



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

TÍTULO:

INCIDENCIA DE LOS FACTORES DE LA CADENA DE  
COMERCIALIZACION EN EL BIENESTAR DE LOS PEQUEÑOS  
AGRICULTORES DEL CANTÓN BALZAR, PROVINCIA DEL  
GUAYAS

AUTORES:

Arauz Cedeño, Fabiola Alejandra  
Reyes Aguirre, Ronny Stalyn

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE ECONOMISTA

TUTOR:

Econ. Guillen Franco, Erwin José, Mgs.  
Guayaquil, Ecuador

2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por:  
**Fabiola Alejandra, Arauz Cedeño y Ronny Stalyn, Reyes Aguirre**, como  
requerimiento parcial para la obtención del Título de: **Economista**.

TUTOR

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Guillén Franco, Erwin José, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Carrillo Mañay, Venustiano, Mgs.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Fabiola Alejandra Arauz Cedeño y Ronny Stalyn Reyes Aguirre**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación “**Incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas**” previa a la obtención del Título de: **Economista**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del 2017

LOS AUTORES

f. \_\_\_\_\_  
Arauz Cedeño, Fabiola Alejandra

f. \_\_\_\_\_  
Reyes Aguirre, Ronny Stalyn



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Fabiola Alejandra Arauz Cedeño y Ronny Stalyn Reyes Aguirre**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de septiembre del 2017

LOS AUTORES:

f. \_\_\_\_\_  
Arauz Cedeño, Fabiola Alejandra

f. \_\_\_\_\_  
Reyes Aguirre, Ronny Stalyn

## REPORTE URKUND



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	<a href="#">Aráuz Fabiola y Reyes Ronny tesis final.pdf</a> (D30293856)
Presentado	2017-08-30 07:42 (-05:00)
Presentado por	Fabiola falejandra (fabiolaarauz@hotmail.com)
Recibido	erwin.guillen.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Trabajo de titulación <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

1% de estas 62 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

The interface includes a toolbar at the bottom with icons for document analysis, zoom, and navigation.

TUTOR

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Guillén Franco, Erwin José, Mgs.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la fortaleza para poder culminar con éxito mi carrera universitaria.

A mis padres, Fabián Aráuz Villafuerte y Nora Cedeño Pico, quienes con su esfuerzo y sacrificio hicieron posible que culminaré mis estudios y son fuente de inspiración en mi formación profesional. A mis hermanas, por acompañarme en todas las noches que me quedaba estudiando y por su apoyo en los momentos oportunos. A mis abuelos, que también formaron parte importante durante todo este proceso.

A nuestro Tutor, Econ. Erwin Guillén, por su asesoramiento y guía en la realización de este trabajo. A mi compañero de tesis que gracias a su apoyo y esfuerzo fue posible alcanzar este objetivo. A mis amigas con quienes compartí momentos importantes en mi vida y por haberme brindado su amistad y confianza en todo momento.

**Fabiola Aráuz Cedeño**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mis padres, pilares fundamentales en mi vida, en reconocimiento al sacrificio puesto para que pueda culminar mis estudios y a mis hermanas y mis abuelos quienes han estado conmigo en todo momento y han sido un apoyo incondicional.

**Fabiola Aráuz Cedeño**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero doy gracias a Dios por darme la fuerza y el coraje para lograr cada una de mis metas tan anheladas; les agradezco a mis padres por darme todo su apoyo de manera incondicional y por brindarme su total confianza; por inculcarme valores morales, pequeños de esencia, pero de gran importancia para el diario vivir; aspectos que me permitieron desarrollarme como una persona de bien.

Le doy gracias a mi querido hermano que siempre estuvo ahí para apoyarme en todo momento y por dedicarme tiempo de escucha cuando más lo necesitaba.

Agradezco a los docentes de la carrera de economía de la universidad católica de Santiago de Guayaquil por brindarme todos sus conocimientos, su paciencia y motivación siendo así fundamentales para mi formación académica.

Finalmente agradezco a mi compañera de Tesis por toda la comprensión y el cariño que me brindo durante toda nuestra etapa estudiantil.

**Ronny Reyes Aguirre**



## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primeramente a Dios por permitirme culminar una etapa más de mi vida y con infinito amor a mi familia; el cariño y la alegría que me brindaron fue el pilar fundamental para seguir adelante, esforzándome cada día más por llegar a cumplir mis objetivos propuestos y alcanzar la meta propuesta.

**Ronny Reyes Aguirre**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Carrillo Mañay, Venustiano, Mgs.  
DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Guzmán Segovia, Guillermo, Mgs.  
COORDINADOR DEL ÁREA

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, PhD.  
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

CALIFICACION

f. \_\_\_\_\_

Econ. Guillén Franco, Erwin José, Mgs.

TUTOR

# ÍNDICE GENERAL

1	Introducción.....	2
1.1	Planteamiento del Problema.....	3
1.1.1	Pregunta de investigación .....	4
1.2	Objetivos.....	4
1.2.1	Objetivo general .....	4
1.2.2	Objetivos específicos .....	4
1.3	Justificación .....	5
1.4	Hipótesis.....	5
2	Capítulo 1: Marco general.....	6
2.1	Marco teórico:.....	6
2.1.1	Agricultores .....	6
2.1.2	Cadenas de comercialización.....	10
2.1.3	Bienestar .....	14
2.2	Marco referencial .....	22
2.2.1	Bienestar en los pequeños agricultores.....	22
2.2.2	Cadena de comercialización .....	26
2.3	Marco Conceptual.....	31
2.3.1	Especificación y forma de medición de las variables de estudio 39	
2.4	Marco Normativo .....	40
2.4.1	La Constitución Política de la República del Ecuador.....	40

2.4.2	Código orgánico de la producción, comercio e inversiones Copci	41
2.4.3	Plan Nacional del Buen Vivir .....	41
2.4.4	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) .....	42
3	Capítulo 2: Situación de los pequeños agricultores .....	47
3.1	En el mundo .....	47
3.2	En América Latina y el Caribe.....	52
3.3	En Ecuador.....	55
3.4	En Guayas.....	59
4	Capítulo 3: Cadenas de comercialización .....	62
4.1	En el mundo .....	62
4.2	En América Latina y el Caribe.....	67
4.3	En Ecuador.....	70
4.4	En Guayas.....	72
5	Capítulo 4: Metodología de Investigación .....	75
5.1	Método .....	83
5.1.1	Investigación Cuantitativa.....	84
5.1.2	Investigación Cualitativa.....	84
5.2	Tipo de investigación .....	84
5.2.1	Investigación descriptiva .....	85
5.2.2	Investigación correlacional .....	85
5.2.3	Investigación exploratoria.....	85
5.3	Técnicas de recolección de datos .....	86

5.3.1	Observación .....	86
5.3.2	Encuestas .....	86
5.3.3	Entrevistas .....	87
5.4	Población.....	87
5.5	Muestra .....	88
5.6	Fuente de recopilación de información .....	88
5.7	Herramientas de análisis de información .....	89
5.7.1	Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación ....	89
5.7.2	Prueba de contraste de hipótesis .....	89
5.7.3	Estadística no paramétrica .....	90
6	Situación de los pequeños agricultores del cantón Balzar .....	95
6.1	Descripción geográfica y socioeconómica de la zona de investigación. ....	95
6.2	Descripción de las variables sociodemográficas .....	97
6.2.1	Género .....	98
6.2.2	Estado civil .....	99
6.2.3	Nivel de educación .....	100
6.2.4	Salud.....	101
6.2.5	Estadística no paramétrica .....	103
6.3	Análisis de los resultados por objetivos específicos.....	106
6.4	Resultados de la entrevista.....	118
7	Conclusiones y Recomendaciones .....	123
7.1	Conclusiones .....	123

7.2	Recomendaciones .....	125
7.3	Futuras líneas de investigación.....	125
8	Referencia .....	126
9	Apéndice .....	148
9.1	Apéndice A .....	148
9.2	Apéndice B .....	151
9.3	Apéndice C .....	155

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	103
Tabla 2 .....	104
Tabla 3 .....	105
Tabla 4 .....	106
Tabla 5 .....	107
Tabla 6 .....	109
Tabla 7 .....	110
Tabla 8 .....	111
Tabla 9 .....	114
Tabla 10 .....	115
Tabla 11 .....	116
Tabla 12 .....	117



## ÍNDICE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Esquema de las principales teorías para la construcción del marco teórico.....	21
<i>Figura 2:</i> Los distintos tipos de unidades económicas. Tomado de: “Propuestas para el estudio y caracterización de los pequeños productores agropecuarios”, por L. Bergesio, L. Golovanevsky y N. González, 2016, <i>Pilquen</i> , 19(1), p. 20. ....	32
<i>Figura 3:</i> Modelo de cadena productiva. Tomado de: Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas, por D. Vander y P. Camacho, 2004, <i>Ruralter</i> , p. 10.....	34
<i>Figura 4:</i> Esquema de la cadena productiva. Tomado de: Sistema Agroproductivo, cadenas y competitividad, por H. Riveros, P. Santacoloma y F. Tartanac, 2006, <i>Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)</i> , II, p. 24. ....	38
<i>Figura 5:</i> Potencial agroindustrial por tipo de cadena, según subsector económico. Tomado de: Políticas para Acuicultura y Pesca, por <i>Magap Viceministro de Acuicultura y Pesca</i> , 2015. ....	46
<i>Figura 6:</i> Market participation classes of farmers. Tomado de: Under what Conditions are Value Chains Effective Tools for Pro-Poor Development?, por D. Seville, A. Buxton y B. Vorley, 2011. p. 6. Copyright 2011 por International Institute for Environment and Development/Sustainable Food Lab. ....	50
<i>Figura 7:</i> Desafíos de los pequeños productores en cada cadena de comercialización. Tomado de: Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador implicaciones para la pequeña economía campesina y propuesta para una agenda nacional de comercialización agropecuaria, por M. Chiriboga y J. Arellano, 2007, <i>Inter Cooperations</i> , p. 39. ....	58

<i>Figura 8:</i> General processes in the food supply chain. Tomado de: Logistics in the horticulture supply chain in Latin America and the Caribbean, por J. Fonseca y N. Vergara, 2015, <i>FAO</i> , p. 17. ....	67
<i>Figura 9:</i> Variables independientes utilizadas en el modelo y las variables de codificación. Tomado de: Marketing Channel Choice and Marketing Efficiency Assessment in Agribusiness, por R. Panda, 2012, <i>Journal of International Food &amp; Agribusiness Marketing</i> , 24(3), p. 218.....	83
<i>Figura 10:</i> Ubicación del cantón Balzar en la zona 5. Tomado de INEC, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), Instituto Geográfico Militar (IGM) (2007). ....	95
<i>Figura 11:</i> División parroquial del cantón Balzar. Tomado de INEC, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), Instituto Geográfico Militar (IGM) (2007). ....	96
<i>Figura 12:</i> Género.....	98
<i>Figura 13:</i> Estado civil .....	99
<i>Figura 14:</i> Nivel de educación .....	100
<i>Figura 15:</i> Tiene seguro.....	101
<i>Figura 16:</i> Tipo de seguro.....	102
<i>Figura 17:</i> Tipos de empleados que ayudan al trabajo agrícola .....	108
<i>Figura 18:</i> Donde vende los productos .....	112
<i>Figura 19:</i> Ingresos.....	113
<i>Figura 20:</i> Limitaciones de compra .....	114
<i>Figura 21:</i> Producción que no vende .....	116

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo identificar la incidencia que tienen los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas, desarrollándose bajo una conceptualización descriptiva y correlacional; a través de la aplicabilidad de un modelo encuestas y entrevista. Dicho análisis se desarrolló en base a la teoría de las capacidades de Amartya Sen, expresando que el término *Bienestar* debe ser usado en un sentido amplio, y no solo incorporarse elementos de las teorías del bienestar que postulan como elemento primordial, la satisfacción de las necesidades o el placer (teoría utilitarista); sino que debe relacionarse con aspectos como las capacidades, las oportunidades, las ventajas y otros elementos no cuantificables que hacen referencia a la calidad de vida de las personas. Como principal conclusión, se determina que los factores como número de intermediarios y condiciones de compra inciden negativamente en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; resultados convalidados a través del análisis de los datos obtenidos en el modelo de encuesta y entrevista.

**PALABRAS CLAVES:** Bienestar, pequeños agricultores, cadena de comercialización, Balzar.

## **ABSTRACT**

This research aims to identify the impact of marketing chain factors on the welfare of small farmers in the canton of Balzar, Guayas province, developing under a descriptive and correlational conceptualization; through the application of a model surveys and interview. This analysis was developed on the basis of Amartya Sen's capacity theory, expressing that the term Welfare should be used in a broad sense, and not only incorporate elements of theories of welfare that postulate as the primary element, the satisfaction of needs or pleasure (utilitarian theory); it must be related to the capacities, opportunities, advantages and other non-quantifiable elements that refer to the quality of life of people. As a main conclusion, factors such as number of intermediaries and purchasing conditions have a negative impact on the well-being of small farmers in the canton of Balzar, province of Guayas; results validated through the analysis of the data obtained in the survey model and interview.

**KEYWORDS:** Welfare, small farmers, marketing chain, Balzar.

## **1 Introducción**

La agricultura a nivel mundial se ha desarrollado desde los inicios de la humanidad, es por ende que con la revolución industrial y la extraordinaria necesidad de adquirir los alimentos por parte de los consumidores, el sector agrícola se ha transformado progresivamente.

En el presente estudio se realizará un análisis para medir la incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; de tal manera que se lo estructura de la siguiente manera:

La primera sección abarca el problema de la investigación, de manera breve se puede indicar que la investigación va en beneficio de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; a su vez la justificación que engloba la importancia del bienestar del pequeño agricultor. Por consiguiente se exponen los objetivos del proyecto que dan solución al problema que se presenta dentro de la comercialización; entiéndanse por generales y específicos.

En el capítulo uno se incluye un marco general de estudio, los cuales son: el marco teórico en donde se exponen las teorías económicas que fundamentan el trabajo; se desarrolla un marco referencial que recopila evidencia empírica, criterios y afirmaciones de diversos autores sobre trabajos relacionados al tema de investigación.

En el capítulo dos y tres, se exhibe la situación de las variables de estudio: agricultores y cadena de Comercialización; en el mundo, América Latina, Ecuador y con más cercanía en la provincia del Guayas.

En el capítulo cuatro se despliega la metodología de la investigación donde se trabajó directamente con los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas quienes fueron encuestados y por ende son ellos los beneficiarios del resultado de la investigación prescrita.

Finalmente, se explicará la correlación desarrollada con variables de estudio y por ende se plantearán los resultados obtenidos para dar a

conocer la incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; para efecto final se expondrán las conclusiones y recomendaciones del tema de investigación, generando futuras investigaciones de trabajo.

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Para analizar la intervención de los factores de los canales de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores, resulta necesario tener en cuenta aspectos muy ligado a las estrategias económicas, transformación en los hábitos de los consumidores, o el modelo de agricultura aplicado por dichas empresas. Para aquello, se debe considerar que algunos de los establecimientos, *partícipes de la cadena de comercialización*, se encuentran siendo adquiridos por grandes compañías de distribución alimentaria, en consecuencia del proceso de globalización que existe. Esta centralización conduce a que el volumen de compra que hacen a sus proveedores sea elevado, adquiriendo un extraordinario poder de decisión frente a los agricultores y las agroindustrias que les abastecen.

Los pequeños agricultores, que se desenvuelven mediante una *agricultura familiar*, se encuentran excluidos del nuevo sistema, es así que venden su producción a las pequeñas tiendas o los canales cortos a precios favorables. Por ende, quienes venden su producción en materia prima de la industria alimentaria se sienten especialmente afectados por la disminución de los precios agrarios que aplica la agroindustria; en tal contexto, los canales cortos de comercialización, estableciéndose una de las principales alternativas para que los pequeños agricultores puedan dar salida a sus productos y puedan alcanzar un nivel de vida digno Mauleón (2001).

La cadena de comercialización a pesar de ser necesarias para que los productos lleguen de manera oportuna a los demandantes del mismo mercado de bienes y servicios, al final termina revalorizando el producto o bien. A pesar de aquello la economía de mercado se ve indispensable dejar la cadena de comercialización para su libre funcionamiento.

Dicho proceso provoca que la situación económica y social del agricultor se vaya degradando, considerando que el valor que ellos reciben por la venta de su producto y precio final que queda establecido en el mercado termina generando una brecha bastante significativa; efecto en la cual se ha ido incrementando con el pasar de los años a causa del número de intermediarios que participan dentro en la cadena de comercialización.

Se debe considerar que los pequeños agricultores no cuentan con fuentes de financiamiento, capacitaciones y contactos comerciales que les permita comercializar directamente su producción. De manera que se ven obligados a trabajar a través de los intermediarios. Además no tiene la capacidad para acceder y analizar la información del mercado limitando su potencial para promover estrategias que mejoren sus ingresos. A nivel de Estado, no existe una política de comercialización enfocada en apoyar a los pequeños agricultores, solo analizan e implementan políticas para generar mejorar a los medianos y grandes exportadores.

### **1.1.1 Pregunta de investigación**

¿Cuál es la incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Identificar la incidencia que tienen los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

1. Revisar los diferentes enfoques y teorías económicas que expliquen sobre las variables de estudio.
2. Describir los diferentes aspectos y condiciones que definen a un pequeño agricultor del cantón Balzar, sobre su situación socioeconómica.

3. Analizar la evolución de la cadena de comercialización y las restricciones que han surgido en el mercado.
4. Relacionar la cadena de comercialización y el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, mediante el uso de técnicas estadísticas y econométricas.

### **1.3 Justificación**

La presente investigación se justifica por las siguientes razones: Ser un trabajo que va ayudar en forma especial a los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas. Considerando que existe una necesidad en aplicar lineamientos por parte del Estado hacia las cadenas de comercialización agrícola, el aporte económico será en poder de los productores, reducir los procesos de intermediación, la estabilidad en los precios que reciben los productores y por consecuente a los consumidores mediante un sistema de comercialización justo que garantice mejores niveles de ingresos y bienestar al pequeño productor.

En el ámbito académico será de gran aporte para los estudiantes como docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas poder conocer sobre la realidad social, económica y ambiental que enfrentan los pequeños agricultores. Además, enriquecerá el conocimiento a futuros trabajos de investigación. Así también, para el desarrollo de medidas y alternativas que mejoren el bienestar de los ciudadanos.

Y por último, el presente trabajo de investigación contribuye directamente a fortalecer el crecimiento profesional dónde se pondrá en práctica todos y cada uno de los conocimientos que se ha adquirido a lo largo de la carrera universitaria y así poder proponer alternativas en las diferentes situaciones que se presenten durante el proceso de la investigación, generando así un aporte significativo a la sociedad.

### **1.4 Hipótesis**

Los factores de la cadena de comercialización inciden en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas.



## **2 Capítulo 1: Marco general**

### **2.1 Marco teórico:**

#### **2.1.1 Agricultores**

(Paredes, 2011) manifiesta que los cambios en la economía han sido de difícil desarrollo, considerándose que a principios la economía se regía bajo el pensamiento mercantilista; se estimaba que la base de la riqueza de las naciones era la acumulación de metales preciosos. La nueva ideología generaba la pérdida del dinamismo en la actividad económica, por ende se veían obligados a la transición de ideales económicos liberales; dicha ideología daba hincapié a la expansión económica mediante el fomento del comercio exterior y así lograr obtener una balanza comercial favorable.

La economía y la agricultura presentan una conexión desde diversas perspectivas, una de ellos es la fisiocracia, siendo Quesnay y Mirabeau (1764) quienes son los exponentes principales; de acuerdo con aquella teoría se plantea que la única fuente de crecimiento económico es la agricultura; y que la naturaleza y la agricultura, medios totalmente ligados son fuentes de riqueza.

Debido a los acontecimientos planteados, la agricultura en la antigüedad y en los países en vías de desarrollo ha sido y será el sector pionera de la economía, debido a que se constituye el motor fundamental para el progreso de las naciones.

##### **2.1.1.1 Teoría de la producción agrícola**

Según Manzanares (1964), conforme a la teoría de la producción agrícola manifiesta que:

La producción agrícola es el resultado de la acción progresiva o simultánea de diversos factores: la semilla sobre el suelo, las labores de cultivo, los abonos, el trabajo de la recolección, etc. Tradicionalmente, estos factores de la producción han venido clasificándose en tres categorías principales: la tierra, el capital y el trabajo. Un cuarto factor, la organización, suele actualmente como un

factor más de la producción, independientemente del trabajo, término que se aplica únicamente al trabajo físico...Basta precisar que el concepto tierra comprende no solo el suelo agrícola, sino también las construcciones y alojamientos de la explotación, así como las características climatológicas, tales como frecuencia y volumen de precipitaciones, temperaturas, horas de sol, vientos dominantes, etc. Es indudable que, en general, una mayor o menor dosificación en el empleo de los distintos factores de la producción afecta al volumen y a la calidad de ésta (pp. 35-36).

#### **2.1.1.2 Economía Agrícola bajo el enfoque tradicional**

El enfoque tradicional de la economía agrícola, se desarrolla bajo una conceptualización neoclásica económico, donde se repugna la intervención del estado y su trabajo se encuentra restringido bajo los niveles de ordenamiento de los factores de producción de los pequeños agricultores; es decir, su producción es solo para el sustento autónomo y el consumo familiar. La economía agrícola se encuentra únicamente enfocada en estudiar la producción de la tierra (Nicolalde, 2014).

De tal manera, la corriente tradicional corresponde a una economía de pequeños productores que actúan en un mercado de competencia perfecta; es decir, maximizan su utilidad conforme a un comportamiento empresarial sobre la base de un uso eficiente y perdurable de los factores de producción que emplean. Bajo el esquema solamente con la inversión en los factores de producción, es posible generar incrementos productivos. Además es necesario considerar que los niveles productivos del agente productor agrícola dependen principalmente en la asignación de factores tales como: (a) el tamaño de la familia; (b) grado de desarrollo biológico que posee cada miembro familiar, en concordancia a las edades respectivas; determinando así el nivel de fuerza laboral que mantiene el grupo productivo y el nivel de consumo requerido para alimentar a los miembros familiares (Schejtman, 1975). Por lo tanto, la teoría neoclásica mediante el enfoque tradicional se basa prácticamente en la maximización de la producción agrícola de la tierra,

a través de la variable inversión. Por ende, el terrateniente es el inversor y no se concibe la inclusión del sector público para dicha inversión.

### **2.1.1.3 Economía Agrícola bajo el enfoque Neo institucional**

Con el paso de las décadas la economía agrícola acoge otros tipos de propósitos dentro de la sociedad, la nueva perspectiva que se le da a la producción agrícola, tiene un enfoque hacia el comercio exterior; donde no se basa únicamente en los factores de producción. De la nueva terminología proviene el término de agroindustria, de manera tal que se considera la vinculación institucional entre diversos países; destacando así la importancia económica de la generación de valor en el encadenamiento agrícola.

Además Caldentey (2003) indica que el enfoque neo institucional abarca postulados sobre organización industrial, en donde se involucran la mayor parte de los procesos de producción y distribución de bienes en la economía; con el fin de alcanzar un mayor nivel es la especialización del trabajo dentro de las cadenas de producción. Bajo la siguiente sinopsis, se crea una integración vertical para la transformación de los bienes primarios lograr obtener mercancías con valor agregado.

En tal sentido, la integración vertical se define en la manera de obtener una especialización de trabajo en cada segmento de la cadena productiva. Debido aquello, cada segmento desarrolla tareas diferentes que se combinan para satisfacer una necesidad común; pero sucede que también se pueden generar vínculos entre cada proceso que integra la cadena productiva. Se añade que la importancia de especializarse en cada una de las actividades de producción, y se fundamenta en buscar alternativas de asociatividad para que dichos procesos de transformación sean más eficientes (Caldentey, 2003).

Con la evolución teórica, la economía agrícola no se fundamenta solo en el análisis aislado del sector de la agricultura, sino que realiza un análisis de manera global a través de encadenamientos productivos, con el fin de estudiar cómo interactúan los diversos sectores con el resto de la economía.

De tal forma existe la posible de abarcar la problemática de un sector bajo una visión más amplia (Nicolalde, 2014).

#### **2.1.1.4 Economía Agrícola bajo el enfoque estructuralista**

Con referencia a la teoría planteada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal, 1980), la que se basa fundamentalmente en algunos lineamientos con respecto a la teoría económica agrícola con enfoque institucionalista; añade a su vez que se considera crear una nueva visión del valor económico en donde se busca disminuir la dependencia en la economía mundial y así lograr fomentar la industrialización (Di Filippo, 2009).

Por un lado, Kay (1998), quien expone el enfoque mediante tres características importantes: (a) participación del Estado en el manejo de la economía; (b) disminución de la dependencia en la economía mundial; y (c) crecimiento de la industrialización; donde hacen referencia a la teoría de la distribución funcional del ingreso y a la distribución del ingreso a nivel familiar.

Rodríguez (2001), mediante el desarrollo de la teoría se anuncia la formación de un dilema debido a la heterogeneidad en la productividad del trabajador, aquella que no se considera uniforme en todo el país y a su vez generaría un incremento en el subempleo. Por consecuente, un segundo problema hace relación a la especialización productiva donde conlleva a que en el momento de intensificar el trabajo en un sector de la economía, se detendría el desarrollo de otro sector.

La propuesta para aliviar dichos problemas acude a la necesidad de diversificar la productividad en sectores potenciales de la economía con el objetivo de lograr un desarrollo sustentable en los diversos sectores de la economía, procurando así que con el pasar del tiempo se puedan generar productos con un alto valor agregado, agradeciendo específicamente al nuevo cambio ideológico enfocado a la industrialización.

De igual manera, que con sus enfoques teóricos y la distribución de la productividad entre los países del mundo, la teoría económica estructuralista estudia la organización sistémica, multidimensional e históricamente

dinámica de las sociedades humanas (Di Filippo, 2009). Y al ser creada por la Cepal, el enfoque estructuralista se encuentra destinado al tratamiento de la economía de países latinoamericanos, para ayudar a éstos en su desarrollo.

### **2.1.2 Cadenas de comercialización**

La cadena productiva proviene de la escuela de la planeación estratégica. Según la escuela, donde la competitividad de una empresa va más allá de las condiciones internas, es también determinada por los factores externos asociados a su entorno.

La importancia que tiene las relaciones con proveedores, el Estado, los clientes y los distribuidores, entre otros, generan estímulos y eficiencias en el personal y así facilita a la creación de ventajas competitivas (Isaza, 2010).

De igual forma, Guzmán, Herrera, Castellanos y Jiménez (2004) señalan que la cadena productiva “es el conjunto de empresas que conforman una línea de producción, partiendo de actividades como la obtención o explotación de materia prima hasta la comercialización de bienes finales” (p. 25). Por lo tanto, la cadena de comercialización puede caracterizarse a través de las fases englobadas en la elaboración, distribución y comercialización de un producto o servicio que es dirigido hacia el consumidor final.

Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, cada una con sus funciones específicas durante el proceso productivo. El tema de los eslabones fue planteado por Hirschman (1958) quien estableció la idea de los encadenamientos hacia delante y hacia atrás.

De acuerdo al autor, los encadenamientos hacia atrás se encargan de fortalecer la producción de materias primas y bienes de capital que se necesitan para la elaboración del producto final, los que se encuentran representados por las decisiones de inversión y cooperación. Mientras que, los encadenamientos hacia adelante surgen de la necesidad que presentan

los empresarios para la creación y transformación de nuevos productos existentes en el mercado.

De igual manera, el origen de las cadenas productivas es propuesto por Porter (1985), quien en su teoría de la “cadena de valor” describe las actividades que conducen a competir en un sector, y a su vez se agrupan en dos categorías: la primera se refiere a las actividades relacionadas a la producción, comercialización, servicio de entrega posventa. Mientras que la segunda se centra en las actividades que proporcionan recursos humanos, servicio de tecnología, entrega de insumos e infraestructura.

Para Porter (1990) (citado en Isaza, 2010) “cada actividad de la empresa emplea insumos comprados, recursos humanos, alguna combinación de tecnologías y se aprovecha de la infraestructura de la empresa como la dirección general y financiera” (p. 11).

De tal manera, Boyer y Lewis (2002); Flynn, B. y Flynn, E. (2004) (citado en Salom y Sepúlveda, 2012) explican que “la dinámica cambiante de los mercados, la competencia mundial e incremento de expectativas del consumidor han llevado a los productores a centrarse cada vez más en temas como: velocidad de entregas, fiabilidad y flexibilidad” (p. 194). Por lo tanto, no es interrogante saber que el consumidor moderno tiene cada vez más exigencias en adquirir un producto, debido a que es quien decide el qué, cómo, cuándo y dónde realizará la compra respectiva.

