



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DEL SISTEMA DE
COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ PRODUCIDO EN EL CANTÓN
PEDRO CARBO, PROVINCIA DEL GUAYAS.**

TUTOR

ING. RUBEN DARÍO PAZ MORALES Mg.

AUTOR

ERIKA STEFANIA RODRÍGUEZ LARA

GUAYAQUIL

2021

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis socioeconómico del sistema de comercialización del maíz producido en el cantón Pedro Carbo, provincia del Guayas.		
AUTOR/ES: Erika Stefanía Rodríguez Lara	REVISORES O TUTORES: Paz Morales Rubén Darío	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil	Grado obtenido: Economista	
FACULTAD: Facultad de Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Economía	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2021	N. DE PAGS: 114	
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y del comportamiento		
PALABRAS CLAVE: Agricultura, Política de precios, Producción agrícola, Planificación Estratégica.		
RESUMEN: <p>El Ecuador es un país que dispone de zonas geográficas valiosas para la producción agrícola, lo cual se ve representado en el aporte económico que genera la agricultura en el PIB del país. El cantón Pedro Carbo, ubicado en la provincia del Guayas, es una localidad que tiene como actividades principales la Agricultura, el comercio y la ganadería, y uno de los productos estrella es el maíz.</p> <p>Si bien es cierto, el cantón Pedro Carbo es uno de los principales productores de maíz amarillo duro de la zona, también lo es que las personas que se dedican a dicha actividad tienen muchas limitaciones que les impide obtener un beneficio económico acorde a la labor que realizan y a la calidad del producto que venden.</p> <p>Es por ello que surge la idea de realizar una investigación que exponga las falencias existentes en el modelo de comercialización de maíz amarillo duro que se utiliza actualmente en el cantón Pedro Carbo. De tal manera se podrá evidenciar los errores a corregir, y aportar con el crecimiento de ese sector económico.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web)		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Erika Stefanía Rodríguez Lara	Teléfono: 0980552262	E-mail: erodriguezl@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p><u>Mg. Diana Almeida Aguilera</u> Decana Facultad Ciencias Sociales y Derecho Teléfono: 2596500 Ext. 250 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec</p> <p><u>Econ. Rosa Salinas Heredia</u> Directora de Carrera Teléfono: 2596500 Ext. 226 Directora de Economía E-mail: rsalinash@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Tesis completa

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

3%

2

www.cit.org.ec

Fuente de Internet

2%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 2%

Excluir bibliografía

Activo

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada Erika Stefania Rodríguez Lara, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Análisis socioeconómico del sistema de comercialización del maíz producido en el cantón Pedro Carbo, provincia del Guayas, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Erika Stefania Rodríguez Lara

Autora

Firma: *Erika Rodríguez Lara*

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Análisis socioeconómico del sistema de comercialización del maíz producido en el cantón Pedro Carbo, provincia del Guayas, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Análisis socioeconómico del sistema de comercialización del maíz producido en el cantón Pedro Carbo, provincia del Guayas, presentado por la estudiante Erika Stefanía Rodríguez Lara como requisito previo, para optar al Título de Economista, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



PAZ MORALES RUBEN DARÍO

C.C. 0917278012

AGRADECIMIENTO

A dios por darme salud, sabiduría y haberme permitido llegar hasta este momento muy importante.

A mis padres porque gracias a todos sus esfuerzos pude seguir preparándome y son mi motor y mi inspiración para seguir adelante.

A mis profesores y tutor de proyecto por tener toda la paciencia en este largo proceso.

Y como no a mis 3 mejores amigas que estuvieron en todo momento de mi carrera universitaria.

DEDICATORIA

A mis padres y mi abuelito Manuel Lara por ser mi apoyo incondicional en toda esta trayectoria, porque todo lo que soy se los debo a ellos ya que me supieron inculcar la importancia de seguir preparándome.

ÍNDICE GENERAL

1.1. Tema	5
1.2. Planteamiento del Problema	5
1.3. Formulación del Problema.....	7
1.4. Sistematización del Problema.....	7
1.5. Objetivo General.....	8
1.6. Objetivos Específicos	8
1.7. Justificación	8
1.8. Delimitación del Problema	10
1.9. Hipótesis de la investigación	11
1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad.	12
CAPÍTULO 2.....	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1. Marco Teórico.....	13
2.1.1. Estado del Arte.....	13
2.2 Marco teórico referencial.....	16
2.2.1. Teoría de Precios	16
2.2.2. Teoría de mercado de productos agrícolas	18
2.2.3. Teoría Económica	19
2.2.4. Teoría de Mercado	21
2.3. Marco Conceptual.....	22

2.3.1. Sector Agrícola del Ecuador	22
2.3.2. Maíz Amarillo Duro.....	25
2.3.3. Cadena de Intermediación	27
2.4. Marco Legal	34
2.4.1. Constitución Política del Ecuador.....	34
2.4.2. Plan Nacional de Desarrollo	35
2.4.3. Ley de Desarrollo Agrario	36
2.4.4. Reglamento de Comercialización de Maíz Amarillo Duro	37
CAPÍTULO 3.....	41
MARCO METODOLOGICO.....	41
3.1. Metodología	41
3.2. Tipo de investigación.....	41
3.3. Enfoque	43
3.4. Técnicas e instrumentos.....	43
3.5. Población	44
3.6. Muestra	45
3.7. Análisis de Resultados	46
3.7.1. Resultados de las encuestas	46
3.7.2. Resultados de las entrevistas.....	59
3.7.3. Informe Final	66
CAPÍTULO IV	69
LA PROPUESTA	69

4.1. Análisis Situacional de la Comercialización de Maíz Duro Amarillo en Pedro Carbo.	69
4.1.1. Análisis Demográfico y Social	69
4.1.2. Análisis de Producción	75
4.2. Plan de Mejoramiento para la comercialización de Maíz en Pedro Carbo.	79
4.2.1. Análisis FODA	79
4.2.2. Estrategias del FODA	80
4.2.3. Planeación Estratégica	81
4.3. Presupuesto	86
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES.....	88
Bibliografía	89

Índice de Tablas

Tabla 1. Estado del Arte: Producción de maíz y su aporte al crecimiento del cantón Pedro Carbo	13
Tabla 2. Estado del Arte: Análisis del sistema de comercialización de la producción de maíz para mejorar los ingresos de los pequeños productores del recinto Aguas Frías de Medellín.	14
Tabla 3. Estado del Arte: Incidencia en la cadena de intermediación en la comercialización de maíz y frejol en la parroquia Sabanilla cantón Pedro Carbo	15
Tabla 4. Compradores de la producción agrícola del Ecuador	25
Tabla 5. Género.....	46
Tabla 6. Edad	47
Tabla 7. Disposición de Tierras	48
Tabla 8. Años de Actividad	49
Tabla 9. Tipo de apoyo gubernamental recibido	50
Tabla 10. Principal limitante para producir maíz amarillo duro.....	51
Tabla 11. Principal problema para vender el producto	52
Tabla 12. Frecuencia con la que comercializa el producto.....	53
Tabla 13. Canal de comercialización utilizado	54
Tabla 14. Principal problema al utilizar su canal de comercialización.....	55
Tabla 15. Cumplimiento del precio oficial	56
Tabla 16. Frecuencia de control de precios	57
Tabla 17. Tipo de acciones que necesitan como productores.....	58
Tabla 18. Población del Cantón Pedro Carbo	69
Tabla 19. Análisis FODA	79
Tabla 20. Estrategias del análisis FODA	80

Tabla 21. Plan Estratégico	82
Tabla 22. Presupuesto	86

Índice de Figuras

Figura 1. Constitución del Sector Agropecuario del Ecuador	24
Figura 2. Fórmula para calcular la muestra de poblaciones finitas.....	45
Figura 3. Cálculo de la muestra	45
Figura 4. Género	46
Figura 5. Edad.....	47
Figura 6. Disposición de Tierras.....	48
Figura 7. Años de actividad	49
Figura 8. Tipo de apoyo gubernamental recibido	50
Figura 9. Principal limitante para producir maíz amarillo duro	51
Figura 10. Principal problema para vender el producto.....	52
Figura 11. Frecuencia con la que comercializa el producto.....	53
Figura 12. Canal de Comercialización utilizado.....	54
Figura 13. Principal problema al utilizar el canal de comercialización	55
Figura 14. Cumplimiento del precio oficial	56
Figura 15. Frecuencia de control de precios	57
Figura 16. Acciones que necesitan como productores.....	58
Figura 17. Ubicación Geográfica del Cantón Pedro Carbo	70
Figura 18. Uso y Cobertura de Agricultura en el Cantón Pedro Carbo	71
Figura 19. Superficie Cosechada de maíz duro en Ecuador 2014 – 2019	76
Figura 20. Volumen de Producción de maíz duro	77

RESUMEN

El Ecuador es un país que dispone de zonas geográficas valiosas para la producción agrícola, lo cual se ve representado en el aporte económico que genera la agricultura en el PIB del país. El cantón Pedro Carbo, ubicado en la provincia del Guayas, es una localidad que tiene como actividades principales la Agricultura, el comercio y la ganadería, y uno de los productos estrella es el maíz.

Si bien es cierto, el cantón Pedro Carbo es uno de los principales productores de maíz amarillo duro de la zona, también lo es que las personas que se dedican a dicha actividad tienen muchas limitaciones que les impide obtener un beneficio económico acorde a la labor que realizan y a la calidad del producto que venden.

Es por ello que surge la idea de realizar una investigación que exponga las falencias existentes en el modelo de comercialización de maíz amarillo duro que se utiliza actualmente en el cantón Pedro Carbo. De tal manera se podrá evidenciar los errores a corregir, y aportar con el crecimiento de ese sector económico.

Palabras Clave: Agricultura, Política de precios, Producción agrícola, Planificación Estratégica.

ABSTRACT

Ecuador is a country that has valuable geographical areas for agricultural production, which is represented in the economic contribution that agriculture generates in the country's GDP. The Pedro Carbo canton, located in the Guayas province, is a town whose main activities are Agriculture, commerce and livestock, and one of the star products is corn.

Although it is true, the Pedro Carbo canton is one of the main producers of hard yellow corn in the area, it is also true that the people who dedicate themselves to this activity have many limitations that prevent them from obtaining an economic benefit according to the work they do. they already realize the quality of the product they sell.

That is why the idea arose to carry out an investigation that exposes the existing shortcomings in the hard yellow corn marketing model that is currently used in the Pedro Carbo canton. In this way, the errors to be corrected will be evidenced, and contribute to the growth of that economic sector.

Key Words: Agriculture, Price Policy, Agricultural Production, Strategic Planning.

INTRODUCCIÓN

La producción agrícola es, a nivel mundial, un ámbito de gran importancia ya que no solo forma parte esencial para cubrir la demanda interna en cuanto a alimentación se refiere, sino que además sirve como sustento para otras industrias relacionadas que utilizan dichos productos como materia prima. A nivel nacional, la agricultura es la base tanto de la alimentación como de la economía del país, ya que no solo provee recursos naturales para la población sino que además genera fuentes de empleo e ingresos a través de su comercialización.

En Ecuador, el sector agrícola aporta con el 8% al Producto Interno Bruto, y genera más de 2,2 millones de puestos de trabajo. El Estado, conscientes de la importancia de dicho sector para la economía del país, ha optado por brindar mecanismos de apoyo tales como la redistribución de hectáreas a pequeños y medianos productores, y la titulación de terrenos a favor de comunas, pueblos y nacionalidades, con el fin de potencializar dicha rama de la producción nacional.

La producción agrícola contempla muchos ámbitos y productos, pero en este caso se dará un enfoque específico al maíz amarillo duro, producto que hasta mediados de la década de los 90's estaba orientado a pequeños agricultores, generalmente a lo largo de la costa ecuatoriana, ya que más que una actividad productiva ha sido considerada una herencia ancestral para los habitantes de dicha región y una fuente de reserva alimenticia para el país.

El objetivo en primera instancia era producir para abastecer la demanda interna, y luego se dio la oportunidad de vender el excedente. En esa época, la industria de balanceados que es una de las principales relacionadas, importaba el maíz que utilizaba como materia prima ya que no le alcanzaba con la producción interna. Generalmente a siembra se realizaba con semilla nacional reciclada. Entonces, no era un sector desarrollado, pero a través de los años fue creciendo de acuerdo a las oportunidades que se abrían para los agricultores inmersos en esa actividad.

Actualmente el maíz es uno de los principales productos agrícolas del país, y a pesar de representar el 8% del aporte al PIB, se ha constituido como una de las bases fundamentales para las cadenas productivas internas, siendo el principal componente para el balanceado para diversas aves, ganado, porcinos y camarón. De allí su importancia en cuanto a la debida producción y comercialización, tanto para los productores como para los compradores de dicho grano.

En el cantón Pedro Carbo, la producción y comercialización del maíz es realmente una actividad tradicional, ya que desde hace varias décadas ha sido parte del motor económico de la localidad, sin embargo, ha presentado desde siempre muchos inconvenientes relacionados no solo con el escaso apoyo gubernamental para su desarrollo, sino también con la ausencia de un adecuado control de precios por parte de los entes reguladores.

Es por ello que nació la idea de realizar este proyecto, ya que se pudo ver la necesidad que existe en el sector productor de maíz amarillo duro para vencer las

diversas barreras que impiden alcanzar todo su potencial y seguir una línea de crecimiento continuo. Para ello se debe realizar una indagación exhaustiva que incluya una aproximación a las fuentes primarias de información. Este trabajo pretende cumplir con el objetivo de analizar dichas limitaciones y plantear maneras de resolverlas.

Este trabajo está segmentado en cuatro capítulos:

En el primer capítulo se exponen en detalle la problemática en la que se sustenta esta investigación, las diversas falencias y limitaciones a las que tienen que enfrentarse día a día los productores de maíz amarillo duro en el cantón Pedro Carbo, y los lineamientos a seguir para el desarrollo del proyecto.

En el segundo capítulo se analizan cada uno de los fundamentos teóricos que están directamente relacionados con la producción de maíz, su aporte a la economía, el sector en general y la comercialización dentro de la localidad.

En el tercer capítulo se realizará un estudio de campo para analizar la problemática existente utilizando como guía un diseño metodológico de carácter descriptivo y de campo, con la ayuda de técnicas como la encuesta, entrevista y la observación documental. Todo ello con el afán de entender la situación actual de dicho sector económico.

Por último, en el cuarto capítulo se realizará un informe final en el que se detalle los hallazgos encontrados en la investigación, las conclusiones fundamentadas en ellos, y las recomendaciones pertinentes.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

"Análisis socio-económico del sistema de comercialización del maíz producido en el Cantón Pedro Carbo, provincia del Guayas."

1.2. Planteamiento del Problema

Ecuador ha convertido al comercio y la agricultura en dos grandes fuentes de generación de ingresos, de tal manera que son fundamentales en el dinamismo de su economía. En el caso de la agricultura su utilidad va mucho más allá ya que es un mecanismo para satisfacer las necesidades de alimentación de la población. Aunque en el país la economía agrícola ha sido de gran importancia para el desarrollo de la matriz productiva, su calidad de exportador de petróleo la ha desplazado como principal fuente de ingresos, provocando que exista una emigración de mano de obra del campo a la ciudad.

La economía agrícola busca satisfacer la demanda de productos básicos tanto para el consumo local como internacional. En el caso específico del maíz lleva, éste conlleva un proceso de producción manual debido a que es de fácil desarrollo. En el Ecuador dentro de los distintos tipos de maíz que produce tiene un maíz amarillo duro, el mismo que es de excelente calidad por lo que permite la elaboración de alimentos balanceados que van dirigido al proceso de las industrias

así como también al consumo. Este tipo de maíz contiene altos estándares de fibra y carbohidratos además de un alto nivel en la molienda.

Al contar Ecuador con condiciones climáticas favorables para la producción maicera, puede exportar dicho producto para satisfacer la demanda de países como Colombia. Es en la etapa invernal en la que se da la mayor producción de maíz. La calidad del grano de maíz para el consumo humano está asociada tanto con su constitución física, que determina la textura y dureza, como con su composición química, que define el valor nutricional y las propiedades tecnológicas. Los mercados son cada vez más exigentes y se interesan por el contenido de proteínas, aminoácidos, almidón, aceites y demás componentes.

La comercialización de maíz en el cantón Pedro Carbo tiende a enfrentar una serie de dificultades las cuales hacen que el precio del producto varíe, tales como: la distancia, la infraestructura vial, costos de transporte, entre otros. Otro componente que provoca la variación en el precio del maíz es la calidad del producto, al igual que las redes de intermediarios existentes en el cantón, sin dejar de mencionar el hecho de que no todos los agricultores poseen vehículos de carga para transportar el producto.

Muchas de los productores de maíz obtienen tan solo el 30% del beneficio esperado, los intermediarios sin embargo reciben el 70 % de beneficio y los consumidores son los que reciben el producto final. Es por todo lo mencionado que surge la idea de desarrollar este proyecto, a través del cual se podrá diagnosticar la situación actual del comercio de maíz en el cantón Pedro Carbo,

sus limitaciones, las oportunidades del sector, en base a ello proponer mecanismos que les permita a los productores de la localidad alcanzar mayores beneficios al comercializarlo. Para ello se pueden considerar opciones como la regulación de precios.

