información Geográfica (SIG), enlazado a una base de datos y su retroalimentación será el Registro Nacional de Tierras con un software especializado que registre los datos geo-referenciales y rechace la duplicidad de los mismos.

De adjudicación de tierras:

- Se adjudicarán, a efectos de conservar el medio ambiente y lograr el desarrollo sustentable las tierras de patrimonio del Instituto Nacional de Desarrollo Agrario cubiertas con bosque nativo, ecosistemas frágiles y cuencas hidrográficas, cuando el plan de manejo permita técnica y socialmente la preservación del ecosistema y sea aprobado por el Ministerio de Ambiente.
- Se limitará el número de predios y superficie a adjudicarse con fines de evitar el acaparamiento de la tierra, de acuerdo a leyes vigentes y condiciones de cada región.

11. COOPERACION INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR AGROPECUARIO.

- Se establecerá un mecanismo de diálogo y coordinación con la cooperación internacional.
- Se identificarán y priorizarán las necesidades de cooperación de corto, mediano y largo plazo.

12. APOYO A PRODUCTOS SENSIBLES DEL SECTOR AGROPECUARIO.

Areas de acción transversal:

- Se revisará, actualizará y reformará el marco jurídico para el establecimiento de los centros, consejos y unidades que actuarán en pro del sector agropecuario, comenzando por la creación del Centro de Políticas Agropecuarias; basado en el concepto de enfoque territorial que contenga los elementos de transformación productiva y cambio institucional.

- Deberá promulgarse la “Ley de Fomento y Desarrollo para el Sector Agropecuario, Ambiental y Alimentaria” que tenga los siguientes reglamentos: Sanidad animal, Sanidad vegetal, semillas, forestación y conservación de áreas naturales y silvestres, aguas, fondo de comercialización, productos cárnicos, productos lácteos, fondo de desarrollo gremial, defensa profesional, certificación de productos orgánicos, productos genéticamente modificados-GM, comunas, fomento agropecuario, reforma agraria, estimulación, control y comercialización de productos genéticamente modificados.

Comuníquese y publíquese.- Dado en la ciudad de Quito, a 15 de agosto del 2006.

f.) Ing. Agr. Pablo Rizzo Pástor, Ministro de Agricultura y Ganadería.

Ministerio de Agricultura y Ganadería.- Es fiel copia del original.- Lo certifico.- f.) Director de Gestión de Desarrollo Organizacional MAG.- Fecha 16 de agosto del 2006.

Nole Tandazo, Secretaria General (E).

Anexo 35



**Planta de Cacao Endémica del oriente Ecuatoriano
(Valle del río Upano)**

Anexo 36



1 Planta de caco nacional

Anexo 37



Mazorca de caco nacional



Tipo de fruto con características de criollo



**Tipo de fruto baracao
con características cacao de montaña**



Corte de baracao



**Fruto tipo amazónico denominado
pentagonal**



Forma del fruto amelonado y angoleta. Dos tipos de fruto, dos calidades desde el punto de vista de la genética



Cosechar solamente las mazorcas sanas y maduras



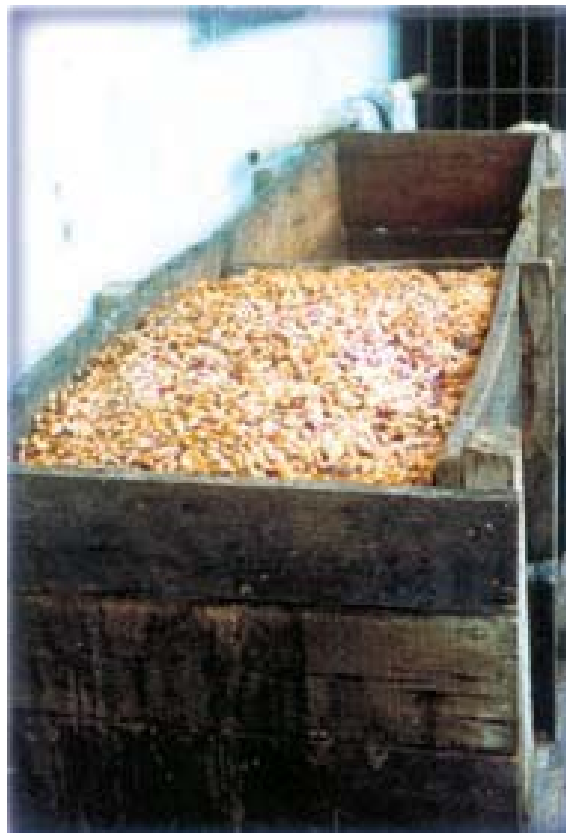
Almendras de color claro del tipo criollo y de color violeta del tipo forastero



Granos o semillas de cacao unidos a la placenta



Recolección de cacao en canasta



Fermentación en cajón doble



Fermentador tipo barril



**Barril fermentador y secador
tipo elba**



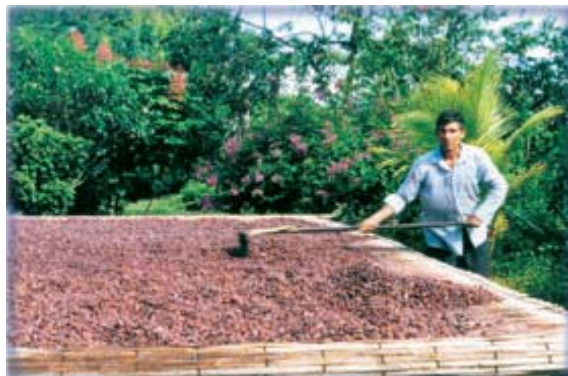
Granos medianamente fermentados



Granos bien fermentados, vista interna en grano partido y grano entero



Secador tipo elba, con carros corredizos



**Remoción de la masa para uniformizar el secado
Secado en paseras.**

Anexo 38





Producción de Cacao en la Parroquia Morapungo