Hoyos (2008) señala que los canales de comercialización se originaron con la aparición del hombre en la tierra y se ha ido transformando a través del tiempo. En dichas épocas en intercambio de la mercancía se realizaba mano a mano, hoy en día se terminó definiendo a manera de trueque; y considerándose que cada individuo adquiriría únicamente lo necesario.

Con el paso del tiempo la forma de transición tuvo una evolución, dónde se comenzaba a analizar la aplicación de nuevas técnicas de producción, contribuyendo así de manera positiva la productividad; de manera indirecta también se era necesario desarrollar nuevas estrategias de comercialización de los excedentes de producción (Páramo, 2002).

Según Espinoza (2014), se pueden clasificar los canales de comercialización desde dos enfoques que se detalla de la siguiente manera: (a) un conjunto de personas; y (b) un camino o ruta. En el primer enfoque se define al conjunto de personas que interactúan entre sí para lograr que un bien se traslade desde su etapa de producción hasta el consumidor (Caldentey, 1986). Mientras que otro enfoque de la cadena de comercialización se basa en el flujo de productos, desde su origen hasta llegar a su etapa final, es decir al consumidor final.

Por otro lado, debe considerarse que los diferentes actores de las cadenas de comercialización dependen unos de otros para cumplir con las necesidades de los clientes. En efecto los canales de comercialización se relacionan al conjunto de sociedades interdependientes que contribuyen en el proceso por el cual un producto o servicio es disponible para el consumo (Stern, El-Ansary, Coughlan & Cruz, 1999).

Las cadenas de suministros son el enlace principal entre los productores y consumidores. Los agentes de comercialización relacionan a los productores y consumidores de manera física, por la actividad real de comprar, acaparar, trasladar, confeccionar y vender productos. Y asimismo, se da el intercambio de productos y se generan abiertamente o tácticamente, señales de precios que se transmiten a los agentes económicos activos en el sistema alimentario, las que influyen en sus decisiones de producción y consumo (Saavedra, Téllez & Urrutia, 2005).

Una vez elaborado determinado producto que esté listo para su comercialización, debe ser transferido por algún medio hacia la persona o grupo que posee la necesidad de consumir el producto o simplemente el deseo de comprarlo. Además, todos estos bienes deben ser transportados desde su lugar de producción hasta el sector donde lo requieren para su uso o consumo. La actividad más importante para llevar un producto a su mercado es arreglar su venta y la transferencia de derechos del productor al cliente final (Stanton, Etzel & Walker, 2007).

Para conocer el proceso de comercialización desde una perspectiva funcional y estructural es indispensable aproximarse a la teoría de los

sistemas. Es así que, la teoría proporciona el ámbito analítico apropiado para contextualizar el dinamismo de la comercialización en donde, un sistema es el compuesto de elementos con características y particularidades que abarcan un todo, encadenadas a su vez entre sí (Campiña & Fernández, 1998).

Para la realización de la cadena de comercialización, se deben considerar los costos para poder determinar los precios de venta. Las grandes diferencias que se presentan entre los precios de compra de los comerciantes y sus precios de venta se explican por sus costos de comercialización. Algunos de los costos en que se incurren son: (a) preparación y empaque; (b) manipulación; (c) transporte; (d) pérdidas; (e) almacenamiento; (f) procesamiento; (g) financieros y tarifas; (h) comisiones o pagos no oficiales (Shepherd, 2001).

Según Velázquez (2012) las funciones a considerar para la distribución de productos son:

(a) Función de transporte y de difusión de los productos acabados: La función de la distribución por productos comprende la acción de realizar el envío del producto de lugar de elaboración hasta los lugares de comercialización y a todas las actividades de transporte de las unidades que también se involucren en dichos procesos;

(b) Función de diversificación: consiste en colocar en los diferentes puntos de venta, todos los productos que los consumidores desean encontrar para adquirirlos, los cuales son producidos por diversas compañías con actividad comercial y producción diferente;

(c) Función de almacenamiento: Consiste en las actividades que involucran colocar los bienes en lugares adecuados, con las cantidades y variedades que satisfagan las necesidades del cliente; y sobre todo en el momento que estos sean requeridos. Realizar un almacenamiento en distintos niveles dentro del proceso de distribución brinda la posibilidad de realizar ajustes a la producción y la demanda, evitando así posibles desequilibrios;



(d) Función de servicios: Se encarga de la función de los servicios que se vinculan a la venta del bien, la promoción que se realiza en el mercado, a través de una guía que explique sobre los beneficios y bondades del producto y las presentaciones que se tienen. Además actividades adicionales de entrega del producto, el mantenimiento continuo y posibles reparaciones dentro de un tiempo determinado y

(e) Función de Financiación: Se involucra a los intermediarios quienes son los encargados de pagarle a los productores el valor del producto que se encuentran adquiriendo, aun cuando el consumidor final no ha realizado la compra del bien en mención.

Por ende, un intermediario también es aquella sociedad comercial o persona que ofrece sus servicios vinculados a la oferta o adquisición de bienes durante el flujo del comercio entre el agricultor o fabricante y el cliente final. Una vez que el intermediario adquiere el producto podría considerársele el dueño del mismo hasta que ayuda a la transferencia del bien (Stanton, Etzel & Walker, 2007).

Finalmente, se debe diferenciar la definición de cadena de comercialización de otras cadenas tal de logística o de la producción. Por ejemplo, en la cadena de producción protagonista cultiva y convierte; mientras que la cadena de logística el protagonista es quien se encarga de transportar la producción hacia su consumidor final; y en la cadena de comercialización, el protagonista es quien comercializa, es decir, se encarga de la compra y venta de productos.

### **2.1.3 Bienestar**

El bienestar ha sido tradicionalmente un tema de estudio filosófico, pero en las últimas décadas se ha convertido en una preocupación importante en otros campos, especialmente en psicología y economía. La investigación empírica sobre el bienestar se ha vuelto muy influyente en el mundo de la política, en el que su medición se utiliza cada vez más para orientar la política social y económica.

Además es un término definido en la expresión de las libertades reales de las que disfrutaban los individuos, libertad que cada persona tiene al momento de elegir lo necesario y así satisfacer sus necesidades. Es decir, sentirse bien en cualquier entorno social, político y económico en el que se desarrolla tanto en el ámbito comprendido desde la perspectiva de la libertad humana hasta la meta última de la vida económica donde el medio más eficiente es el bienestar.

Algunos conceptos de la teoría del bienestar, donde se intenta definir una función de bienestar social, que sea aplicable en forma individual a los distintos componentes de una sociedad. Concepto propuesto por Duarte y Jiménez reflejan:

Al conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que den lugar a la tranquilidad y satisfacción humana. El bienestar social es una condición no observable directamente, sino a partir de juicios como se comprende y se puede comparar de un tiempo o espacio a otro (Duarte & Jiménez, 2007, p. 306).

La manera subjetiva de definir al bienestar aparece correlacionado con otros factores económicos objetivos que incluyen otras dimensiones que incluyen la salud, educación, nivel de estudios, servicios, infraestructuras, vivienda, seguridad, entorno, entre otros.

### **2.1.3.1 Teoría de la Economía de Bienestar**

La teoría económica del bienestar implica que se considera el bienestar de los individuos de manera general y así explicar el nivel de manera colectivo el disfrute de una sociedad. Por lo tanto, para explicar la teoría, se debe considerar aquellos factores que describen la utilidad, satisfacción del consumidor y se miden a partir de las rentas o recursos que dispongan. Teoría que surge del supuesto que no existe una forma definida de conocer qué combinación de bienes proporciona mayor utilidad y por lo tanto no es posible comparar el beneficio obtenido entre los diferentes

individuos. Desde las perspectivas de cada individuo el bienestar se divide en social y económico (Duarte & Jiménez, 2007).

Las escuelas de pensamiento económico han abordado con respecto al término subjetivo en cuestión a través de diferentes enfoques. Así lo muestran, Sen y Nausbaum (1998) compiladores del texto sobre “La calidad de vida” (1996), manifiestan que:

El término “Bienestar” debe ser usado en un sentido amplio. No solo debe incorporar los elementos de las teorías del bienestar que postulan como elemento primordial, la satisfacción de las necesidades o el placer (teoría utilitarista) y las que afirman que los bienes que controla una persona son lo más importante (teorías objetivas del bienestar). El término “Bienestar” debe relacionarse con aspectos como las capacidades, las oportunidades, las ventajas y otros elementos no cuantificables que hacen referencia a la calidad de vida de las personas (Reyes & Franklin, 2014, p. 52).

Debido a las limitaciones de los enfoques tradicionales, las contribuciones de Sen, incluyen estudios de gran alcance para incorporar derechos individuales, funcionamientos, oportunidades, capacidades, libertades y derechos en los fundamentos conceptuales y el aparato técnico de la economía y la elección social. Su trabajo refleja una serie de temas centrales recurrentes, entre ellos:

- La importancia de los marcos informativos pluralistas que tengan en cuenta tanto el aspecto de bienestar de una persona relacionado con su propio bienestar físico y mental personal. Así también, en el aspecto de las capacidades que se relaciona con los objetivos que una persona valora, desea y tiene razones para perseguir, y ser sensible tanto a los procesos y a los resultados, reflejando el valor intrínseco de la elección y la participación individual;
- La necesidad de ir más allá de la evaluación de la utilidad y los ingresos, teniendo en cuenta los derechos, capacidades y funciones, adoptando una visión más amplia de las preferencias, incorporando la

capacidad de lograr lo propuesto para satisfacer sus necesidades más importantes (Brey, 2012).

La importancia del trabajo se da a las libertades y los derechos, también conocido, el enfoque de las capacidades desarrollado por el economista y filósofo Amartya Sen, para luego ser complementado por el filósofo Martha Nussbaum. El enfoque de la capacidad es un marco normativo que puede utilizarse mediante una herramienta de evaluación alternativa para el análisis social costo-beneficio o para diseñar y evaluar políticas que van desde el diseño del estado de bienestar en las sociedades acomodadas hasta las políticas de desarrollo de los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales de los países en desarrollo (Fukuda, 2003).

Sen (1993) argumentó que en las evaluaciones sociales y en el diseño de políticas, el enfoque debe ser encaminado hacia las decisiones de las personas en hacer y ser, la calidad de su vida y eliminar los obstáculos que les impiden tener más libertad para vivir el estilo de vida que deseen llevar. Es decir, el enfoque de la capacidad se encarga de evaluar el conjunto de capacidades individuales que son parte indispensable y central de la persona para lograr los diversos funcionamientos y aspectos particulares de la vida del ser humano.

Por lo tanto, Amartya Sen explica el bienestar en términos de funcionamientos y capacidades que realiza la persona para sentirse esencialmente activa, considera que para evaluar las acciones de una persona no es suficiente conocer su bienestar, también se debe añadir la posibilidad efectiva que tiene la persona al realizar distintos tipos de capacidades. Es así que la capacidad de una persona refleja las diferentes combinaciones de funcionamientos que puede lograr y la libertad que tiene para escoger entre diferentes formas de vivir (Urquijo, 2014).

Por consiguiente, la capacidad no sólo es un instrumento de la producción económica, considerándose además del desarrollo social. Es así que dentro de la problemática del bienestar, el término de “agencia” forma

parte de la teoría de las capacidades. De otra manera, lo manifiesta el siguiente autor:

La capacidad que tienen los individuos para aprovechar las oportunidades que le permiten forjar su propio destino, ayudarse mutuamente e influir en el mundo. Consecuentemente, un individuo será 'agente' en la medida en la que actúe y provoque cambios cuyos logros puedan juzgarse en función de sus propios objetivos (Restrepo, 2005, p. 4).

El trabajo de Sen sobre las capacidades también ha tenido su impacto en el desarrollo del enfoque de los medios de subsistencia. La característica central del enfoque de la capacidad es su enfoque en la capacidad de las personas para realizar ciertas funciones básicas. El término tiene un amplio rango, incluyendo la calidad de vida, que se ve en términos de poder elegir actividades valiosas. El enfoque de la capacidad para la ventaja de una persona se ocupa de evaluarla en términos de su capacidad real de lograr diversas situaciones importantes como parte de la vida. El enfoque correspondiente de la ventaja social para la evaluación agregada, así como para la elección de las instituciones y las políticas; toma el conjunto de capacidades individuales como una parte indispensable y central de dicha evaluación Sen (1993).

Sen argumentó también que en las evaluaciones sociales y en el diseño de las políticas, el enfoque debería estar en lo que la gente puede hacer y ser, en la calidad de su vida y en eliminar los obstáculos en sus vidas para que tengan más libertad para vivir el tipo de vida. Dentro del enfoque de medios de subsistencia, las capacidades también implican ser capaces de enfrentar el estrés y situaciones difíciles, y explorar las oportunidades de subsistencia. Las capacidades no son exclusivamente reactivas, sino también proactivas y dinámicas.

De acuerdo a lo anterior, la capacidad se relaciona con la oportunidad, en contraste a lo planteado por Sen, en la que no debe entenderse en el sentido tradicional limitado, más bien a una noción positiva de libertad general. La idea básica es de enfocarse por las capacidades de

las personas, con sus libertades afectivas para ser quienes quieren ser y hacer en sus vidas.

Sin embargo, Nussbaum (2000) manifiesta que el bienestar depende de las capacidades, que son posibilidades reales de las personas para ser o hacer algo, tales como capacidades para leer, ser saludable, o cuidar de los demás. En su enfoque, demostró una lista de diez capacidades que considera Nussbaum necesarias para alcanzar el bienestar, las cuales se derivan de la naturaleza humana. Dentro de aquella lista se incluye capacidades donde se encuentran la salud corporal, la integridad física, la razón práctica, el juego y el control sobre el medio ambiente. Sin embargo, el autor señala que no todo el mundo debe tener las diez capacidades para alcanzar el bienestar. Más bien, afirma que normalmente, la gente querría realizar la mayoría de las capacidades, pero también puede elegir que algunas de ellas son menos importantes en su vida.

En contraste a la teoría planteada por Nussbaum, algunos críticos cuestionan que las teorías objetivas de la lista son paternalistas al afirmar que las cosas pueden ser buenas para las personas aunque no las quieran o valoren. Los teóricos, acomodan dicha objeción, señalando que los ítems de la lista a menudo pueden realizarse de maneras diferentes y pueden ser subjetivos, así lo demuestra Nussbaum, hacer depender ciertos elementos de la lista a las características o preferencias individuales.

Otro enfoque fue propuesto por Pigou (1920), quien aportó a la teoría del bienestar desde el enfoque económico y así desarrolló el llamado efecto Pigou. En efecto se estudia sobre las consecuencias de la variación del nivel de precios que es provocado ante un cambio de la demanda del consumo, es decir en la renta de los consumidores.

Es decir a medida que aumenta el poder adquisitivo del consumidor, la demanda crecerá y a su vez los precios tienden a subir, producto de dicho aumento. En consecuencia, para Pigou la idea principal del bienestar es involucrar al Estado en mejorar las condiciones de vida de los individuos y aquel se encargue de enseñar las formas de cómo administrar sus ingresos.

Así lo señalan Reyes y Franklin (2014), quienes plantean en su trabajo a Pigou y establecen que:

La “Economía del Bienestar” de Pigou tenía presente no sólo las correcciones de externalidades, sino también la presencia de un estado de bienestar que proporcionara seguridad social y que diera oportunidades para un consumo más igualitario a todos los sectores en áreas sensibles como educación, vivienda y sanidad (Reyes & Franklin, 2014, p. 52).

Por lo antes, las principales contribuciones de Pareto a la teoría económica del bienestar, expresan que los individuos son los mejores jueces de su propio bienestar y actúan de manera racional, esto significa que, dado un conjunto de opciones sin restricciones, los individuos tomarán siempre las mejores decisiones. El criterio de eficiencia de Pareto se refiere que no es posible reasignar recursos para mejorar el bienestar de un individuo sin perjudicar al menos el bienestar de otro. Es decir, la situación en la que nadie puede ser beneficiado sin perjudicar a otra persona (Pareto, 1971).

La economía se ha limitado a estudiar el comportamiento humano sobre la base de las preferencias de los individuos. De igual manera, para Reyes y Franklin (2014) quienes se encargan de explicar sobre los factores que inciden en el bienestar social y la desigualdad de ingresos se basan en los diferentes enfoques de la teoría del bienestar y el óptimo de Pareto.

### **Medición del bienestar**

En los últimos años, los índices de felicidad y calidad de vida han asumido un papel importante en la política pública. Por lo general, estos índices tienen una base sólida en la economía y con frecuencia incluyen también perspectivas sociológicas y psicológicas. Estos índices se usan para medir la felicidad o calidad de vida dentro de las naciones y hacer comparaciones entre las naciones. Algunos también incluyen ciudades o regiones. Mientras que las nociones de felicidad y calidad de vida se utilizan a veces indistintamente. La calidad de vida también puede referirse a la “habitabilidad”. La habitabilidad no es una cualidad de los individuos, más

bien de los entornos o sociedades y se refiere a la medida en que estos permiten la satisfacción de las necesidades humanas y, por tanto, del bienestar (Veenhoven, 1995).

Los índices que miden la calidad de vida en términos de condiciones ambientales objetivas o recursos pueden ser llamados índices basados en recursos. Los factores externos que miden son, por ejemplo, el PIB por persona, los años medios de escolaridad, la seguridad en el empleo y la esperanza de vida. Otros índices se dirigen a medir las condiciones subjetivas de las personas que reflejan su bienestar. Incluyen índices basados en la utilidad que miden las preferencias e índices individuales que utilizan medidas psicológicas del bienestar subjetivo. Sin embargo, otro tipo de índice se refleja en los trabajos propuestos por Sen (1993) y Nussbaum (2000) en la teoría de la capacidad. En tales índices se mide el desarrollo de las principales capacidades humanas, en la capacidad de leer, de alimentarse y de participar en los procesos políticos. Considerándose las capacidades un mejor indicador del bienestar humano que la disponibilidad de recursos.

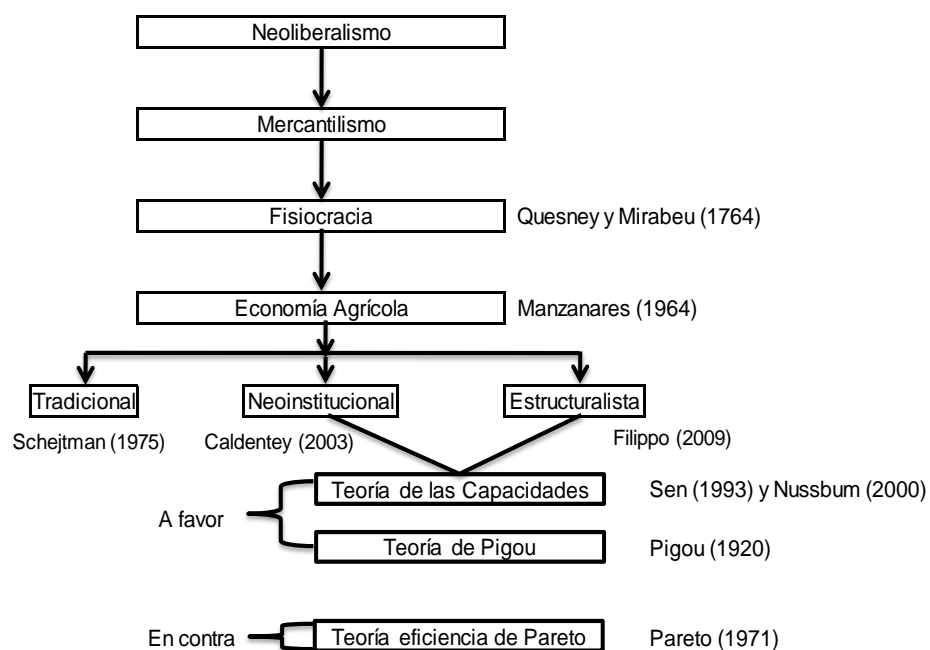


Figura 1: Esquema de las principales teorías para la construcción del marco teórico.



## **2.2 Marco referencial**

En el desarrollo del marco referencial se presenta una revisión de la literatura sobre la importancia de la participación de los agricultores en el mercado, los factores que influyen en la participación en el mercado, la elección de los canales de comercialización, el bienestar en los pequeños agricultores y el enfoque econométrico que reciben las variables.

### **2.2.1 Bienestar en los pequeños agricultores**

Debido a la gran novedad que presenta la variable del bienestar desde varios puntos de vista científicos y la necesidad de ir más allá de los ingresos a la hora de medir el bienestar ha apoyado al desarrollo de diversos conceptos relacionados a las condiciones y la calidad de vida. En su lugar, aspectos cualitativos y la dimensión social se incluyen en la medición de dicha variable.

El bienestar es un concepto amplio que va desde relatos subjetivos de la felicidad de los individuos hasta el cumplimiento o satisfacción de capacidades o necesidades. Los estudiosos de ambas áreas han señalado los problemas que enfrentan al tratar de encontrar el vínculo entre las percepciones objetivas y subjetivas del bienestar (Gasper, 2004). El bienestar se ha medido a través de indicadores económicos, por lo general, el ingreso. Sin embargo, los ingresos presentan varias limitaciones en la medición del bienestar. Es por eso, que existen otros indicadores objetivos que se utilizan comúnmente para evaluar el bienestar de la sociedad a la que hay que prestar atención.

Con respecto al bienestar subjetivo, el cual es explicado por García, M. (2002) quien define:

El resultado de la valoración global mediante la cual, a través de la atención a elementos de naturaleza afectiva y cognitiva, el individuo repara tanto en su estado anímico presente como en la congruencia entre los logros alcanzados y sus expectativas sobre una serie de dominios o áreas vitales así como, en conjunto, sobre la satisfacción con su vida (p. 8).

Así también, el reflejo de un estado de satisfacción, es componente del bienestar social y ha sido definido a la valoración positiva que la persona hace de su vida en general, o de aspectos particulares que involucren a la familia, estudios, trabajo, salud, amigos, tiempo libre, etcétera. Siendo los aspectos más cercanos a la vida personal de los individuos y su bienestar personal (García, C. & González, 2000). Otras variables siendo la autoestima y las expectativas de control relacionan de manera directa al bienestar social, de modo que cuando la valoración con la vida es negativa la autoestima decrece (García, M. 2002).

El bienestar de las personas también se encuentra en factores que son la calidad de vida y la maximización del bienestar social, así lo indican (Vázquez, Maseda & Gómez, 2011). De acuerdo a diversos análisis, la medición del bienestar se da por medio de emociones agradables y por el sentirse realizado en la vida. Por lo tanto, el bienestar subjetivo se podrá analizar por medio de innumerables variables, las más representativas las cuales fueron apoyo personal, ingreso per cápita, libertad y salud.

En contraste, el bienestar es definido a partir de una concepción psicológica en el aporte realizado que sirvió de base para determinar los aspectos sociales que tienen relación con características personales, en cuanto a la edad, educación, ocupación, accesibilidad de la información, la tenencia de la tierra y seguro social dónde demostró la necesidad de incluir en su alcance exploratorio del uso de la tierra, gestión y degradación de una comunidad rural situada en Sudán, África, factores no económicos .

Dessein y Nevens (2007) realizaron una investigación acerca de la autoestima de los agricultores en Bélgica y sus componentes que les permitió valorar a la agricultura, una actividad socialmente sostenible. Identificaron doce componentes positivos y negativos que resaltan la identidad de los agricultores clasificados en tres dimensiones, dimensión de la justicia social, capital social y aspectos de la cultura e identidad.

De hecho, el autoestima ha sido estudiada con frecuencia a modo de expresión psicológica del bienestar y es considerada uno de los mayores predictores de la satisfacción vital y su relación con diferentes variables

psicosociales y factores sociodemográficos de acuerdo a la necesidad de cada población (Kang, Shaver, Sue, Min & Jing, 2003).

En Nigeria, se indicó sobre la actitud de la juventud rural hacia la agricultura familiar en Dass, estado de Bauchi, Nigeria y las implicaciones para la política. Se examinó las características y las actitudes de los jóvenes rurales hacia la agricultura familiar, mediante el desarrollo de estrategias apropiadas, para que ellos permanezcan atraídos hacia la actividad agrícola mediante un empleo a tiempo completo (Abdullahi, Gidado & Jibril, 2011).

Otros autores importantes Rojo, Vera y Martínez (2010) en su trabajo sobre las distintas percepciones subjetivas del bienestar y la calidad de vida de las poblaciones rurales agrícolas situadas en México y Brasil fueron observadas bajo un enfoque psicológico y sociológico, en la que se incluyen trabajos sobre el fenómeno educativo, prácticas docentes, cuestiones de género en la educación rural y capital social. De igual manera, Landini (2011) en su trabajo sobre “Ingresos y uso del dinero en la economía campesina: contribuciones a la psicología del desarrollo rural a partir de un estudio de caso”; identificaron los factores que afectaban al desarrollo rural bajo una visión psicológica dónde los más importantes fueron: la relación entre agricultores e intermediarios, racionalidad económica, identidad, prácticas asociativas y posicionamiento del sujeto rural.

Así, no solo los trabajos realizados en el área de la psicología son escasos y distantes también, la mayoría de las investigaciones surgen a partir de un marco de la psicología social tradicional que tiende a centrarse en los factores internos asociados al nivel de desarrollo de los campesinos. Por lo tanto, es importante destacar que mediante la psicología, una ciencia social, se deben estudiar los factores y procesos psicosociales que influyen en las iniciativas de desarrollo rural llevadas a cabo en las comunidades campesinas (Landini, 2011).

Centrándose al objetivo de la investigación la relación que existe entre el bienestar y las cadenas de comercialización se ven afectadas por la intermediación de diversos actores que la conforman. De esto dependerá el hecho de que los productores puedan obtener mejores ganancias y lograr

así la sostenibilidad. El análisis de los impactos negativos provocados por la agricultura y las formas de conseguir mayor sustentabilidad se debe a que no existe una relación cercana entre quienes producen alimentos y quienes los consumen.

Galvis (2012) señala que no es suficiente que productores y consumidores estén en contacto y mejorar de alguna manera la relación entre medio ambiente y sociedad y alcanzar así el bienestar. Más bien se busca la interacción entre los agricultores y sus decisiones de producción, que podría ayudar a optimizar los sistemas de comercialización agrícola.

Nader, Bernate y Santa (2014) realizaron una exhaustiva investigación a 240 trabajadores colombianos, determinando si la percepción del clima social, la descripción del trabajo y la variable mediadora “experiencia de fluidez”, son valiosas al momento de evaluar el nivel de satisfacción y bienestar durante el trabajo. En su resultado mostraron que la percepción del clima social es un buen indicador de satisfacción laboral. Así también, la variable mediadora sirvió para conocer el grado de satisfacción que encuentra la persona con su trabajo.

Mediante el empleo de una técnica de análisis de regresión lineal múltiple, el trabajo propuesto por Mmasa y Mhagama (2017) se planteó en su objetivo hacer un análisis de los factores socioeconómicos que afectan la producción de jengibre entre los pequeños agricultores. Se adoptó un diseño de investigación transversal donde el tamaño de la muestra fue de 251 encuestados, la cual se obtuvo mediante técnicas muestrales intencional y no intencional. El resultado reveló que los factores más influyentes son el nivel de educación de los agricultores, el uso de fertilizantes, el tamaño de la tierra bajo la producción de jengibre y la frecuencia de contacto con los servicios de comercialización. Con el fin de poder identificar los factores sociales y económicos que afectan la productividad entre los pequeños agricultores y llenar así la brecha de conocimiento existente.

Otro enfoque fue propuesto por Machado y Ríos (2016) quienes identificaron indicadores en agroecosistemas de café de los pequeños agricultores mediante dos áreas técnico-ambientales y sociales. Dentro de

cada una, se analizó sobre las prácticas de protección del medio ambiente y producción, medios de vida, bienestar y lo referente a capital natural, capital humano, capital social, capital físico y capital financiero, los cuales fueron respaldados por la literatura internacional.

La sostenibilidad de la agricultura de subsistencia ha sido otro enfoque que contribuye al bienestar de los agricultores. Arnés, Marín, Marina y Díaz (2013) quienes evaluaron indicadores de sostenibilidad relacionados con la agricultura de subsistencia, actividad dedicada principalmente para el autoconsumo. Mediante un análisis no probabilístico se encuestaron a los agricultores de once comunidades de San José de Cuspama, Nicaragua. El cuestionario se conformó de siete secciones, según la literatura internacional, los determinantes de la sostenibilidad agraria fueron: información socio-demográfica, características de vivienda, características agrícolas, datos ambientales-ecológicos, participación en organizaciones comunales, opiniones de los agricultores y la participación que tienen en el mercado financiero a través de créditos.