1.3. Formulación del Problema

¿Cuáles son las principales limitaciones o problemas que existen actualmente en la comercialización del maíz en el cantón Pedro Carbo?

1.4. Sistematización del Problema

Considerando el problema que da origen a este proyecto, y conociendo las limitaciones existentes en el cantón Pedro Carbo para la comercialización de maíz, surgen las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los actores que intervienen en la comercialización de maíz en el cantón Pedro Carbo?
- ¿Se acogen los comerciantes a la normativa vigente para el expendio de maíz?
- ¿Qué tipo de incentivos gubernamentales reciben los productores de maíz?
- ¿Qué tipo de oportunidades tienen los productores de maíz en el cantón Pedro Carbo?
- ¿Se ha realizado algún programa o proyecto en la localidad para potencializar la producción y comercialización de maíz en el cantón?

1.5. Objetivo General

Analizar las dificultades de la comercialización del maíz en el Cantón Pedro Carbo Provincia Del Guayas.

1.6. Objetivos Específicos

- Investigar los fundamentos teóricos relacionados con la producción y comercialización de maíz.
- Proponer un marco metodológico adecuado para analizar la problemática detectada en la comercialización de maíz.
- Realizar un análisis de la situación socio-económica de los comerciantes de maíz del cantón Pedro Carbo.
- Identificar la cadena de producción y comercialización del maíz en el cantón Pedro Carbo.
- Elaborar un plan de mejoramiento para la comercialización de maíz producido en el cantón Pedro Carbo.

1.7. Justificación

En épocas pasadas el aporte de la agricultura dentro del ámbito económico solamente se asociaba al hecho de generar fuentes de empleo, pero a medida de que han ido evolucionando los criterios de análisis económico, se le ha ido dando mayor prioridad a las políticas para detener el descenso de precios dentro del ámbito de la producción agrícola, con la finalidad de que los productores alcancen la rentabilidad merecida por su labor (FAO, 2016).

Es indispensable citar a Johnston & Mellor (1972), quienes fueron unos de los pioneros en dicho ámbito y proporcionaron una visión mucho más integral al análisis del proceso agrícola, ya que afirmaban que era indispensable la creación de políticas que estén enfocadas en favorecer a los pequeños agricultores,

incluyendo dos aspectos básicos: la importancia del incremento de la productividad con el uso de tecnología de acuerdo a cada fase del proceso, y gravar al sector mediante la aplicación de políticas de precios.

Leiva (2019) afirma que la agricultura es la industria más importante a nivel mundial ya que es la responsable de alimentar a siete mil millones de personas de nuestro planeta, incluso con las actuales condiciones naturales que no son las más idóneas para el desarrollo de dicho sector productivo. Es así que se considera al sector agrícola como el principal aliado del desarrollo de la humanidad, tanto de manera práctica como en el aspecto económico.

Siendo la agricultura una actividad de gran relevancia a nivel nacional, está debidamente regulada por entidades gubernamentales como el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Este organismo es el que vela por el debido cumplimiento de las actividades de dicho sector, y mediante el Acuerdo N° 134 establece el Reglamento de Comercialización del Maíz Amarillo Duro, a través del cual considera el establecimiento de precios domésticos, la producción, absorción, y las medidas de prevención para cada uno de los actores de la cadena productiva de dicho producto.

En enero del año 2020 se realizó una nueva fijación de precios para el maíz amarillo duro. Se determinó mediante una reunión entre el Ministerio de Agricultura y Ganadería y representantes del sector maicero, que el saco de 100 libras costará \$14,60. Este precio es incluso menor que el del año anterior, ya que

para el 2019 se había fijado el precio del maíz en \$15,25 (Diario El Universo, 2020).

El cantón Pedro Carbo es una localidad que vive del comercio y de la agricultura, sus habitantes han crecido bajo una cultura de emprendimiento independiente ya que al desarrollarse en un contexto geográficamente pequeño, se busca constantemente el crecimiento económico a base de ofrecer productos que demanda la sociedad. El sector agrícola es un eje fundamental para ese efecto, ya que genera ingresos para las familias productoras como para los demás actores intervinientes en la cadena de distribución.

Es por ello que se mediante este proyecto se busca mejorar los procesos de comercialización que conforman este sector productivo de la localidad, mediante la propuesta de mecanismos que aseguren un precio justo para los productores y para los demás eslabones de la cadena de distribución, ya que no solo sirve como fuentes de ingresos para las personas que están inmersas en él, sino que además se constituye como uno de los factores claves para aportar al sistema económico local.

1.8. Delimitación del Problema

Delimitación Contextual.- Este trabajo tomará como contexto al sector de la producción y comercialización del Maíz Amarillo Duro que se desarrolla en el cantón Pedro Carbo, ya que en él se incluyen tanto productores agrícolas,

intermediarios, distribuidores y clientes finales, así como las entidades gubernamentales que regulan esa actividad.

Delimitación espacial.- El Cantón Pedro Carbo se encuentra a 63 km. de Guayaquil. Representa el 6.1% de la provincia de Guayas es decir casi 0.9 mil Km², parte de su territorio está influenciado por su bosque seco tropical, lo que permite que comparta especies del bosque tumbesino, ecosistema de importancia en el contexto internacional por la diversidad de flora y fauna que se encuentra en él.

Delimitación temporal: Este proyecto de investigación se desarrollará en un lapso de 12 meses y se fundamentará en el análisis de cifras y transacciones comerciales del año 2019.

Objeto del análisis: Como objeto de estudio se tomará al sector agrícola del cantón Pedro Carbo. Producto: Maíz Amarillo Duro.

1.9. Hipótesis de la investigación

A través de un análisis integral de la comercialización de maíz en el cantón Pedro Carbo, se podrá conocer las falencias y limitaciones de los productores, en base a lo cual se podrá proponer un plan de mejoramiento que beneficie tanto a productores como comercializadores del sector.

1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad.

El trabajo de investigación se apoya en las siguientes líneas de investigación:

- Línea 2 de investigación institucional: La Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.
- Línea de investigación de la facultad: El Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Estado del Arte

Tabla 1.

Producción de maíz y su aporte al crecimiento del cantón Pedro Carbo

Título:	“Producción de maíz y su aporte al crecimiento en el cantón Pedro Carbo período 2004 – 2013”	Institución:	Universidad De Guayaquil
Año:	2021	País:	Ecuador
Autor:	Silvia Yuliana Fienco Vargas	Tema Principal:	Producción de maíz y su aporte al crecimiento del cantón Pedro Carbo
Resumen de la Investigación			
Problema:	La comercialización de Maíz Amarillo Duro enfrenta grandes limitaciones para los productores agrícolas cantonales, a causa de muchas variables que provocan que el precio varíe tales como la distancia entre el productor y los compradores, a infraestructura vial, los costos de transporte y la intermediación, ésta última debido a que no existe una empresa pública que facilite la compra del producto.		
Metodología	Como metodología se utilizó el análisis documental y diversas herramientas de análisis que permitieron determinar los índices de comercialización de maíz en el cantón Pedro Carbo, las formas de expendio y las principales limitaciones del sector agrícola.		
Resultados	Como resultado de la investigación se obtuvo que el principal problema en la comercialización del maíz amarillo duro es la intermediación y que para darle solución se precisa del apoyo gubernamental en el aspecto financiero y como ente regulador.		
Conclusión	Se concluyó que el sector agrícola es una de las fuentes principales de ingreso de la localidad, y siendo el maíz amarillo duro uno de los productos de mayor comercialización es preciso tomar acciones correctivas oportunamente, una de las cuales sería que la Unidad Nacional Agrícola les proporcionara medios de transporte para movilizar el producto de tal manera que no se vean en la necesidad de incurrir en la intermediación.		

Fuente: Fienco (2015)

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Tabla 2.

Análisis del sistema de comercialización de la producción de maíz para mejorar los ingresos de los pequeños productores del recinto Aguas Frías de Medellín.

Título:	“Análisis del sistema de comercialización de la producción de maíz para mejorar los ingresos de los pequeños productores del recinto Aguas Frías de Medellín, provincia de Los Ríos”	Institución:	Universidad Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Año:	2021	País:	Ecuador
Autor:	Peña Sánchez, Neiva Andrade Rodríguez, Eddy	Tema Principal:	Análisis del sistema de comercialización de la producción de maíz
Resumen de la Investigación			
Problema:	El problema principal de este estudio es las marcadas discrepancias de los productores de maíz amarillo duro de la zona al momento de comercializarlo y la falta de regulación de precios.		
Metodología	Se aplicó un estudio de campo el cual implicó el uso de fichas técnicas a través de las cuales se determinó la forma y proceso en que se realiza la comercialización del maíz.		
Resultados	A través de la recolección de evidencias se constató que los productores de maíz amarillo carecen de asesoría no solo en el sentido de los lineamientos de producción, sino que en lo que respecta a la comercialización están en una posición de desventaja total ya que no se les da ni la capacitación relacionada con las estrategias de negociación del producto, ni la debida protección gubernamental en el establecimiento de precios justos.		
Conclusión	Se concluyó que los productores de maíz amarillo duro requieren de capacitación en el proceso de comercialización de su producto y la mejora en el manejo de tiempos de entrega de cosecha para no caer en las exigencias de los intermediarios que son los que les compran a bajo precio.		

Fuente: Peña & Andrade (2017)

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Tabla 3.

Incidencia en la cadena de intermediación en la comercialización de maíz y frejol en la parroquia Sabanilla cantón Pedro Carbo

Título:	“Incidencia en la cadena de intermediación en la comercialización de maíz y frejol en la parroquia Sabanilla cantón Pedro Carbo”	Institución:	Universidad Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Año:	2021	País:	Ecuador
Autor:	Cantos Bueno, Guido Jandry	Tema Principal:	Incidencia en la cadena de intermediación en la comercialización de maíz y frejol en la parroquia Sabanilla cantón Pedro Carbo
Resumen de la Investigación			
Problema:	Dificultades durante el proceso de distribución del maíz que producen los agricultores, lo cual repercute directamente en las posibilidades de alcanzar una mayor rentabilidad.		
Metodología	Se utilizó la investigación experimental apoyada en los métodos cualitativo – cuantitativo, bibliográfico y estadístico para analizar el contexto real del problema.		
Resultados	Se determinó que el canal de distribución más utilizado por los agricultores es la intermediación y que la mayoría de los agricultores no conocen las ventajas de la comercialización directa.		
Conclusión	Concluyó que el canal de expendio más utilizado en dicha zona para la comercialización de maíz amarillo duro es la indirecta o denominada también “por intermediarios”, y que los agricultores no tienen conocimiento sobre los beneficios de la comercialización directa, siendo un aporte importante para este trabajo ya que se basa fundamentalmente en las falencias que tienen los productores agrícolas de dicho producto.		

Fuente: Cantos (2018)

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

2.2 Marco teórico referencial

2.2.1. Teoría de Precios

Sánchez (2018) define a la Teoría de Precios como aquella que determina el valor monetario relativo de un bien o servicio de consumo final, entendiendo como relativo al precio del producto respecto a precio de otros productos de igual o similar característica (p.2).

Desde el origen de la economía como tal, la teoría de precios representaba el punto más importante para los entendidos en la materia, y de hecho por muchos años se consideró como uno de los factores determinantes para el estudio de la ciencia. Las diversas concepciones de la disciplina que estudiaba el desarrollo económico se centraban básicamente en el valor monetario de un producto (Sánchez F. , 2018).

La evolución constante del mundo empresarial ha generado cambios en la concepción teórica del valor de los productos, hecho por el que la teoría de precios ha pasado a formar parte de otras teorías tales como la del producto o la de ingresos nacionales; sin embargo, ello no quiere decir que haya perdido valor o importancia sino que se la estudia desde una perspectiva mucho más amplia contemplando factores directamente relacionados con el bien o servicio (Sánchez F. , 2018).

La microeconomía y la macroeconomía son las dos grandes ramas que se estudian en la ciencia moderna. La primera es propiamente la teoría del precio, y consiste en el estudio exhaustivo de las materias que directa o indirectamente tienen relación con la formación del precio del producto. La esencia de la microeconomía es la que formuló Marshall (2005) con el aporte teórico de otros autores.

Entre la macroeconomía y la microeconomía existe una indudable interdependencia constante, como por ejemplo que ninguna de las dos, por sí solas, puede explicar a cabalidad la actividad económica por completo. Es decir, permiten analizar la economía desde dos puntos de vista diferentes, que no se contradicen sino que se complementan entre sí. Desde esos dos ámbitos permiten alcanzar una comprensión absoluta de la forma en que el sistema económico sucede, se desarrolla y evoluciona (Sánchez F. , 2018).

La teoría del precio es abstracta, debido a que solo toma en consideración factores comunes pero con mayor relevancia y, sobre la base de éstos, elabora una explicación acerca del modo en que opera el sistema, pero sin brindar una representación exacta de lo que se produce en las distintas circunstancias o casos específicos.

Balra (1975) afirma:

La teoría del precio indica el sentido que tiende a adoptar la conducta de las unidades económicas singulares y explica las razones de que esto ocurra así. Es un

conjunto sistemático de generalizaciones que posibilita la comprensión del proceso de formación de los precios (p.4).

El precio es el valor expresado en dinero, y el valor, la relación en que se cambian los bienes. En la economía originaria o natural, como también se la conoce, los bienes se intercambian entre sí, lo que antes se denominaba trueque; mientras que en la economía monetaria el acto de intercambio se descompone en la compra y venta, teniendo como factor intermedio al dinero. En la economía capitalista el precio determina lo que debe producirse, la forma de producirlo y de distribuirlo (Baltra, 1975).

2.2.2. Teoría de mercado de productos agrícolas

El análisis de mercado tanto de bienes como de servicios, se tienen un mercado enfoque en la asignación de recursos; sin embargo, dentro del ámbito agrícola, se incluyen también en dicho análisis elementos como la evaluación de medidas políticas, subsidios, aranceles e impuestos a productos e insumos para el agro, programas de crédito, transferencia de tecnologías, entre muchos otros, lo cual hace mucho más exacto el estudio del mercado (Reyes, 1999).

En lo que respecta a precios de productos e insumos, éstos afectan directamente la oferta; de tal manera que si los precios se incrementan, la oferta también lo hará. Sin embargo, los precios de los productos que tienen carácter más competitivo tienen cierto efecto inverso, ya que la oferta disminuye si los precios de los cultivos competitivos aumentan (Reyes, 1999).

Un concepto que se utiliza mucho dentro de la teoría de mercados de productos agrícolas es la producción conjunta o acoplada, misma que consiste en obtener por lo menos dos productos dentro de un mismo proceso productivo. En muchas ocasiones, las rotaciones de cultivos o en su defecto, las combinaciones de especies que se practican por consideraciones tecnológicas se transforman en procesos de producción conjunta. Como ejemplo se puede citar la asociación del maíz y el frejol (Reyes, 1999).

La tecnología es un elemento primordial dentro del ámbito agrícola, ya que con el pasar de los años ha sido indispensable para incrementar la productividad de dicho sector. Este elemento coloca al agricultor en un punto en el que con menor tiempo y esfuerzo consigue una mayor producción y a costos mucho más bajos, sin embargo, su valor monetario es elevado y no todos están en la capacidad de incurrir en esa inversión (Reyes, 1999).

2.2.3. Teoría Económica

La economía es una ciencia que posee una gran amplitud en lo que se refiere a su estudio, ya que busca explicar cada una de las leyes que los individuos que componen la sociedad, utilizan para crear valor y riqueza dentro de la misma, así como la manera en que dicho valor y riqueza se distribuye en los distintos grupos sociales. Es por ello que se dice que la economía comprende un compendio de conocimientos indispensables para todas las áreas del ser humano (Vargas, 2006).

Vargas (Vargas, 2006) afirma:

La ciencia económica posee un gran valor tanto teórico como analítico pues nos ofrece una explicación lógica, coherente y consistente de los motivos, relaciones y leyes, que rigen en el comportamiento de los individuos, las empresas, las instituciones, el Estado y, en general, de todos los agentes económicos y de la sociedad en su conjunto, en el marco de la creación del valor y la riqueza (p.3).

La teoría clásica de la Economía, representada básicamente por A. Smith y Marx, se puede definir a dicha ciencia como el proceso de creación y distribución de la riqueza y del valor. Si bien es cierto, la economía es un proceso que implica producción, distribución y consumo, también lo es que lo importante dentro de ella es la generación de valor y su distribución.

La distribución del ingreso se considera como una de las partes esenciales de la economía ya que a través de ella se explica el porcentaje o la porción de ingreso que se destina al consumo de bienes y servicios, a la inversión en bienes de capital y a la inversión en infraestructuras. El proceso de creación de valor, por otra parte, dentro de una economía capitalista, se transforma para las familias en el incremento de sus condiciones de vida o bienestar, mismo que está reflejado en bienes y servicios que pueden adquirir (Cuevas, 2007).