### **2.2.2 Cadena de comercialización**

En cuanto a la cadena de comercialización, Xiong, Yun, Xing, Huang & Shu (2014) en su trabajo sobre la evaluación del riesgo de los canales de comercialización en productos agrícolas, siendo uno de los problemas más importantes que ha tenido el gobierno chino en los últimos años. El objetivo del trabajo fue estudiar sobre la actividad de los canales y luego identificar sus fuentes de riesgo, corregirlas y poderlas controlar. En su metodología se estableció un sistema de índices de evaluación integral sobre el riesgo de canal de comercialización en la agricultura, que combina un análisis de componentes principales y análisis de conglomerados.

Además se definió que el riesgo de los canales de comercialización se da por la posibilidad, variabilidad, incertidumbre y cambio de pérdida en los productos agrícolas y las pérdidas son la suma de una serie de consecuencias adversas que resultan de que los canales de distribución de las empresas no pueden cumplir al mismo tiempo la responsabilidad de

distribución y ventas. Debido a que la mayoría de los productos agrícolas no son fáciles de preservar por sus limitaciones de tiempo, esto los lleva a tener que ser consumido antes de que se deterioren. Por dichas razones se deben adoptar estrategias de prevención de riesgos y fortalecer así el sistema (Xiong et al., 2014).

De igual manera, Rifin, Suryana y Akbar (2015) realizaron una investigación sobre Madiun Regency, Java Oriental, Indonesia, uno de los mayores productores de cacao y dónde el área de las actividades de comercialización ha involucrado la transformación y al exportador. En su metodología presenta una encuesta realizada a 109 agricultores y entrevistas a 20 comerciantes divididos en aldea, sub-agencia, agencia y mayoristas. También se utilizó un análisis del margen de comercialización que les permitió calcular el margen recibido por cada institución involucrada en la cadena de valor del cacao y un análisis de la elección del canal de comercialización en la cual se encontró los factores que afectan a los agricultores a quienes vendieron sus granos de cacao. A fin de conocer la situación entre ambos y proponer propuestas de control.

Otra forma de contribuir al tema de investigación se efectuó por Mauleón (2001) sobre los canales cortos de comercialización alimentaria en una alternativa para los pequeños agricultores de España ante la globalización. El consumidor español normalmente adquiere sus alimentos a través de tiendas o supermercados. Esto se debe a que la gran mayoría de estos establecimientos ofrecen precios más económicos que otros, siendo el precio una de las fuentes que influye en la decisión de compra del consumidor. En la metodología se hizo uso de fuente de datos sobre el lugar donde se adquieren los alimentos obtenidos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Dicho enfoque se efectuó en base a tres sectores: sector hogares, sector hostelería-restauración y sector instituciones.

Sin embargo, efectos de la globalización, las grandes empresas se apoderan de estos establecimientos y esto conduce a que sus proveedores y agricultores quienes le abastecen sus compras se vean afectados.

Para estudiar estos canales de comercialización resulta necesario tener en cuenta aspectos muy diversos como las estrategias económicas de las empresas de distribución, las consecuencias de dicha concentración sobre la cultura gastronómica de una sociedad, los cambios en los valores sociales y hábitos de los consumidores, o el modelo de agricultura que promocionan estas empresas (Mauleón, 2001, p. 1).

Continuando con el mismo enfoque, Kirui, Mutai, Kibet, L., Kibet, P. y Macharia (2016) establecieron los determinantes en la elección del canal de comercialización del té y la intensidad de ventas entre los pequeños agricultores en el distrito de Kericho, Kenia. En su objetivo principal fue determinar los factores socioeconómicos e institucionales que influyen en la decisión de los pequeños agricultores en cuanto a la comercialización del té. En la metodología elaboraron un cuestionario semiestructurado a 155 pequeños productores. También se utilizó el modelo de dos etapas de Heckman para identificar los factores que determinan la elección de los productores de té del canal de comercialización y las decisiones de volumen de ventas que presentan una vez seleccionada la cadena de comercialización.

La participación de los agricultores en la circulación de productos agrícolas se ha convertido en uno de los temas de mayor interés. Los canales de comercialización son muy significativos en el sector agrícola y la opción del canal de mercado de los agricultores podría ser percibida en una de las estrategias de ingresos disponibles (Zhang, M., Kagatsume & Yu, 2014). En la agroindustria, la rentabilidad depende en gran medida de la elección de los canales de comercialización adecuados (Panda, 2012).

Basado en un experimento de elección, Gelaw, Speelman & Huylenbroeck (2016) encontraron que para los productores de café las características de los comerciantes son más importantes que el precio ofrecido. Ogunleye y Oladeji (2007) hallaron también que los factores asociados a la elección de cada uno de estos canales son el tiempo de pago, el modo de pago, el precio del producto, la distancia de la granja, el

costo de transporte y la clasificación del producto. La mayoría de los agricultores no pueden recibir un precio justo por sus cultivos, debido a que se venden poco después de la cosecha. Por lo tanto, si podrían hacer la mejor opción de canales de comercialización o no, directamente terminará afectando sus ingresos.

Sobre la base de las ideas expuestas, Zhang,B., Fu, Wang, Tang, Zhao y Zhang,L. (2017) analizaron sobre el efecto de las características de los hogares, la producción, las ventas y la sensibilización sobre la seguridad de los agricultores en la elección de los canales de comercialización de verduras en Beijing, China. Realizaron un análisis de corte transversal e incluyeron datos cualitativos y cuantitativos obtenidos a través de encuestas y entrevistas. Además se aplicó el modelo multinomial logit para analizar sobre los principales determinantes en la elección de canales de comercialización.

En atención a la problemática expuesta existen varios trabajos de investigación sobre el comportamiento de los agricultores en la comercialización. De igual manera, Schipmann y Qaim (2011) quienes encontraron que los canales de comercialización y las características del contrato confirman que existen diferencias significativas que influyen en las opciones de los agricultores, analizando los diferentes canales que existen en el mercado.

A su vez se analizaron los principales factores de efecto mediante la construcción de modelos logit, probit y otros modelos econométricos, conforme a esto se señala a Tefera (2014) quien analizó los determinantes de la participación del productor de garbanzos en opciones alternativas de mercado. Mediante entrevistas a productores e intermediarios de garbanzo, concluyeron en uno de sus resultados que la distancia de los hogares al mercado más cercano influye negativamente en la participación en el mercado mayorista que en la opción del mercado de la puerta de la granja, mientras que las actividades fuera de la explotación influyen negativamente en la participación en el mercado minorista.



Complementando lo anterior, Rajanna, Bokelmann y Gido (2017) han evaluado los factores que influyen en la selección del tipo de canal de comercialización por parte de los pequeños agricultores dedicados a la venta de hortalizas. Dentro de los canales de comercialización participan el mercado cooperativo, regulado y convencional. Mediante datos primarios se recolectaron encuestas de una población de 100 pequeños agricultores de hortalizas de Karnataka, India. Los resultados mostraron que los agricultores estaban vendiendo sus productos en uno o más canales de comercialización.

Sobre todo es relevante tener presente que el mercado agrícola en los que participan pequeños productores ha sufrido una serie de problemas relacionados con la productividad y comercialización. En tal sentido, Arvizu, Jiménez, L., Jiménez, M., Quispe, Villa y Ávila (2014) se enfocaron sobre la producción y comercialización de hortalizas en el mercado de Huixcolotla, México. El propósito del trabajo fue identificar las áreas de abasto; productos agrícolas que mayormente se producen y comercializan; costos de producción y comercialización; agentes que intervienen durante el proceso; los mercados que lo abastecen; y demás factores que surgen durante su desarrollo. Por medio de entrevistas estructuradas, la investigación arrojó datos importantes sobre la situación que enfrentan los agricultores ante dicha problemática. Los resultados indicaron que en dicho mercado la relación es directa entre los productores y las actividades de comercialización, que en la mayoría de las ocasiones conducen a situaciones desfavorables que afecta a los costos de producción y comercialización de los productores.

En definitiva, las actividades de comercialización se han convertido en un sistema muy complejo por los diversos autores antes planteados. En tal sentido, queda demostrado que mientras más complejo sea el proceso de la cadena de comercialización, los menos favorecidos serán los pequeños agricultores; siendo una de las actividades más importante para la economía de un país.

### **2.3 Marco Conceptual**

En relación al marco conceptual se definirán los términos que se consideran importantes para el desarrollo del trabajo y así poder facilitar la comprensión del lector.

#### **Agricultura**

Con respecto a FAO (2010) señala que:

La agricultura urbana comprende la producción agrícola y ganadera dentro de ciudades y pueblos y en sus zonas aledañas. Incluye desde pequeños huertos de hortalizas en la parte trasera de las viviendas a actividades agrícolas en tierras comunitarias por asociaciones o grupos vecinales (p. 1).

#### **Pequeña agricultora**

La pequeña agricultura es intensiva en el uso de mano de obra y muy propensa a diversificar productos. El pequeño agricultor se caracteriza por trabajar solos o acompañados de su familia dentro de su finca o granja. De tal manera queda demostrado entonces que la pequeña agricultura tiende a producir con mayor eficiencia económica que las grandes industrias debido a los costos y sistema de producción que son más flexible y sostenible (Bacon, Getz, Kraus, Montenegro & Holland, 2012).

#### **Pequeño agricultor**

Los pequeños agricultores son actores importantes en la búsqueda de un modelo de desarrollo agrícola incluyente y sostenible. De igual manera, pequeños agricultores para Chiriboga (2007):

Son aquellos que básicamente trabajan con su mano de obra familiar (aunque puede contratar eventualmente mano de obra extra familiar). Los estudios de casos demostrarán que los productores se ubican en un estrato de propietarios con un nivel importante de manejo de recursos (tierra, riego, maquinaria, acceso a crédito y tecnología) que los ponía a considerable distancia de campesinos o productores de escalas pequeñas que en la región son la mayoría de los habitantes rurales (p. 19).

Conforme a lo explicado, los pequeños productores agropecuarios constituyen un grupo heterogéneo, se encuentran conformados por distintos tipos de unidades económicas que se detallan en la figura 2:

Unidad económica	Caracterización unidad doméstica	Utilización mano de obra	Características del trabajo y capital	Formalidad	División de gastos (reproducción y producción)
No excedentaria	Autoconsumo y mínimo excedente. Ingresos extraprediales.	Familiar y/o de reciprocidad comunitaria.	Poseen tierra y/o capital (mínimo).	Sin inscripción en organismos oficiales y sin registro de compra/venta.	Nula.
Excedentaria	Autoconsumo y excedente significativo. Ingresos extraprediales.	Familiar y/o de reciprocidad comunitaria; contratación de trabajadores asalariados (escaso registro).	Poseen tierra y/o capital (medio).	Escasa inscripción en organismos oficiales y registro de compra/venta.	De mediano alcance (con fuertes condicionamientos).
Microempresa rural	Producción, transformación, comercialización y/o servicios. Generan ingresos pero con escasa acumulación.	Familiar o comunal y, eventualmente asalariada (con escaso registro).	Poseen tierra y/o capital (mayor).	Inscripción en organismos oficiales y mediano registro de compra/venta.	De mayor alcance (pero parcial y condicionada).

Figura 2: Los distintos tipos de unidades económicas. Tomado de: "Propuestas para el estudio y caracterización de los pequeños productores agropecuarios", por L. Bergesio, L. Golovanevsky y N. González, 2016, *Pilquen*, 19(1), p. 20.

## Bienestar

La complejidad a la que se encuentra sujeta el término bienestar es analizado por diversos expertos de distintos campos de estudio y estos a su vez han ofrecido diversos enfoques siendo el caso de Reyes, O. y Oslund (2014) señalan que el bienestar:

Es el sentir de una persona al ver satisfechas todas sus necesidades en materia fisiológica y psicológica, en el presente, así como contar con expectativas alentadoras que le sustenten su proyecto de vida en la sociedad que experimentan los individuos que componen una comunidad en materia de sus necesidades desde las más vitales, hasta las más superfluas, la prospectiva aspiracional y su factibilidad de realización en un lapso de tiempo admisible (p. 220).

## **Calidad de vida**

Según la aproximación teórica de Susniene y Jurkauskas (2009), la calidad de vida debe ser la unidad de criterios objetivos que cubran el nivel estándar de un estado, ciudad o miembros de la comunidad social en la que se identifique los indicadores subjetivos y objetivos de la vida. Conforme a esto, se define a la calidad subjetiva de la vida en el sentirse bien y estar satisfecho con las cosas en general mientras que la calidad objetiva de la vida consiste en satisfacer las demandas sociales y culturales de elementos sobre la riqueza material, estatus social y bienestar físico.

## **Bienestar social**

Según Chasco y Hernández (2003) es definido:

El conjunto de sentimientos de satisfacción material e inmaterial que producen en las personas y colectividades una serie de condiciones que no pueden reducirse únicamente al nivel de renta, sino que incluyen otras dimensiones importantes de la existencia humana como la salud, educación, nivel de estudios, servicios, infraestructuras, vivienda, seguridad, entorno, etcétera (p. 2).

En efecto, el bienestar social no sólo identifica situaciones objetivas y materiales también incluye las aspiraciones que tienen los individuos con respecto a su vida. Así lo afirma Pena (2009) que es posible medir el grado de bienestar mediante situaciones personales que conducen a la satisfacción de sus necesidades. En consecuencia, la literatura científica ha clasificado al bienestar en dos grandes grupos: objetivo y subjetivo.

El bienestar objetivo es determinado por el entorno externo, el nivel de vida del país, referirse de manera general a toda una población. A diferencia del bienestar subjetivo que recoge las características individuales de las personas, el ambiente externo y las condiciones de vida en un país en particular (Zemtsov & Osipova, 2015).

## Cadena productiva

Para definir el siguiente término, Vander y Camacho (2004) señalan que “Una cadena productiva es un sistema constituido por actores y actoras interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado” (p. 10). Por otro parte, se define a la cadena productiva de la siguiente manera:

Las cadenas productivas se han considerado como una organización de agentes integrados o asociados en torno a la producción de un bien o de un servicio con potencial de mercado, que impulsan una dinámica y unas relaciones desde el momento de la producción, pasando por la transformación y la distribución hasta llegar a su consumidor o usuario final (Cáceres, Pardo & Milena, 2013, p. 71).

A fin de que la dinámica de todo el conjunto de actores, acciones, relaciones, transformaciones y productos que se detalla en la figura 3 represente la cadena productiva.



*Figura 3:* Modelo de cadena productiva. Tomado de: Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas, por D. Vander y P. Camacho, 2004, *Ruralter*, p. 10.

## **Tipos de cadenas productivas**

Demenus y Crespo (2011), definieron que, Ecuador contempla diferentes tipos de cadenas productivas, que se detallan a continuación:

(a) Las cadenas productivas tradicionales, que generalmente se relacionan con commodities, involucran productos homogéneos, donde los precios fluctúan en función del mercado internacional y tienen políticas públicas generales: banano, café, maíz, soya, arroz. El elemento básico de este tipo de cadenas es la competitividad a nivel de producto; (b) Las cadenas de productos de fuerte coordinación y con diferenciación, normalmente controladas por la agroindustria, exigen homogeneidad y seguridad en trazabilidad y salud y se asocia con la avicultura, carnes y similares. En este caso el factor determinante de la competitividad está dado no solamente por precio, sino por seguridad en cuanto a normas y estándares; (c) Un tercer tipo se relaciona con productos diferenciados de alto valor, que requieren fuertes niveles de coordinación vertical, para asegurar frescura del producto. Son cadenas asociadas a frutas y verduras perecibles y normalmente son controladas por las cadenas de venta al detal; (d) Otro tipo son aquellas que tienen nichos específicos como productos gourmet, comercio justo, orgánicos, nostálgicos, que son especializados y exigen un monitoreo de la calidad, involucran procesos de certificación, tanto ambiental, como social y crecientemente geográfico. Están asociados a productos de comercio justo, orgánicas, con denominación de origen y similares; y (e) Un tipo de cadena nuevo denominadas cortas, buscan vincular productores con consumidores, pasando por el menor nivel de intermediación. En este tipo de cadenas se privilegia distancias cortas de transporte entre zonas de producción y lugares de consumo, así como, muchas veces una relación cara a cara entre productores y consumidores (Demenus & Crespo, 2011, pp. 36–37).

## **Canales de comercialización**

Los canales de distribución o comercialización son sistemas de organizaciones mutuamente dependientes incluidas en el proceso de hacer disponibles bienes o servicios para su uso o consumo. Término que es conocido a manera de canal de distribución, cadena de distribución, cadena agroalimentaria, canal de comercialización, canal de mercado y canal comercial (Segetlija & Dujak, 2010).

Szopa y Pękała (2012) definen al canal de distribución, aquel grupo dependiente de cada una de las otras unidades de la organización, que se encuentran participando en el proceso de flujo de producción o servicios de los productores a los compradores. Por otra parte, Quintero, M. (2015) en su tesis doctoral señaló que:

Una cadena agroalimentaria está constituida por una serie de eslabones o niveles, entre ellos destacan los siguientes: la producción, la cosecha y postcosecha; la comercialización que a su vez comprende las funciones del transporte y almacenamiento; la industrialización que incluye la conservación y la transformación; la distribución y el consumo. En cada uno de estos niveles participan una diversidad de actores que pueden ser un individuo (productor primario, agroindustrial, comerciante, consumidor, entre otros), o bien una empresa, asociación, cooperativa, organismo, entre otros (p. 45).

En consecuencia se definirán a los actores que actúan en cada uno de los siguientes niveles debido a que existen grandes diferencias entre ellos y se reflejan en su interrelación así lo detalla en su libro Riveros, Santacoloma y Tartanac (2006), en la cual se describe mediante eslabones la cadena productiva que se refleja en la figura 4.

En el primer eslabón, se encuentran los pequeños, medianos y grandes productores, que se diferencia por el espacio que ocupan cada uno de hectáreas de producción. Presentan problemas con respecto a su nivel de educación, tecnologías, grado de organización, entre otros. Normalmente los que tienen menores posibilidades de acceso al factor tierra, capital, educación y la tecnología, se denominan comercializadores informales y

éstos a su vez, se relacionan con centros de consumo, pequeñas y medianas industrias. Así también se encuentran dentro de la figura 3, los productores primarios con mejores posibilidades de acceso a los factores productivos y son atraídos por el mercado de consumidores de ingresos medios y altos.

El siguiente eslabón corresponde a la comercialización intermedia, aquella que se diferencia de los otros actores por el capital utilizado, tecnologías aplicadas, calidad y seguridad de los servicios. También se encuentran dentro del canal de los oferentes de servicios de transporte y almacenamiento, así los intermediarios de industrias y supermercados dirigidos hacia los mercados internos. De igual manera, en el caso de exportadores y prestadores de servicios se dirigen hacia los mercados internacionales.

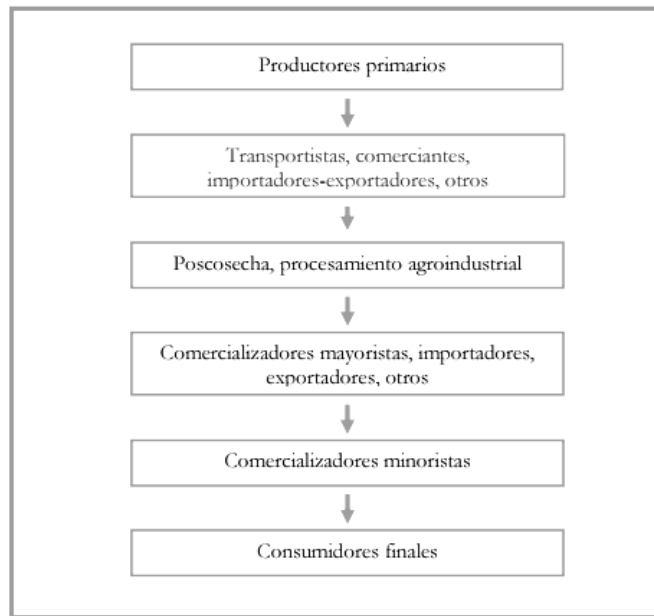
Con respecto al procesamiento agroindustrial, no sólo se vincularán las actividades que realicen las pequeñas, medianas y grandes empresas, sino también se incluirá la localización, grado de participación de los productores, las actividades de conservación, el proceso de transformación de materias primas, así el nivel de complejidad de las operaciones que realizan.

La distribución final, es dada principalmente por las cadenas de supermercados e hipermercados y las grandes superficies, así también los pequeños y medianos negocios de comercialización que tiene conexión directa con los consumidores, permanecen en el mercado y forman parte también del eslabón. Por último, el eslabón representado por el consumo final que es dado por diversos tipos de consumidores refleja la relación con su nivel de ingreso o poder adquisitivo y los asociados a mercados especiales.

Además, es importante destacar que dentro de la cadena agroalimentaria participan de manera directa actores tanto: los productores y oferentes de insumos; proveedores de maquinarias agrícolas e industriales; productores y proveedores de insumos para la agroindustria; oferentes de servicios de



apoyo técnico y financieros. Así también actores indirectos representados por las diversas instituciones públicas nacional y local.



*Figura 4:* Esquema de la cadena productiva. Tomado de: Sistema Agroproductivo, cadenas y competitividad, por H. Riveros, P. Santacoloma y F. Tartanac, 2006, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), II, p. 24.

### **Elementos de la cadena de valor**

El concepto de cadena de valor refleja el conjunto de actividades y funciones interrelacionadas a una determinada actividad. Por tal razón, se clasifica a la cadena de valor genérica en tres elementos básicos:

- Las Actividades Primarias, son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, las de logística y comercialización y los servicios de post-venta;
- Las Actividades de Soporte a las actividades primarias, se componen por la administración de los recursos humanos, compras de bienes y servicios, desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación), las de infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de la calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general) y

- El Margen, que es la diferencia entre el valor total y los costos totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor (J. Quintero & Sánchez, 2006, p. 381).

### **2.3.1 Especificación y forma de medición de las variables de estudio**

#### **2.3.1.1 Socio-demográficas**

Con la finalidad de responder el objetivo número dos del trabajo de investigación, donde se da a conocer los aspectos que definen a un pequeño agricultor y a la vez la situación económica y social de la población, se consideró un aspecto fundamental realizar preguntas de manera concreta con la intervención de las siguientes variables:

a) Género; (b) Estado Civil; (c) Nivel de Educación; (d) Tipo de Empleados que ayudan en el Trabajo agrícola y; (d) Seguro Social.

#### **2.3.1.2 Bienestar**

Para el presente trabajo se ha considerado medir el bienestar bajo el enfoque de la teoría de las capacidades; por ende se mide el nivel de bienestar mediante la satisfacción obtenida por el precio que reciben los agricultores en la venta de sus productos; *variable dependiente*.

#### **2.3.1.3 Cadena de Comercialización**

a) Lugar de venta del producto

Se consideró indispensable realizar un tipo de pregunta en el formato de encuesta establecido para el trabajo de investigación, con la finalidad de dar a conocer la evolución que ha tenido la cadena de comercialización en el cantón Balzar, dando respuesta al objetivo número tres del presente trabajo.

b) Limitaciones de compra establecidas en el mercado

El siguiente factor de la cadena de comercialización, permite dar respuesta sobre las restricciones que se generan en el mercado de bienes primarios de la economía, dicho factor se lo mide a través de un nivel de satisfacción, enfocándose así, debido a la base teórica que direcciona al trabajo de investigación.

Además, dado los resultados con el factor planteado con anterioridad, se consideró necesario realizar una pregunta, donde permite dar a conocer las diversas acciones que toman los agricultores derivados de las restricciones de compra establecidas por el mercado de bienes primarios de la economía.

## **2.4 Marco Normativo**

### **2.4.1 La Constitución Política de la República del Ecuador**

Conforme al sector agrícola y a las diversas actividades que implican al medio ambiente, uso de suelo y otras diversas variables que se emplean de la naturaleza. Es por tal razón que toda acción que se ponga en curso deberá considerar la preservación del medio ambiente. En el Registro Oficial No. 449, el artículo 14, de la Constitución de la República del Ecuador, se indica que

Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Conforme al artículo 33, de la Constitución de la República del Ecuador se reconoce que toda persona tiene derecho a trabajar, a elegir libremente su empleo en condiciones favorables de trabajo y protección contra el desempleo, en donde se garantice a las personas que trabajan tener derecho a una remuneración justa personal y para su familia.

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

#### **2.4.2 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones Copci**

En el Registro Oficial No. 351, el artículo 22 del Copci se indica que el Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, ejecutará las siguientes acciones:

- a) Elaborar programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, en el marco del Estado Intercultural y Plurinacional, garantizando los derechos de las personas, colectividades y la naturaleza;
- b) Promover la igualdad de oportunidades a través de la concesión de beneficios, incentivos y medios de producción y
- c) Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector (Copci, 2010).

#### **2.4.3 Plan Nacional del Buen Vivir**

En Ecuador la implementación del Plan Nacional del Buen Vivir en uno de sus objetivos se busca garantizar el trabajo digno en todas sus formas, llevando, para aquello la población de los pequeños agricultores, sobre temas de inclusión y desarrollo.

Conforme al Decreto Ejecutivo No.1577 el Objetivo 9 del Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 elaborado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades); los fundamentos y orientaciones para el desarrollo del socialismo del Buen Vivir examinan que el predominio del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, el trabajo no puede ser considerado un factor más de producción, sino debe ser un componente fundamental y pilar principal para la evolución del talento del individuo. El trabajo debe apuntar a la realización personal y a la felicidad, además de reconocerse también en un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica.

Una sociedad que busque la justicia y la dignidad como principios fundamentales no solamente debe ser evaluada por la cantidad de

trabajo que genera, sino también por el grado de cumplimiento de las garantías que se establezcan y las condiciones y cualidades en las que se efectúe. Asimismo, debe garantizar un principio de igualdad en las oportunidades al trabajo y debe buscar erradicar de la manera más enfática cualquier figura que precarice la condición laboral y la dignidad humana (Senplades, 2009).

#### **2.4.4 Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap)**

El Magap implementó el Plan Nacional de Desarrollo Agroindustrial con el objetivo de lograr el desarrollo y fortalecimiento de la producción de los pequeños agricultores, se detallan a continuación las principales características de las cadenas agroproductivas nacionales.

- Cadenas que destinan principalmente sus productos a mercados nacionales, pues hay una importante presencia de pequeños y medianos productores, con una considerable oferta para el mercado nacional. Algunas cadenas están bien organizadas (ejemplo: cárnicos, lácteos y caña de azúcar), pero otras no (papa, trigo, harinas, tomate, leguminosas). Existen dificultades en torno al cumplimiento de medidas sanitarias y otros requisitos, lo que imposibilita a algunos a acceder a mercados externos (ej. embutidos, caña guadúa) y
- Las cadenas no tradicionales de exportación. La producción primaria de este grupo de bienes está principalmente en manos de medianos y pequeños productores. Sus exportaciones han registrado crecimientos (ej. brócoli, piña, papaya, mango, frutas andinas), pero existe un potencial no explotado (Magap, 2016, p. 348).

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), resaltó a la agroindustria rural, uno de los subsectores que desempeña un papel importante en el desarrollo territorial rural y en el mejoramiento de vida de la población rural, la que se encuentra afectada desde hace años por la falta de apoyo que recibe de las instituciones gubernamentales. De acuerdo a aquello, MAG (2006) resalta que:

En las cadenas agroproductivas la agroindustria es un eslabón de especial importancia por la posibilidad que ofrece de agregar valor a la producción primaria y porque la aplicación de procesos de conservación y transformación mejora las condiciones de comercialización de los productos, así como su calidad y seguridad (p. 15).

La política agropecuaria ecuatoriana propone un nuevo paradigma de agro industrialización, basado en el agronegocio y la búsqueda del desarrollo territorial rural sostenible. El cambio en dicho campo se encargará de generar procesos de diversificación productiva a escala territorial, donde intervendrán los sujetos rurales que viven en situación de pobreza, de esta manera se contribuirá a generar oportunidades de empleo e ingresos, especialmente para jóvenes de estos sectores. Así se muestra en la figura 4 existe un gran potencial agroindustrial en el país que permite fortalecer las cadenas de valor que garantizan la soberanía alimentaria y generar resultados sociales y económicos.

La pequeña producción campesina puede desempeñar un papel esencial en el nuevo modelo de agricultura, es decir se trata de un productor de alimentos básicos y quien trabaja utilizando la mano de obra de su familia. Así lo manifiesta Chiriboga (2007):

Los campesinos no constituyen una categoría social homogénea: tradicionalmente se distinguen aquellos que solo parcialmente viven de la agricultura que pueden denominarse campesinos a tiempo parcial; los campesinos de subsistencia que si bien tienen como su actividad principal la agricultura, esta solo satisface precariamente a sus necesidades de consumo y los pequeños productores bajo ciertas condiciones pueden acumular, más allá de los ingresos requeridos para las necesidades del consumo de la familia (p. 23).

Debido a esto, la pequeña agricultura es intensiva en el uso de mano de obra y muy proclive a diversificar productos, a su vez hace referencia a la capacidad para generar empleo, sobre todo no remunerado. “La pequeña agricultura tiende a producir con mayor eficiencia económica que la gran

empresa, porque su estructura de costos y sistema de producción es más flexible y sostenible; sus incentivos son más claros” (Magap, 2016, p. 353).

Por lo general, el pequeño agricultor es aquel que posee áreas de siembra menos de diez hectáreas y tienen sus pequeñas unidades campesinas ubicadas en zonas marginales y sus pocos ingresos que obtienen de su producción son aprovechados injustamente por intermediarios y prestamistas. Para el pequeño productor, cultivar sus tierras más que un ingreso o forma de producción, se trata de su modo de vida, su realización personal y bienestar. En tal sentido, Chiriboga (2007) explica que las pequeñas unidades agropecuarias tienen ventajas respecto a su producción con los mercados no tradicionales, sea en relación a los productos asociados a estos mercados, o los que se organizan por medio de los sistemas informales de intermediación.

De igual manera, el Magap en su planificación estratégica se señala las características más relevantes que hacen considerar a un agricultor, pequeños productor agropecuario, las cuales son:

- a) El conjunto de actividades de su sistema de producción, comercialización y administración, se realiza primordialmente con el uso de la mano de obra familiar, aunque, en forma ocasional podría contratar mano de obra para ciertos procesos o momentos,
- b) El pequeño productor administra, gerencia y toma las decisiones atinentes a su actividad productiva y de comercialización de sus productos;
- c) Tiene una bajísima o nula capacidad de contratar servicios profesionales, para sus actividades agro-productivas, en forma permanente u ocasional;
- d) Su sistema de producción se caracteriza por estar poco ligado a redes de información que le permitan planificar en forma adecuada su producción;
- e) Está ligado al mercado pero sin conocimiento acerca de éste, por ejemplo: calidades de productos, diferenciación de productos,

estrategias de “marketing” y de negociación, canales de comercialización;

- f) Su capacidad organizativa es potencialmente alta, si se toma en consideración la presión que ejerce: la apertura comercial y la globalización, porque organizarse es la única alternativa de enfrentar los cambios, sin embargo sus organizaciones de tipo asociativo manifiestan grandes debilidades administrativas, gerenciales y financieras y
- g) Los ingresos provenientes de la actividad productiva agropecuaria, no sobrepasan mensualmente, en más de 5 veces, el salario mínimo establecido en el país (Magap, 2016, p. 2).



Tipo de cadenas	Cadenas que aseguran la soberanía alimentaria	Cadenas con potencial para sustitución de importaciones agropecuarias e industriales	Cadenas tradicionales de exportación	Cadenas con potencial futuro de exportación	Total
Cadenas agrícolas	Arroz, aceite de palma Papa, yuca, camote Soya, hortalizas, maíz Caña de azúcar, melón Frutas (plátano, papaya, mora, sandía, naranja piña, pitahaya, etc.) Haba tierna, choclos fréjol, arvejas, tomate Amaranto, cebada chocho, trigo, quinua Palmito, cebollas Hierbas aromáticas Coliflor, brócoli, Achiote, panela	Papa bastón Frutales (manzana, peras, uva y durazno Café robusta Soya, trigo (parcialmente) Maíz amarillo Tomate riñón (pasta)	Banano Flores Cacao Café Plátano Brócoli	Frutas andinas Tomate de árbol, uvilla, mora Hortalizas Granos andinos: quinua, chocho, amaranto, arveja Coliflor de exportación	37
Cadenas pecuarias	Carne bovina Leche y derivados Carnes rojas y derivados Avicultura Miel de abeja	Carne porcina y derivados			6
Cadenas silvicultura		Algodón y caucho	Balsa Paja toquilla Teca	Pisos de maderas Maderas comerciales Palma (aceite) Madera de balsa	7
Cadenas acuícolas y pesca	Pez dorado, cachama Trucha, tilapia Concha prieta cangrejo Peces demersales Paiche, chame Peces de aguas continentales Cobia, langosta Bocachico Vieja azul y roja		Camarón Tilapia Atún	Trucha Pargo, cobia Huayalpe Sardina Merluza Harina de pescado Jurel Calamar gigante Rana Ostras Enlatados de mar	23
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>73</b>

Figura 5: Potencial agroindustrial por tipo de cadena, según subsector económico. Tomado de: Políticas para Acuicultura y Pesca, por Magap Viceministro de Acuicultura y Pesca, 2015.

## **3 Capítulo 2: Situación de los pequeños agricultores**

### **3.1 En el mundo**

En América Latina las pequeñas y medianas agriculturas familiares representan un potencial significativo para el crecimiento del sector agrícola. A pesar del potencial que presentan, los pequeños y medianos productores a menudo se ve afectado por diversas limitaciones. En primer lugar, los pequeños y medianos productores de América Latina carecen de capital y tienen un flujo de efectivo limitado. También tienden a carecer de planes de negocios, estados financieros y la capacidad de proyectar el flujo de caja de manera realista (Grace & Moyes, 2014).

Berdegú y Fuentealba (2011) en su trabajo, sostienen que existe aproximadamente cuatro millones de pequeñas y medianas agriculturas familiares, con un promedio de cincuenta hectáreas cada una, en toda la región. La cual representa aproximadamente la mitad de las tierras de cultivo en la región. En Perú, las entidades bancarias definen a los pequeños agricultores, aquellos con menos de cincuenta hectáreas. En el caso de México, la definición de pequeños y medianos productores comerciales y semicomerciales incluye los que tienen entre USD 20,000 y USD 250,000.

En la mayoría de los países de América Latina, los pequeños agricultores se clasifican en tres categorías: comercial, semicomercial y de subsistencia. En un extremo del espectro se encuentran los pequeños y medianos productores comerciales, que tienen en promedio cien hectáreas altamente productivas y son totalmente integrados en cadenas de valor. Pueden emplear mano de obra permanente e incluso tener acceso a la financiación comercial. En el otro extremo del espectro, los agricultores de subsistencia, que tienen diez hectáreas o menos en promedio y que a menudo dependen de los ingresos no agrícolas y los ingresos agrícolas. En el centro las fincas semicomerciales pequeñas y medianas de diez a cien hectáreas, que tienen algunos activos productivos, pero cuyo crecimiento es limitado por la falta de crédito o por los vínculos con los mercados. Los pequeños y medianos agricultores suelen depender de los miembros de su

familia para trabajar y autofinanciar cualquier inversión de capital para reducir los costos y mejorar la productividad (Berdegué & Fuentealba, 2011).

A través de la historia, el problema que enfrentan los pequeños agricultores ha sido la expropiación de sus tierras. De donde surge el término cercamiento, cuando los europeos confiscaron las tierras de los campesinos, los esclavizaron y obligaron a producir los cultivos. El sistema fue expuesto por todo el mundo y duró casi todo el siglo XX.

Vallianatos (2015) en su publicación sobre los pequeños agricultores son los que alimentan al mundo, manifiesta que los mayores productores de alimento a nivel mundial, se muestran a través de las pequeñas fincas campesinas. Es así que los pequeños agricultores a pesar de contar con una cuarta parte de tierra agrícola, no sólo dan comida también cuentan con tierras más productivas.

Para algunos estados rurales muy poblados, que por lo general se encuentran en zonas aisladas, donde la falta de información y conexión hacia los mercados son algunos de los problemas que enfrentan las sociedades. La agricultura es la fuente principal de ingresos económicos de las zonas. Sin embargo, la falta de asistencia que tienen los gobiernos y demás entidades encargadas ha impedido el desarrollo de estos sectores. A pesar de esto, en México se da lo contrario, siendo la agricultura un pequeño sector de la economía mexicana. La política agrícola que ejecutan ha sido la base del desarrollo rural sostenible, en donde se prioriza que todas las zonas marginadas, sean apoyadas a través de la generación y diversificación del empleo y así la incorporación y participación del sector agrícola al desarrollo nacional (McMahon, Valdés, Cahill & Jankowska, 2011).

De acuerdo a la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO (2014) el 80% de las unidades productivas que operan en el mundo se encontraban a cargo de productores familiares, es decir, más de dos mil millones de pequeños agricultores producían el 70% de los alimentos consumidos. Considerando que el 2014, fue el año internacional de la agricultura familiar.

A pesar que constantemente los precios fluctúan en el mercado, dicho efecto no incurre en los pequeños agricultores; de manera que puede ocurrir un alza o declive de los precios. Los pequeños agricultores cultivan los alimentos, que son aprovechados en gran parte por los intermediarios y estos son vendidos de tres maneras: a la compañía de insumos agrícolas, directamente al comerciante o a la unidad de procesamiento. Según la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) en el continente europeo, el consumidor final paga hasta seis veces más que las ganancias que recibe el propio agricultor por su producción, debido a que su costo total de producción se ve afectado por: (a) costos de transporte; (b) procesamiento; (c) indirectos; (d) fijos; y (e) de venta (Serrano, 2017).

Actualmente, los pequeños agricultores cada vez son menos en países de Europa, Estados Unidos y los que se encuentran en vías de desarrollo. Según la FAO (2014) un 70% de los alimentos que se consumen globalmente, son producto del esfuerzo y trabajo de los pequeños agricultores; lo cual es de gran importancia que el apoyo por parte del gobierno se encuentre dirigido hacia los pequeños agricultores, evitando así el traslado de los campesinos a grandes ciudades, generando *migración* por falta de oportunidades.

Gran parte de los pequeños agricultores viven en países que se encuentran pasando por un extenso proceso de transformación: económica y social. Los continentes Asia y África, donde los pequeños campesinos continúan teniendo gran participación en dicho proceso. Además, las cadenas mayoristas y minoristas de abastecimiento de alimentos pertenecen a economías con flujos de ascendencia y tienen sus principios de acuerdos comerciales con pequeños, medianos y grandes agricultores (Vorley, Vergnes & Barnett, 2013).

Por lo contrario, la situación actual de los pequeños agricultores que se encuentran obligados en la aceptación de precios establecidos por los intermediarios, tienen una pequeña participación en el mercado de víveres; considerándose a su vez que el intermediario o exportador aprovecha en mayor parte el precio de exportación y así obtienen un mayor margen de

ganancia con relación al costo por adquirir el producto. Aunque no todos los pequeños agricultores tienen la capacidad de convertirse en empresas rentables, las cadenas de comercialización les permiten generar ingresos para su hogar, pero no logran mantener el estilo de vida deseado con ese ingreso (Secretaría de la Unctad, 2015).

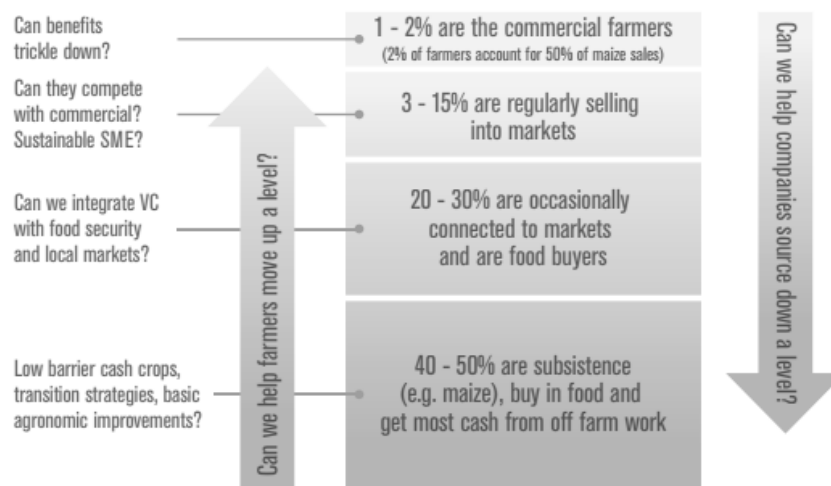


Figura 6: Market participation classes of farmers. Tomado de: Under what Conditions are Value Chains Effective Tools for Pro-Poor Development?, por D. Seville, A. Buxton y B. Vorley, 2011. p. 6. Copyright 2011 por International Institute for Environment and Development/Sustainable Food Lab.

Luego de un largo trayecto de crecimiento, la producción en el sector agrícola se encuentra estancada, dicho efecto fue provocado a causa de una agricultura intensiva. En la actualidad, se encuentra en déficit del 16% en producción de alimentos, tal situación se generó debido a que la capacidad de producción de la tierra es limitada, *independientemente de los fertilizantes que se empleen para incrementar la producción* (Yaipén, 2011).

La FAO (2012) con respecto a que los campesinos del mundo deben enfocarse en desarrollar e implementar estrategias para lograr obtener financiamiento, señala que se encuentran limitados por los siguientes factores:

- a) Una gobernanza deficiente;
- b) ausencia de un estado de derecho;

- c) altos niveles de corrupción;
- d) normas comerciales arbitrarias,
- e) imposición de mayores cargas fiscales;

Por ende, una vez que se encuentran las formas de superar ciertas limitaciones, se podrán aprovechar todas las capacidades de inversión existentes en todas las áreas rurales.

Asimismo, existe mayor apertura para ingresar al mercado de los pequeños agricultores, de manera que se obtiene una mayor disponibilidad de productos. Permitiendo la inclusión de pequeños agricultores hacia nuevos mercados y así generar un incremento en la oferta de sus productos; y esto a su vez genera una mejora en la seguridad alimentaria, reducción de la pobreza y disminución del desempleo.

Se han creado nuevas maneras de administrar los recursos y destruir las barreras nacionales, a través de técnicas de innovación para agricultores de pequeña escala. Técnicas que se establecen en grupos de personas donde comunican y adecúan sus conocimientos además, aportan con datos científicos e instrumentos modernos utilizados hoy en día (Barnett, Pozo-Vergnes & Vorley, 2013).

Los pequeños agricultores innovan constantemente y adaptan sus actividades a la diversidad de la agricultura con el fin de evitar prejuicios a causa de las condiciones climáticas; dicha innovación es correlacionada con la fuerza de las relaciones comunitarias, *los agricultores integran vertiginosamente la innovación de colegas en sus propias prácticas agrícolas* (Bragdon & Smith , 2015).

De igual forma, los agricultores ofrecen empleo a los jóvenes, debido a la fácil adaptación que tienen con la tecnología; creando mejores rendimientos, que a su vez les permite a los agricultores contribuir con la creciente demanda de productos. Además, la productividad agrícola, el ingenio y la capacidad de recuperación del campesino es tal que tienen la idoneidad de asegurar y sostener la soberanía alimentaria. *Los campesinos tienen tanto dominio que son quienes podrían abastecer a la creciente población.* La comunidad internacional debe ayudar a los pequeños

agricultores frente a la agricultura industrializada, para aquello es necesario desarrollar e implementar enmiendas a favor del sector de la agricultura, beneficiando a los campesinos (Martinelli, Siad & Taft , 2016).

Fundaciones y organizaciones empresariales se asocian para ayudar a mejorar la productividad de los cultivos y de manera directa los ingresos de los agricultores en pequeña escala de América Latina y el Caribe. A pesar de la gran importancia que tiene el sector agrícola, hoy en día los gobiernos de turno se han descuidado del tema y han priorizado al desarrollo y expansión del sector urbano; olvidando que gran parte de la población de agricultores se encuentran en zonas rurales y las economías dependen de la producción de ese sector.

### **3.2 En América Latina y el Caribe**

En Latinoamérica, los pequeños agricultores son conocidos también aquellos pertenecientes a la agricultura familiar, se caracterizan porque en su explotación, el trabajo familiar siendo el más importante; la administración *económica productiva* se le atribuye al jefe del hogar. Por ésta razón, el Mercado Común del Sur considera necesario desarrollar, implantar y afinar políticas públicas enfocadas a la agricultura familiar; con el objetivo de promover el desarrollo sustentable del medio rural desde la perspectiva socioeconómico, cultural y ambiental (FAO, 2014).

En la actualidad, Flores (2015) estima que un 20% de la población de América Latina subsiste de la agricultura; es decir, dependen directamente de sus cosechas; cultivos considerados no solo para la generación de ingresos, sino también para suministrar alimentos a su hogar. En muchos de los casos, cuando los pequeños agricultores consideran la opción de vender sus productos directamente al consumidor final, sin ningún tipo de intermediario, suelen tener inconvenientes debido a la fluctuación de precios que se desarrolla en el mercado y por ende no saben cómo adaptarse a tal circunstancia.

En América Latina, el sector ha mostrado un desempeño satisfactorio en cuanto al crecimiento y productividad. La productividad agrícola de un

país, en su definición más amplia, es la relación entre la producción agregada y los insumos totales, es decir a la productividad total de los factores (PTF). Las medidas de productividad parcial, el rendimiento por hectárea o productividad de la tierra, la producción por trabajador o productividad laboral, son medidas parciales que representan sólo un factor de producción, mientras que la PTF representa el total de todos los factores utilizados en el proceso productivo de la tierra, mano de obra, capital y materiales (Rada & Valdes, 2012).

Debido a la mala administración de los negocios o la variación de precios en el mercado, los productores en pequeña escala se desplazan entre las distintas organizaciones en una estrategia para mantenerse presentes en diferentes mercados y de manera evitar con problemas de pertenecer a una sola cooperativa y reportar todos sus ingresos (Muñoz & Viaña, 2012). De igual manera, “La asociación de productores y exportadores de Nicaragua y la bolsa agropecuaria con apoyo del Banco Mundial y el Fondo de desarrollo social de Japón, capacitarán a tres mil productores agrícolas para comprender cómo fluctúan los precios” (Flores, 2015).

Los pequeños agricultores de Brasil actualmente implementan nuevas tecnologías, permitiéndoles proteger y preservar el medio ambiente. Se considera que los pequeños agricultores son los protectores de la naturaleza, optimizando así la administración de la tierra (Martinelli, Siad & Taft, 2016).

Sin embargo, se presentan los siguientes problemas que afectan a los pequeños agricultores, manteniéndolos privados de condiciones necesarias para una vida digna, son los siguientes:

- Carencia de servicios básicos;
- falta de fuentes de trabajo en las comunidades rurales;
- deficiente capacitación y asesoría para mejorar los sistemas de producción;



- imposibilidad para acceder a créditos bancarios por las elevadas tasas de interés y condiciones inapropiadas;
- falta de protección de los cultivos contra los riesgos naturales;
- deficiente solidaridad y asociatividad entre los pequeños productores y
- falta de organizaciones comprometidas con los pequeños y medianos productores (Demenus & Crespo, 2011, p. 342).

De igual manera, el agricultor se ha visto afectado debido a la disminución de los precios de los productos alimenticios, consecuencia de la exigencia por parte del gobierno, obligándolos a reducir los precios de estos bienes de primera necesidad. *Los agricultores de gran escala han logrado obtener subsidios altos, a manera de compensación por parte del gobierno, pero los pequeños agricultores prácticamente carecen del apoyo del Estado.* Lamentablemente los pequeños agricultores no cuentan con una planificación familiar, de tal manera que, que un incremento en los miembros de cada familia, les obliga a emigrar a grandes ciudades para lograr encontrar nuevas formas de empleo.

Para los pequeños productores el mercado constituye un centro fundamental, que permite la interacción entre los distintos sectores sociales; es decir, el mercado forma parte de un entorno en donde interactúan sociedades de diversos tipos y en el sector de la agricultura inclusive se puede crear un medio para sobrevivir, donde se encuentran combinadas la identidad y el cultivo de la tierra (Muñoz & Viaña, 2012).

Con respecto al caso, del gobierno de Paraguay, el cual solicitó a la Organización de Naciones Unidas (ONU) y FAO ayuda para fortalecer el sector de los pequeños agricultores, donde el principal mercado es el internacional. Por ello, mediante la intervención de los organismos internacionales se logró mejorar la competitividad de los pequeños productores mediante el abastecimiento de la demanda interna y externa. Así mismo, se empleó medidas de control, para la cantidad de fertilizantes

utilizados en los cultivos, con el fin de evitar efectos negativos en la salud de los agricultores (Agencia IP, 2017).

De acuerdo a un funcionario de la FAO, los gobiernos de turno de los países de América Latina y el Caribe deben consolidar el apoyo a los pequeños productores agrícolas para lograr una mejor adaptación a los cambios climáticos, que son clave en la seguridad alimentaria. Si no se encuentran mecanismos para acoplar a los pequeños agricultores a cambio climático y a su vez lograr reducir el impacto de sus actividades en la naturaleza, en los próximos 10 años, los costos generados por el cambio climático podrían llegar a un 2.2% del Producto Interno Bruto (PIB). Según Meza citado (Agencia de noticias Xinhua, 2016) el 25% de los cultivos de granos en América Latina se reducirían mientras no se adopte medidas rápidamente; y *justamente los cultivos de granos son esenciales para perdurar la seguridad alimenticia.*

El Instituto para el Desarrollo Rural de Sudamérica (Ipdrs), declara que la agricultura familiar es la actividad más importante para el desarrollo rural, donde se rescata los saberes tradicionales, fortalecer la soberanía alimentaria, preserva los recursos naturales, todas encaminadas hacia el bienestar de las comunidades para enfrentar los problemas que el sector agrícola enfrenta a diario (Ipdrs, 2014).

### **3.3 En Ecuador**

Al medir la capacidad de las personas del sector rural y urbano, para satisfacer sus necesidades básicas, se observó que existía desigualdades en ambos sectores; y donde los más afectados eran quienes vivían en los sectores rurales. Conforme aquello, se veían ellos obligados a emigrar por la falta de recursos económicos o incluso la falta de apoyo por parte del gobierno. Por tal motivo, el gobierno trata de crear e implementar programas que fortalezcan a los pequeños agricultores acabando con todos los aspectos negativos que perjudican el sector agrícola del país (FAO, 2016).

En Ecuador, el sector agrícola representa la fuente de empleo y ganancias más importante de los habitantes de la zona rural; sin embargo,

no se ha considerado de tal forma para la economía ecuatoriana debido a que actualmente el petróleo les provee la mayor parte de los ingresos del país, a través de las *exportaciones*. A pesar de que el 30% de la población ecuatoriana vive en zonas rurales y un 25% se relaciona a las actividades agrícolas; en 2013, la agricultura tuvo una representación a la baja en el PIB, debido a la concentración en otros sectores dinámicos que se encuentra la construcción, comercio, petróleo, entre otros (Martínez, 2013).

Con el objetivo de apoyar a los pequeños productores y de mejorar la alimentación en los sectores públicos, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap); ha creado el programa llamado Proalimentos, en la cual adquiere los productos de los pequeños agricultores. El Magap se ha enfocado en crear e implementar programas que beneficien a los pequeños productores, creando conciencia en los ciudadanos para que consuman productos nacionales. A través del programa Proalimentos, 2.5 millones de alumnos de instituciones públicas reciben diariamente su desayuno escolar con productos proporcionados por proveedores ecuatorianos suscritos al programa: “pequeños agricultores”. El objetivo del programa es lograr impulsar la productividad de la agricultura en donde *los campesinos puedan manejarse en un ambiente seguro que ayude a reducir la pobreza*.

Además, el Magap creó el programa del Buen Vivir focalizándose en territorios rurales, quien en conjunto con otras organizaciones han incentivado la aplicación de estrategias a la instalación de nueva tecnologías, *la nueva tecnología se encuentra cambiando la vida de los pequeños agricultores* y sistemas de riego por goteo y por aspersión. Debido al nuevo sistema, los agricultores pueden seguir desarrollando sus actividades agropecuarias y obtener mejores resultados de sus recursos y aportaciones.

Una vez que se rompe con el sistema de producción de subsistencia, los pequeños agricultores podrían acaparar el incremento de producción, adoptando de manera vertiginosa los nuevos métodos de producción inducidos por técnicos de campo, puede manifestarse que las necesidades

del sector agrario en pequeña escala, dan una nueva y especial dimensión a la producción agro ecológica, así se muestra en la figura 6.

En la parroquia San Isidro, 54 pequeños agricultores promueven el cultivo de chocho; asimismo, señalaron el convenio para impulsar la producción; el Magap impulsa el desarrollo agrícola de los pequeños y medianos productores para que tengan una fuente de actividad, *sustento para las familias*. Según Andes (2015), la Superintendencia de Control del Poder de Mercado ha creado un compendio beneficiando directamente a los pequeños productores; estableciendo que, el gobierno y el sector privado deben crear e implementar proyectos para lograr fortalecer el sector agrícola de menor escala. Adicionalmente, para cumplir con la cantidad de productos requeridos por el mercado, se realizaron varios convenios con asociaciones y gremios.

Sin embargo los pequeños agricultores no cuentan con capacitación para realizar las diferentes actividades y por la falta de apoyo técnico no pueden aprovechar de productos químicos para mejorar y preservar sus cultivos. Juan González, *director ejecutivo de la asociación de la industria de protección de cultivos y salud animal (Apcsa)* citado en El Universo (2011), hace referencia a que se puede hacer uso de uso de fertilizantes, siempre y cuando sea controlado por la administración y el debido uso de equipos adecuados para la aplicación del mismo. Por tal motivo, se vuelve de gran importancia que los pequeños agricultores sean capacitados por profesionales, a fin de que puedan preservar su trabajo con un correcto manejo y uso del suelo.

Por otro lado, los pequeños agricultores cuentan con un seguro o un sistema permanente de aseguramiento productivo, *pagado por el Estado*; dicho seguro consiste en la protección del agricultor y su cosecha ante cualquier amenaza del hombre o del medio ambiente. Las amenazas más proclives son: (a) sequías; (b) inundaciones; (c) excesos de humedad; (d) plagas; (e) incendios; (f) deslizamientos y taponamientos; los agricultores terminan siendo indemnizados, de manera que recuperan los costos de producción incurridos en la producción afectada (El Telégrafo, 2014).

El desarrollo del sector agrícola, no sólo se enfoca en la producción de alimentos y los múltiples impactos ambientales que son expuestos. Más bien el nuevo enfoque trata de un nuevo paradigma de agricultura moderna, así lo expone Gottschalk (2013) quien manifiesta lo siguiente:

Más que un sector económico dedicado a la producción de alimentos, y de relativamente baja participación en el producto interno bruto de la mayoría de los países latinoamericanos, es necesario entender la multifuncionalidad de esta actividad, lo que implica entender sus vínculos con la generación de empleos, con cuestiones de género, con seguridad e inocuidad alimentaria, los efectos sobre la salud de grandes poblaciones urbanas, la pobreza rural, y finalmente sobre el medio ambiente, que es el tema que más específicamente nos concierne (p. 201).

<b>Cadena</b>	<b>Desafíos</b>
Productores-ferias-mercados mayoristas-mercados de consumidores	a) Acceso a información de precios b) Acceso a tecnología de post cosecha
Productores-supermercados	a) Acceso a tecnología, educación y financiamiento para cumplir con normas de calidad y estándares fitosanitarios b) Poder acopiar volúmenes significativos para los supermercados c) Planificación de la producción
Productores-agroindustria	a) Acceso a tecnología y variedades b) Acceso a financiamiento c) Planificación de la producción
Productores-exportadores	b) Acceso a tecnología, educación y financiamiento para cumplir con normas de calidad y estándares fitosanitarios c) Acceso a precios internacionales d) Acceso a contacto comerciales e) Planificación de la producción
Productores-nichos especiales	a) Acceso a tecnología de producción orgánica b) Conocimiento de normas orgánicas y de comercialización justa c) Acceso a financiamiento para obtener certificación d) Fortalecimiento organizativo e) Acceso a contactos comerciales (mercado externo) f) Incrementar la demanda de productos orgánicos y de comercio justo (mercado local)

*Figura 7:* Desafíos de los pequeños productores en cada cadena de comercialización. Tomado de: Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador implicaciones para la pequeña economía campesina y propuesta para una agenda nacional de comercialización agropecuaria, por M. Chiriboga y J. Arellano, 2007. *Inter Cooperations*. p. 39.

### **3.4 En Guayas**

Cuando se trata de la comercialización y financiamiento del sector agropecuario, hay una relación asimétrica entre vendedores, productores y el capital. La disputa por distribuir la riqueza que se origina por los agricultores, se decide en el momento del cultivo, aunque el factor depende del comienzo del ciclo agrícola cuando el campesino es forzado a pedir un crédito a una entidad bancaria o a un negociante local. Siendo el crédito que determinará la adquisición de herramientas e insumos y la calidad de los productos que definirá el incremento en la productividad (Burgos, Samudio & Farías, 2011).