La escuela de pensamiento económico más relevante propone que la conducta del ser humano puede ser explicada a través de la teoría de la elección, misma que se fundamenta en dos principios básicos: el principio de optimización y el principio de equilibrio. El principio de optimización, conocido también como maximización, asume que los agentes son racionales en el sentido de que toman las mejores decisiones dentro de un contexto, maximizando su bienestar o la utilidad que consiguen.

El principio de equilibrio se fundamenta en que existe un mecanismo de ajuste, que en este caso sería el mercado, el cual determina de manera simultánea el

precio y la cantidad de equilibrio, valores que tienen una condición en común, satisfacen de forma conjunta a consumidores y productores, oferentes y demandantes, por lo que se alcanza a través de él un punto en el que no hay excedentes ni faltantes (Vargas, 2006).

2.2.4. Teoría de Mercado

Son varias las conceptualizaciones que engloban a la teoría de mercado, sin embargo las más afines a la teoría económica lo definen como el centro gravitacional de los procesos de producción, distribución y consumo. Dentro del mercado se llevan a cabo acciones a través de las cuales se resuelven las necesidades de los demandantes a través de la provisión de productos o servicios que las cubran.

Vargas (2006) afirma:

El mercado es un hecho económico formado por un conjunto de oferentes y demandantes. Un mercado se forma cuando se realiza el acto de compra – venta., lo que supone la existencia de un conjunto de oferentes y demandantes; los primeros venden un bien o servicio determinado en una cantidad y a un precio dado. Los demandantes compran ese bien o servicio en una cantidad y a un precio determinado de forma conjunta por oferentes y demandantes. En consecuencia, podemos decir que hay miles de mercados, tantos como bienes existan.

Dentro de un contexto más específico, se puede definir al mercado como un hecho económico, que implica la compra – venta de bienes o servicios. Dentro de dicho contexto entran en juego dos agentes económicos: el comprador y el vendedor. Cada uno de ellos representa un lado de la economía, el vendedor la oferta y el comprador la demanda. Es así como se determinan las dos magnitudes económicas centrales de la teoría de mercados, y que está relacionada

directamente con la teoría económica: el precio y la cantidad, los cuales son determinantes para el punto de equilibrio (Vargas, 2006).

Es preciso mencionar que un mercado se conforma básicamente con la existencia de demandantes y oferentes, y su participación simultánea es lo que le dan el dinamismo que posee. Los consumidores buscan adquirir bienes que satisfagan en el nivel más alto posible sus necesidades con el presupuesto con el que cuentan, mientras que los vendedores esperan vender a un precio que les permita alcanzar la utilidad máxima para su empresa (Cuevas, 2007).

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Sector Agrícola del Ecuador

La agricultura es una de las actividades productivas básicas de la humanidad, ya que se fundamenta en la generación de alimentos tanto para el consumo interno como para la comercialización internacional. Es por ello que se la considera como base del desarrollo económico y humano. A través del tiempo, ha ido evolucionando en lo que respecta a la ejecución de sus procesos, incluyendo en los últimos años a la tecnología para alcanzar una mayor productividad y eficiencia (Pereira, 2016).

Si bien es cierto, la esencia de la agricultura es básicamente proveer de alimentos a la población, su alcance es mucho más relevante aún, si se puede decir, ya que también genera recursos para muchas industrias, para las cuales son

la parte fundamenta en la trazabilidad. Desde una perspectiva monetizada, la agricultura provee de materia prima para que el sector productivo directamente vinculado sea mucho más dinámico, es por ello que es clave para la economía de las naciones (Pereira, 2016).

El crecimiento del sector agrícola tiene un marcado efecto en el sistema económico, ya que se genera una constante creación de mercados para productos y servicios que diversifican la economía rural, y se canalizan hacia las grandes industrias. De acuerdo al crecimiento de la economía también crece la diversificación de actividades productivas. La producción agrícola genera recursos que cubren la demanda de otros sectores, complementándose entre sí.

Ecuador es un país con un gran potencial para el desarrollo de la agricultura, ya que cuenta con grandes extensiones de tierra fértil. Sin embargo, el hecho de no contar con la tecnología con la que cuentan otros países, lo limita en cuanto al crecimiento de dicha industria. El maíz es una planta que tiene una amplia demanda debido a que es el segundo cereal a nivel mundial en la producción agrícola. Es un grano esencial en la alimentación del ser humano, y de un uso diverso lo que lo hace atractivo para la comercialización como materia prima para muchas industrias (Munguia & Sánchez, 2015).

La agricultura en Ecuador se desarrolla de acuerdo a las zonas en las que se realice dichas actividades, ya que al ser regiones con distinto clima y recursos no siempre se coincide en procedimientos. En la Sierra del país generalmente la actividad agrícola se lleva a cabo de manera tradicional, siendo primordial el

consumo interno para el excedente destinarlo a cubrir la demanda nacional y externa. En la Costa se desarrolla bajo la modalidad de plantación, y se orienta en mayor proporción hacia el mercado externo (Pino & Aguilar, 2017).

La relevancia que tiene el sector agrícola en el país ha quedado plasmada como evidencia a lo largo de la historia económica del Ecuador. En la actualidad la agricultura cubre el 95% de la demanda interna del país en lo que respecta a alimentos, genera empleo al 25% de la población económicamente activa del país y es fuente indiscutible de ingresos para los pequeños productores que generalmente la consideran como un legado que les fue otorgado a través de generaciones (Pino & Aguilar, 2017).

Según lo menciona el estudio publicado por el INEC (2018), el sector agropecuario del país está constituido básicamente por personas adultas en su gran mayoría, ya que los jóvenes no tienen gran participación dentro de ese campo. Las mujeres tienen una participación activa dentro del sector ya que ocupan el 25% de las plazas de trabajo en el campo.

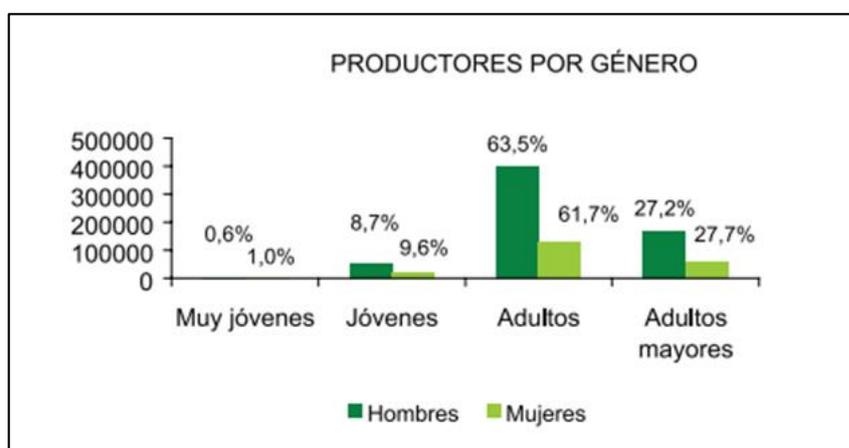


Figura 1. Constitución del Sector Agropecuario del Ecuador
 Fuente: “Estructura el Sector Agropecuario” INEC (2018)
 Elaborado por: INEC (2018)

Ecuador es un país muy fructífero en el sentido de que puede producir una gran diversidad de bienes de consumo, pero como se mencionó anteriormente no solo se comercian a nivel interno sino también externo. De acuerdo a datos proporcionados por el INEC, se pudo evidenciar que existen tres clases principales de compradores de la producción agrícola a nivel interno: los intermediarios, los procesadores y los exportadores, tal como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 4.
Compradores de la producción agrícola del Ecuador

Compradores	Productores	%
Intermediarios	546.397	82,8
Procesadores	21.552	3,3
Exportadores	7.569	1,1
Total	660.038	100

Fuente: “Estructura el Sector Agropecuario” INEC (2018)
Elaborado por: Rodríguez, E. (2021).

2.3.2. Maíz Amarillo Duro

El nombre científico del maíz es *Zea Mays L.* El maíz amarillo duro es uno de los productos de mayor importancia en el Ecuador, ya que genera dinamismo en la economía local. Además este grano representa una materia prima requerida para la elaboración de alimentos balanceados que son imprescindibles para la industria animal, sobre todo para la avicultura comercial que tiene gran representatividad dentro del sector agropecuario (INIAP, 2018).

Generalmente, la siembra de maíz se lleva a cabo en temporada lluviosa, y se lleva a cabo en su gran mayoría en las provincias de Los Ríos, Manabí, Guayas y Loja. Generalmente el periodo de siembra va desde el 15 de enero al 15 de febrero. En la época seca se suele sembrar del 15 de mayo al 15 de junio aprovechando el remanente de las lluvias y la humedad que ello deja en el suelo. La humedad en la tierra es un factor determinante para el éxito de la cosecha (INIAP, 2018).

Existen parámetros básicos determinados por el INIAP para la siembra de maíz duro, entre ellos la cantidad de semilla a utilizar ya que para una hectárea de terreno se precisa el uso de 15 kilogramos aproximadamente. En cuanto a la distancia se refiere, lo recomendado es 80 cm entre cada hilera, y 20 cm entre cada planta, sembrando una semilla por sitio. Con estos lineamientos se obtienen aproximadamente 62.500 plantas por hectárea (INIAP, 2018).

La cosecha del maíz debe ejecutarse una vez que los granos hayan llegado a su madurez fisiológica, esto es cuando muestren contenidos de humedad entre el 28 y 35%; no obstante, de darse un alto contenido de humedad puede dificultar la cosecha mecanizada, motivo por el que es recomendable que el grado de humedad oscile entre el 18 y 25%, para ello se requiere de un proceso de desecado inmediato (INIAP, 2018).

Es usual que los agricultores dejen que el producto pierda humedad aun estando en la propia planta, es decir, de forma natural. Pero dicho procedimiento no es recomendable ya que genera que el grano pierda calidad debido a la exposición

prolongada a factores climáticos adversos, las enfermedades, plagas o insectos que puedan adherirse y que indudablemente van a influir de forma negativa en el almacenamiento.

El desgrane del maíz se puede realizar usualmente de forma manual, procedimiento que implica la retirada de las mazorcas y su posterior ingreso a trilladoras estacionarias. En lo que respecta a la cosecha mecánica, ésta se realiza a una mayor escala en áreas físicas grandes siempre que ello represente mayor rapidez y reducción de costos operacionales (INIAP, 2018).

Existen ciertos factores que deben ser tomados en consideración para que la cosecha mecánica se lleve a cabo satisfactoriamente, tales como el espaciamiento entre hileras, el flujo de alimentación constante, evitar sobrecargas y en los cultivos que tengan altos índices de volcamiento o plantas de porte bajo, la plataforma de corte debe necesariamente situarse muy cerca del suelo para que alcance a recoger las mazorcas más bajas (INIAP, 2018).

2.3.3. Cadena de Intermediación

Se cataloga como cadena de intermediación al proceso a través del que se crea un nuevo intermediario, mismo que desde la posición del consumidor es un nuevo vendedor, pero desde la perspectiva del productor es un cliente mayorista que facilita el intercambio del producto. Una de las ventajas más comunes de la cadena de intermediación es que ahorra el trabajo de buscar clientes y al mercado en general le facilita la consecución del producto (Sánchez P. , 2017).

Como estrategia, la intermediación comercial consiste en la ejecución de actividades diferentes a los de los demás actores de la competencia, o en todo caso, el desarrollo de acciones similares a ellos pero con ciertas ventajas diferenciadoras que les ayuden a tener mayor oportunidad de mercado. Dentro de este contexto el mercadeo se concibe como una filosofía empresarial, basándose fundamentalmente en la detección de las necesidades de la demanda, y establecer estrategias que les permitan llegar a ellos con mayor facilidad.

El propósito principal de la cadena de intermediación es básicamente conocer nuevas alternativas de comercialización para la producción ofreciendo acciones prácticas y eficientes para el expendio del producto. Dentro de este contexto, el intermediario comercial es una persona o entidad que toma el rol de mediador entre el proceso productivo y el cliente, sirviendo de canal de flujo para trasladar el bien o servicio desde su punto de origen hacia su punto final (Sánchez P. , 2017).

En el ámbito de la cadena de intermediación existen muchos actores inmersos, entre ellos se encuentran los mayoristas, los minoristas, representantes, y comerciantes en general. Los representantes tienen un aspecto que los diferencia de los demás y es que son de carácter mucho más exclusivo, y ganan una comisión por su labor. Su función es mediar para que el productor y el comprador lleguen a un acuerdo favorable para ambos, sin embargo en ningún momento constan como dueños del producto (Sánchez P. , 2017).

Los mayoristas y minoristas, en cambio, se convierten en primera instancia en clientes para el productor, y luego pasan a ser propietarios del producto; es decir, ocupan el rol de dueños de la mercancía y la expenden bajo su total responsabilidad. Todos los que intervienen dentro de la cadena de intermediación han estado sujetos a críticas ya que se los considera como entes encarecedores del producto, sin embargo, su función genera muchas facilidades para los productores y también para los clientes en general siempre y cuando el precio de expendio esté dentro de las regulaciones legislativas (Sánchez P. , 2017).

2.3.4. Canales de Comercialización

En los inicios de la comercialización las familias producían los bienes y materiales que necesitaban para su propio consumo; no obstante, cuando las necesidades básicas fueron satisfechas empezó el intercambio, mismo que tiene como base un excedente en la producción y los bienes pueden ser utilizados como medio de cambio con otros que no se pueden producir, dando paso a la primitiva comercialización. Con la comercialización ya implantada como parte fundamental del desarrollo de la sociedad, se precisaron la creación de canales para poderla llevar a cabo. Los canales de comercialización básicamente incluían actores como los fabricantes, mayoristas, y minoristas (Sánchez P. , 2017).

Sterm & Coughlan (1998) afirman que los “canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo”(p.4). Para entender la forma en que surgieron los canales de

comercialización es preciso detallar la racionalidad económica que los impulsaron.

En los negocios hay tareas que pueden realizarse a más de un nivel del canal, de tal manera que se puede incurrir en la duplicidad de funciones, por ejemplo, si tanto los productores como los mayoristas y minoristas pueden mantener inventarios. Esta duplicación y superposición de funciones puede incrementar los costos de distribución. Sin embargo dicho incremento puede justificarse en la medida en que ello sea necesario para proveer al cliente final del producto en la cantidad, tiempo y lugar apropiados (Sánchez P. , 2017).

En cambio si el incremento de esos costos no puede justificarse la superposición de funciones se torna antieconómica e ineficiente. Es por ello que en la década de los años 90 la superposición de funciones estaba en decadencia y se proyectaba su eliminación en las actividades de distribución (Sánchez P. , 2017).

2.3.5. Intermediación comercial

La intermediación comercial aparece a partir de la intervención de actores llamados intermediarios, mismos que surgieron como respuesta a la ineficiencia que se tenía antes para vender un producto. Su intervención se dio con la finalidad de sistematizar las transacciones tanto para el productor como para el comprador ya que simplificaba la búsqueda del bien y lo acercaba con mayor agilidad a su punto final.

Sánchez (2017) afirma:

La intermediación comercial se define como la actividad de una persona física o jurídica de intermediar en nombre y por cuenta de un vendedor en una actividad comercial, poniendo en contacto a dicho vendedor con un cliente y así concluir un contrato comercial (p.14).

Con frecuencia las transacciones comerciales y la comunicación entre las empresas que intervienen en ellas es bastante compleja. Durante las últimas décadas un actor que ha tomado gran relevancia es el intermediario comercial. Dicha figura tiene como rol principal mediar en el proceso productivo entre el productor de materias primas y el fabricante o en su defecto entre el fabricante y el cliente final (Sánchez P. , 2017).

En la actualidad la rapidez con la que se lleva a cabo la comercialización de los productos es determinante en el ámbito comercial. Es por ello que la búsqueda de canales más eficientes es una tarea prioritaria para los productores con el afán de que el bien que elaboran llegue en tiempo y condiciones adecuadas al cliente final si la necesidad de estar buscando concretar las ventas (Sánchez P. , 2017).

El intermediario comercial es la persona que, trabajando por cuenta propia, se encarga de vender y transferir mercancías al consumidor final. Entre sus principales funciones se encuentran la comercialización del producto, la fijación de precios, la promoción y la logística para el traslado de la mercancía.

2.3.5.1. Sistema Económico

Forma de organización de la actividad económica de un estado, y que incluye la producción de bienes y la generación de servicios mediante la gestión de los recursos que se dispone. Considerando que las necesidades de una sociedad son determinadas y que los recursos de los que una nación dispone son infinitos, la adecuada planificación de su uso es indispensable (Carracedo, 2018). Tiene como objetivo principal el gestionar y planificar el volumen de bienes y servicios que se producen, la manera y sustentabilidad para generarlos, y la población a la que van dirigidos, con el fin de alcanzar un crecimiento económico.

2.3.5.2. Agricultura

Conjunto de procedimientos que son aplicables a la tierra para tratarla y obtener productos diversos de ella. En sus inicios era una actividad realizada para satisfacer la necesidad alimenticia de la población, a través del cultivo de frutas y hortalizas; pero ha ido evolucionando hasta convertirse en uno de los sectores productivos más importantes. Mediante el desarrollo de la agricultura, las naciones obtienen recursos que sirven no solo para el sector gastronómico, sino para distintas industrias que utilizan plantas, semillas, frutas, o víveres, como materia prima para crear nuevos productos (MAGAP, 2018).