Para evitar que el agricultor se encuentre en situaciones similares, la Prefectura del Guayas desarrolla un proyecto para ayudar alrededor de 200 pequeños agricultores de los cantones: Pueblo Nuevo y San Agustín; incluyendo a los recintos Ciénega Redonda, Corozal, San Felipe, La Chonta y de la cabecera cantonal de Isidro Ayora. Los temas tratados en las diversas capacitaciones estuvieron enfocados en incrementar la productividad del agricultor, de manera que se dio a conocer:

- a) manejos integrales de cultivos, cosecha y postcosecha;
- b) nutrientes y cuidado de las plantaciones;
- c) reconocimiento y control de plagas y maleza;
- d) sistema de riego, fertilizantes;

La finalidad del proyecto implementado es de concientizar a los pequeños agricultores de capacitarse más a menudo, incrementando los conocimientos técnicos con respecto a la agricultura; permitiéndoles a futuro, crear nuevos negocios que mejoren la comercialización de los productos (Prefectura Guayas, 2016).

En 2012 se creó el Consejo Agrario Provincial con el objetivo de conocer inquietudes y necesidades de los pequeños agricultores, en temas importantes en cuanto a: (a) tierra y agua; (b) créditos; (c) modelos de producción y; (d) mercado y comercialización. De manera que, los pequeños agricultores tienen la libertad de informar de manera oportuna, los problemas

con respecto al apoyo que deben recibir por parte de las instituciones asignadas por el Estado.

Maquita Cushunchic (MCCH) y la asociación de trabajadores autónomos agrícolas San Francisco de Soledad, suscribieron el acuerdo comercial, que beneficia a 10 asociaciones del cantón Simón Bolívar; mediante la entrega de hasta 200 quintales de cacao por semana, sin la necesidad de buscar intermediarios y/o comerciantes. El objetivo del proyecto en desarrollo, es de lograr comercializar el producto sin la necesidad de intermediarios provenientes de la cadena de comercialización los productores recibían USD 80 por quintal, mientras que ahora venden directamente a la empresa Maquita Cushunchic a USD 102 y USD 106, por el cacao Nacional (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2012).

Además, se realizan controles periódicamente para que los pequeños productores no cometan fraude, ni sean víctimas del mismo, en el momento de vender sus productos. Los técnicos de la dirección provincial del Guayas, autoridades locales y la policía de cada cantón se reunieron para visitar varias piladoras e inspeccionar si se cancela con el precio oficial mínimo de sustentación para el arroz; se realizó una selección aleatoria y en aquellas se verificó la existencia del producto, las tablas de precios y facturas actualizadas. Para evitar que el mercado termine siendo afectado a causa de los sobrepuestos, el Magap indicó estar dispuesto a cooperar y conducir a los pequeños productores a mejorar la comercialización de sus productos (El Productor, 2017).

Los pequeños agricultores constantemente piden ayuda al gobierno para que se realice un análisis del suelo, debido a que no cuentan con el capital suficiente. El debido enfoque podría ayudar a determinar qué ocurre con aquellas áreas que a veces son determinadas aptas para el sembrío pero no se logra obtener los mismos resultados. Además, les permite conocer las condiciones y adoptar decisiones técnicas sobre la aplicación de fertilizantes; *asunto que deja sus secuelas en la productividad de pequeños agricultores*. Normalmente, se realizan las pruebas antes de empezar a

sembrar. Sin embargo, ante la desesperación de encontrar una fuente de dinero, utilizan los fertilizantes sin un análisis previo (El Universo, 2014).

En la provincia del Guayas, los productores de arroz tienen negocios de pequeña o mediana escala debido a la dimensión de su territorio y que la mano de obra conformada por su familia quienes se dedican al sembrío y cosecha de las tierras. En efecto, el 4.95% de los pequeños agricultores del Guayas emplean obreros que no pertenecen a su familia. Si tienen más de tres hectáreas, *se incrementa la oferta de trabajo*. La mano de obra de la provincia del Guayas se encuentra conformada en un 30% por aquella dedicada al sector agrícola, entre los sectores más asalariados agrícolas son: Isidro Ayora, Daule, Palestina, Samborondón, Nobol y Santa Lucía. Ante la problemática del sector agrícola Burgos, Samudio y Farías (2011), en su publicación resaltan que el 62% de los productores tienen pequeñas propiedades; es decir, que la mayor parte de la población económicamente activa trabaja en sus propios cultivos.



## **4 Capítulo 3: Cadenas de comercialización**

### **4.1 En el mundo**

El marco de la cadena de valor ayuda a explicar cómo se organizan las industrias examinando la estructura y la dinámica de los diferentes actores involucrados. La cadena de valor describe toda la gama de actividades que las empresas y los trabajadores realizan para llevar un producto desde la etapa de diseño hasta el consumo. Esto incluye actividades intangibles de valor añadido, en cuanto a la investigación y desarrollo, el diseño, la producción, la distribución, la comercialización y el apoyo al consumidor final. Las actividades pueden ser realizadas por una sola empresa o divididas entre diferentes empresas. En el contexto de la globalización, las cadenas de comercialización se vuelven cada vez más en redes interempresariales a escala mundial (Fernandez, Bamber & Gereffi, 2014).

Tradicionalmente, los sectores agroalimentarios incluían a productores de todos los tamaños que participaban en mercados, donde prevalecían las fuerzas de la oferta y la demanda y el comprador más alto era quien compraba el producto disponible mientras que los agricultores individuales determinaban las variedades y la calidad de los cultivos y los procesos de producción utilizados. En la actualidad, los mercados tradicionales han sido reemplazados por sistemas de vinculación de mercados coordinados verticalmente en los que el abastecimiento local tanto en los países desarrollados y en los países en desarrollo ha sido reemplazado en gran medida por cadenas de suministro centralizadas a nivel nacional, regional o internacional.

Estos cambios han obligado a los productores a mejorar de diversas maneras su producción, tanto en la mejora de los productos mediante la introducción de medidas administrativas e instalaciones de sistemas de riego e invernaderos. Estos requisitos pueden representar barreras significativas al acceso a los mercados, al cumplimiento y el mejoramiento suelen requerir

considerables recursos financieros, informativos y de red que los hacen prohibitivos para muchos pequeños y medianos productores (Lee, Gereffi & Beauvais, 2012).

Las limitaciones de recursos tienden a desmejorar aún más en los países en desarrollo por los obstáculos a la competitividad, la insuficiencia de los servicios de transporte, los procesos aduaneros excesivamente burocráticos, la inadecuada infraestructura energética y de agua y la ausencia de importantes actores de la cadena de valor, los proveedores de equipos, semillas y fertilizantes y las empresas (Hazell, Poulton, Wiggins & Dorward, 2010).

Hoy en día se emplea el término comercio al hablar de una transición, el término nació en Europa y se define a la equidad y *solidaridad en el intercambio comercial entre países del norte y del sur*; los países del sur del continente europeo reportan un gran beneficio en la adquisición de productos de excelente calidad, precio equilibrados, buen ámbito de trabajo y favoreciendo las condiciones de vida y de quienes viven a su alrededor y/o entorno. En efecto, no se considera nada estratégico, reducir el comercio justo a una simple estrategia de comercialización; puede representar el motor principal de una producción local sostenible, fuentes de empleos decentes, etcetera. Al crear beneficios en la cadena de comercialización, dar un valor al trabajo, proteger la naturaleza y asegurar el compromiso organizacional, se crean relaciones sólidas entre todos los eslabones de la cadena de comercialización (Lutheran World Relief, 2010).

De acuerdo a Tecnologías y Servicios Agrarios, S.A. (Tragsatec) (2012) la situación agrícola a nivel europeo emplean canales cortos de comercialización, cuyo mecanismo ha sido modernizado en mayor escala y convertido en una opción relevante para muchas actividades agrícolas, favoreciendo al desarrollo económico local entre productores e intermediarios; canales que son estructuras de circulación rápida agroalimentaria, el producto puede pasar únicamente a un solo intermediario o directamente llega al consumidor final sin ningún tipo de conexión,

espacios comerciales en los que, producción y consumo mantienen un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce.

Que las cadenas de comercialización sean estrechas o que se den en lugares próximos, ayudan a generar un balance geográfico y ambiental en los requerimientos de la sociedad ante una era globalizada. Especialmente en las zonas urbanas, la dinámica de la economía globalizada presiona en mayor medida sobre el tejido agrario, con nuevas cadenas se crean iniciativas para los sectores rurales donde involucran a los agricultores o productores en los grupos de consumo (Lutheran World Relief, 2010).

Europa fue uno de los primeros continentes en adoptar el tipo de cadenas de comercialización que involucran al sector rural, pero constantemente debe enfrentarse a diferentes factores que son (Ferrer, 2017):

- Situación global en la que se involucra el crecimiento demográfico y el cambio climático;
- Sostenibilidad de las actividades agroalimentarias considerando la posible escasez de alimentos, las energías fósiles o el impacto de la situación geopolítica en el mundo y
- En el resto del mundo el 80% de los alimentos se produce y comercializa a nivel local, por el contrario en la Unión Europea solo comercializa un 20%.

Ha surgido la teoría de mercado justo, en la cual se concede el mejor precio al productor, medida que es posible aplicarse con la menor cantidad de intermediarios dentro de la cadena de comercialización; en mucho de los casos quienes proporcionan un mejor estilo de vida para los agricultores son los clientes finales, porque pagan un precio moderado por los productos. En el sector del cacao, existe una gran cantidad de quejas a causa del sobreprecio que se paga en los mercados tanto de la producción de chocolate para la venta de comestibles hechos por el mismo (Relief, 2010).

Afortunadamente, en los mercados justos, los precios se mantienen estables incluso cuando en el extranjero varían; se brinda seguridad a las

empresas y a demás productores. Sin embargo, en el mundo existen una pequeña cantidad de empresas que han obtenido el certificado de comercio justo; es decir, se presenta cuando ocurre un cambio en las cadenas de producción y comercialización. *Si un producto tiene un valor agregado para un mercado en específico, aquel debe ser identificado y distribuido a través de la cadena de comercialización de modo de explotar su valor agregado* (FAO, 2014).

Otra situación se presenta en México, donde cada vez son más las empresas que tratan de reducir el impacto causado por bajos precios de mercado, usando estrategias para realizar diferentes tareas entre los miembros de la cadena de comercialización. La engorrosa combinación entre agro y salario, apoyada con pequeños negocios y oficios propios, es conocida a manera de *pluriactividad campesina*. El régimen mundial se encuentra provocando grandes alteraciones en las cadenas de comercialización y a los sistemas de control actualizados constantemente para evitar falencia (Torres, 2012).

La FAO (2004) indica que durante los últimos años varias entidades transnacionales han logrado adquirir un control cada vez más eficiente del comercio, la elaboración y la venta mundial de productos. Las 30 cadenas de comercialización más grandes del mundo se encuentran formadas por un tercio de estas transnacionales; en Asia y Sudamérica, se ha incrementado entre un 20 a un 50% la venta de productos de minoristas de los pequeños agricultores en los mercados. Hoy en día las cadenas de comercialización más grandes de Latinoamérica son controladas en un 65% a 95% por transnacionales.

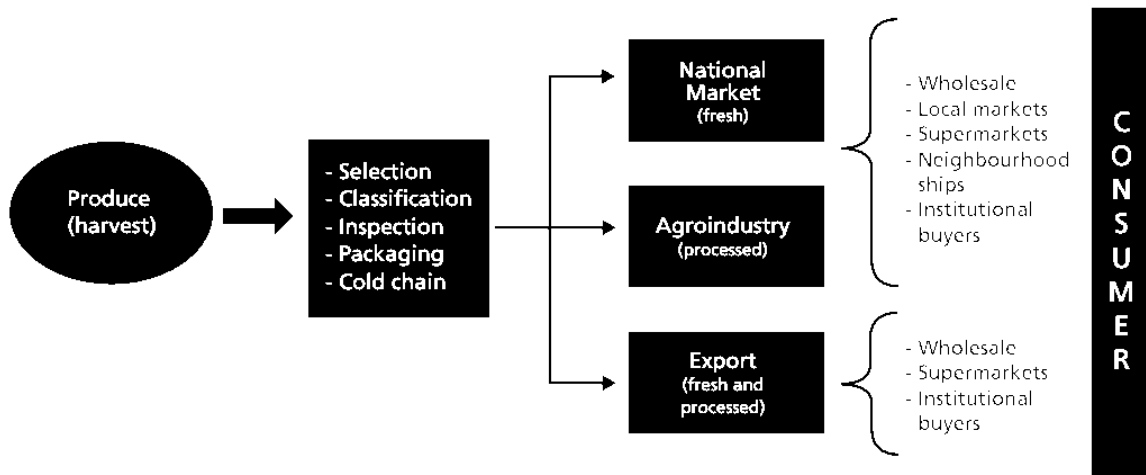
Gran parte de los agricultores reconocen que la forma en que operan los intermediarios durante el proceso de comercialización, afecta negativamente al sector agrícola; no obstante, la calidad del producto se la lleva el primer intermediario, estableciendo condiciones para la compra del producto y a la vez determina un precio demasiado bajo con relación al precio de venta pronunciado en el mercado. De acuerdo con el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (Iniap), todo aquello, *producto de*

*una mala administración*, a tal circunstancia se aconseja comercializar los volúmenes producidos en mercados seguros, precios estables para que no disminuya el ingreso de la familia campesina (Iniap, 2001).

El gobierno venezolano, en 2015, analizó la creación de un mecanismo que reduzca el número de intermediarios en la cadena de distribución que engloba desde los productores agrícolas hasta comercios *consumidor general*; a fin de garantizarle al pueblo, el acceso a los rubros a precios justos, evitando que los precios lleguen sobrestimados al consumidor final (Lozano & AVN, 2015).

Los esquemas para la distribución interna de los alimentos son dados por la demanda. A medida que los compradores se vuelven más exigentes, la cadena de valor y los procesos logísticos deben optimizarse para ofrecer así productos de calidad a precios competitivos. La cadena de valor puede estar dirigida tanto para el mercado nacional o extranjero. Esto dependerá del producto y del cliente final, debido a que intervienen diferentes actores en la cadena de valor.

La cadena de suministro de alimentos consiste en la interacción de diferentes actores que producen, almacenan y transportan productos. Por lo general, los productores se encuentran en zonas rurales, en la que muchas etapas suelen tener lugar antes de llegar a los consumidores, el producto final. La figura 8 destaca los principales procesos globales en los que forma parte la selección, clasificación, empaque y transporte. Los procesos son ejecutados con anticipación de llegar al mercado nacional, a las agroindustrias y mercados extranjeros, el producto final. También se incluyen dentro de la cadena, los puntos de venta al por menor donde los consumidores acceden a los productos finales van desde los mercados locales o típicas pequeñas tiendas de barrio, hasta las grandes cadenas de supermercados (Fonseca & Vergara, 2015).



*Figura 8:* General processes in the food supply chain. Tomado de: Logistics in the horticulture supply chain in Latin America and the Caribbean, por J. Fonseca y N. Vergara, 2015, FAO, p. 17.

Por lo general, en mercados eficientes es posible producir los productos apropiados según los requisitos exactos de la demanda. Es así que la eficiencia de los mercados dependerá de las condiciones de demanda y de la sofisticación del comprador y la orientación al cliente. La sofisticación del comprador es importante, debido a que genera eficiencias en el mercado, obligando así las empresas ser más competitivas.

#### **4.2 En América Latina y el Caribe**

En términos generales, la comercialización de bienes agrícolas se encuentran bajo la actividad de los intermediarios, de manera que son los que distribuyen los diversos productos en los diferentes mercados; sean locales o internacionales. Por ende, la fuerte intervención de los intermediarios en la comercialización de los productos podría generar un mercado oligopólico y especulativo (Flores, 2015).

El principal destino de venta de la producción del maíz amarillo en grano a nivel de exportación es Colombia, producto considerado, el más atractivo para las industrias de consumo masivo en Colombia, por diversas

razones: calidad y frescura, rendimiento industrial, disponibilidad inmediata y costos financieros más bajos. Colombia dentro de la zona de libre comercio se encuentra sujeto al sistema andino de franjas de precios para importaciones desde terceros; *con un tope consolidado, más alto que Ecuador*; por tal motivo adquirir maíz amarillo les resulta más factible y oportuno en términos económicos.

Gracias a las cadenas de comercialización, puede activarse la economía local, guardar productos, impulsar la agricultura y mejorar los planes de protección y seguridad alimentaria. El objetivo de incentivar a las cadenas de comercialización en Latinoamérica es de erradicar el hambre en la región. Sin embargo, países como México, Ecuador, Costa Rica, Chile, Venezuela, Brasil, San Vicente y Brasil; no han implementado políticas que contribuyan a garanticen la soberanía del agricultor.

En 2016, se realizó un seminario internacional denominado: tejiendo oportunidades para América Latina y el Caribe organizado por la FAO, tratando aspectos vinculados a las reformas estatales; con el objetivo de mejorar y fortalecer las actividades de los pequeños agricultores especialmente aquellas vinculadas con la cadena de producción y comercialización; dándole prioridad a las capacitaciones del área rural para que tengan conocimiento sobre el manejo las cadenas de comercialización (FAO, 2016). Durante el seminario, se plantearon temas en cuanto a estrategias para el acceso a mercados, procesamiento e industrialización en la región y experiencias exitosas y análisis de mercados diferenciados. Otro de los objetivos fue de encontrar agricultores ansiosos por adquirir conocimiento, que ayuden a incrementar la cadena de comercialización y crear ganancias para sus familias y el sector productivo.

En América Latina, las Cadenas Cortas de Comercialización (CCC) se han incrementado cada vez más, todo relacionado por el impulso a la agricultura familiar, la intervención de los pequeños productores y emprendedores en el mercado; obteniendo mayor relevancia en Latinoamérica y otras partes del mundo. Afortunadamente, organismos tales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y la

FAO, se dedican a apoyar y supervisar las cadenas cortas de comercialización como resultado de los cambios en los factores relacionados con el consumo y la producción.

Sin embargo, existen factores desfavorables con las cadenas cortas de comercialización que son: baja nivel de intermediación, cercanía geográfica y falta de fortalecimiento del capital social; de acuerdo al informe establecido por la Cepal:

Los circuitos de proximidad o circuitos cortos son una forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o de temporada sin intermediario o reduciendo al mínimo la intermediación entre productores y consumidores. Los circuitos de proximidad acercan a los agricultores al consumidor, fomentan el trato humano, y sus productos, al no ser transportados a largas distancias ni envasados, generan un impacto medioambiental más bajo (Cepal, 2013, p. 7).

En Colombia, hoy en día las fluctuaciones en los precios son relacionadas con el exceso de oferta en un producto, debido a que las importaciones se dan en la época en que se realiza el cultivo, efecto previsto en el valle del Chota, donde el precio de un quintal de fréjol se ha reducido en un 50%; disminuyendo las ganancias de los agricultores. Sembrar fréjol tiene un costo elevado, agregando el comercio injusto al que son sometidos a causa de los intermediarios y no solo en precios también en periodos de pago (Iniap, 2001).

Desafortunadamente, los intermediarios negocian de dicha manera porque a pesar que la producción no haya culminado; ellos han establecido precios más altos en el mercado, completamente diferentes a los de la libre oferta y demanda. La comercialización del fréjol en el Valle del Chota durante años ha venido presentando un comportamiento similar en los siguientes aspectos: (a) distribución; (b) fijación de precios y; (c) funciones de comercialización (Iniap, 2001).



### **4.3 En Ecuador**

En Ecuador uno de los grandes problemas de los agricultores es el costo de la transportación desde que el producto sale de la hacienda del agricultor hasta que termina comercializado en algún mercado. De acuerdo a los pequeños agricultores, los precios de sus productos como frutas, víveres, hortalizas y demás pertenecientes a la canasta básica, varían semana a semana dependientemente del mercado en el que se encuentren localizados, considerando una causa principal a la cadena de comercialización del país; los agricultores simplemente entregan sus productos al intermediario, desconociendo cual es el verdadero valor en el mercado; y por último, el cliente final recibe toda la carga negativa porque es quien paga el precio final.

La agricultura es uno de los sectores importantes a través del cual el gobierno puede cambiar las perspectivas sociales y económicas de las comunidades rurales. El apoyo a la agricultura en pequeña escala puede tener un impacto significativo en la mejora de los medios de subsistencia de los habitantes rurales. La agricultura en pequeña escala alimenta a las familias rurales y es una de las mejores herramientas para garantizar la seguridad alimentaria mundial. Juega un papel importante en la reducción de la pobreza y también permite que los pequeños agricultores sean económicamente autosuficientes.

La comercialización agrícola desempeña un papel vital en el desarrollo económico de un país. En algunos hogares rurales, la producción agrícola y la comercialización son la principal fuente de ingresos. Sin embargo, los pequeños agricultores se enfrentan a una serie de limitaciones que limitan su crecimiento a un nivel comercial. La limitada capacidad de los pequeños agricultores para acceder a mercados viables para sus productos es un reto importante para el desarrollo agrícola sostenible en Ecuador.

El aumento de la comercialización desplaza a los hogares agrícolas lejos de los objetivos tradicionales de autosuficiencia y hacia la toma de decisiones orientada a los beneficios y los ingresos; En consecuencia, la producción agrícola responde mejor a las necesidades del mercado. Los

rendimientos de los sistemas intensivos de producción de subsistencia que requieren altos niveles de mano de obra familiar generalmente disminuyen en relación con la producción para el mercado con el uso predominante de insumos comprados. Sin embargo, a medida que aumenta el nivel de orientación comercial, se observa que los sistemas agrícolas evolucionan a través de nuevas unidades de producción especializadas. La comercialización, al mismo tiempo que conduce a un aumento de la diversidad de la producción comercializada a nivel nacional, también conduce a una especialización creciente a nivel regional y agrícola.

Según Salom y Sepúlveda (2012), el progreso de la economía al que es sujeto la integración vertical, repartición directa y disminución de intermediarios en la cadena de comercialización. Además, los factores externos tal el dominio durante la negociación en las diferentes etapas de la cadena y la internacionalización de los negocios; los cuales cumplen un papel importante en la creación y organización de la cadena.

Conforme al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap), mediante la implementación del Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos (Proneri) se han creado comisiones técnicas por los directivos de las asociaciones de bananeros, quienes se encuentran a cargo de distribuir productos químicos para eliminar las plagas y mantener los cultivos al precio que venden las empresas mayoristas. El objetivo de dicha comisión es disminuir la participación de los intermediarios en la comercialización de aceites, dichas comisiones se encuentran conformadas por mesas de trabajo elaborando proyectos para proveer los productos a los pequeños y medianos productores (MAG, 2012).

Existen alrededor de 900 mil hectáreas de soya administradas por agricultores cada año, un 30% es producido para el mercado nacional y la otra parte se utiliza para exportar de acuerdo con las cantidades determinadas por el Estado. Se ha concedido todo a la industria agrícola y han realizado reuniones para determinar precios, con el fin de reducir la participación de intermediarios y lograr un fácil acceso a la industria (Carrillo, 2017).

En el mercado de la soya, la cadena de comercialización es formada por campesinos que son los propietarios de las tierras, producción que es entregada a los proveedores de servicios y llega a los almacenes donde es transportado a diversas sucursales. Aquellas que realizan negociaciones directamente con el mercado; desafortunadamente, existen pocos mercados para negociar; por ende, les repercute a los pequeños agricultores, debido a que recibirán un menor valor por su producción. Un claro ejemplo es la soya que se cotizaba entre USD 360 y 370, pero los productores reciben un pago del producto cuando se vende en el mercado nacional. Sobrepuestos que provocan pérdidas en los agricultores (Carrillo, 2017).

#### **4.4 En Guayas**

En las cadenas de comercialización en Ecuador existen muchos inconvenientes debido a los precios que se establecen entre intermediarios a productos que no cumplen con la calidad esperada. Un ejemplo es el sector del algodón en la Provincia del Guayas; la producción de algodón, ubicada en el valle del río Portoviejo y Pedro Carbo donde no hay facilidades de crédito, capacitaciones y trabajan con intermediarios debido a la falta de canales de comercialización bien estructurados (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 1999).

Los supermercados son un ejemplo de las cadenas de comercialización quienes se encuentran a cargo de repartir los productos, en donde escogen a los fabricantes que proveen los alimentos convirtiéndose en intermediarios, *manteniendo alejados a los productores de los consumidores* y tienen autoridad para definir parámetros de producción, procedimientos y transportación que deben seguir los demás participantes de la cadena (León & Yumbla, 2010).

En 2013, existieron problemas de intermediación en el sector del tomate; una caja se vendía en USD 13, valor aceptado por los agricultores, pero después de pasar por la cadena de comercialización se vendía a los mayoristas en USD 27, generando una diferencia de USD 14; es decir, el doble del costo del producto. Además, esos precios representan alrededor

de un 25%, al precio establecido por el Magap. Sin embargo, los intermediarios admitieron que ese precio se eleva en el mercado para los productos de la Sierra, para épocas que no son de cosecha, aquellos productos de la Costa acaparan el mercado y se venden con mayor facilidad que los de la Sierra (Pinto, 2013).

Por lo cual, se considera, que la cadena de comercialización termina revalorizando e incumpliendo con la lista de referencia de los productos expuestas por el Magap, para el caso del tomate, se vende en un precio incluso seis veces superior al que reciben los propios agricultores, se da porque no existe un debido control en la comercialización. Un ejemplo de tal situación se da en el mercado de transferencia víveres de Montebello donde los intermediarios adquieren el producto por USD 16 y en dicho mercado lo venden en USD 21 debido a que incurren en costos de transporte, fundas, cajas, carga y hasta obreros (Pinto, 2013).

Periódicamente se realizan ruedas de prensa para beneficiar a las pequeñas empresas del sector productivo. En aquella realizada en 2015, se dieron a conocer aquellas pequeñas empresas que desean convertirse en proveedores de grandes organizaciones, así lo hacen al establecer alianzas con Corporación La Favorita (Prefectura Guayas, 2015).

Por otro lado, en Balzar los agricultores también son beneficiados, la prefectura creó un centro de acopio para donde los fabricantes podrán guardar, higienizar y vender el maíz de forma directa disminuyendo la participación de intermediarios. Además se favorece a 45 miembros de la asociación, alrededor de 250 familias y sus alrededores. Se pretende optimizar la cadena de comercialización agrupando los cultivos de productores en pequeña escala para que en el mercado nacional puedan luchar con mayores cantidades y calidad en el mercado local, convirtiéndose en distribuidores inmediatos de aquellos bienes de primera necesidad (MAG, 2017).

Otra medida que se ha tomado para combatir los sobrepuestos en la provincia del Guayas son operativos realizados por Intendencia de Policía, Servicio Nacional de Aduanas, Policía Nacional, Fuerzas Armadas,

Agrocalidad y otras entidades para confiscar aquellos productos que se venden con precios superiores a aquellos establecidos por el Magap. Por ejemplo, el 10 de febrero de 2013, se confiscaron 1,024 cajas de uvas peruanas por tener sobrepuestos. El producto se llevó a la aduana para que sea destruido debido a que además de su sobrepuesto no era apropiado para el consumo humano. Se puede observar que favorecen a los agricultores y a clientes finales que no pagan sobrepuestos ni reciben productos en mal estado (Ministerio del Interior, 2010).

Así también, la unidad nacional de almacenamiento sería otro intermediario de la cadena de comercialización, pero sin aplicar precios que perjudiquen dicha cadena y especialmente al agricultor. Se ha realizado la absorción del cultivo de maíz, arroz y soya con la intervención 15% del mercado de adquisición; y de hecho se han normalizado los precios y se reduce la especulación (MAG, 2014).

## **5 Capítulo 4: Metodología de Investigación**

Para el desarrollo del capítulo, a partir de la revisión de las bases conceptuales y metodológicas desarrolladas en la investigación. Se tomará todos los planteamientos más recientes concernientes al tema, así también en marcos metodológicos y teórico referencial de la literatura internacional. Con el fin de que se pueda obtener el mejor resultado posible acerca de la incidencia que tiene la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores.

De acuerdo con Landini (2011) realizó mediante un alcance exploratorio descriptivo en el municipio de Misión Tacaaglé, ubicado en la provincia de Formosa, Argentina. Territorio elegido por su alto porcentaje de población de pequeños agricultores y por ser la zona de mayor producción de algodón, frutas y hortalizas. El objetivo de dicha investigación fue identificar y describir los procesos psicosociales que afectan el impacto de las iniciativas de desarrollo rural en las que es involucrada la población campesina.

En base a lo planteado en el marco referencial, Landini presenta los resultados sobre la manera en que los campesinos manejan su dinero y explican su uso. Para la obtención de los resultados implementó un enfoque multifactorial de cuatro fases. La primera fase se centró en la observación participante no especificada que permitió la comprensión de la vida y las prácticas productivas de la comunidad que al principio eran desconocidos por el investigador; la segunda fase se efectuó una investigación exploratoria que le permitió al autor la integración de factores psicológicos con otros pertenecientes a campos económicos, sociopolíticos y ambientales que se identificaron mediante entrevistas; la tercera fase siguió un período descriptivo donde se analizó los factores más representativos de cada una de las áreas de estudio. Finalmente, se desarrolló un período de sistematización de los datos obtenidos.