2.3.5.3. Regulación de precios

La regulación de precios, conocida también como el control de precios, es el mecanismo a través del que las entidades gubernamentales correspondientes a un sector específico imponen rubros determinados como topes máximos y mínimos

para los bienes y servicios dentro de un mercado. Generalmente la regulación de precios es utilizada para mantener la disponibilidad de los bienes y servicios que se comercializan y evitar tanto el incremento de precios como el pago de valores muy bajos que afectan a los productores (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2020).

En Ecuador existe la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, documento que tiene como objetivo principal la protección a los consumidores y a los empresarios, pero que se enfoca especialmente en los pequeños productores que son quienes suelen ser víctimas de la alta concentración económica o las prácticas monopólicas (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2020)

2.3.5.4. Costos de producción agrícola

El Centro de Investigación y Desarrollo Profesional (2019) define los costos de producción agrícola como “la valoración económica de los gastos incurridos y aplicados en la explotación de un cultivo, incluyendo el costo de los materiales, mano de obra y gastos indirectos del cultivo” (p.27)

La determinación de los costos de producción está influenciada por diversas variables, como los recursos materiales que se deben utilizar en el proceso, las personas que intervienen, los insumos y costos indirectos. Su utilidad es indiscutible sobre todo porque su principal función es presupuestar tanto el tipo de cultivo que se va a realizar como el grado de tecnología a emplear; es decir,

permite estimar las necesidades de capital en la que va a incurrir (Centro de Investigación y Desarrollo Profesional , 2019).

2.3.5.5. Crédito Agrícola

El crédito agrícola es considerado como uno de los instrumentos vitales para el desarrollo del sector. Consiste en la solución efectiva para los agricultores que no poseen el capital necesario para llevar a cabo el proceso de siembra y cultivo. En aquellos países en que generalmente carecen de capital o tienen un nivel de ahorro demasiado bajo, el impulso gubernamental de tipo financiero es indispensable y requiere de un sistema especial de financiamiento (Centro de Investigación y Desarrollo Profesional , 2019).

2.4. Marco Legal

2.4.1. Constitución Política del Ecuador

La Constitución Política del Ecuador es el principal cuerpo legal que rige en el país, motivo por el que se lo menciona en primera instancia. Dentro de dicho documento se precisa citar los artículos 268, 269 y 270, los cuales hacen referencia a régimen agropecuario:

Art. 268.- Se concederá crédito al sector agropecuario en condiciones preferentes. El Estado propenderá a la creación de un seguro agropecuario, forestal y pesquero.

Art. 269.- La pequeña propiedad agraria, así como la microempresa agropecuaria, gozarán de especial protección del Estado, de conformidad con la ley.

Art. 270.- El Estado dará prioridad a la investigación en materia agropecuaria, cuya actividad reconoce como base fundamental para la nutrición y seguridad alimentaria de la población y para el desarrollo de la competitividad internacional del país (Constitución Política del Ecuador, 2008).

2.4.2. Plan Nacional de Desarrollo

Este proyecto se alinea con los siguientes objetivos del Plan Nacional de Desarrollo:

4.2. Canalizar los recursos económicos hacia el sector productivo, promoviendo fuentes alternativas de financiamiento y la inversión a largo plazo, con articulación entre la banca pública, el sector financiero privado y el sector financiero popular y solidario (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

4.10 Promover la competencia en los mercados a través de una regulación y control eficientes de prácticas monopólicas, concentración del poder y fallas de mercado, que generen condiciones adecuadas para el desarrollo de la actividad económica, la inclusión de nuevos actores productivos y el comercio justo, que contribuyan a mejorar la calidad de los bienes y servicios para el beneficio de sus consumidores (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores

productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

6.3 Impulsar la producción de alimentos suficientes y saludables, así como la existencia y acceso a mercados y sistemas productivos alternativos, que permitan satisfacer la demanda nacional con respeto a las formas de producción local y con pertinencia cultural (Plan Nacional de Desarrollo, 2017).

2.4.3. Ley de Desarrollo Agrario

La Ley de Desarrollo Agrario tiene como finalidad el fomento y desarrollo de la actividad agrícola, y toda labor que implique la producción o explotación de la tierra. Para este proyecto se han tomado en consideración los artículos 12, 13 y 14 que hacen referencia a la comercialización y las políticas de precios tal como se cita a continuación.

Art. 12.- FINANCIAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN.- Para el financiamiento de esta actividad, el Presidente del Directorio del Banco Central podrá autorizar a las instituciones del sistema financiero a constituir en títulos valores parte del encaje a que éstas están obligadas, siempre y cuando dichos títulos valores, representen el derecho de propiedad de un producto agrario. El derecho de propiedad de un producto agrario podrá incorporarse a un documento que tenga la naturaleza de título valor, el cual podrá ser negociable con sujeción a las disposiciones que normen el mercado de valores (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

Art. 13.- APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA.- Las inversiones que efectúen los particulares para el establecimiento de mercados mayoristas,

podrán ser deducibles de la base imponible para el cálculo del impuesto a la renta, en los términos que se determine en el Reglamento a la presente Ley. El Estado estimulará el establecimiento de mercados y centros de acopio generados en la iniciativa de las

organizaciones indígenas, campesinas y comunitarias, que tengan como función acercar a productores y consumidores y evitar la inconveniente intermediación que eventualmente pueda perjudicar el interés económico de las mismas (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

Art. 14.- POLÍTICA DE PRECIOS.- Respecto a los productos señalados en el artículo 9, el Ministerio de Agricultura y Ganadería fijará las políticas y arbitrará los mecanismos de comercialización y regulación necesarios para proteger al agricultor contra prácticas injustas del comercio exterior (Ley de Desarrollo Agrario, 2004)

.

2.4.4. Reglamento de Comercialización de Maíz Amarillo Duro

Mediante el Acuerdo Ministerial N°134 el entonces Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), ahora denominado MAG, emitió el Reglamento para la Comercialización de Maíz Amarillo Duro, mismo que tiene como objeto regular la comercialización y absorción de la producción de maíz amarillo duro a nivel nacional, así como todos los factores relacionados con su precio de venta, el establecimiento de precios doméstico y la determinación de medidas de prevención y garantía de cumplimiento para cada uno de los actores que intervienen en la cadena productiva.

En el capítulo VI de dicho reglamento se exponen los artículos relacionados con el establecimiento de precios de maíz amarillo duro, tal como se citan a continuación:

Capítulo IV

Establecimiento de Precios Domésticos

Artículo 10.- El MAGAP determinará amparado en el presente Reglamento y en forma de Resolución de automática publicación en la página web de la institución y en comunicación oficial a los gremios de productores maiceros y de industrias de balanceados y de producción de proteína animal, un Precio Mínimo de Sustentación (PMS), y un Precio de Comercialización (PC), de acuerdo al procedimiento estipulado en este Reglamento, que se definen de la siguiente manera: Precio de Comercialización (PC), este es el precio de absorción de la cosecha nacional que se pagará al productor, y se calculará en función del costo de importación basado en el Precio CIF Referencial del Sistema Andino de Franja de Precios (SAFP), bajo una metodología de promedios definida en el presente Reglamento y que tendrá carácter mensual. Precio Mínimo de Sustentación (PMS), este precio se activará en reemplazo del PC, en caso de que este último cayera por debajo del PMS, y se calculará en base al costo de producción promedio nacional ponderado más un margen de rentabilidad cuyo procedimiento se estipula en el presente Reglamento, el mismo que tendrá carácter semestral, uno para el ciclo de invierno y otro para el ciclo de verano.

Artículo 12.- El MAGAP establecerá el PMS, para lo cual utilizará varios insumos, entre los cuales se considerará: la información generada por el MAGAP, la entregada por representantes de pequeños productores agrícolas, la entregada

por representantes de la Asociación de la Industria de Protección de Cultivo y Salud Animal (APCSA), industrias de balanceados y de producción de proteína animal que dispongan de sistemas de fomento agrícola maicero y otros estudios que se consideren pertinentes.

Artículo 13.- Para el establecimiento del margen de rentabilidad a ser aplicado al costo de producción promedio nacional ponderado, se utilizará la tasa de interés activa efectiva del Banco Central del Ecuador (BCE), vigente al momento del cálculo, para el segmento productivo de pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Artículo 14.- El cálculo del costo de producción promedio nacional ponderado para el ciclo de invierno deberá ser elaborado a más tardar hasta el 30 de diciembre de cada año; el cálculo del costo de producción promedio nacional ponderado para el ciclo de verano deberá ser elaborado a más tardar el 30 de junio de cada año.

Artículo 15.- El MAGAP activará el PMS para la compra de la cosecha nacional, en reemplazo del Precio de Comercialización (PC), en caso de que este último cayera por debajo del PMS (Reglamento de Comercialización del Maíz Amarillo Duro, 2013).

Como se pudo observar, en Ecuador el sector agrario está ampliamente respaldado por el Estado en materia legal, ya que se garantiza el libre desarrollo de dicha actividad y se han plasmado en los cuerpos legales antes citados políticas públicas para promover e incentivar el desarrollo agrícola.

Existe además el Reglamento para la comercialización de Maíz Amarillo Duro en el territorio ecuatoriano, a través del cual se regula la actividad de expendio de ese producto agrícola, incluyendo la fijación de un precio oficial el cual debe ser respetado por todos los actores involucrados en dicho sector económico y productivo.

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLOGICO

3.1. Metodología

La metodología de la investigación es el proceso mediante el cual se permite definir y aplicar un conjunto de métodos, técnicas e instrumentos con la finalidad de desarrollar un proceso investigativo que genere conocimiento sobre un fenómeno en estudio, también denominado problema de investigación. Dicho proceso debe, necesariamente ser ejecutado de manera sistemática y ordenada para alcanzar los objetivos propuestos.

En este caso se aplicó el método explicativo, mismo que según Cegarra (2015) permite incrementar la comprensión sobre un tema específico e identificar las causas por las cuales surgen los fenómenos o problemas de estudio. Es por ello que se considera este método idóneo para este proyecto, ya que facilita la comprensión del problema detectado en la comercialización de maíz del cantón Pedro Carbo.

3.2. Tipo de investigación

El objeto de estudio en este caso precisa el análisis de la problemática desde distintos ámbitos, siendo necesaria la aplicación de varios tipos de investigación, tal como se expone a continuación:

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es una de las formas metodológicas para obtener información sobre las distintas variables que intervienen en el objeto de estudio y sus posibles consecuencias. Un diseño descriptivo es altamente eficaz en los casos en que se necesite describir las características de ciertos grupos, así como para el cálculo de la proporción de personas que conforman un grupo relevante (Strauss & Corbin, 2016).

En este caso, se considera que esta investigación es descriptiva debido a que facilita la toma de datos relacionados con la forma en que los productores de maíz amarillo duro llevan a cabo tanto los procedimientos de comercialización como las falencias que presentan para vender sus productos.

Investigación de Campo

Se define como investigación de campo a la modalidad metodológica que permite obtener datos relevantes tomados desde la realidad del problema, y posteriormente analizarlos tal como se presentan en su cotidianidad. Este tipo de investigación es usualmente aplicada en casos en los que se prioriza el levantamiento de datos a partir de fuentes primarias de información sin tener que intervenir para alterarlos (Cegarra, 2015).

Dentro de este estudio, la investigación de campo facilitó la aproximación a las fuentes de información primarias, que en este caso son los productores de maíz amarillo duro del cantón Pedro Carbo. De este grupo poblacional es de donde se pueden recabar datos relevantes para el estudio.

3.3. Enfoque

Considerando que el diseño metodológico se encarga de definir la forma en que se va a llevar a cabo la investigación, se ha determinado que para este caso se requiere de la aplicación del enfoque mixto, es decir, cualitativo como cuantitativo, de tal manera que se puedan analizar los datos e información pertinente desde dos perspectivas diferentes.

Se define como investigación mixta a la combinación del enfoque cualitativo y cuantitativo dentro de un mismo estudio, potencializando la perspectiva de análisis y direccionando al investigador hacia una concepción de la realidad mucho más amplia, con mayores certezas en todos los ámbitos de la situación objeto de estudio (Hernández R. , 2018)

Esta investigación se considera mixta ya que en ella se aplican como instrumentos de recolección de datos las encuestas, que es una técnica que incluye la medición numérica de resultados (enfoque cuantitativo), y las entrevistas, que implica el análisis descriptivo de los datos recabados (enfoque cualitativo). De tal forma se contempla una perspectiva mucho más amplia en el estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos

Se aplicarán dos técnicas básicas de recolección de datos:

Encuesta

Se aplicará un cuestionario de preguntas cerradas con diversas opciones de respuesta a los productores de maíz amarillo duro del cantón Pedro Carbo, con la finalidad de determinar las ventajas que poseen, las barreras que deben enfrentar diariamente en su actividad agrícola, y la forma en que comercializan su producto, precios, y demás variables que inciden en el proceso de expendio del maíz.

Entrevista

Se precisa la aplicación de una entrevista dirigida a cuatro de los comercializadores de maíz más representativos del cantón Pedro Carbo, con la finalidad de obtener un punto de vista desde otro ámbito de ese sector productivo, en función de conocer la forma en que fijan el precio a pagar por quintal de maíz, proceso de compra, etc.

3.5. Población

Al no existir datos oficiales del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería) respecto al número exacto de productores de maíz amarillo duro en la localidad de Pedro Carbo, se realizó un estudio de campo para determinar en circunstancia reales la población de este estudio. El cantón Pedro Carbo tiene 105 recintos rurales, y en cada uno de ellos la principal actividad es la agrícola.

Consultando a fuentes primarias de información se pudo obtener como dato que en cada recinto existen en promedio 3 productores de maíz amarillo duro. Es así como se pudo calcular que la población asciende a 315 productores.

3.6. Muestra

Al ser una población numerosa, se consideró necesario aplicar la fórmula para calcular la muestra de poblaciones finitas, misma que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$$

Figura 2. Fórmula para calcular la muestra de poblaciones finitas
Fuente: (Cegarra, 2015)

En donde:

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza

n: tamaño de la muestra

p: probabilidad a favor

q: probabilidad en contra

e: error muestral

DATOS:		
N	=	315
N/C	=	0,95
z	=	1,96
e	=	0,05
p	=	0,5
q	=	0,5
n	=	?
		$n = \frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
		$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(55669)}{(55669 - 1) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$
		$n = \frac{302,526}{1,7454}$
		$n = 173$

Figura 3. Cálculo de la muestra
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Como se puede observar, la muestra asciende a 173 personas. Cabe mencionar que la muestra será utilizada para la aplicación de encuestas. Específicamente se encuestarán a 173 productores de maíz amarillo duro del cantón Pedro Carbo.

3.7. Análisis de Resultados

A continuación se presentan los resultados segmentados en tres partes: resultados de encuestas, resultados de entrevistas, y las conclusiones del capítulo.

3.7.1. Resultados de las encuestas

Pregunta 1. Género

Tabla 5.
Género

Respuestas	Frecuencia	%
Hombre	95	55%
Mujer	75	43%
GLTBI	2	1%
Indiferente	1	1%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

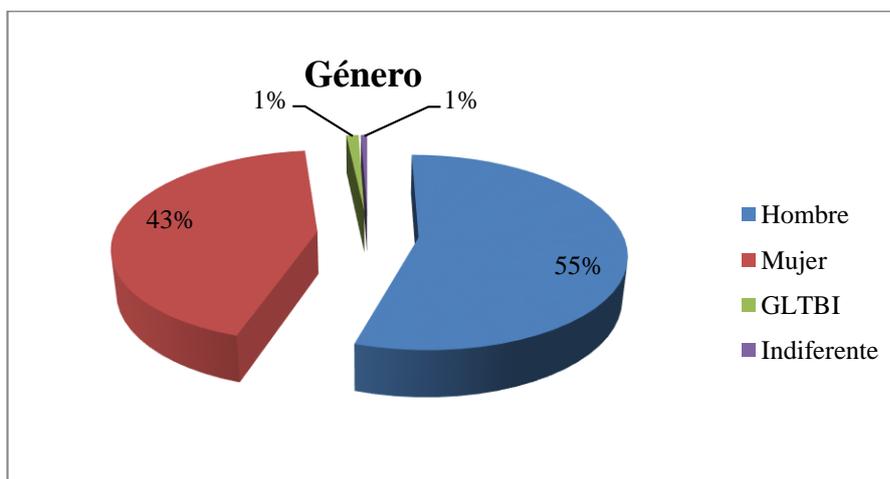


Figura 4. Género

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

Como se puede observar en el gráfico expuesto, la mayor parte de los encuestados es de género masculino, representado por el 55%, seguido por un grupo representativo del 43% que es de género femenino. Es decir, a pesar de ser el género masculino la gran fuerza laboral del agro, las mujeres tienen un rol representativo en dicha labor.