Por otro lado, mediante el empleo de una técnica de análisis de regresión lineal múltiple. El trabajo propuesto por Mmasa y Mhagama (2017)

planteó en su objetivo analizar los factores socioeconómicos que afectan a la producción de jengibre en los pequeños agricultores. Se adoptó un diseño de investigación transversal donde el tamaño de la muestra fue de 251 encuestados, la cual se obtuvo mediante técnicas muestrales intencional y no intencional. Se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis de datos. Además, se empleó la técnica de análisis multietapa que se utiliza para representación de divisiones, barrios y pueblos dispersos de una amplia zona geográfica.

La metodología utilizada fue el análisis de probabilidad lineal de los factores socioeconómicos que afectan a la producción de jengibre. Además se identificó la variable producción por unidad de área, la cual se analizó según el número de visitas del agente de extensión y el uso de fertilizantes. Las variables independientes fueron la propiedad de la tierra y el nivel educativo del jefe del hogar, que se evaluaron mediante la ecuación de mínimos cuadrados ordinarios (MCO). Según Gujarati (1995), la técnica de mínimos cuadrados ordinarios conduce al mejor estimador lineal no sesgado y, por tanto, su popularidad en la econometría aplicada.

Otro enfoque propuesto por Mauleón (2001), analizó los canales cortos de comercialización en dos perspectivas: la del productor que comercializa sus productos y la del consumidor que los adquiere. La primera se refiere a los rasgos de los agricultores: número, perfil sociodemográfico, ubicación de las explotaciones agrarias, entre otras. La segunda hace énfasis a los tipos de alimentos que se adquieren mediante los canales cortos de comercialización o según el tipo de consumidor que las adquiere.

Siguiendo a Kirui et al. (2016) quienes investigaron sobre los pequeños productores de té. Su propósito fue mediante un procedimiento muestral multietapa, explorar las principales ciudades de mayor producción de té y donde existe un enorme potencial para los mercados afines y que los agricultores que explotan dicha oportunidad sean acomodados en términos de bienestar. Para la obtención de los datos los autores implementaron un cuestionario semiestructurado dirigido hacia los hogares seleccionados. El método de observación también desempeñó un papel importante en la

recolección de datos. Los datos se analizaron utilizando la estadística descriptiva, el modelo de selección en dos etapas de Heckman y el modelo de utilidad aleatorio. A su vez, fueron editados, codificados, ingresados en programas informáticos como SPSS y Stata para asegurar su precisión, consistencia y uniformidad.

Para determinar los factores que influyen en la participación y el grado de intensidad en la comercialización de té, se utilizó el modelo de selección en dos etapas de Heckman. La decisión de participar en el mercado y el nivel de participación fueron variables dependientes y se analizaron de forma independiente. Se inició con la decisión de participar en un canal de comercialización en particular para luego identificar la intensidad de la participación. Los resultados del modelo demostraron que la edad, el género, la educación en años, años agrícolas y bonificaciones afectaron significativamente la participación en el canal de comercialización. Mientras que la producción de té, los años de cultivo, la edad y bonificaciones afectaron significativamente la intensidad de la participación. No obstante, siendo la utilidad una variable ilimitada que no se puede observar de manera directa; el modelo de dos etapas de Heckman ayudó a corregir sesgos derivados de la selección de la muestra.

Por otra parte, para la elección del canal de mercado de los productores se utilizó el modelo de utilidad aleatorio. Se utilizó el modelo para tomar decisiones de elección discreta en cuanto a las opciones de canales de mercado. El desarrollo del modelo se basó en una función de utilidad indirecta en la que un individuo con características específicas asocia un nivel de utilidad promedio con cada canal alternativo de un conjunto de opciones. También la decisión de participar o no en el canal de comercialización de té depende de la teoría general de utilidad.

La función de utilidad indirecta es de particular importancia en la teoría microeconómica, que se encarga de agregar valor al desarrollo continuo de la teoría de la elección del consumidor y la teoría microeconómica aplicada. En relación con la función de utilidad indirecta es la función de gasto, que proporciona la cantidad mínima de dinero o de



ingresos que un individuo debe gastar para alcanzar un nivel predefinido de utilidad. En microeconomía, la función de utilidad indirecta de un consumidor ilustra tanto las preferencias del consumidor, las condiciones del mercado prevaleciente y el entorno económico (Moffatt, 2015).

En su conclusión, los autores en su trabajo de investigación, señalan que existe un enorme potencial para los mercados de té y que los agricultores que explotan dicha oportunidad serán acomodados en términos de bienestar, según lo indicado por su estado de ingresos. Por lo tanto, un agricultor elegirá dentro de varias opciones, al canal de comercialización que le genere mayor utilidad que otros.

Heckman (1979), en su modelo de dos etapas, permite corregir sesgos derivados de la selección muestral con el fin de proporcionar estimaciones consistentes y asintóticamente eficientes para todos los parámetros. La primera etapa se dio a través de un proceso que utiliza el modelo probit para estimar la probabilidad de que una observación entre en una muestra. En la primera etapa, los coeficientes desconocidos de la ecuación de selección se estiman constantemente. La segunda etapa, las estimaciones calculadas de la ecuación se utilizan para estimar una nueva ecuación de interés que se obtiene del análisis de regresión de MCO, para luego predecir la última variable dependiente.

Para explicar los sesgos potenciales que pueden resultar de la no aleatoriedad, Certo, Busenbark, Woo y Semadeni (2016) en su investigación de gestión estratégica utilizan el modelo de Heckman y mediante la segunda ecuación de MCO, crearon un parámetro de selección. Donde el parámetro de selección se incluye en la primera ecuación, donde el coeficiente se denomina  $\lambda$ , para tener en cuenta el sesgo de selección de muestra potencial.  $\lambda$  se puede calcular mediante  $\sigma$  multiplicado por  $\rho$ , donde  $\sigma$  representa la desviación estándar de los residuos y  $\rho$  es la correlación entre los términos de error en las ecuaciones de primera y segunda etapa.

Wooldridge (2010) propuso que la efectividad de la técnica antes planteada depende de tres supuestos. En primer lugar, la variable

independiente de interés aquella que se encuentra disponible para la población en general, mientras que la variable dependiente se da para la muestra seleccionada. En segundo lugar, una variable omitida crea una correlación entre los dos términos de error en la selección y las ecuaciones estructurales. En tercer lugar, la variable independiente no se encuentra correlacionada con los términos de errores, por lo tanto, es exógena en ambas etapas.

Los modelos de Heckman deben incluir al menos una variable en la primera etapa que no aparece en la segunda etapa. Dichas variables, conocidas de manera de restricciones de exclusión, influyen en la probabilidad de que una observación aparezca en la muestra, pero no influyen en la última variable dependiente obtenida del modelo MCO de la segunda etapa. Sin restricciones de exclusión, los modelos de Heckman "a menudo pueden hacer más daño que bien" (Rouzier & Kennedy, 1980, p. 271).

Asimismo se refieren Kiprotich, Bett y Kibet (2014) quienes plantean en sus objetivos de investigación lo siguiente: describir las características socioeconómicas de los pequeños productores de piña, características institucionales y de mercado en el estado de Kericho, Kenia y determinar los factores que influyen en la participación en el mercado. Para ello, empleó un procedimiento muestral multietapa de una población de 150 encuestados. Los datos se analizaron mediante estadística descriptiva, modelo de selección de dos etapas de Heckman y el modelo multinomial logit. Los resultados mostraron que la edad, género, nivel de educación y los rendimientos de piña influyeron significativamente en la decisión de participar en la comercialización del producto. Género, información de precios, marketing de grupo, experiencia en marketing, propiedad de vehículos y comercialización bajo contrato influyeron significativamente en el alcance de la participación en el mercado. Además, el género, la comercialización en grupo, el rendimiento de la piña, la información sobre los precios, la comercialización bajo contrato y la propiedad del vehículo influyeron significativamente en la elección de los puntos de venta. Debido a

esto, la decisión de comercialización es importante para los pequeños agricultores, la agricultura es la principal fuente de sustento.

De otra manera, Ogunleye y Oladeji (2007) demostraron el acceso a los servicios asociados a la comercialización del cacao en cada uno de los canales de mercado disponibles. La población fue de 60 agricultores seleccionados al azar en la que se obtuvo mediante encuestas, información sobre características personales y situaciones socioeconómicas. El análisis de los resultados comprendió estadísticas descriptivas que son las frecuencias, porcentajes y una escala de Likert de tres puntos para estimar el nivel de satisfacción en base a los problemas encontrados al acceder a cada uno de los factores de servicio de cada punto de venta. Ello han llegado al siguiente resultado: los productores de cacao han hecho su elección de canales de mercado para su producción en función del tiempo de pago, el modo de pago del producto, la distancia de la hacienda, el costo de transporte y la clasificación del producto.

Conforme a Tefera (2014), en su investigación muestra que los actores de la cadena de valor del garbanzo se clasifican en proveedores de insumos, actores directos del mercado y facilitadores. Se utilizó una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos para la recopilación de datos primarios. Para el cuestionario estructurado, la población fue de 227 encuestados, clasificados en 162 productores de garbanzo; 11 ensambladores locales; 8 mayoristas rurales, de igual manera urbanos y 38 minoristas. Mientras que para la entrevista se formó un debate de un grupo de enfoque con agricultores y actores relevantes de la cadena de valor. El método utilizado fue un modelo multinomial logit para estimar la decisión de los agricultores de vender en uno de estos tres canales de mercado analizados que son: mayoristas, mayoristas urbanos y minoristas.

Los resultados del análisis muestran que el tamaño de la familia, la tenencia de la tierra, el acceso a la información del mercado y los ingresos de los cultivos influye positivamente en la participación del mercado mayorista en comparación con la hacienda. Del mismo modo, el acceso a la información sobre el mercado y los servicios de extensión influyen

positivamente en la participación de los consumidores en el mercado. Por otra parte, la pertenencia a las cooperativas y la distancia de los hogares al mercado más cercano incide negativamente en la participación mayorista. Mientras que las actividades fuera de la explotación influyen negativamente en la participación en el mercado minorista. Por lo tanto, el resultado de la investigación; donde la opción de mercado más común para la mayoría de los agricultores es el mercado mayorista debido a su papel en el mercado de crédito y relativamente por el mejor precio que ofrece.

Otro enfoque planteado por Schipmann y Qaim (2011) sobre los diferentes canales de mercado para el pimiento dulce en Tailandia. Los autores descubrieron mediante encuestas y un experimento de elección con los agricultores, que existe una preferencia general por las opciones de comercialización donde el factor más importante para los agricultores es conocer personalmente al comprador con el que tratan, lo cual puede estar relacionado con cuestiones de confianza. Se identificó que el primer incentivo económico para participar en un canal de comercialización es el precio de producción esperado o real recibido.

Así también, otro enfoque propuesto por Rajanna et al. (2017); quienes identificaron los factores que influyen en la selección de los canales de comercialización de hortalizas en los pequeños agricultores. Para el análisis se consideraron diez variables que describen los factores socioeconómicos de producto y de mercado. Los datos revelaron que los agricultores estaban vendiendo sus productos en uno o más canales de comercialización. En la metodología, el método probit es utilizado para analizar la correlación en la elección o selección de los canales de comercialización. Los hallazgos empíricos revelan que factores tales como las actividades de extensión, la ocupación subsidiaria, la menor área de vegetales, los controles de mayor calidad y la distancia más cercana influyen en la selección de los agricultores del mercado cooperativo, mientras que la distancia influye en la selección del mercado regulado y controles de menor calidad en la selección del mercado convencional. La selección de los

canales de comercialización es resultado de las características de la hacienda y del agricultor, atributos socioeconómicos y de comercialización.

El resultado de la investigación, los autores señalan que la distancia física a los mercados es el principal factor determinante que afecta a la elección del canal de comercialización. En cuanto a las diferentes características del canal de comercialización y los inconvenientes de cada uno de ellos, se concluyó que es necesario el desarrollo de mercados que puedan satisfacer tanto las necesidades de calidad así también, las de cantidad en la proximidad del agricultor.

Es importante destacar también a autores como Xiong et al. (2014) quienes elaboraron un sistema de índice de evaluación sobre el riesgo de canal de comercialización de productos agrícolas, que incluye dos indicadores de primer nivel y 13 indicadores de segundo nivel. Se utilizaron datos estadísticos, análisis de componentes principales y análisis de conglomerados para evaluar y analizar el riesgo del canal de comercialización de los productos agrícolas. Los autores con el fin de verificar si el resultado es consistente, se valoró a cinco empresas de ventas dedicadas a productos agrícolas en la provincia de Henan, China.

Continuando con el mismo enfoque, Panda (2012) mediante un análisis muestral aleatorio simple se seleccionó a los encuestados (productores e intermediarios) y la selección de hortalizas se realizó sobre la base de la superficie máxima cultivada. El número de productores de verduras fue de 156 agricultores. Para analizar los datos y comprobar las hipótesis se utilizó el modelo de regresión logística multinomial. El modelo fue elegido para determinar las probabilidades tanto de la participación formal del mercado frente a la no participación y la participación informal en el mercado frente a la no participación. Para el trabajo, los agricultores se enfrentaron a tres opciones: participación formal en el mercado, participación informal en el mercado y participación no mercantil.

Las variables independientes utilizadas en el modelo fueron: acceso a los programas de formación, acceso a la información del mercado, infraestructura de mercado, transporte, valor y calificación, instalaciones de

almacenamiento, grupos o participación individual, mercado garantizado y propiedad de la tierra las que se detallan con su respectiva descripción y signo en la figura 7.

Mientras que en los aspectos institucionales de la comercialización y el desarrollo económico se incluyen los costos de transacción, los flujos de información de mercado, las normas, la organización del mercado y la capacitación y educación de los agricultores. Por lo tanto, un aumento en cada una de las variables resulta una mayor probabilidad de que los hogares cambien de no participar en la comercialización de los productos a la participación formal en el mercado.

Variables	Variables' description	Anticipated sign
Access to training programs (Atp)	Have access = 1, 0 otherwise	+
Access to market information (Mktinfo)	Have access = 1, 0 otherwise	+
Road infrastructure (Rdinfra)	Good = 1, 0 otherwise	+
Market transport (Trans)	Own transport = 1, 0 otherwise	+
Add value & grade (Addvalg)	Add value = 1, 0 otherwise	+
Market infrastructure (Mktinfra)	Good = 1, 0 otherwise	+
Storage facilities (STor)	Good = 1, 0 otherwise	+
Groups or individual participation (Part)	Participate in a group = 1, individual participation = 0	+
Guaranteed market (Gurtmkt)	Have contract = 1, 0 otherwise	+
Land ownership (Landown)	Own land = 1, 0 otherwise	+

*Figura 9: Variables independientes utilizadas en el modelo y las variables de codificación. Tomado de: Marketing Channel Choice and Marketing Efficiency Assessment in Agribusiness, por R. Panda, 2012, Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 24(3), p. 218.*

## 5.1 Método

Una vez determinado la metodología se ha definido que el método que se utilizará en el presente trabajo es el método mixto, debido a que los resultados que se obtendrán por medio de la observación, entrevistas, encuestas, revisión de la literatura internacional, las situaciones de las personas a estudiar y datos numéricos que servirán para el respectivo análisis estadístico y técnicas econométricas y dar mayor comprensión a la información obtenida.

Conforme a Ruiz, Borboa y Rodríguez (2013) el enfoque mixto emplea cinco fases, caracterizadas de la siguiente manera:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos;
- b) establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas;
- c) prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento;
- d) revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis y
- e) proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; o incluso para generar otras (Ruiz, Borboa y Rodríguez, 2013, p. 9-10).

### **5.1.1 Investigación Cuantitativa**

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010) define a la investigación cuantitativa aquella que “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p. 4). La investigación se centrará en un enfoque cuantitativo, mediante el empleo de encuestas, para poder recoger y analizar la información obtenida.

### **5.1.2 Investigación Cualitativa**

Conforme al enfoque de Hernández et al. (2010) explica que la investigación cualitativa “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7). A fin de brindar información y comprensión adecuada del tema se realizará entrevistas a intermediarios y comerciantes que forman parte de la cadena de comercialización agrícola.

## **5.2 Tipo de investigación**

El alcance del trabajo se centrará en una investigación de tipo descriptiva y correlacional. Se dispone de variables cuantitativas y cualitativas que permitan un mejor análisis de del bienestar de los pequeños

agricultores debido a la complejidad de la variable. Para analizar los factores determinantes de la cadena de comercialización de los productos agrícolas mediante la investigación cuantitativa correlacional se podrá encontrar si existe o no asociación alguna entre las variables utilizadas en el modelo. Adicionalmente, se evalúa si dicha asociación es significativa o no, al igual que la magnitud y dirección de la correlación.

### **5.2.1 Investigación descriptiva**

Para describir fenómenos, eventos o situaciones en particulares; la investigación descriptiva es definida por Hernández et al. (2010) en aquella que “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 80). El objetivo principal de la investigación descriptiva es proporcionar una representación precisa y válida de los factores o variables que pertenecen a la pregunta de investigación.

### **5.2.2 Investigación correlacional**

Para lograr el objetivo del trabajo, la utilidad de las investigaciones correlaciones determinará el comportamiento de una variable en relación al comportamiento de otras variables integradas al modelo. Conforme a esto, Hernández et al. (2010) señala que la investigación correlacional “Asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p. 81).

### **5.2.3 Investigación exploratoria**

El alcance exploratorio se da cuando hay pocos estudios en cuanto al tema y se tienen muchas dudas al respecto. El objetivo principal de la investigación exploratoria es identificar los límites del entorno en el que probablemente residirán los problemas, oportunidades o situaciones de interés e identificar los factores o variables relevantes que pueden encontrarse allí y ser relevantes para la investigación (Hernández et al., 2010).



### **5.3 Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas de recolección de información que se usará en el presente trabajo serán mediante la observación estructurada, encuestas y entrevistas con el objetivo de adquirir datos reales que permitan responder a la pregunta de investigación.

#### **5.3.1 Observación**

Es el acto mediante el cual a partir de la captación directa se analiza las conductas, fenómenos o situaciones reales; adquiriendo experiencias de manera simultánea. La observación se la realiza de forma sistemática donde el investigador pueda visualizar cualquier situación o fenómeno que ocurre en la sociedad, en función del objetivo de la investigación (Ruiz, Borboa & Rodríguez, 2013).

Según los diferentes tipos de observación son:

- a) Observación simple o no participante: Es la que se realiza cuando el investigador observa de manera neutral sin involucrarse en el medio o realidad en la que se realiza el estudio;
- b) Observación participante: En este caso el investigador pasa a formar parte de la comunidad o medio donde se desarrolla el estudio. Así mismo, la observación también se clasifica en: (a) Observación libre o no estructurada: Es la que se ejecuta en función de un objetivo, pero sin una guía prediseñada que especifique cada uno de los aspectos que deben ser observados; (b) Observación estructurada: Es aquella que además de realizarse en correspondencia con unos objetivos, utiliza una guía diseñada previamente, en la que se especifican los elementos que serán observados (Arias, 2006, p. 69-70).

#### **5.3.2 Encuestas**

Como lo define Bernal (2010) Es una de las técnicas de recopilación de información asociadas a la recolección de datos que se basa en la construcción de cuestionarios y métodos para mejorar el número y la precisión de las respuestas a las encuestas y así obtener mayor información

de la población. Por lo tanto, se utilizará dicha técnica que permitirá obtener información concreta.

### **5.3.3 Entrevistas**

Así también Bernal (2010) define a la técnica de investigación:

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio (p. 194).

### **5.4 Población**

Según Sampieri, Collado y Baptista (2010) “la población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174). Según Arias (2012) la población se clasifica en finita e infinita. La población finita es aquella en que se conocen el tamaño de los datos y son de fácil búsqueda mientras que, la población infinita es aquella en que se desconoce el tamaño de los datos y no existe un marco muestral donde hallar la información respectiva.

La población del presente trabajo de investigación es finita, donde se conoce el número de pequeños agricultores ubicados en la provincia del Guayas, cuyas áreas de sembríos son hasta diez hectáreas. De acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), MAG y Ficha técnica de Sistema Integral de Control Agroalimentario (SICA). Obtenidos del III Censo Nacional Agropecuario, Censos Sectoriales: avícola, florícola y Censo de Impacto Invierno 2012. La población objeto en estudio de la investigación es de 10,522 pequeños agricultores, que residen en áreas rurales de la provincia del Guayas.

## 5.5 Muestra

Para el proceso cuantitativo que tiene la presente investigación la muestra que se define a: “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población” (Hernández et al., 2010, p. 173).

Con respecto al diseño muestral, se implementó la fórmula de muestra finita; debido a que la población de los pequeños agricultores ubicados en la provincia del Guayas se encuentra delimitada y por medio de los registros obtenidos se conoce el número de personas que la integra. A continuación se empleará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 10,522}{0.05^2 * (10,522 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 371$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población = 10,522

p = Probabilidad de éxito, p = 0.5

q = Probabilidad de fracaso, q = 0.5

e = Error, se considera el 5%; e = 0.05

Z = Nivel de confianza, se considera el 95%; z = 1.96

## 5.6 Fuente de recopilación de información

Se utilizó fuente secundaria. Fuentes bibliográficas: Artículos científicos, informes de autores: FAO (2001), (2004), (2012), (2014) y (2016); Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (2001), Magap (2016); Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

## **5.7 Herramientas de análisis de información**

Dentro del proceso de codificación de los datos obtenidos de la encuesta a 375 personas. Se procedió a utilizar programas estadísticos Excel y SPSS versión 23, obteniendo resultados numéricos y porcentuales para la interpretación de los resultados.

### **5.7.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación**

Según Corral (2009) se debe considerar que “la validez de contenido no puede expresarse cuantitativamente es más bien una cuestión de juicio, se estima de manera subjetiva o intersubjetiva empleando, usualmente, el denominado Juicio de Expertos” (p. 231).

De igual manera, “la validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (Hernández et al., 2010, p. 201). La etapa de validación y confiabilidad de la investigación fue desarrollada con los pequeños agricultores del cantón Balzar; donde la interacción con los actores participantes se dio a través de la implementación de una prueba piloto (véase Apéndice A) de la encuesta estructurada. Además de validar y priorizar los factores determinantes del bienestar, se modificó la estructura de las preguntas una vez conocida la realidad del cantón.

### **5.7.2 Prueba de contraste de hipótesis**

La prueba de hipótesis o prueba de significación es un método para probar una afirmación o hipótesis acerca de un parámetro en una población, utilizando datos medidos en una muestra. Para tal método, se comprueba las hipótesis planteadas mediante un estadístico de prueba.

El objetivo de la prueba de hipótesis es determinar la significancia de que un parámetro de población, siendo la media, es verdadero. En tal sentido, Privitera (2015) señala los cuatro pasos que se debe seguir para las pruebas de hipótesis:

**Paso 1:** Exponga las hipótesis.

**Paso 2:** Establecer los criterios para una decisión.

**Paso 3:** Calcule la estadística de la prueba.

**Paso 4:** Tomar una decisión.

La hipótesis que se va a probar se suele dar el símbolo  $H_0$  que es la hipótesis nula. Es una declaración sobre un parámetro de población, donde la media de población, se supone que es verdadera. La hipótesis nula es un punto de partida. Mientras que la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) es una afirmación que contradice directamente una hipótesis nula al afirmar que el valor real de un parámetro de población es menor que, mayor que o diferente al valor indicado en la hipótesis nula. Tanto la hipótesis nula y la alternativa deben indicarse antes de realizar cualquier prueba estadística de significación.

Para establecer los criterios para una decisión, se determina el nivel de significación para una prueba. El nivel de significación, se refiere a un criterio de juicio sobre el cual se toma una decisión con respecto al valor declarado en la hipótesis nula. El criterio se basa en la probabilidad de obtener una estadística medida en una muestra si el valor declarado en la hipótesis nula es verdadero. El criterio o nivel de significación se fija por lo general en el 5%. Por lo tanto, cuando la probabilidad de obtener una media muestral es menor que 5% si la hipótesis nula es verdadera, entonces se rechaza el valor indicado en la hipótesis nula (Privitera, 2015).

### **5.7.3 Estadística no paramétrica**

A diferencia de la estadística paramétrica, la no paramétrica, se utiliza cuando la población de la que se seleccionan las muestras no se distribuye normalmente y para probar hipótesis que no implican parámetros específicos de la población, tales son las medias, las varianzas y dispersión. Las ventajas de tiene la estadística no paramétrica son: a) se utilizan para probar parámetros poblacionales cuando la variable no es distribuida normalmente; b) cuando los datos son nominales u ordinales; c) para probar la hipótesis de que para no involucrar parámetros poblacionales; d) Son de fácil comprensión y e) existen menos supuestos que se tienen que cumplir y que son más fáciles de verificar (Gómez, Danglot y Vega, 2003).

Las pruebas no paramétricas que se utilizarán para el análisis de los datos son:

### **5.7.3.1 Los coeficientes de correlación e independencia para tabulaciones cruzadas**

También conocida tabla de contingencias, son aquellas que muestran todas las posibles combinaciones que se obtienen al clasificar los datos de acuerdo a dos o más categorías, relacionados con cada una de las variables cualitativas. En ese sentido, se trata de evaluar si existe o no independencia entre dos variables cualitativas del total de la población. Además se utilizan para calcular el estadístico chi-cuadrado que se obtiene de la distribución de frecuencias que muestra la tabla de contingencia.

### **5.7.3.2 La prueba chi cuadrada o $X^2$**

La definición propuesta por Hernández et al. (2010) señala que es una prueba estadística que estudia la relación entre dos variables categóricas o cualitativas para rechazar o aceptar las hipótesis planteadas. Una prueba de hipótesis es una herramienta de análisis de datos para la toma de decisiones de un supuesto o la realidad.

De acuerdo a Gómez, Danglot y Vega (2003) los pasos para determinar la prueba chi-cuadrado son:

- a) Mediante un cuadro de contingencia, obtener la distribución de frecuencia observada de los datos provenientes de la encuesta;
- b) Determinar el nivel de significancia y los grados de libertad. Los grados de libertad se los obtiene del número de renglones o columnas menos uno;
- c) Planteamiento de hipótesis: Se usa para comparar la diferencia que existe entre las frecuencias observadas y esperadas en la distribución de una variable de la siguiente manera:
  - $H_0$ : Las frecuencias observadas son iguales a las frecuencias esperadas.

- H1: Las frecuencias observadas son diferentes de las frecuencias esperadas.

El objetivo de dicha prueba es contrastar la hipótesis mediante el nivel de significancia. Si la diferencia no es significativa, se concluye que las variables son independientes. Caso contrario, las variables muestran dependencia.

- d) Se calcula el estadístico chi-cuadrado mediante la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Donde la variable  $o$  representa la frecuencia observada y  $e$  la frecuencia esperada;

- e) Calcular el estadístico chi-cuadrado crítico mediante los grados de libertad y nivel de significancia;
- f) Una vez calculado el estadístico chi-cuadrado, se debe calcular el chi-cuadrado crítico teniendo en cuenta los grados de libertad y el nivel de significancia establecido;
- g) Tomar una decisión si existen diferencias significativas entre la frecuencia observada y esperada.

La razón de verosimilitud es una alternativa al estadístico chi-cuadrado que se encarga de contrastar la hipótesis de independencia entre las variables. Mientras el estadístico chi-cuadrado se basa en las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas, la razón de verosimilitud se basa en el cociente entre ellas. Es decir si el valor  $p$  asociado a la razón de verosimilitud es menor a la probabilidad del 95%, se rechaza la hipótesis nula de independencia entre las variables.

### 5.7.3.3 La prueba de Kruskal-Wallis

La Prueba de Kruskal-Wallis fue desarrollada conjuntamente por Kruskal y Wallis (1952) y lleva el nombre de ellos. La prueba de Kruskal-Wallis es un método no paramétrico para comprobar si las muestras provienen de una igual distribución y se utiliza cuando los supuestos de

Anova no se cumplen. Ambos determinan diferencias significativas en una variable dependiente continua por una variable independiente de agrupación de tres o más grupos. En el Anova, la distribución de cada grupo se distribuye normalmente y por lo general presentan igual varianza en las puntuaciones de cada grupo (Ostertagova, Ostertag & Kováč, 2014).