Pregunta 2. Edad

Tabla 6.
Edad

Respuestas	Frecuencia	%
De 18 a 25 años	18	10%
De 26 a 40 años	45	26%
De 41 a 55 años	76	44%
Más de 55 años	34	20%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

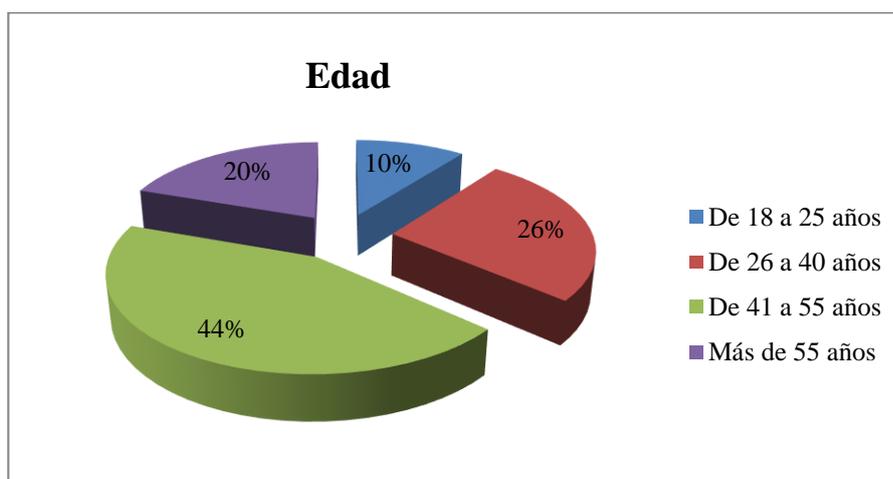


Figura 5. Edad
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

De acuerdo a los resultados expuestos, la mayoría de los agricultores de maíz amarillo duro oscila en su gran mayoría entre 41 a 50 años con un 44%, seguido por un grupo del 26% que se ubica entre los 26 a 40 años. Son pocos los jóvenes que se dedican a dicha labor ya que generalmente es una actividad que se hereda de generaciones a generaciones.

Pregunta 3. Disposición de tierras

Tabla 7.
Disposición de Tierras

Respuestas	Frecuencia	%
Propias	84	49%
Alquiladas	18	10%
De familiares	71	41%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

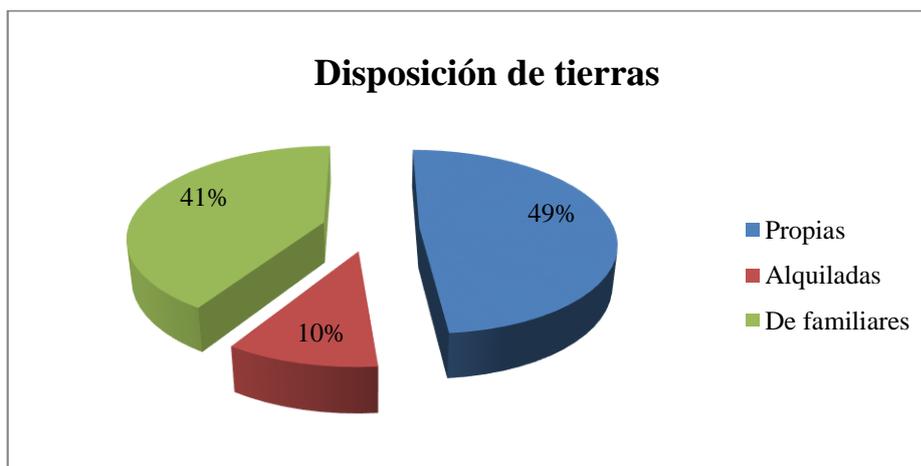


Figura 6. Disposición de Tierras
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

Se consideró indispensable consultar a los agricultores sobre la disposición de las tierras en las que realizan su actividad productiva. Como se puede observar, la mayor parte de ellos, con un 49%, indicó que son tierras propias; sin embargo un grupo representativo del 41% indicó que sus tierras pertenecen a familiares y que las utilizan para cultivar. Un pequeño grupo del 10% las alquilan a terceros.

Pregunta 4. Años de Actividad

Tabla 8.
Años de actividad

Respuestas	Frecuencia	%
De 1 a 5 años	12	7%
De 6 a 10 años	22	13%
De 11 a 15 años	57	33%
Más de 15 años	82	47%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

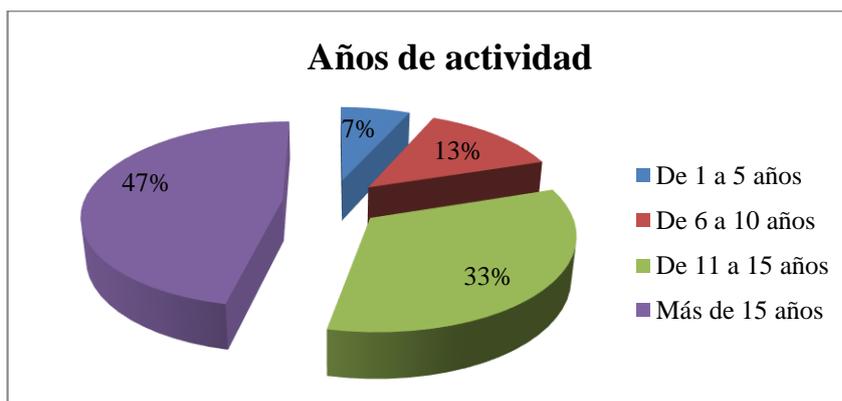


Figura 7. Años de actividad
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis: Como primer punto se consideró necesario conocer la antigüedad de los productores maiceros en la actividad que realizan, con la finalidad de determinar la validez de conocimientos sobre los temas cuestionados en este cuestionario, ya que mientras más experiencia tengan más conocimiento pueden aportar a este estudio. Como se puede observar, la mayoría de ellos con el 47%, tienen más de 15 años en dicha labor, seguidos por un grupo considerable del 33% que tienen entre 11 a 15 años en la actividad de producción de maíz amarillo duro. Es decir, tienen la suficiente experiencia como para poder aportar datos significativos a esta investigación.

Pregunta 5. Tipo de apoyo gubernamental recibido

Tabla 9.
Tipo de apoyo gubernamental recibido

Respuestas	Frecuencia	%
Financiamiento	23	13%
Capacitación	116	67%
Recursos Agrícolas	22	13%
Apoyo Legal	0	0%
Ninguno	12	7%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

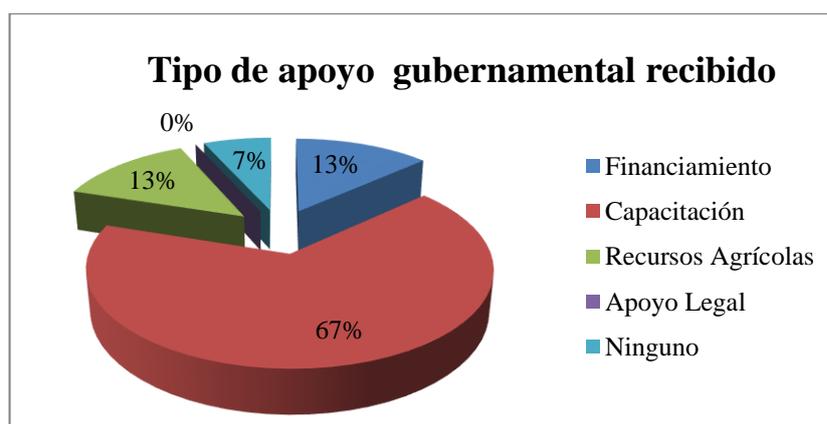


Figura 8. Tipo de apoyo gubernamental recibido
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis: Se consultó a los productores maiceros del cantón Pedro Carbo sobre el tipo de apoyo que hasta el momento han recibido de las entidades gubernamentales que están a cargo de dicho sector productivo. Como se puede observar en los resultados expuestos, la mayor parte de ellos, con un 67%, mencionó que el principal apoyo recibido es la capacitación referente a su actividad productiva. Si bien es cierto es un factor importante, no es suficiente ya que ellos necesitan recursos económicos y materiales así como el cumplimiento de normativa legal que los respalde.

Pregunta 6. Principal limitante para producir maíz amarillo duro

Tabla 10.

Principal limitante para producir maíz amarillo duro

Respuestas	Frecuencia	%
Falta de financiamiento	104	60%
Cambios climáticos	22	13%
Falta de mano de obra	35	20%
Poca disposición de hectáreas	12	7%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

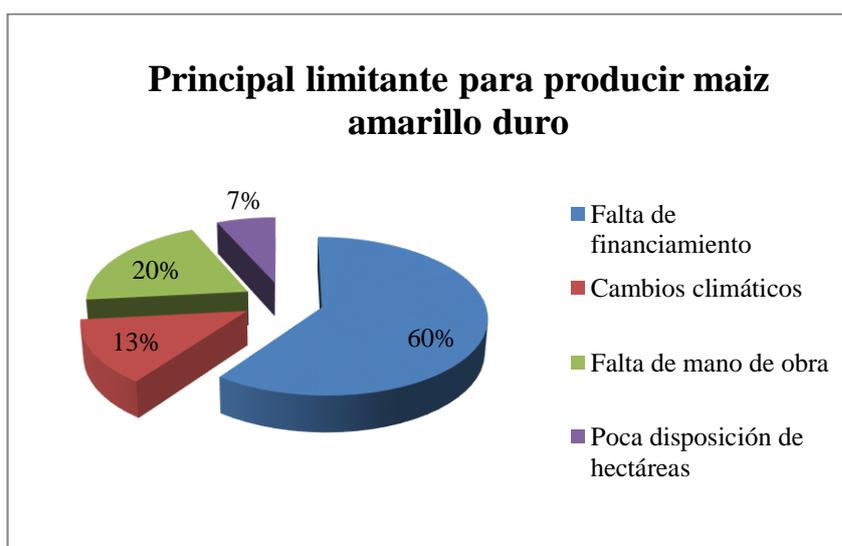


Figura 9. Principal limitante para producir maíz amarillo duro

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

Se consideró indispensable conocer el principal factor limitante que tienen los productores maiceros para cultivar su producto, a lo que la gran mayoría de ellos, con un 60% de la muestra, contestó que es la falta de financiamiento, ya que escasamente algunos de ellos han podido optar por líneas de crédito pero la gran mayoría consideran el trámite como un proceso con muchos requerimientos que no pueden cumplir en su totalidad.

Pregunta 7. Principal problema para vender el producto

Tabla 11.
Principal problema para vender el producto

Respuestas	Frecuencia	%
Falta de transporte	69	40%
Insuficiente producción	0	0%
Precios por debajo del oficial	92	53%
No hay suficientes compradores	12	7%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

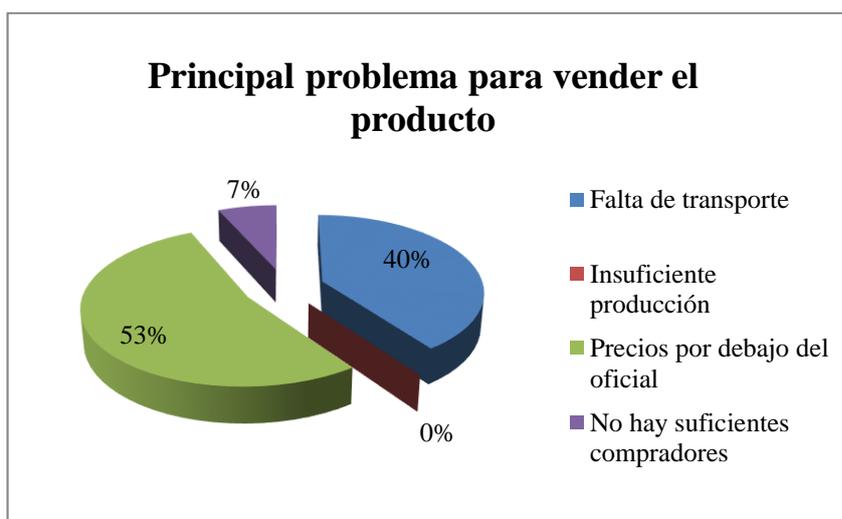


Figura 10. Principal problema para vender el producto
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

Además de las falencias en la producción, es relevante conocer los problemas que tienen los productores maiceros en la venta de su producto. Es por ello que se consultó al respecto obteniendo como resultados que la mayoría de ellos con un 53%, considera que su principal problema es que los precios que pagan son por debajo de la mitad. A ellos les sigue un grupo considerable del 40% que aseguró que no cuenta con el transporte necesario para trasladar su producto hasta los puntos de venta.

Pregunta 8. Frecuencia con la que comercializa el producto

Tabla 12.

Frecuencia con la que comercializa el producto

Respuestas	Frecuencia	%
Mensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Semestral	37	21%
Anual	136	79%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

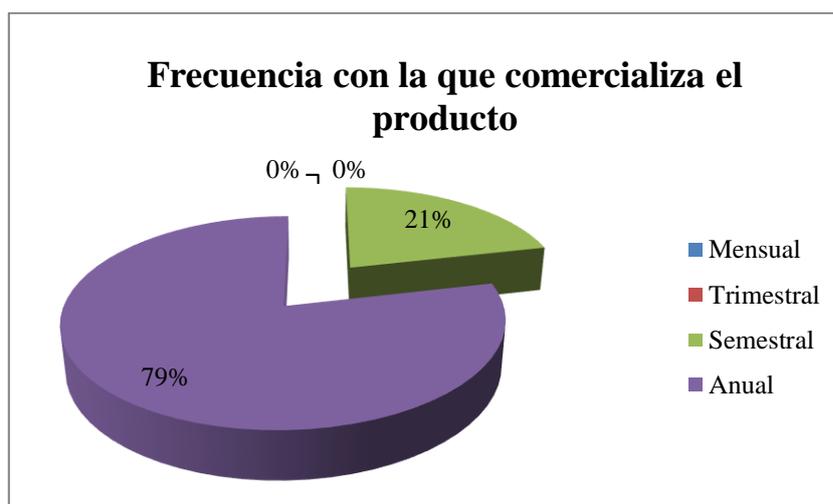


Figura 11. Frecuencia con la que comercializa el producto

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

Como se puede observar en los resultados, al consultar la frecuencia con la que los productores maiceros del cantón Pedro Carbo comercializan el producto, se obtuvo como resultado que la gran mayoría, representada por el 79%, afirmaron que lo expenden anualmente, seguidos por el 21% que indicaron venderlo semestralmente. En base a dichos resultados se puede concluir que el maíz es un producto de baja rotación.

Pregunta 9. Tipo de canal de comercialización que utilizan

Tabla 13.

Canal de comercialización utilizado

Respuestas	Frecuencia	%
Directo	70	40%
Indirecto (Intermediarios)	103	60%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

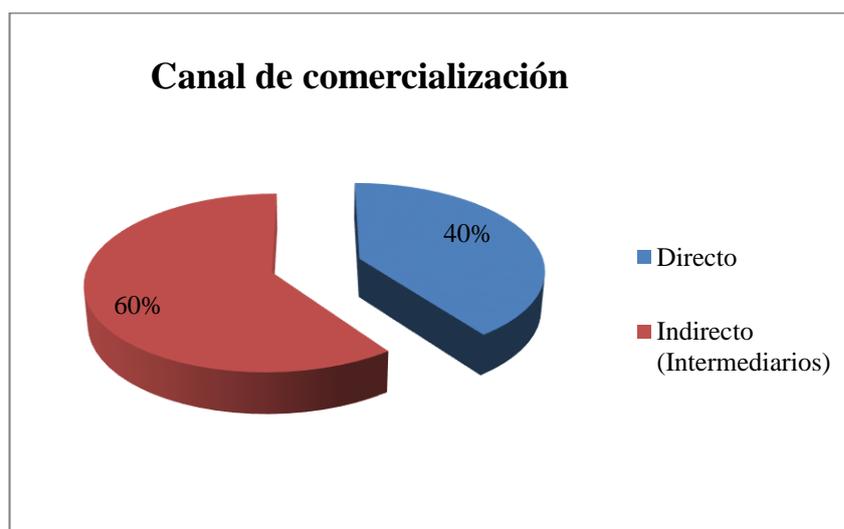


Figura 12. Canal de Comercialización utilizado
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

En la actividad agrícola de producción y venta de maíz amarillo duro se utilizan básicamente dos canales de comercialización: el directo y el indirecto. Para este estudio es indispensable conocer el canal que más se utiliza en la actividad mencionada. Como resultado se obtuvo que la mayoría de ellos, representados por el 60% de la muestra, utiliza el canal indirecto, es decir realiza la venta por medio de intermediarios. Por otra parte, el 40% restante, realiza la venta de manera directa.

Pregunta 10. Principal problema al utilizar su canal de comercialización

Tabla 14.