La prueba de Kruskal-Wallis es una prueba no paramétrica, que significa que no se supone que los datos provienen de una distribución que puede describirse completamente por dos parámetros, la media y la desviación estándar. Sin embargo, en la Prueba de Kruskal-Wallis no presenta ninguna de las suposiciones antes planteadas

Al realizar la prueba de Kruskal-Wallis se requieren los siguientes supuestos:

- Las distribuciones continuas para la variable de prueba son exactamente iguales (excepto sus medianas) para las diferentes poblaciones.
- Los casos representan muestras aleatorias de las poblaciones y las puntuaciones en la variable de prueba son independientes entre sí.

**Planteamiento de hipótesis:**

- **H0:** Hipótesis nula asume que las muestras son de poblaciones idénticas.
- **H1:** Hipótesis alternativa supone que las muestras provienen de diferentes poblaciones.

**Procedimiento:**

1. Organizar los datos de ambas muestras en una sola serie en orden ascendente.
2. Asignar rangos a los datos en orden ascendente. En el caso de un valor repetido, o un empate, asignar las filas a ellos por el promedio de su posición de rango.
3. Sumar los rangos diferentes para cada uno de los diferentes grupos.
4. Para calcular el valor, aplique la siguiente fórmula:



$$H = \frac{12}{n(n+1)} \sum_{j=1}^k \frac{R_j^2}{n_j} - 3(n+1)$$

Dónde:

- H = estadística de prueba de Kruskal-Wallis.
- N = número total de observaciones en todas las muestras.
- Ti = Suma de los rangos asignados.

El estadístico de prueba de Kruskal-Wallis es aproximadamente una distribución chi-cuadrada, con k-1 grados de libertad donde ni debe ser mayor que 5. Si el valor calculado de la prueba de Kruskal-Wallis es menor que el valor crítico del chi cuadrado, entonces se acepta la hipótesis nula. Si el valor calculado del test de Kruskal-Wallis es mayor que el valor crítico del chi cuadrado, entonces se rechaza la hipótesis nula y decir que la muestra proviene de una población diferente.

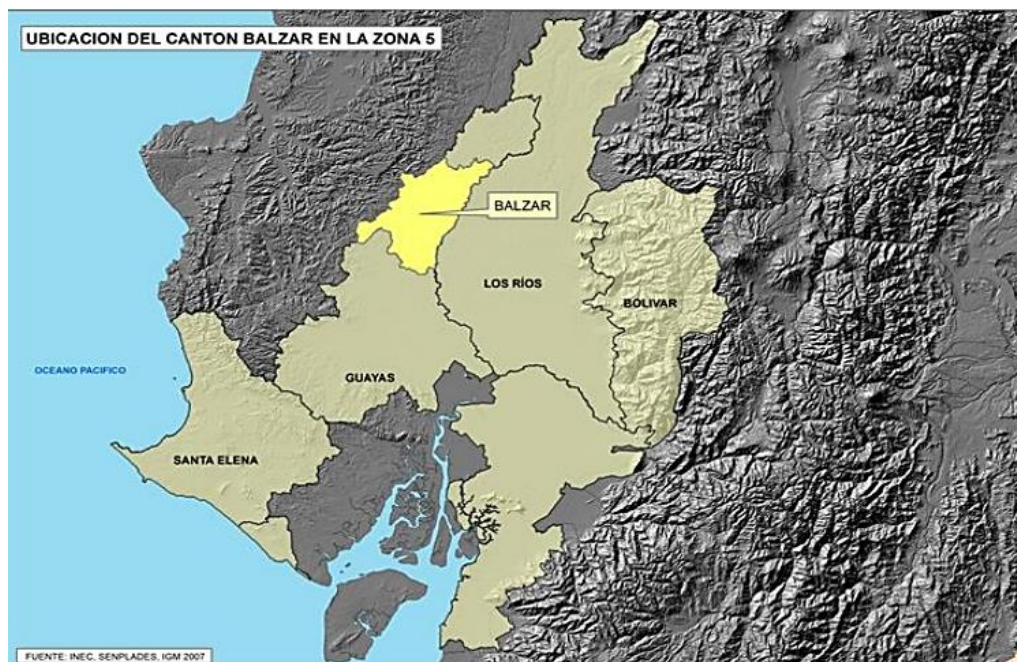
Por lo tanto, la prueba es el equivalente no paramétrico de un Anova unidireccional y se utiliza para comprobar si las muestras proceden de una distribución igual. La prueba de Kruskal-Wallis no hace suposiciones sobre la normalidad. Sin embargo, se asume que las observaciones en cada grupo provienen de poblaciones de igual forma de distribución y que las muestras son aleatorias e independientes (Ostertagova et al., 2014).

## 6 Situación de los pequeños agricultores del cantón Balzar

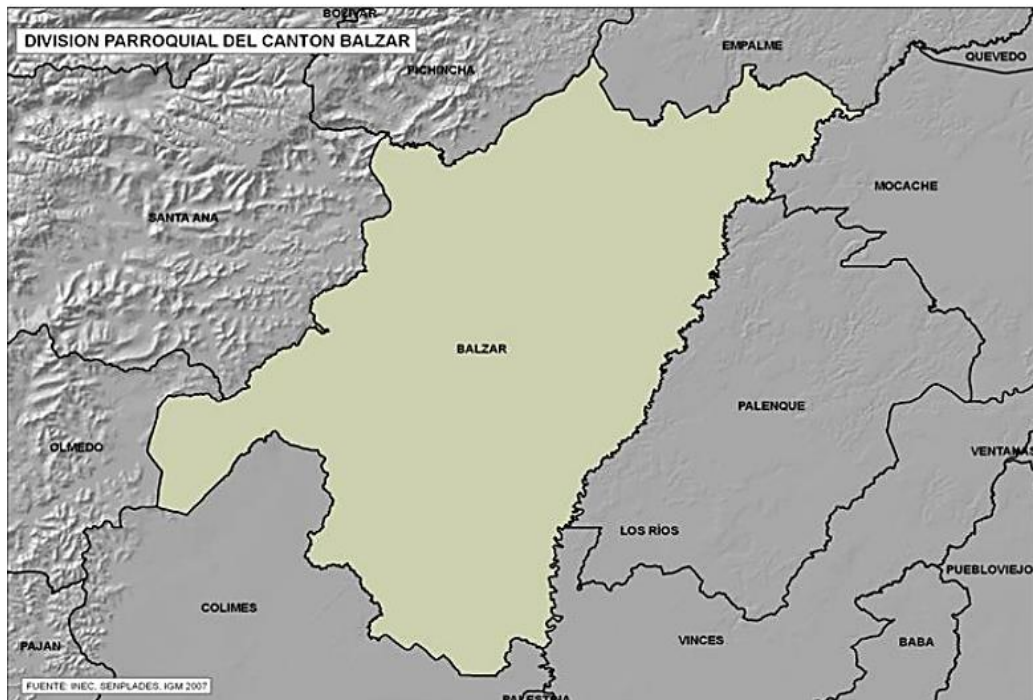
Los resultados se obtuvieron de la siguiente manera: Primero, se describe la situación socioeconómica del cantón Balzar, luego se presentan mediante figuras y tablas las variables sociodemográficas de los pequeños agricultores encuestados. Posteriormente se desarrolla mediante el uso de estadística descriptiva, los objetivos específicos de la investigación que se presentan a continuación:

### 6.1 Descripción geográfica y socioeconómica de la zona de investigación.

#### Cantón Balzar



*Figura 10:* Ubicación del cantón Balzar en la zona 5. Tomado de INEC, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), Instituto Geográfico Militar (IGM) (2007).



*Figura 11:* División parroquial del cantón Balzar. Tomado de INEC, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), Instituto Geográfico Militar (IGM) (2007).

El cantón Balzar tiene una condición agroecológica muy diversificada, que hace posible la producción de una amplia gama de productos agrícolas. Por lo tanto, la agricultura constituye uno de los sectores más importantes en la economía. Sin embargo, el sector agrícola ha crecido a un ritmo muy bajo; los pequeños agricultores se enfrentan a desafíos cada vez mayores en el procesamiento y venta de su producción.

Los cambios en la economía agrícola mundial, pueden brindar nuevas oportunidades a los pequeños agricultores a medida que surgen nuevas formas de comercialización. Sin embargo, la realidad del pequeño agricultor es diferente, las cuales se ven afectados por los problemas que son la falta de información de nuevos mercados, inestabilidad de mercados, limitado acceso a los recursos productivos, precios bajos; entre otros, que terminan afectando al bienestar social de toda una población.

El problema de la inestabilidad de los mercados, especialmente en países en desarrollo, se vuelve cada vez más intensa. Es así que la mayor parte de los agricultores por sus pequeñas capacidades de producción no puedan competir con la creciente concentración del mercado a través de las cadenas de suministro. Al igual que la falta de comunicación con otros actores del mercado, la falta de oportunidades crediticias, la falta de información sobre los precios, las tecnologías y el creciente poder de los intermediarios hacen que sea difícil para los pequeños productores poder competir.

Se analizó la situación socioeconómica del cantón Balzar, considerándose el sector pionero de la economía en la producción de maíz. Se encuentra situado al noreste de la provincia del Guayas; limita al norte con el cantón El Empalme; al sur con el cantón Colimes; al este con la provincia de Los Ríos; y al oeste con la provincia de Manabí.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), Balzar tiene una población de 53,937 habitantes. La población urbana la constituye 28,802 personas (53.4%), mientras que la población rural la integran 25,135 personas (46.6%). La población económicamente activa PEA es de 23,894. Se formó la parroquia el año 1826 y se cantonizó el 26 de septiembre año 1903. Su cabecera cantonal es San Jacinto de Balzar, tiene 10.28 kilómetros. La agricultura es la actividad que predomina siendo el eje de desarrollo para muchas familias en el cantón Balzar, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) cerca del 57.5% de la PEA se dedica a la actividad agrícola, entonces se considera que el cantón es esencialmente agrícola y la mayor parte de los productores son pequeños. El maíz es uno de los productos que más se produce en el cantón, sin embargo se cultivan otros productos que son el arroz, hortalizas y frutas.

## **6.2 Descripción de las variables sociodemográficas**

Debido a la característica subjetiva en cuanto a la variable de estudio, el bienestar subjetivo, se incluyeron variables sociodemográficas en el cuestionario utilizado para el levantamiento de información, con el propósito

de ser analizados a través del uso de programas estadístico Excel y SPSS versión 23. De tal manera se presentan las características sociodemográficas de los pequeños agricultores, en términos de género, estado civil y nivel de educación; el análisis de validez y confiabilidad, los resultados del análisis de estadística inferencial.

### 6.2.1 Género

De acuerdo a la revisión de la literatura internacional, varios autores incluyen en el análisis del bienestar social de los agricultores la variable sociodemográfica el género, para determinar si existe una diferencia significativa entre ambos y si reciben iguales oportunidades para participar y tomar decisiones en la actividad agrícola (Abdullahi et al., 2011; M. García, 2002; Kiprotich et al., 2014; Kirui et al., 2016; Ogunleye & Oladeji, 2007; Tefera, 2014; M. Zhang et al., 2014). Los resultados, se componen de la siguiente manera:

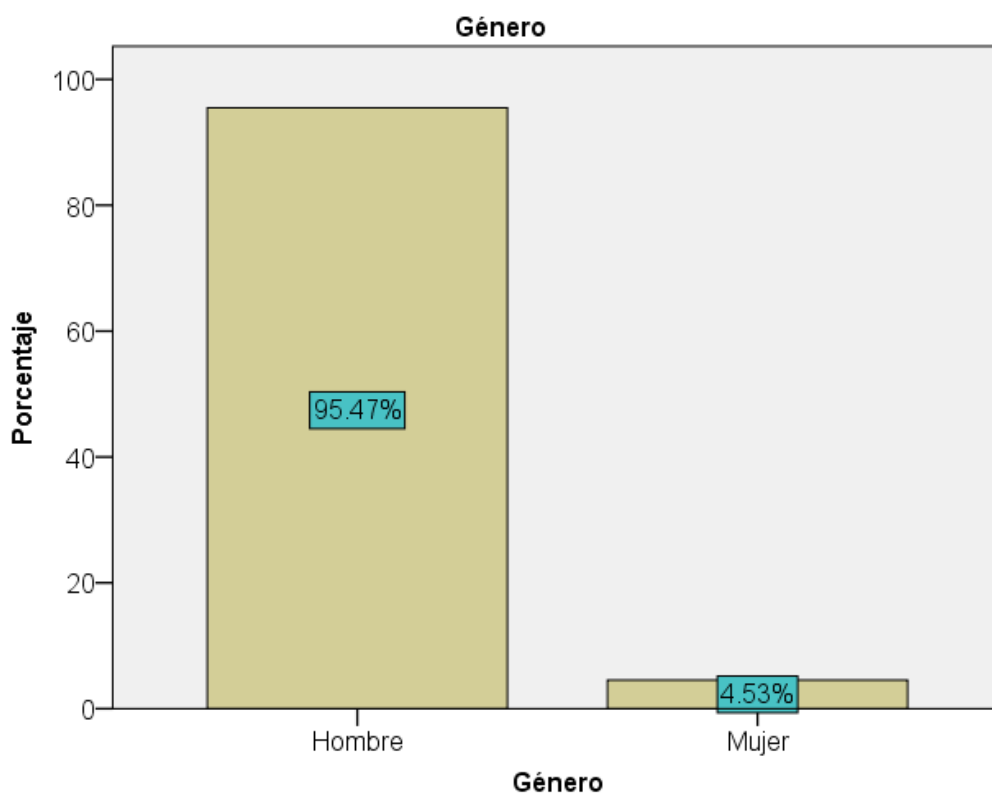


Figura 12: Género

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas en el cantón Balzar, se obtuvo que 358 personas del total de la muestra son hombres, mientras que 17 personas son mujeres. Analizando dichos resultados se puede concluir que por lo general, la actividad agrícola es desarrollada por los hombres, debido a que requiere de la capacidad de fuerza y agilidad en el trabajo. Por tal razón, implica que los hombres participen más en la producción que las mujeres.

### 6.2.2 Estado civil

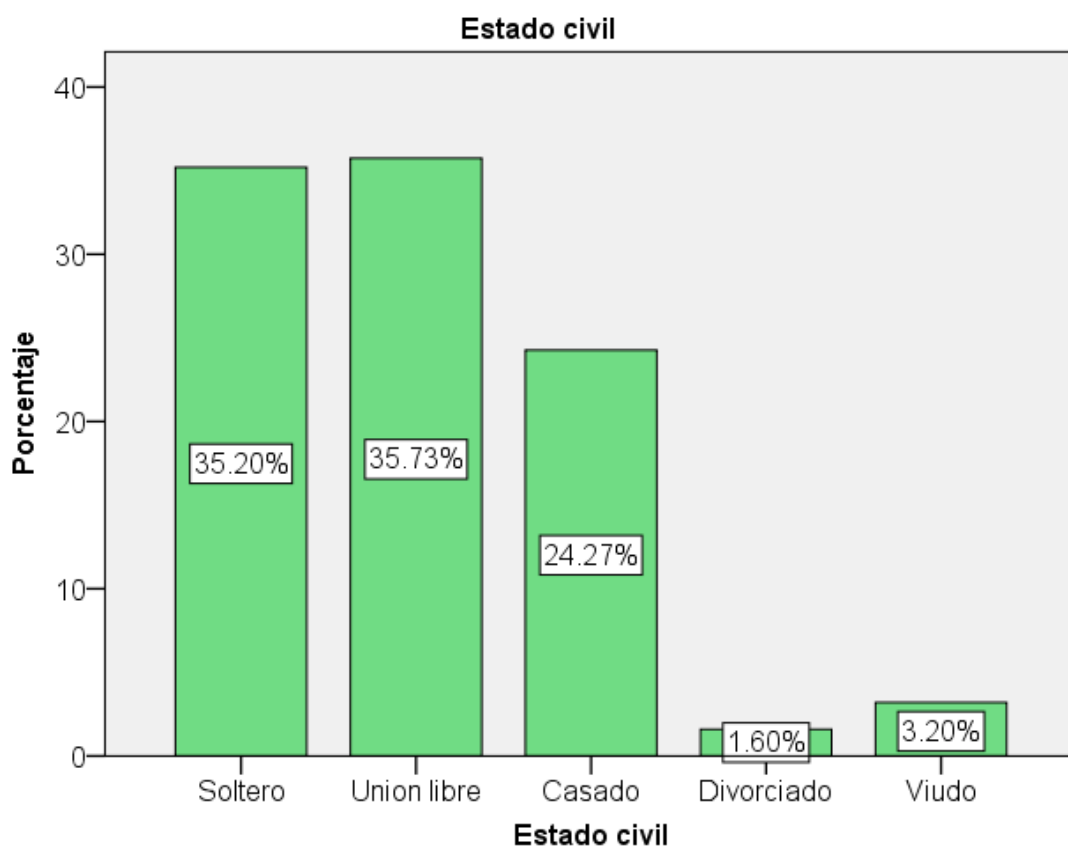


Figura 13: Estado civil

La Figura 13 se puede observar que el 60% de las personas encuestadas viven acompañadas, las que se encuentran categorizadas de la siguiente manera: unión libre o casado(a); y el 40% de las restantes viven solas incluyendo en aquella, si la persona se encuentra soltero(a), separado(a), divorciado(a) o viudo(a).

### 6.2.3 Nivel de educación

La educación es un factor importante de las características de los agricultores que influyen en la gestión de la producción agrícola y las ventas de productos agrícolas (Certo et al., 2016; Kiprotich et al., 2014; Ogunleye & Oladeji, 2007; Panda, 2012; Rajanna et al., 2017; B. Zhang et al., 2017).

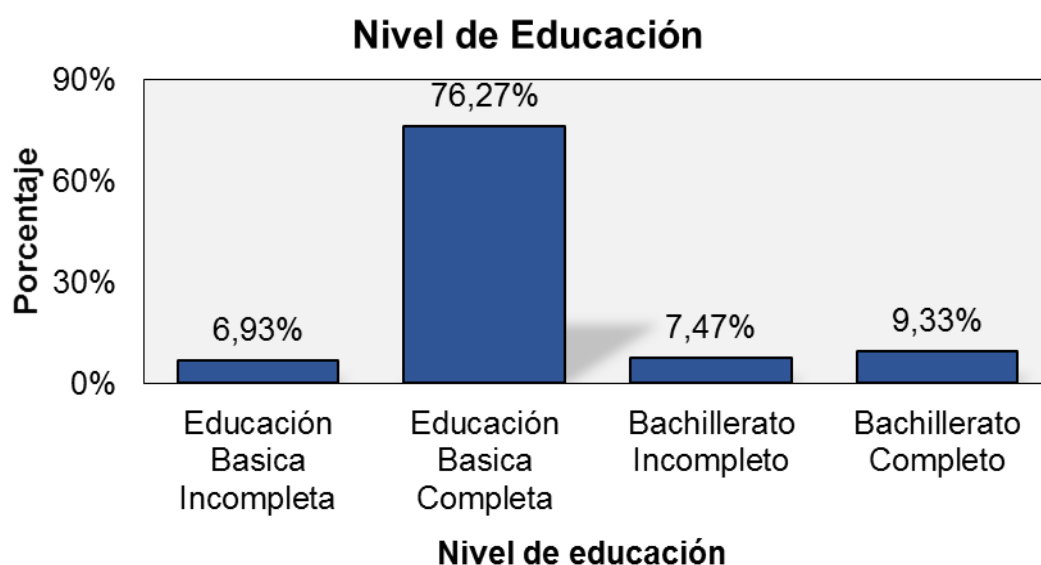


Figura 14: Nivel de educación

Los resultados muestran que la mayor parte de la población encuestada ha alcanzado un nivel de educación básica completa. Cuando el individuo ha alcanzado cierto nivel de educación, siendo la educación secundaria, se convierte en una ventaja para la adopción de nuevas técnicas de comercialización agrícola. Además, los agricultores con mayor nivel educativo tienen el gran conocimiento para aplicar nuevas tecnologías, estándares de producción y comercialización. Sin embargo, para los agricultores con un nivel de educación más bajo, les dificulta poder tener más conocimiento e información del mercado. El gobierno debe mejorar la capacitación mediante la realización de diversos programas educativos de la actividad agrícola que promuevan la producción eficiente, la calidad y la seguridad de la producción.

El desarrollo humano es en parte una cuestión de personas y comunidades que mejoran sus propias vidas y asumen un mayor control de sus destinos. La educación es ampliamente utilizada como un instrumento para el cambio social. El aumento de la productividad agrícola depende principalmente de la educación de los agricultores rurales para comprender y aceptar los complejos cambios científicos que son difíciles de entender para un campesino que no haya culminado sus estudios. Por lo tanto, no es posible aumentar la productividad del agricultor rural, sino es a través de la provisión de un mejor nivel educativo.

#### 6.2.4 Salud

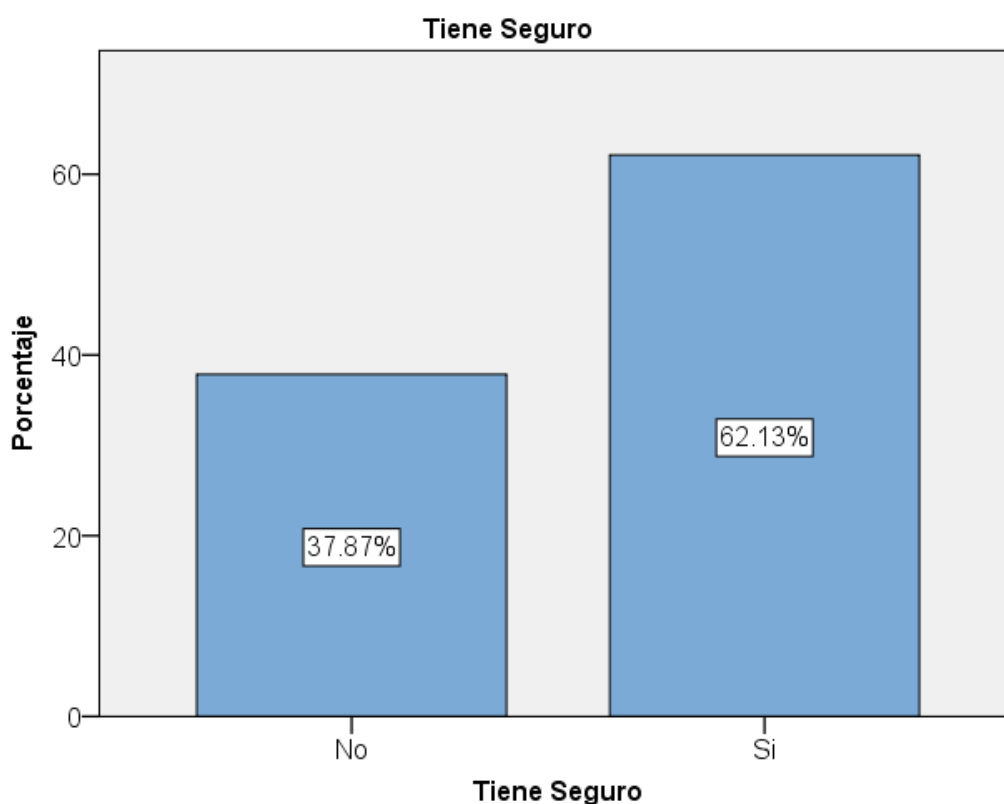


Figura 15: Tiene seguro



En cuanto a temas de salud, se les preguntó a los pequeños agricultores si contaban con un tipo de seguro; sea general o campesino. La mayoría respondió que utilizan el seguro social campesino. El seguro social campesino se forma en una nueva alternativa para brindar beneficios a las personas que viven en las zonas rurales y que se dedican especialmente al trabajo agrícola tanto en la siembra y cosecha de los productos agrícolas.

Sin embargo se evidenció con las opiniones de los agricultores que no se encontraban satisfecho con la atención prestada por los dispensarios médicos a los cuales se dirigían. Es así que la atención que les brindaba no era de calidad y en consecuencia un déficit en la salud, provoca una pérdida de horas de trabajo y esto a su vez un bajo nivel de productividad en la producción agrícola.

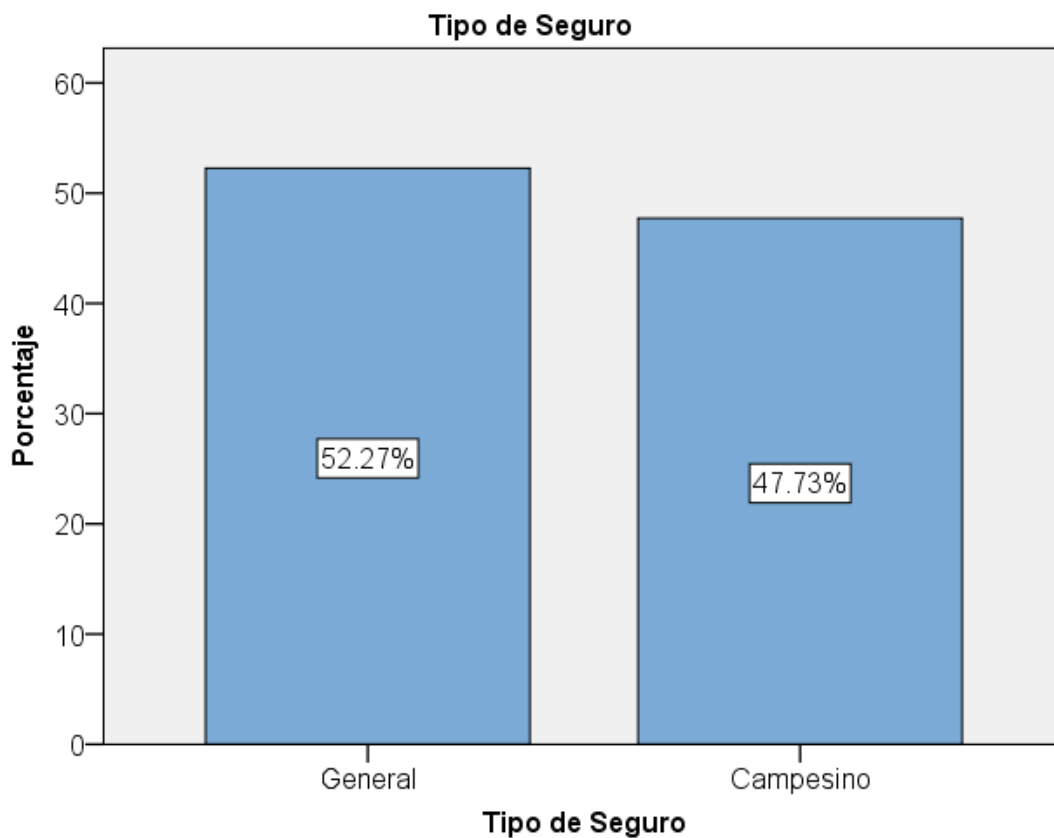


Figura 16: Tipo de seguro

La salud es un aspecto fundamental para el desarrollo de cada persona, porque así ellos se encuentran capaz de realizar sus aspiraciones y satisfacer sus necesidades, porque no sólo se trata de estar bien físicamente sino a nivel emocional. En general, el impacto sobre la salud ha influido estadísticamente en la producción de los hogares del cantón Balzar. Por lo tanto, implica que es muy importante dar énfasis a la calidad del sistema de salud que tiene impactos significativos en la productividad de los hogares agrícolas. Dado que la mayoría de la economía del cantón Balzar, depende de la agricultura.

La salud es muy importante cuando se realiza un trabajo intensivo en mano de obra. Los efectos de trabajar días largos con trabajo físico duro fueron una de las principales razones, junto a la desventaja económica. Como explicó un agricultor, "la agricultura es muy dura para el cuerpo, y debido a esto los agricultores no llegan a ser viejos".

## 6.2.5 Estadística no paramétrica

Tabla 1

*Nivel de educación vs. Tipo de seguro*

Recuento		Tiene Seguro		
		No	Si	Total
Nivel de educación	Ed. basica incompleta	12	14	26
	Ed. basica completa	101	185	286
	Bach. incompleto	17	11	28
	Bach. completo	12	23	35
Total		142	233	375

Mediante la tabla 1, se puede analizar que no existe una interacción consistente en adquirir un seguro por parte del agricultor, según el número de hectáreas que produce; conforme a los resultados se puede concluir que debido a la falta de oportunidad en el nivel educativo, se termina afectando el *conocimiento* en base a actitudes que son necesarias y de gran relevancia para el trabajo agrícola.

Tabla 2

*Número de veces que utiliza el seguro por temas de salud vs. Estado civil*

Recuento		Estado civil					Total
		Soltero	Union libre	Casado	Divorciado	Viudo	
<b>Número de veces utiliza seguro por tema de salud</b>	0	79	56	33	3	7	178
	1	3	12	12	1	0	28
	2	20	17	20	0	3	60
	3	15	15	12	2	1	45
	4	5	7	7	0	0	19
	5	3	15	4	0	1	23
	6	4	5	1	0	0	10
	7	0	1	0	0	0	1
	8	0	5	2	0	0	7
	10	3	1	0	0	0	4
Total		132	134	91	6	12	375

Con respecto a la tabla 2, se denota que el 95% del total de encuestados, dan uso de su seguro médico, cuando se encuentran en un estado civil: (a) soltero, (b) unión libre y (c) casado, logrando así obtener un mayor nivel de bienestar.