Principal problema al utilizar su canal de comercialización

Respuestas	Frecuencia	%
Pagan precios muy bajos	82	47%
Compran poca cantidad	0	0%
Gasta mucho en transporte	22	13%
Dificultad para negociar	69	40%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

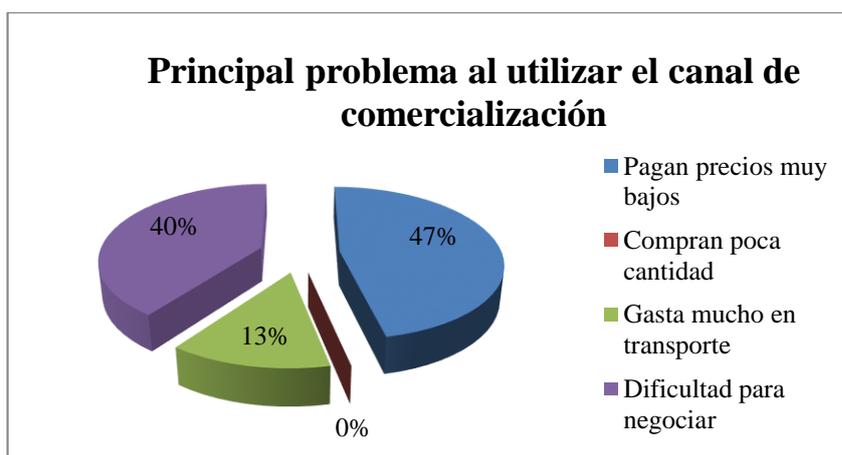


Figura 13. Principal problema al utilizar el canal de comercialización

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

Con la finalidad de conocer más exhaustivamente los problemas que presentan los productores maiceros del cantón Pedro Carbo al momento de vender sus productos por los canales utilizados, se obtuvo que los que utilizan el canal indirecto con un 47% de representatividad obtienen precios más bajos por su producto; mientras que un 40% de la muestra relacionada con los que utilizan el canal directo aseguraron que tienen dificultad para negociar su producto. Solo un grupo minoritario del 13% mencionó que su principal problema es que gasta mucho en transporte.

Pregunta 11. Cumplimiento del precio oficial

Tabla 15.
Cumplimiento del precio oficial

Respuestas	Frecuencia	%
Siempre	35	20%
A veces	47	27%
Nunca	91	53%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

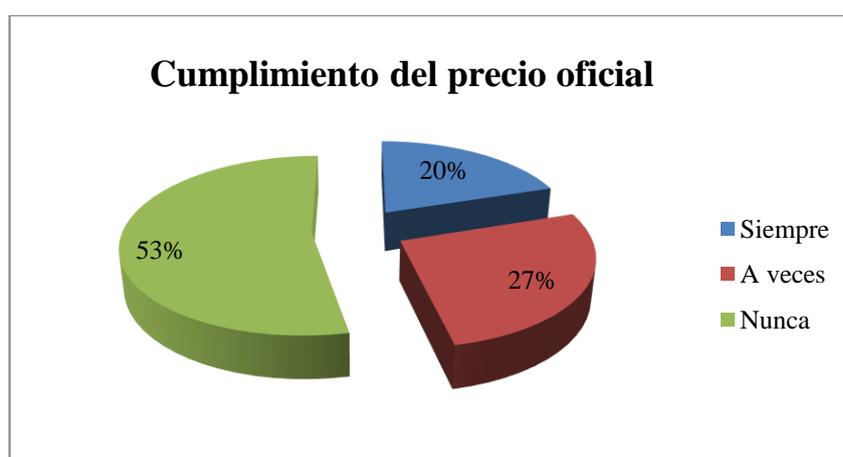


Figura 14. Cumplimiento del precio oficial
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis: El precio es uno de los factores más importantes en la comercialización de cualquier tipo de producto. Es por ello que para esta investigación es determinante conocer si se cumple o no con el precio oficial del maíz amarillo duro en la comercialización, mismo que es fijado por el MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería). Como resultado se obtuvo que la mayoría de los productores con un 53%, aseguraron que nunca se cumple con el precio oficial, mientras que un 27% de ellos mencionó que a veces se cumple con el valor oficial del maíz. Es preciso mencionar que un grupo minoritario del 20% afirmó que siempre se cumple con dicho precio.

Pregunta 12. Frecuencia de control de precios

Tabla 16.
Frecuencia de control de precios

Respuestas	Frecuencia	%
Siempre	57	33%
A veces	104	60%
Nunca	12	7%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

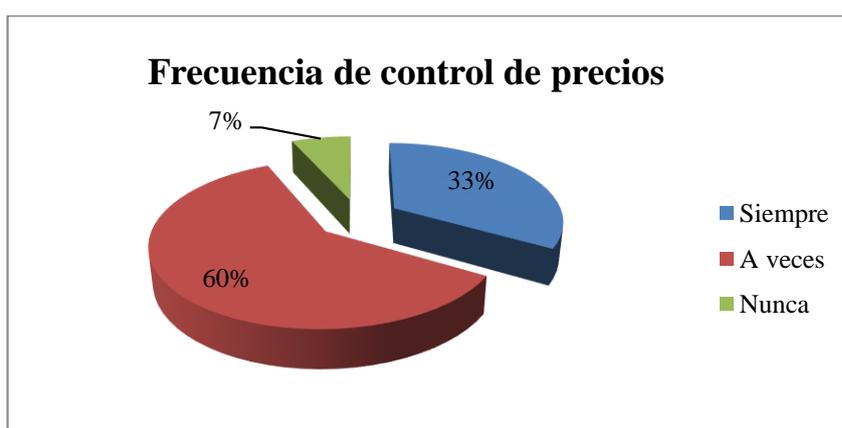


Figura 15. Frecuencia de control de precios
Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis: Con el propósito de determinar el motivo por el que no se cumple con el precio oficial del maíz amarillo duro, se consideró necesario consultar a los productores sobre la frecuencia con la que se realiza el control de precios en el cantón. Como se puede observar en los resultados expuestos, la mayor parte de ellos respondieron que solo a veces se realizan controles por parte de las autoridades, mientras que el 33% de ellos mencionó que siempre lo hacen. Solo un grupo minoritario del 7% respondió que nunca se realizan controles. Se concluye entonces no son cifras relevantes, que a pesar de tener incidencia, el insuficiente control no es la única causa para que no se respete el precio oficial, y se debe determinar qué otros factores influyen.

Pregunta 13. Tipo de acciones que necesitan como productores

Tabla 17.

Tipo de acciones que necesitan como productores

Respuestas	Frecuencia	%
Control de precios	81	47%
Apoyo financiero	57	33%
Capacitación agrícola	0	0%
Capacitación de negocios	35	20%
Total	173	100%

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

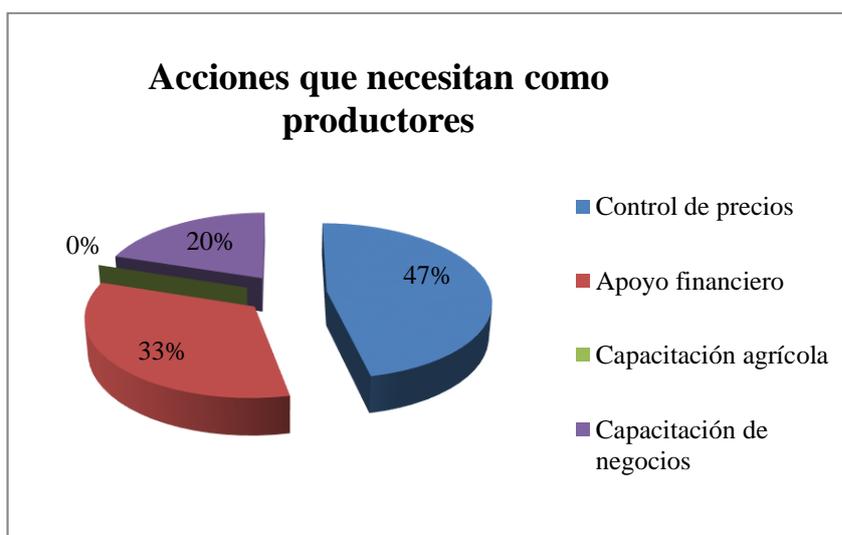


Figura 16. Acciones que necesitan como productores

Elaborado por: Rodríguez E, 2021

Análisis:

Es preciso conocer también las necesidades que tienen los productores maiceros del cantón Pedro Carbo, y para ello consultó al respecto obteniendo como respuesta que la mayoría, con un 47%, aseguró necesitar un exhaustivo control de precios, seguidos por el 33% que afirmó que le gustaría contar con apoyo financiero. Un 20% minoritario mencionó la necesidad de tener capacitación relacionada con la negociación del producto.

3.7.2. Resultados de las entrevistas

Entrevista N° 1

Entrevistado: Sr. Luis Rodríguez Rodríguez

Profesión: Propietario de Comercial Alejandrito

1. ¿Con qué frecuencia se realiza la comercialización del maíz amarillo duro en el cantón Pedro Carbo?

Generalmente la cosecha de maíz amarillo duro se da una sola vez al año, pero en lo que respecta a la venta del producto puede darse de varias maneras. La siembra comienza con las primeras lluvias del año en el mes de enero por lo general, y en abril suelen darle los primeros cultivos, pero el maíz debe secar para poderlo vender como maíz duro, y ese proceso a veces lleva tiempo.

Algunos productores realizan una sola venta en mayor aproximadamente que es la temporada alta; sin embargo, algunos productores guardan producto para venderlo en meses posteriores donde no hay producción.

2. ¿Qué canales de comercialización usualmente se utilizan en dicho sector productivo de esta zona?

Hace algunos años era muy común que los productores utilicen el canal de comercialización indirecto, utilizando personas o negocios que desempeñaban el rol de intermediarios, pero en los últimos años ha venido tomando fuerza el canal directo, no por iniciativa de los productores sino de los mismos compradores que vienen incluso desde otras provincias hasta el sector de los cultivos a comercializarlos directamente con el productor. Cabe recalcar que los productores

en su mayoría no cuentan con los recursos como para trasladar su producción hasta los puntos de venta.

3. ¿Con qué frecuencia se realizan controles de precios por parte de la autoridad competente?

No tiene una frecuencia determinada, se realizan controles inesperados tanto a los productores como a los comercializadores del cantón en la zona urbana, pero si son frecuentes. Los negocios dedicados a la comercialización sobre todo siempre tienen que estar dispuestos a dar apertura para las revisiones que hacen las autoridades, sobre todo en lo que tiene que ver con el funcionamiento de las balanzas para pesar el producto, la forma de pago, y el precio que se ofrece al productor.

4. ¿Cuál es el organismo gubernamental encargado de realizar el control de precios del maíz amarillo duro?

A nivel general el organismo encargado de fijar el precio es el MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería), pero los que realizan los controles aquí en el cantón son autoridades del municipio local, dirigidos por el comisario.

5. ¿Cuáles son los factores que inciden en el precio que se le paga al productor?

El principal factor y diría que el único en ese tipo de producto es la humedad del maíz. Al comercializarse como maíz amarillo duro su característica más importante para fijar el precio es el grado de sequedad que tenga. Un maíz en estado óptimo debe tener el 13% de humedad solamente, y es allí donde se puede

pagar el precio oficial por quintal. Pero es muy difícil que todos los productores consigan ese grado de humedad ya que muchos de ellos no cuentan con maquinaria adecuada para secar el maíz. Son pocos los que poseen secadoras y ellos si ofrecen el producto en estado óptimo. Es por eso que el precio baja en muchas ocasiones, ya que si traen maíz con mayor grado de humedad se paga menos de lo oficial.

6. ¿Cuáles son los principales compradores de maíz amarillo duro en el cantón?

En el cantón existen muchos negocios que compran productos agrícolas y no solo maíz, ya que se enfocan en todo lo que tenga que ver con el agro. Sin embargo desde hace varios meses vienen compradores de otras provincias a abastecerse directamente del productor, sobre todo de la Sierra. El número exacto no sabemos ya que no se cuenta con un registro oficial.

Entrevista N° 2

Entrevistado: Sr. Carlos Chompol Robles

Profesión: Comerciante.

1. ¿Con qué frecuencia se realiza la comercialización del maíz amarillo duro en el cantón Pedro Carbo?

Regularmente el tiempo de comercialización del maíz comienza a finales del mes de abril y termina en Octubre, sería el tiempo que más demanda de maíz hay por parte de los agricultores.

2. ¿Qué canales de comercialización usualmente se utilizan en dicho sector productivo de esta zona?

Normalmente por la comercialización indirecta, aunque hay compradores de la sierra que incluso van por el producto directamente al campo.

3. ¿Con qué frecuencia se realizan controles de precios por parte de la autoridad competente?

El control de los precios lo pueden hacer apenas empieza la cosecha o en intermedio, aunque no se sabe el día respectivo que ellos llegan a cada lugar de nuestro negocio para hacer la respectiva inspección.

4. ¿Cuál es el organismo gubernamental encargado de realizar el control de precios del maíz amarillo duro?

El organismo que hace la respectiva inspección es el MAG en unión con la policía nacional y el comisario del cantón.

5. ¿Cuáles son los factores que inciden en el precio que se le paga al productor?

El factor principal que incide es el grado de humedad de maíz, dependiendo de eso sería el respectivo pago. Entre más seco este se paga el precio oficial correspondiente.

6. ¿Cuáles son los principales compradores de maíz amarillo duro en el cantón?

En el cantón existimos varios compradores de maíz, que incluso compramos más productos agrícolas. Aunque hay compradores que vienen de otros lados de la

sierra o de la provincia de los ríos por el producto, aunque no son formales como nosotros porque ellos van directamente al campo y no cuentan con los permisos respectivos ya que compran el producto en la calle o en los sembríos.

Entrevista N° 3

Entrevistado: Sra. Susana Jaramillo Salazar

Profesión: Comerciante.

1. ¿Con qué frecuencia se realiza la comercialización del maíz amarillo duro en el cantón Pedro Carbo?

La cosecha de maíz se da una sola vez en el año, el periodo es entre abril a octubre. Aunque hay agricultores que siembran maíz en verano para cosechar cuando ya el maíz está en precio alto y eso se debe por la escasez del maíz en ese tiempo.

2. ¿Qué canales de comercialización usualmente se utilizan en dicho sector productivo de esta zona?

Algunos agricultores venden su producto directamente a los compradores algunos informales ya que no cuentan con todos los permisos que van al campo y es muy conveniente para ellos porque no tienen que sacar su producto del campo para poderlo vender a nosotros los comerciantes.

3. ¿Con qué frecuencia se realizan controles de precios por parte de la autoridad competente?

Los controles lo realizan entre los meses de cosecha, ellos vienen a nuestro comercial a regular el precio del maíz, verificar que las romanas estén acorde con su peso y el medidor me maíz no este alterado.

4. ¿Cuál es el organismo gubernamental encargado de realizar el control de precios del maíz amarillo duro?

Los encargados de realizar los controles son en MAG, ministerio de agricultura y ganadería en conjunto con la policía y el comisario del cantón.

5. ¿Cuáles son los factores que inciden en el precio que se le paga al productor?

El factor principal que incide en el precio del maíz es la humedad, depende de eso es el pago respectivo basándose en la tabla que da el MAG de los precios. Aunque hay ocasiones que nosotros los comerciantes pagamos más del precio oficial.

6. ¿Cuáles son los principales compradores de maíz amarillo duro en el cantón?

Los principales compradores somos nosotros los comerciantes aquí en el cantón, aunque últimamente hay personas que vienen de la sierra a comprar el producto directamente al campo y en ocasiones ellos nos dañan el mercado.

Entrevista N° 4

Entrevistado: Sr. Pino Vera

Profesión: Comerciante.

1. ¿Con qué frecuencia se realiza la comercialización del maíz amarillo duro en el cantón Pedro Carbo?

Normalmente la comercialización de maíz se da una vez al año aquí en nuestro cantón, que comienza a finales de abril y está terminando por el mes de octubre. En esta zona es muy escaso que los agricultores hagan sembríos en verano porque no todos cuentan con regadíos.

2. ¿Qué canales de comercialización usualmente se utilizan en dicho sector productivo de esta zona?

Usualmente si existe la comercialización indirecta que somos nosotros los comerciantes, porque a nosotros nos llegan directamente a comprar el producto personas de la sierra que tienen sus empresas o granjas o también entregamos a las empresas grandes como Pronaca, Nutril, San Isidro entre otras. Aunque hay ocasiones que las personas de la sierra van directamente al campo a comprarles el producto a los agricultores y a ellos les beneficia porque no todos cuentan con vehículo propio pero disminuye el producto en nuestras bodegas.

3. ¿Con qué frecuencia se realizan controles de precios por parte de la autoridad competente?

Cuando es tiempo de la cosecha los controles son frecuentes para verificar el precio, las balanzas y los medidores de humedad. Ellos llegan a nuestro negocio de forma inesperada.

4. ¿Cuál es el organismo gubernamental encargado de realizar el control de precios del maíz amarillo duro?

El organismo que se encarga del control es el MAG en conjunto con las autoridades competentes de nuestro cantón, como lo es la policía nacional y el comisario.

5. ¿Cuáles son los factores que inciden en el precio que se le paga al productor?

El principal factor es la humedad, entre más seco este el maíz se paga al precio oficial. Aunque es muy difícil que a principios de cosecha haya maíz seco, son pocas las personas que utilizan secadoras porque las personas del campo no poseen de secadoras y alquilar no les recompensaría, mientras tanto les toca vender el maíz húmedo y se paga rigiéndose a la tabla del MAG. El maíz seco ya empieza a salir por el mes de julio.

6. ¿Cuáles son los principales compradores de maíz amarillo duro en el cantón?

Los principales compradores somos nosotros los comerciantes aquí en el cantón, aunque como lo mencione anteriormente también vienen personas de la sierra a comprar directamente al campo.

3.7.3. Informe Final

Al iniciar con la recopilación de datos en este trabajo investigativo se pudo evidenciar muchos factores considerados como relevantes, mismos que están

relacionados con el la producción, precio y comercialización del maíz amarillo duro, así como los canales de distribución que se utilizan habitualmente en la localidad.

En primera instancia es preciso mencionar que se encuestó a los productores de maíz amarillo duro del cantón Pedro Carbo ya que se los considera como una de las fuentes primarias de información, ya que son los que además de producir el maíz, también lo comercializan. La mayor parte de ellos tiene muchos años de experiencia en dicha labor, sobre todo porque es una actividad que pasa de generación en generación.

También se consideró la percepción de los comercializadores de maíz, ya que constituyen una fuente de información directa. Luego de haber analizado desde dos perspectivas diferentes: productores (encuestas) vs compradores (entrevista); se ha llegado a la conclusión de que el maíz amarillo duro es uno de los productos más comercializados en el cantón Pedro Carbo, no solo a nivel interno sino también a nivel regional. Su relevancia es de gran aporte para el sistema económico de dicha localidad.

Se determinó que la comercialización de maíz se da generalmente una vez al año; sin embargo, hay productores que guardan producto para comercializarlo en temporada baja. El canal de comercialización más utilizado sigue siendo el indirecto (por medio de intermediarios); sin embargo en lo últimos meses se ha podido evidenciar una elevada tendencia creciente del canal directo de comercialización.

Actualmente vienen compradores de otras provincias (predominantemente de la Sierra) a comprar directamente hasta la zona donde residen los productores. A pesar de ello aún existe el uso mayoritario de intermediarios en la zona urbana del cantón. Se proyecta entonces un escenario futuro en donde el comprador no tenga que priorizar el uso de intermediarios, pero para ello deben recibir capacitación en relación a técnicas de negociación de su producto.

Por otra parte, un factor de gran importancia que se pudo determinar es que en el cantón Pedro Carbo, el precio del quintal de maíz amarillo duro no se basa en el precio oficial fijado por el MAG sino que tiene relación directa con el grado de humedad que tenga. Mientras más seco más valor monetario tiene. El grado de humedad del producto óptimo es del 13%.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

Plan de Mejoramiento para la Comercialización de Maíz, producido en el Cantón Pedro Carbo.

4.1. Análisis Situacional de la Comercialización de Maíz Duro Amarillo en Pedro Carbo.

4.1.1. Análisis Demográfico y Social

El cantón Pedro Carbo ubicado en la provincia del Guayas, a 63km de la ciudad de Guayaquil, limita al norte y oeste con el cantón Paján de la provincia de Manabí, al sur con la provincia de Santa Elena, y al este con el cantón Isidro Ayora y Colimes. Su clima es cálido y seco; sin embargo, en algunas épocas del año se vuelve húmedo. Este cantón representa el 6,1% de la provincia del Guayas (INEC, 2021).

Tabla 18.
Población del Cantón Pedro Carbo

POBLACIÓN DEL CANTÓN PEDRO CARBO			
POBLACIÓN	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL
HOMBRES	10.286	12.322	22.608
MUJERES	9.934	10.894	20.828
TOTAL	20.220	23.216	43.436

Fuente: INEC (2021)

Es una localidad de 43.436 habitantes, que en su mayoría son hombres. De acuerdo con datos registrados en el INEC allí habitan 22.608 hombres y 20.828

mujeres (INEC, 2021). La población que allí habita se ha ido reinventando al impulsar el desarrollo económico de la zona a través de las actividades primarias que son parte de su cultura e historia pero adaptándose a la evolución constante sin dejar de lado las actividades del agro.

Como se puede observar en la tabla antes expuesta, la población del cantón Pedro Carbo tiene una marcada relevancia rural, que si bien es cierto no supera a la población urbana, falta muy poco para igualarla. En el contexto de esta investigación ese dato es un punto importante ya que la actividad productiva agrícola en la que se enfoca este tema, se desarrolla casi en su totalidad dentro del área rural, e incluso tiene incidencia en el área urbana ya que allí también se comercializa el producto.

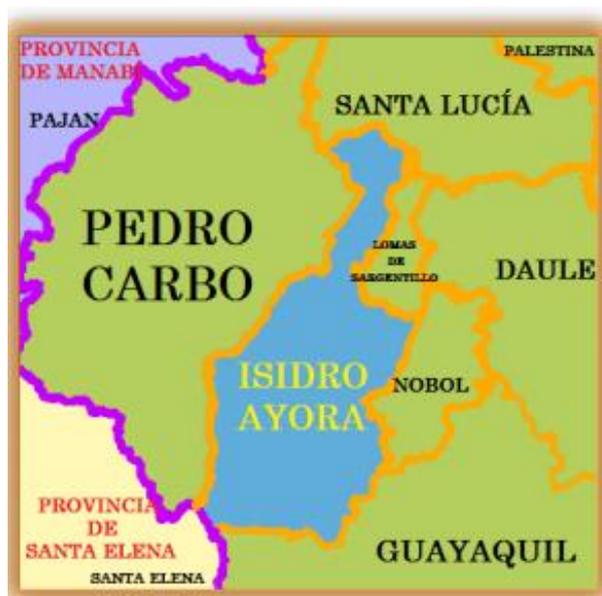


Figura 17. Ubicación Geográfica del Cantón Pedro Carbo
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Guayas (2020)

Este cantón cuenta con una dinámica situación comercial y productiva. Las principales actividades de esa localidad son la agricultura, ganadería y el comercio

en general. Debido a su beneficiosa ubicación geográfica y sus diversas riquezas naturales, cuenta con tierras muy fértiles que le permiten a la gran mayoría de su población rural cultivar las grandes extensiones de tierra que tienen a su disposición, siendo los productos más cultivados el arroz, maíz, algodón, girasol, maní y banano.

Su cabecera cantonal está liderada económicamente por el comercio, y al estar en la vía a Manabí, sirve como estancia temporal para muchos de las personas transitan por la vía. El cantón cuenta con 105 recintos rurales, y muchos de ellos son beneficiados por la cercanía del río que atraviesa la zona, haciendo que su tierra sea fértil y adecuada para el cultivo.

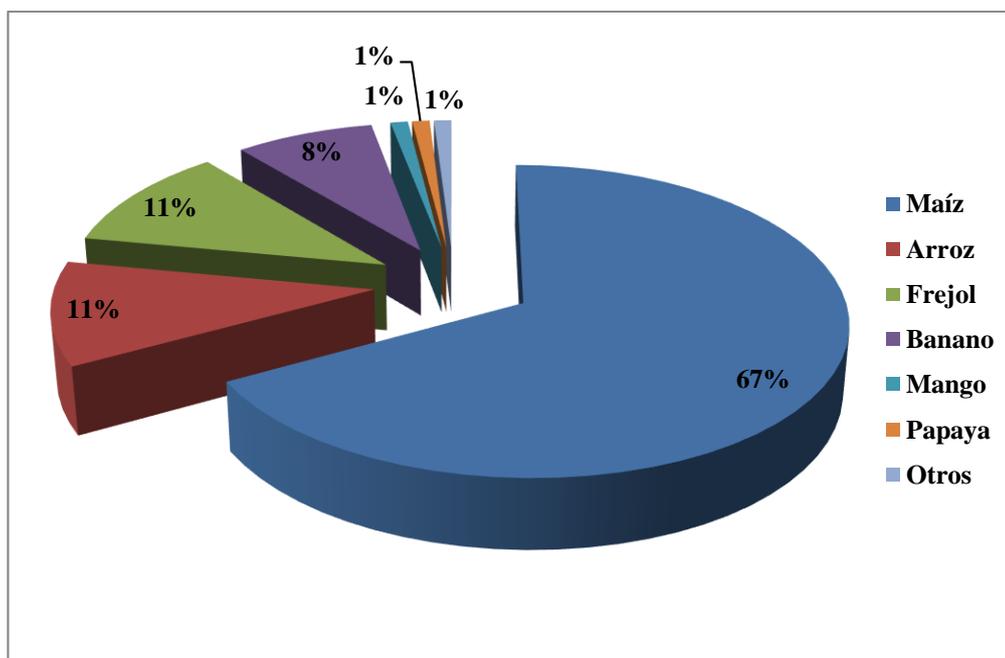


Figura 18. Uso y Cobertura de Agricultura en el Cantón Pedro Carbo
Fuente: GAD Descentralizado de Pedro Carbo
Elaborado por: Rodríguez, E. (2021).

En el cantón Pedro Carbo, como se mencionó anteriormente, la actividad más relevante es la producción agrícola. De acuerdo a datos obtenidos en el Municipio

de la localidad, de esa actividad la que tiene una mayor producción es la del maíz amarillo duro. Es preciso mencionar que no solo se produce sino que se comercializa en la zona rural, y en muchas ocasiones su distribución tiene alcance hasta la zona urbana.

Al ser la agricultura la principal fuente de sustento de los recintos de la localidad, la diversificación de productos es primordial para el sustento de las familias que allí habitan. Es por ello que no solo siembran maíz, sino muchos otros productos como banano, arroz, frejol gandul, entre muchos otros. De todos ellos, el maíz es el que tiene mayor importancia o el que se cosecha en mayor cantidad.

Los agricultores de la zona no reciben mayor apoyo de las entidades Gubernamentales y tienen muchas falencias en lo que respecta a la capacitación en general, pero sobre todo en lo que se refiere a técnicas de negociación para poder comercializar adecuadamente sus productos. Si bien es cierto, reciben cada cierto tiempo instrucciones técnicas para la siembra y el cultivo, al momento de vender su producto, no tienen una posición ventajosa sino lo contrario.

La siembra de maíz da inicio con las primeras lluvias del año, en el mes de enero aproximadamente, y su cosecha se lleva a cabo de manera general en el mes de mayo. La producción de maíz se suele dar en áreas físicamente adecuadas por las condiciones naturales de la zona. Sin embargo, cuando se refiere a la comercialización normalmente es anual, pero algunos productores dejan producto para comercializar en meses en que no hay cosecha.

Los productores maiceros de la provincia de Guayas han tenido a lo largo de los años varias maneras de comercializar sus productos. Hace algunos años el canal de distribución utilizado por naturaleza era el indirecto; es decir, utilizaban intermediarios para poder vender sus productos ya que por falta de recursos adecuados para trasladar la cosecha no podían salir a vender el maíz por su propia cuenta.

Ello implicaba un factor en contra, la obtención de precios mucho más bajos y por ende una menor rentabilidad en su actividad productiva. Si bien es cierto, la forma de expendio ha cambiado, se comprobó que se sigue utilizando en ciertos casos el canal indirecto de comercialización; sin embargo, se aplica mucho más la venta directa.

En la actualidad los propios compradores llegan hasta los recintos del cantón Pedro Carbo en los que se cultiva el maíz para comprarlo directamente a los productores. De acuerdo a lo recabado en el estudio de campo, los compradores vienen desde otras provincias a adquirir el producto, lo cual genera mayores ventajas para los productores locales, no solo en rentabilidad, sino también en la facilidad de no tener que incurrir en gastos de transporte.

Se pudo obtener como hallazgo importante, que los productores no son los que imponen el precio al que van a vender sus productos, como lo haría cualquier fabricante o productor normalmente, sino que, al momento de la compra – venta, el precio es fijado por el comprador en base a dos factores básicos: la calidad del

maíz, que está determinada por el porcentaje de humedad, y el precio oficial fijado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (en ese orden).

Durante el proceso de comercialización del maíz amarillo duro, el comprador pesa el maíz, y lo analiza. El grado de humedad que el maíz debe tener para considerarlo como un producto de óptima calidad es del 13%. Si cumple con esa condición el comprador paga el precio oficial establecido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), que es de \$14,60; caso contrario podrá pagar un precio menor al legalmente establecido.

Otra opción que tienen los productores es optar por la comercialización en los distintos lugares de recolección dispuestos por la Empresa Pública Unidad Nacional de Almacenamiento “UNA EP”, lugares en los que le pagan el precio oficial, con la condición antes mencionada, tener el 13% de humedad y el 1% de impurezas.

Cuando los productores optan por comercializarlos en las unidades de la UNA EP, se lleva a cabo en grandes cantidades, generalmente 1000 quintales de maíz. Al utilizar este canal de comercialización los productores obtienen precios mucho más reales, ya que el avalúo del producto es supervisado constantemente tanto al pesar el producto como al cobrar el precio justo.

Es preciso mencionar que durante el invierno, la humedad es muy alta, y son pocos los productores que tienen secadoras de maíz que pueden mejorar su calidad y venderlos con menor humedad. Es por ello que utilizar el programa de

absorción del sembrío que tiene la UNA EP es una opción que favorece al productor, asegurando el precio adecuado para ambas partes.

Se puede determinar mediante indagación en el trabajo de campo que al comercializar el maíz húmedo a intermediarios, los productores consiguen un precio de hasta \$9; mientras que el mismo maíz húmedo en las unidades de la UNA EP es comprado en \$12 el quintal. La intervención que realiza este organismo estatal tiene como propósito proteger a los productores y evitar la caída de precios dentro del sector maicero.

Una de las razones por las que aún se siguen utilizando intermediarios en la comercialización del maíz es porque ellos poseen el transporte necesario para trasladar el maíz desde la zona de cosecha hasta su comprador final. Sin embargo paga el precio mucho más bajo. Es decir, el productor hace el trabajo más pesado, espera tres meses para cosechar el producto y recibir un pago más bajo del adecuado, mientras que el intermediario en cuestión de horas compra y vende el producto obteniendo su ganancia.

4.1.2. Análisis de Producción

4.1.2.1. Producción de maíz amarillo duro

La producción de maíz en Ecuador es constante pero se mueve dinámicamente con temporadas altas y bajas, no solo en cuanto a producción sino también en lo que a precios se refiere. Durante el periodo 2018, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) indicó que se sembraron alrededor de 250.000 hectáreas de

maíz y especificó que existen aproximadamente 60.000 maiceros en las provincias de Guayas, Manabí, Los Ríos y Loja.

A pesar de la dificultad que en ciertas ocasiones se suscita para contabilizar a cabalidad la producción agrícola, el INEC mediante el uso del Sistema ESPAC, pudo constatar que durante el año 2018 se registraron ventas de maíz duro por 1'232.670 toneladas métricas (TM) en todo el país.

Es preciso mencionar que el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador (INIAP) basa sus acciones en el Plan Estratégico para el periodo 2018 – 2022, en el cual se establecen objetivos y metas específicas para la producción y comercialización del maíz duro, y que están citadas en el marco legal de este trabajo investigativo.



Figura 19. Superficie Cosechada de maíz duro en Ecuador 2014 – 2019
Fuente: Banco Central del Ecuador (2020)

La superficie cosechada de maíz duro de invierno creció en el tercer trimestre de 2019, aunque no en los mismos niveles que en los terceros trimestres

de años anteriores, registrando en este período un incremento de 3%. Sin embargo, por el exceso de humedad, la mazorca no pudo completar su normal desarrollo; en consecuencia, los rendimientos fueron menores y el volumen de producción cayó en 3% tendencia que se mantiene desde la cosecha del año anterior, en la cual esta variable decreció en 5% (Banco Central del Ecuador, 2020, pág. 4).

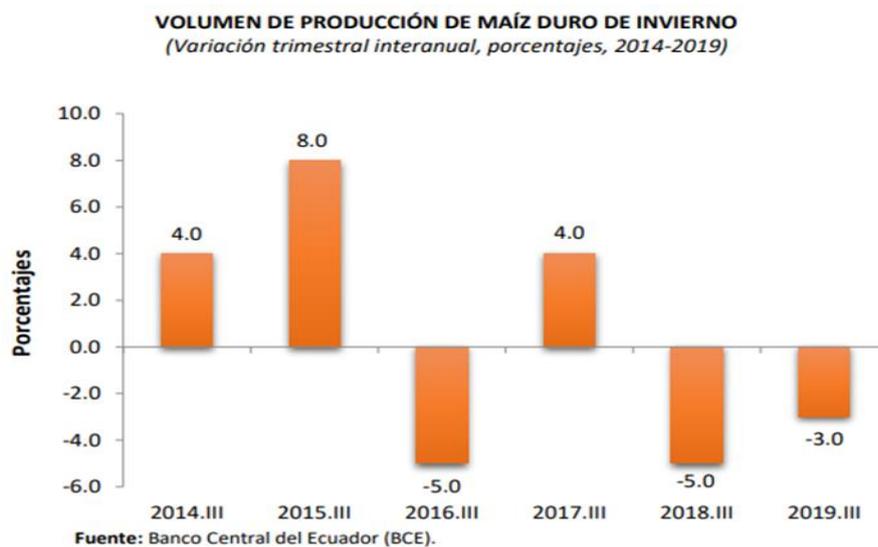


Figura 20. Volumen de Producción de maíz duro
Fuente: Banco Central del Ecuador (2020)

De acuerdo a datos publicados por el Banco Central del Ecuador, en el cual expone los rendimientos alcanzados por cada uno de los cantones productores de maíz duro, el cantón Pedro Carbo, sujeto de este estudio, alcanzó los 100qq/ha.

4.1.2.2. Producción de maíz amarillo duro

En Ecuador los agricultores dedicados a la producción de maíz amarillo duro disponen de 45 centros especializados para su procesamiento, a través de los cuales pueden fortalecer su poder de negociación frente a los intermediarios. Ello implica que el Gobierno ha invertido más de 14 millones de dólares en el Proyecto

Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad Agrícola (PITPPA) del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020).

Una iniciativa del MAG para reducir la intermediación y promover la venta asociativa directa al peso y precio justo, es la implementación de siete centros de acopio de maíz duro con el propósito de dar apoyo a pequeños y medianos productores.

Según el Banco Central del Ecuador (2020), en su Reporte de Coyuntura del Sector Agropecuario, indicó que el precio promedio de comercialización en los cantones de la provincia del Guayas se mantiene en los \$13 para el año 2018. Sin embargo, enfatizó en que los cantones Pedro Carbo, Isidro Ayora, Lomas de Sargentillo y El Triunfo tendrán una tendencia decreciente en la producción de maíz amarillo debido al bajo precio de comercialización que se lleva a cabo en dichas localidades (p.23).

Para el periodo 2020 el Ministerio de Agricultura y Ganadería coordinaron acciones conjuntas con el Consejo Consultivo de Maiceros a nivel nacional para realizar operativos de control de precios, el cual a partir de enero del 2020 se fijó en \$14,60. Cabe recalcar que una de las ventajas que tienen los agricultores en el sentido de apoyo gubernamental es que se otorgan créditos del CCMA y se inició el Proyecto Nacional de Semillas.

4.2. Plan de Mejoramiento para la comercialización de Maíz en Pedro Carbo.

4.2.1. Análisis FODA

Como parte inicial de la planeación estratégica para el mejoramiento de la comercialización del maíz, se procede a elaborar el análisis FODA, del cual se desprenderán las estrategias a aplicar.

Tabla 19.
Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• El maíz amarillo duro es uno de los productos más comercializado en la localidad.• El cantón Pedro Carbo es conocido a nivel nacional como uno de los principales productores.• Se produce en cantidades industriales.• Existe apoyo en el gremio ya que son muchos productores en la localidad que buscan mejoras colectivas.	<ul style="list-style-type: none">• No se cuenta con tecnología para mejorar la producción y el secado del maíz.• No hay suficiente amplitud para acceder a financiamiento.• No se cuenta con transporte para trasladar la cosecha.• No se tienen suficientes planes de capacitación para mejorar la comercialización.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene alta demanda a nivel nacional. • Es un producto que puede venderse a diferentes industrias. • Hay apoyo gubernamental al agro. • Compradores de otras provincias ya conocen a los productores locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios climáticos. • Aparición de nuevos intermediarios.

Elaborado por: Rodríguez, E. (2021).

4.2.2. Estrategias del FODA

Tabla 20.
Estrategias del análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	<p>Estrategias FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar el maíz amarillo duro a través de canales digitales para seguir ganando clientes de otras provincias. 2. Aprovechar la 	<p>Estrategias DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dar incentivos a los clientes que retiren el maíz directamente donde los productores ya que ellos no cuentan con transporte.

	conexión con clientes de otras provincias para ganar referidos nuevos.	2. Buscar asesoría para optar por planes de financiamiento gubernamentales para mejorar la producción.
Amenazas	<p>Estrategias FA</p> <p>1. Planear actividades de prevención contra los cambios climáticos.</p> <p>2. Realizar acuerdos colectivos para minimizar la aparición de intermediarios.</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>1. Buscar capacitación en técnicas de comercialización del maíz.</p>

Elaborado por: Rodríguez, E. (2021).

4.2.3. Planeación Estratégica

Dentro de este campo se va a detallar, de manera organizada, cada una de las estrategias y tácticas a seguir para alcanzar el mejoramiento en la comercialización del maíz amarillo duro en el cantón Pedro Carbo. Dicha planeación se basa en las estrategias que se desprendieron del análisis FODA.

Tabla 21.
Plan Estratégico

Estrategias	Tácticas	Recursos	Responsables
<p>Promocionar el maíz amarillo duro a través de canales digitales para seguir ganando clientes de otras provincias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una página web que permita tener acceso a información sobre el producto y la forma de adquirirlo. • Crear una cuenta de Instagram para tener contacto directo con los clientes y una vía para promocionar el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios profesionales de diseñador web 	<p>Líder gremial</p>

<p>Aprovechar la conexión con clientes de otras provincias para ganar referidos nuevos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una cartera de clientes locales y regionales. • Crear un programa de referidos a partir de los clientes ya existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de clientes 	<p>Asistente</p>
<p>Dar incentivos a los clientes que retiren el maíz directamente donde los productores ya que ellos no cuentan con transporte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar de manera colectiva un porcentaje de descuento para clientes que retiren el producto en el lugar de cosecha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión Colectiva • Acta de compromiso 	<p>Líder gremial Consenso de los productores</p>
<p>Buscar asesoría para optar por planes de financiamiento gubernamentales para mejorar la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elegir una persona que asesore en grupos sobre a forma en que pueden 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión Colectiva • Acta de compromiso 	<p>Líder Gremial Asistente</p>

producción.	acceder a planes de financiamiento, y les de los lineamientos a seguir.		
Planear actividades de prevención contra los cambios climáticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Formar grupos de apoyo para gestionar acciones preventivas en fechas donde hay cambios climáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión Colectiva • Acta de compromiso 	<p>Líder gremial</p> <p>Consenso de los productores</p>
Realizar acuerdos colectivos para minimizar la aparición de intermediarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Fijar políticas a aplicar cuando surjan nuevos intermediarios, coordinación de precios y cantidades a expender. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión Colectiva • Acta de compromiso 	<p>Líder gremial</p> <p>Consenso de los productores</p>

<p>Buscar capacitación en técnicas de comercialización del maíz.</p>	<p>Contratar a un capacitador para que les enseñe técnicas de negociación, que es de alta prioridad para que mejoren la manera en que comercializan el producto en cuanto a precios, entrega, etc.</p>		
--	--	--	--

Elaborado por: Rodríguez, E. (2021).

4.3. Presupuesto

Tabla 22.
Presupuesto

Cantidad	Descripción	Estrategia	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo total
40	Servicios prestados diseñador web	Promoción de producto en redes	Horas	3	\$120
1	Libro de registro	Cartera de clientes	Unidad	10	\$10
1	Capacitador	Técnicas de negociación	Paquete de capacitación	80	\$80
1	Asesor		Paquete de capacitación	50	\$50
Total					\$260

Elaborado por: Rodríguez, E. (2021).

CONCLUSIONES

Luego de haber concluido este estudio, y basándose en los datos expuestos en el mismo, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- El cantón Pedro Carbo posee extensiones de tierra que son propicias para el cultivo de maíz amarillo duro, motivo por el que muchos de sus habitantes de la zona rural se dedican a dicha actividad. Este producto es uno de los más relevantes dentro de la actividad agrícola de la zona, por lo que su comercialización se considera como una fuente directa e indirecta e trabajo para la localidad.
- Los productores de maíz de la zona no cuentan con tecnología ni maquinarias que faciliten su labor, sobre todo con secadoras que es una de las maquinarias que facilitaría tanto a producción como la comercialización del maíz.
- En el cantón Pedro Carbo, el precio del maíz no solo se rige por el precio oficial que impone el estado, sino por el grado de humedad que tenga; es decir, mientras más seco mejor precio se consigue.
- Aún existen intermediarios en la zona, pero se está elevando el número de ventas directas ya que vienen compradores de otras provincias directamente al lugar de cosecha.
- Los agricultores necesitan básicamente asesoría en líneas de financiamiento, capacitación en técnicas de negociación, y promocionar más su producto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los funcionarios encargados de ello, realizar periódicamente el control de precios oficiales en la comercialización de maíz, no solo mediante el control de las balanzas de los comerciantes, sino de la intermediación desleal que afecta a los productores.
- Se sugiere a los productores de maíz amarillo duro que se organice formalmente como un gremio que busque beneficios colectivos e impongan lineamientos y políticas para mejorar la comercialización de su producto.
- Sería adecuado que se aplique la propuesta ya que está diseñada específicamente para los maiceros del cantón Pedro Carbo y busca erradicar las falencias existentes y mejorar la comercialización del producto.

Bibliografía

Balra, A. (1975). *Teoría Económica*. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.

Banco Central del Ecuador. (2020). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario*.

Obtenido de
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201903.pdf>

Cantos, G. (2018). *Incidencia en la cadena de intermediación en la comercialización de maíz y frejol en la parroquia Sabanilla cantón Pedro Carbo*. Jipijapa - Manabí: Universidad Estatal del Sur de Manabí.

Carracedo, A. (2018). *Anatomía del Sistema Económico*. Buenos Aires: Editorial Dunken.

Cegarra, J. (2015). *Metodología de la investigación científica*. Ediciones Diaz de Santos. Tercera Edición.

Centro de Investigación y Desarrollo Profesional . (2019). *Costes, beneficios y rentabilidad en el cultivo de maíz*. Obtenido de http://www.cidepro.org/images/pdfs/cultivo_maiz.pdf

Constitución Política del Ecuador. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>

Cuevas, H. (2007). *Teoría Económica de Mercado*. Universidad Externado de Colombia.

Diario El Universo. (10 de enero de 2020). *Se fijó en \$14,60 el saco de maíz amarillo duro*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/10/nota/7684737/se-fijo-1460-saco-maiz-amarillo-duro-065-menos-que-2019>

FAO. (2016). *El Sector Agrícola y el Crecimiento Económico*.

Fienco, S. (2015). *Producción de maíz y su aporte al crecimiento en el cantón Pedro Carbo periodo 2004 - 2013*. Guayaquil - Ecuador: Universidad de Guayaquil.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Guayas. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Guayas*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=recintos+del+canton+pedro+carbo&sxsrf=ALeKk00P54mTm2n2Kmpnpftcei-IBKTEmA:1615066649685&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiDq8WP0JzvAhWQjVvKHXyTctUQ_AUoAXoECA8QAw&biw=948&bih=640#imgc=zAb2ZqFvff3n8M

Hernández, A., Ramos, M., Placencias, B., & Indacochea, B. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Alicante España: Editoreal Área de Innovación y Desarrollo S.L.

Hernández, R. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Interamericana .

INEC. (2018). *Estructura del Sector Agropecuario*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Economicos/Evolucion_de_la_indus_Alimen_Beb_2001-2006/Estruc_Sector_Agropecuario.pdf

INEC. (2021). *Población del cantón Pedro Carbo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- INIAP. (2018). *Cosecha y Desgrane de maiz duro*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/images/rubros/contenido/maizd/10cosecha.pdf>
- INIAP. (2018). *Plan Estratégico de Investigación y Desarrollo Tecnológico*. Obtenido de <https://www.iniap.gob.ec/pruebav3/wp-content/uploads/2018/03/281-iniap-OK-baja.pdf>
- INIAP. (2018). *Siembra de maiz duro*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/images/rubros/contenido/maizd/5siembra.pdf>
- Johnston, B., & Mellor, J. (1972). *El papel de la agricultura en el desarrollo económico*. México: Editorial Flores.
- Leiva, C. (2019). La Agricultura y la Ciencia. *Scielo Revista Científica*.
- Ley de Desarrollo Agrario. (2004). *Ley de Desarrollo Agrario*. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6617.pdf>
- MAGAP. (2018). *La política Agropecuaria Ecuatoriana*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu183434.pdf>
- Marshall, A. (2005). *Principios de la Economía*. Editorial Síntesis.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *Agricultura, la base de la economía y la alimentación*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/agricultura-la-base-de-la-economia-y-la-alimentacion/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (11 de Junio de 2020). *Con Centros de Apoyo el MAG fortalece la producción y comercialización de maiz*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/loja-con-centros-de-acopio-el-mag-fortalece-la-produccion-y-comercializacion-de-maiz/>

- Munguia, J., & Sánchez, F. (2015). Estrategias para la producción de maíz frente a los impactos del cambio climático. Venezuela: Revista de Ciencias Sociales.
- Muñoz, C. (2015). Metodología de la investigación. México: Oxford University Press México S.A. Primera Edición.
- Peña, N., & Andrade, E. (2017). *Análisis del sistema de comercialización de la producción de maíz para mejorar los ingresos de los pequeños productores del recinto Aguas Frías de Medellín, provincia de Los Ríos*. Guayaquil - Ecuador.
- Pereira, F. (2016). La contribución de la agricultura a las comunidades en desarrollo. Paidós Ediciones.
- Pino, S., & Aguilar, H. (2017). Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador. *Revista Espacios*.
- Plan Nacional de Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2007 - 2021*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- Reglamento de Comercialización del Maíz Amarillo Duro. (2013). *MAGAP*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu139852.pdf>
- Revista El Productor. (Abril de 2019). Expectativas de la cosecha de maíz 2019. *El Productor*, Edición 29.
- Reyes, M. (1999). Elementos de Teoría Económica para el análisis del mercado de productos agrícolas. Centro de Información Agrosocioeconómica.
- Romero, V., & Tomalá, M. (2016). *Evaluación de las Exportaciones de Cacao en el Ecuador y su impacto en el Producto Interno Bruto; Periodo 2011 - 2015*. Guayaquil - Ecuador: Universidad de Guayaquil.

- Sánchez, F. (2018). *Teoría de precios*. Iquitos - Perú: UNAP.
- Sánchez, P. (2017). Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial. Málaga: IC Editorial.
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/ley-organica-de-regulacion-y-control-del-poder-de-mercado/>
- SIPA MAG. (2019). Producción de Maíz Amarillo Duro en Guayas. <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>.
- Sterm, L., & Coughlan, A. (1998). Canales de Comercialización. Madrid: Prentice Hall.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2016). Bases de la investigación cualitativa. Editorial de la Universidad de Antioquia.
- Vargas, G. (2006). Introducción a la Teoría Económica. México: Pearson Educación. Tercera Edición.

ANEXOS

**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE MAIZ
AMARILLO DURO DEL CANTÓN PEDRO CARBO**

Objetivo: Determinar las circunstancias en que los productores de maíz amarillo duro comercializan su producto y los canales que utilizan para ello.

1. Género

- a) Hombre
- b) Mujer
- c) GLTBI
- d) Indiferente

2. Edad

- a) De 18 a 25 años
- b) De 26 a 40 años
- c) De 41 a 55 años
- d) Más de 55 años

3. Disposición de Tierras

- a) Propias
- b) Alquiladas
- c) De familiares

4. ¿Desde hace cuántos años es productor de maíz amarillo duro?

- a. De 1 a 5 años ()
- b. De 6 a 10 años ()
- c. De 11 a 15 años ()

d. Más de 15 años ()

5. ¿Qué tipo de apoyo reciben los productores maiceros del cantón Pedro Carbo?

a. Financiamiento ()

b. Capacitación ()

c. Recursos Agrícolas ()

d. Apoyo legal ()

e. Ninguno ()

6. ¿Cuál de los siguientes considera que es el principal limitante que usted tiene para producir maíz amarillo duro?

a. Falta de financiamiento ()

b. Cambios climáticos ()

c. Falta de mano de obra ()

d. Poca disposición de hectáreas ()

7. ¿Cuál de los siguientes definiría como el principal problema que usted tiene para vender su producto?

a. Falta de transporte ()

b. Insuficiente producción ()

c. Precios por debajo del oficial ()

d. No hay suficientes compradores ()

8. ¿Con qué frecuencia realiza la venta de su producto?

a. Mensual ()

b. Trimestral ()

c. Semestral ()

d. Anual ()

9. ¿Qué tipo de canal de comercialización utiliza para vender su producto?

a. Directo ()

b. Indirecto (Intermediarios) ()

10. ¿Qué problema tiene usted al utilizar el canal de comercialización antes mencionado?

a. Pagan precios muy bajos ()

b. Compran poca cantidad ()

c. Gasta mucho en transporte ()

d. Dificultad para negociar ()

11. ¿Al vender su producto su cliente cumple con el pago del precio oficial del maíz?

a. Siempre ()

b. A veces ()

c. Nunca ()

12. ¿Con qué frecuencia los organismos encargados cumplen con el control de precios en la comercialización del maíz?

a. Siempre ()

b. A veces ()

c. Nunca ()

13. ¿Qué tipo de acciones le gustaría que las entidades de control realicen para mejorar la comercialización de maíz amarillo duro?

- a. Control de precios ()
- b. Apoyo financiero ()
- c. Capacitación agrícola ()
- d. Capacitación de negociación ()

FORMATO DE ENTREVISTA

1. ¿Con qué frecuencia se realiza la comercialización del maíz amarillo duro en el cantón Pedro Carbo?

2. ¿Qué canales de comercialización usualmente se utilizan en dicho sector productivo de esta zona?

3. ¿Con qué frecuencia se realizan controles de precios por parte de la autoridad competente?

4. ¿Cuál es el organismo gubernamental encargado de realizar el control de precios del maíz amarillo duro?

5. ¿Cuáles son los factores que inciden en el precio que se le paga al productor?

6. ¿Cuáles son los principales compradores de maíz amarillo duro en el cantón?