Tabla 3

*Por qué vende de esta forma vs. Nivel de facilidad o dificultad para vender*

Recuento		Nivel de facilidad o dificultad para vender			
		Muy difícil	Difícil	Muy fácil	Total
<b>¿Por qué vende de esta forma?</b>	Conveniencia	0	50	29	79
	Desconocimiento de otro mercado	10	17	1	28
	Facilidad	0	35	90	125
	Mejor opción	0	0	1	1
	Necesidad	6	28	28	62
	Obligación	6	32	13	51
	Precio	0	0	1	1
	Por falta de compradores cercanos	14	12	2	28
Total		36	174	165	375

Dando relación con la tabla 3, se puede apreciar que los agricultores a pesar de tener dificultad de encontrar un lugar de compra de productos agrícolas, con los mejores estándares y lineamientos de compra, terminan vendiendo su producto al mercado local *mayorista* por obligación, debido a que tienen que cancelar las deudas que adquirieron a instituciones financieras o prestamistas; para lograr dicha producción. También en la tabla 3 se detallan algunos problemas que los pequeños agricultores manifestaron al momento de decidir la venta de su producción producto del desconocimiento de nuevos mercados, falta de compradores cercanos, necesidad, conveniencia, facilidad. Considerándose el más representativo por obligación.

Tabla 4

*Producción que no vende vs. Nivel de educación*

Recuento		Nivel de educación				Total
		Ed. básica incompleta	Ed. básica completa	Bach. incompleto	Bach. completo	
<b>Producción que no vende</b>	La pierde	2	27	2	0	31
	La deja para consumo familiar	4	46	3	3	56
	Vender a un precio bajo	15	177	19	28	239
	Guardar y vender luego	5	36	4	4	49
Total		26	286	28	35	375

Debido a la falta de tecnificación y estudio de mercado por causa de un bajo nivel educativo, los pequeños agricultores terminan vendiendo la producción a precio bajo del que se encuentra establecido por las entidades que integran la cadena de comercialización, provocando que el nivel de bienestar del pequeño agricultor disminuya.

De acuerdo con la opinión de los agricultores del cantón Balzar, la infraestructura es uno de los principales factores que impulsan los altos costos de transacción que dificultan el acceso de los agricultores a los mercados lejos de las zonas de producción. Esto se traduce en precios de venta más bajos en áreas de producción y mayores precios de compra en áreas deficitarias.

### **6.3 Análisis de los resultados por objetivos específicos**

**Describir los diferentes aspectos y condiciones que definen a un pequeño agricultor, para dar un análisis sobre su situación económica y social.**

- a) El conjunto de actividades de su sistema de producción, comercialización y administración, se realiza primordialmente con el uso de la mano de obra familiar, aunque, en forma ocasional podría contratar mano de obra para ciertos procesos o momentos (Magap, 2016, p. 2).

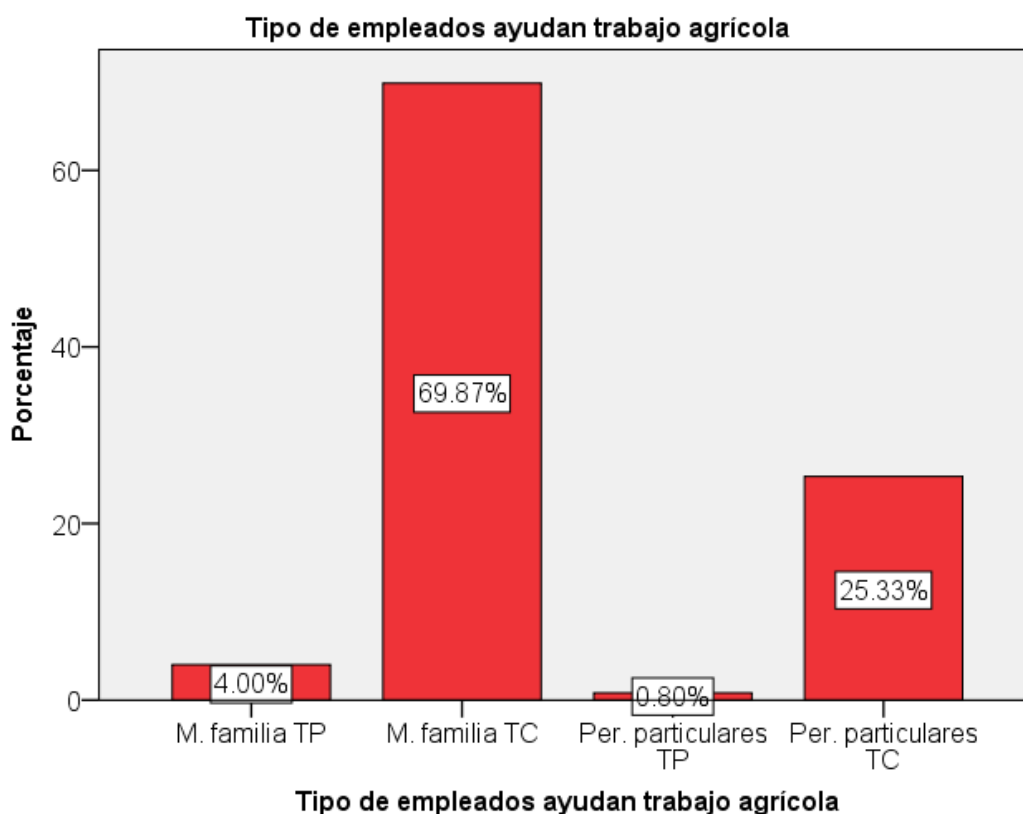
Tabla 5

*Estado civil vs. Tipo de empleados ayudan trabajo agrícola*

Recuento		Tipo de empleados ayudan trabajo agrícola				
		M. familia TP	M. familia TC	Per. particulares TP	Per. particulares TC	Total
<b>Estado civil</b>	Soltero	7	98	3	24	132
	Union libre	1	97	0	36	134
	Casado	6	58	0	27	91
	Divorciado	1	2	0	3	6
	Viudo	0	7	0	5	12
<b>Total</b>		15	262	3	95	375

Dado los resultados expresados en la siguiente tabla, se puede observar que los pequeños agricultores de la provincia del Guayas, cantón Balzar; dan preferencia a trabajar con miembros de familia, expresado en valor absoluto en *262 personas del total de encuestados*, que representa el 69.87% (Figura 17); que realizar dicha actividad con personas particulares. Por consiguiente se da contraste y a la vez se respalda con la teoría de la pequeña agricultura y las condiciones que establece el Magap.

El negocio familiar incluye tanto la economía campesina así también todas las formas de actividad agrícola en pequeña escala en las que la familia o el agricultor individual es el centro de la organización empresarial y la familia o individuo proporciona una cantidad sustancial del trabajo relacionado a las actividades agrícolas. Por lo tanto, la organización económica de una unidad de producción campesina se encuentra relacionada con la familia.



*Figura 17:* Tipos de empleados que ayudan al trabajo agrícola

b) El pequeño agricultor se caracteriza por tener áreas de siembra menores a diez hectáreas y por lo general, se encuentran ubicadas en zonas marginales (Magap, 2016).

El tamaño de las explotaciones familiares, sus patrones de producción y el uso de los factores dependen de las condiciones agroecológicas y del suelo, de los precios relativos de los insumos y productos, así también del tamaño de la familia. Las granjas familiares son, en general, pequeñas, donde los altos costos de supervisión contienen el tamaño de la finca. De hecho, los conceptos que sustentan las definiciones de pequeños agricultores y fincas familiares en Ecuador determinan que su producción no sobrepasa al uso de diez hectáreas.

Mediante un análisis descriptivo de ésta variable, se demuestra en la tabla 6, que el total de los encuestados, cumplen con una de las condiciones prescritas por el Magap que consideran al pequeño agricultor, aquel que se dedica a producir en áreas menores a diez hectáreas. El resultado del análisis estadístico se obtuvo una media de cuatro hectáreas con un máximo de diez hectáreas. Estos terrenos agrícolas relativamente pequeños, pueden indicar un alto rendimiento en la producción, siempre y cuando se legalice el uso de tierra al agricultor.

Tabla 6

*Número de hectáreas*

<b>Estadística Descriptiva</b>	
Media	<b>3,90</b>
Error típico	<b>0,11</b>
Mediana	<b>3,00</b>
Moda	<b>2,00</b>
Desviación estándar	<b>2,22</b>
Varianza de la muestra	<b>4,93</b>
Curtosis	<b>0,72</b>
Coficiente de asimetría	<b>1,01</b>
Rango	<b>9,00</b>
Mínimo	<b>1,00</b>
Máximo	<b>10,00</b>
Suma	<b>1461,00</b>
Cuenta	<b>375,00</b>
Nivel de confianza(95.0%)	<b>0,23</b>

- c) El pequeño productor administra, gerencia y toma las decisiones atinentes a su actividad productiva y de comercialización de sus productos (Magap, 2016, p. 2).

La agricultura campesina reconoce el papel del agricultor aquel que es productor y gerente. En cuanto a productor, el agricultor es un trabajador y tiene que lidiar con todos los aspectos de la agricultura y la realización de operaciones de campo. El papel tradicional del agricultor ha sido cuidar las



plantas y su producción. Mientras que gerente, el agricultor tiene que tomar decisiones complejas u opciones entre alternativas.

Los agricultores, inclusive se preocupan de hacer un uso eficiente de los recursos disponibles para ellos y en el logro de sus metas familiares. Por lo general, los pequeños agricultores no tienen los conocimientos o habilidades para tomar decisiones informadas. Tienden a confiar en la intuición o simplemente copian las decisiones que toman y ejecutan, otros agricultores.

El resultado de la tabla 7, el pequeño agricultor que se caracteriza por tomar sus propias decisiones en cuanto a la comercialización de sus productos. Presenta dificultad, siendo el único mercado que ellos conocen es el mercado local direccionado al mayorista, considerando un grado de significancia bastante alto, con respecto al resto de las interacciones.

En particular, existe la noción de que estos pequeños agricultores que generalmente viven en áreas remotas y sin acceso a infraestructura adecuada, se encuentran menos informados sobre las condiciones del mercado. A medida que venden sus productos a intermediarios, se enfrentan a otras desventajas siendo las principales: los comerciantes mucho más informados pueden explotar la asimetría de información y pagar precios más bajos de la granja. En tal sentido, existe interés en entender si la mejora de la información sobre los precios de mercado puede aumentar los precios de venta de los agricultores.

Tabla 7

*Donde vende los productos vs. Nivel de facilidad o dificultad para vender*

Recuento		Nivel de facilidad o dificultad para vender			Total
		Muy difícil	Difícil	Muy fácil	
<b>Donde vende los productos</b>	Hacienda - Granja	0	0	6	6
	ML - Consumo Local	3	39	40	82
	ML - Minorista	0	13	36	49
	ML - Mayorista	33	107	63	203
	Fuera del Cantón	0	15	20	35
Total		36	174	165	375

- d) Está ligado al mercado pero sin conocimiento acerca de éste, por ejemplo: calidades de productos, diferenciación de productos, estrategias de “marketing” y de negociación, canales de comercialización (Magap, 2016, p. 2).

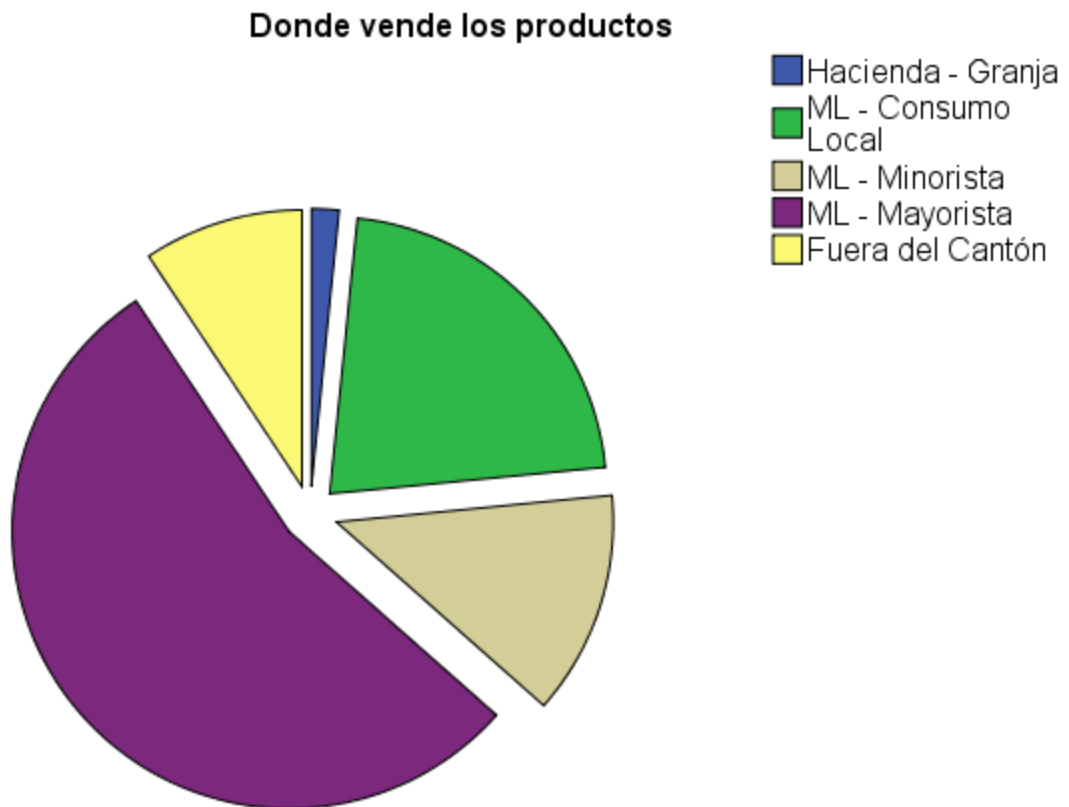
Tabla 8

*Donde vende los productos vs. Nivel de educación*

Recuento		Nivel de educación				Total
		Ed. básica incompleta	Ed. básica completa	Bach. incompleto	Bach. completo	
<b>Donde vende los productos</b>	Hacienda - Granja	0	6	0	0	6
	ML - Consumo Local	4	60	11	7	82
	ML - Minorista	0	43	1	5	49
	ML - Mayorista	19	154	13	17	203
	Fuera del Cantón	3	23	3	6	35
Total		26	286	28	35	375

De igual manera se puede observar en la tabla 8, la no existencia de una interacción consistente al buscar el lugar donde vender el producto, con la probabilidad de tener mejores beneficios; con respecto al nivel educación que tiene el pequeño agricultor; en efecto se genera a causa de la falta de oportunidades en el nivel educativo, por ende se termina afectando al *conocimiento* en base a las actitudes que son necesarias y de gran relevancia para el trabajo agrícola. De tal forma, que el único mercado al que los pequeños agricultores del cantón Balzar, destinan su producción a pesar de no encontrarse satisfecho con las ganancias que reciben, es el mercado mayorista así se indica en la figura 18.

Además se demuestra que el mismo efecto se genera en los siguientes casos: (a) porque vende de tal forma vs nivel de educación; (b) limitaciones de compra vs nivel de educación y (c) producción que no vende vs nivel de educación.



*Figura 18: Donde vende los productos*

e) Los ingresos provenientes de la actividad productiva agropecuaria, no sobrepasan mensualmente, en más de 5 veces, el salario mínimo establecido en el país (Magap, 2016, p. 2).

Hoy en día, los hogares que participan en la producción agrícola pueden recibir ingresos de una combinación de fuentes: la actividad estrictamente agrícola, las actividades relacionadas con la granja, así también los ingresos fuera de la granja. En relación a los ingresos de los hogares agrícolas, se clasificó en ciclo corto, lo ingresos semanales y quincenales. Mientras que lo de ciclo largo, ingresos mensuales y al término de la cosecha.

En los hogares predominantemente agrícola empleador, el 53.87% de los ingresos que reciben los pequeños agricultores son a corto plazo por lo

general es semanal. Mientras que el 44% de los ingresos son recibidos al término de la cosecha.

Por lo tanto, la actividad agrícola se ha convertido en una de las muchas fuentes posibles de empleo e ingresos para los hogares agrícolas en todo el mundo. Es así que se deben mejorar las formas de pagos que se les atribuyen a los agricultores en especial a los del cantón Balzar, provincia del Guayas.

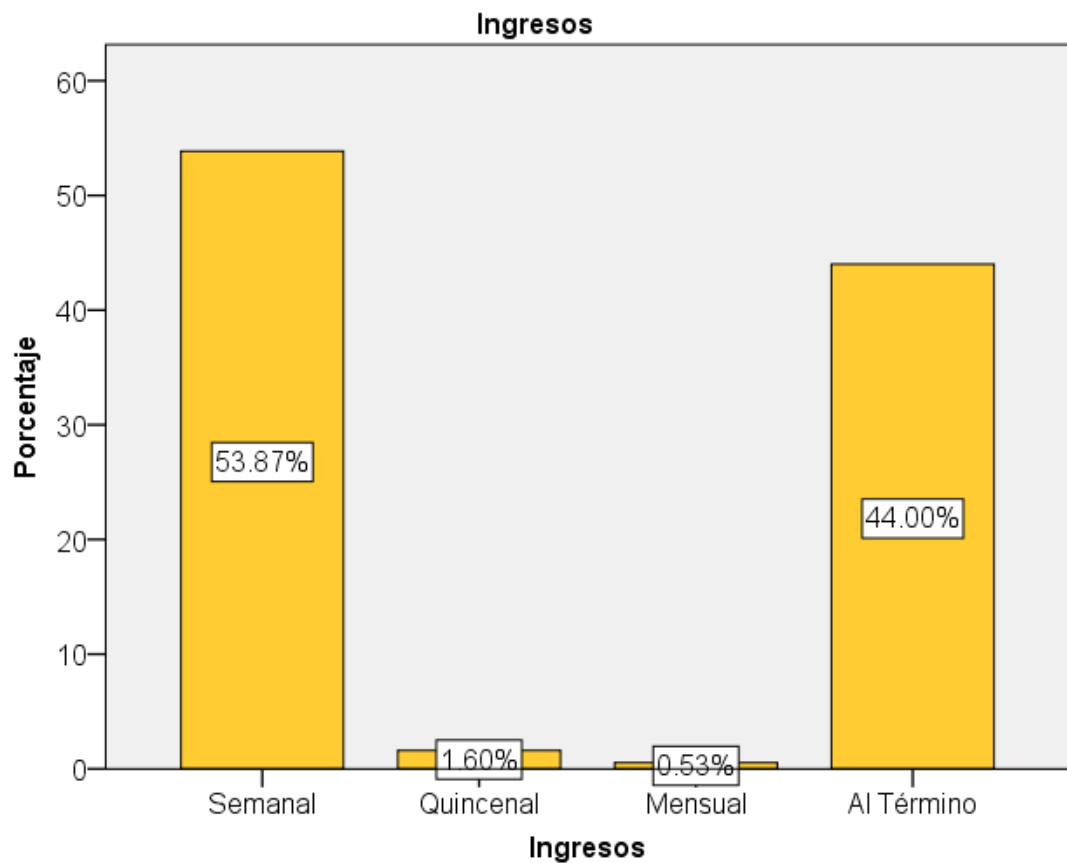


Figura 19: Ingresos

Tabla 9

*Precio establecido vs. Producción que no vende*

Recuento		Producción que no vende				Total
		La pierde	La deja para consumo familiar	Vender a un precio bajo	Guardar y vender luego	
<b>Precio establecido</b>	T. desacuerdo	21	26	113	24	184
	En desacuerdo	10	29	109	21	169
	De acuerdo	0	1	17	4	22
Total		31	56	239	49	375

Al expresar los siguientes resultados, se observa que los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas, se ven obligados a vender a un precio bajo por diversas causas tales son: (a) venta de productos perecibles, (b) cancelación de préstamos a corto plazo, entre otros; a causa de las limitaciones generadas por los factores de la cadena de comercialización. En conclusión, se encuentran totalmente desacuerdo con el precio que reciben por parte de los compradores; se refleja también que se invierte más y se recibe menos. Como consecuencia, termina disminuyendo el bienestar de los agricultores al igual que de sus familiares.

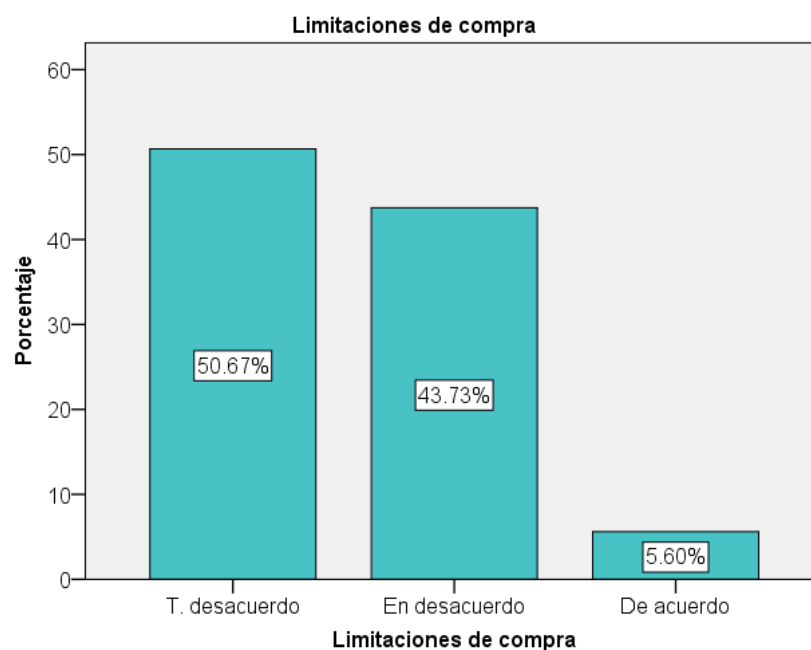


Figura 20: Limitaciones de compra

**Analizar la evolución de la cadena de comercialización y los diferentes lineamientos que han establecido en el mercado.**

Mediante los resultados obtenidos en base a la aplicabilidad de modelos estadísticos y econométricos, se demuestra la evolución que ha tenido la cadena de comercialización en el cantón Balzar, provincia del Guayas; dando contraste al número de intermediarios que se han generado desde los inicios de la cadena productiva hasta la actualidad. Las opciones de mercado se presentó de la siguiente manera: a) Hacienda – granja; b) Mercado local (Consumo local); c) Mercado local (Minorista); d) Mercado local (Mayorista); e) Fuera del cantón y Otros países (Exportador).

La mayoría de los encuestados destinan a la venta de sus productos a los mercados mayoristas de la zona.

Tabla 10

*Donde vende los productos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hacienda - Granja	6	1,6	1,6	1,6
	ML - Consumo Local	82	21,9	21,9	23,5
	ML - Minorista	49	13,1	13,1	36,5
	ML - Mayorista	203	54,1	54,1	90,7
	Fuera del Cantón	35	9,3	9,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

De acuerdo a la tabla 10, las limitaciones o condiciones que han establecido los actores de la cadena de comercialización, han dado paso a ejecutar varias acciones por parte de los agricultores del cantón Balzar, cuando no logran vender por completo sus productos en el mercado, en la cual se encuentran: (a) la pierde; (b) la deja para consumo familiar; (c) vender a un precio bajo; o (d) guardar y vender luego. Por ello, las acciones demuestran que son interacciones que se involucran en el bienestar de los pequeños agricultores, dando un nivel de satisfacción; alto o bajo.

El resultado, debido que para el pequeño agricultor la actividad agrícola es su medio de subsistencia, necesitan vender su producción de igual manera, así que se encargan de bajar el precio cuando no se llega a vender todo. Como resultado termina afectando al bienestar del pequeño agricultor, puesto que las ganancias no compensan con la inversión puesta en el trabajo que los pequeños agricultores le dedican.

Tabla 11

*Producción que no vende*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La pierde	31	8,3	8,3	8,3
	La deja para consumo familiar	56	14,9	14,9	23,2
	Vender a un precio bajo	239	63,7	63,7	86,9
	Guardar y vender luego	49	13,1	13,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

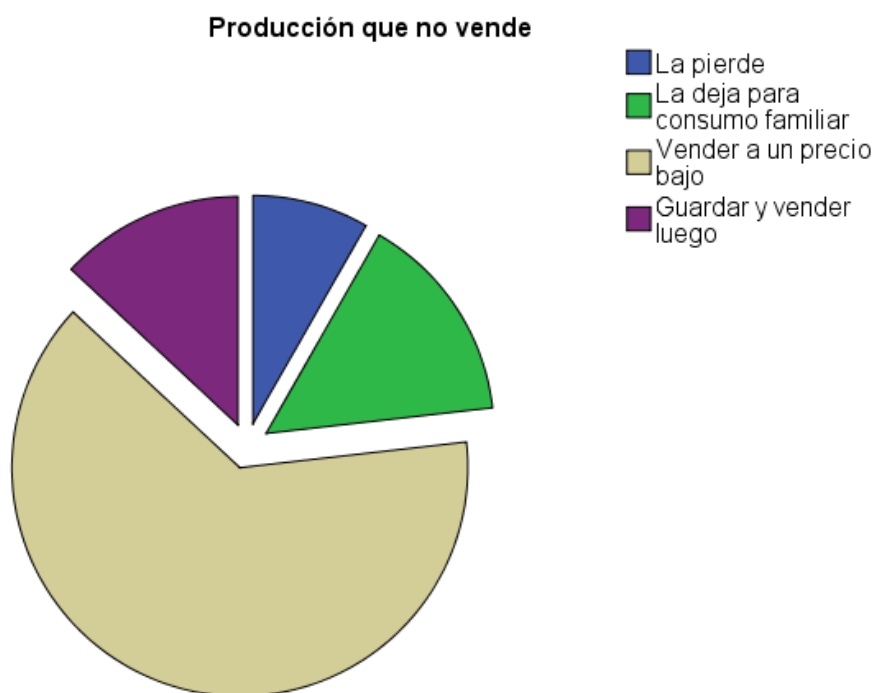


Figura 21: Producción que no vende

**Relacionar la cadena de comercialización y el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, mediante el uso de técnicas estadísticas y econométricas**

**Prueba global de las variables de estudio**

Tabla 12

*Prueba global*

Observado	Pronosticado			Porcentaje correcto
	T. desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	
T. desacuerdo	178	6	0	96.7%
En desacuerdo	12	157	0	92.9%
De acuerdo	0	22	0	0.0%
Porcentaje global	50.7%	49.3%	0.0%	89.3%

Después de haber aplicado técnicas estadísticas econométricas, especificando un análisis *logístico multinomial*; teniendo la variable dependiente el nivel de bienestar medido bajo la satisfacción obtenida por el precio que reciben los agricultores en la venta de sus productos y las variables independientes el número de hectáreas, nivel de educación, salud, número de intermediarios y acciones a seguir generadas por las restricciones de compra; se *expresan* los siguientes resultados; se afirma que los factores de la cadena de comercialización inciden significativamente en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; con un porcentaje de correlación del 89.3% que se detalla en la Prueba Global. Se debe considerar para el desarrollo de la correlación se incluyeron variables de bienestar social y variables de la cadena de comercialización medidas en forma de satisfacción, según la teoría de las *Capacidades*, la cual direccionó el trabajo de investigación. Dando una relación entre los objetivos dos y tres del presente trabajo de investigación, se expresa que los factores importantes donde el número de intermediarios y restricciones de compra; son variables significativas de la cadena de comercialización que son partícipes del grado de bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas.



## **6.4 Resultados de la entrevista**

### **Respuesta del Presidente de la Asociación de trabajadores agrícolas “El semillero” Sr. Ángel Cusme**

**¿Qué dificultades considera usted que atraviesan los pequeños agricultores y que afectan a su producción y a su nivel socioeconómico?**

Las actividades agrícolas generan los ingresos de subsistencia de los campesinos rurales. Sin embargo, el sector agrícola no se encuentra bien organizado ni es capaz de apoyar las aspiraciones de aumento de los niveles de vida. El sector agrícola ecuatoriano se enfrenta a una serie de limitaciones. En primer lugar, el factor financiero es uno de los problemas fundamentales para el pequeño agricultor, donde no llega al agricultor en sí, sino a los intermediarios. Por ejemplo, un pequeño agricultor va a la entidad financiera, al BanEcuador y les pregunta qué tienen. Resulta que los pequeños agricultores no tienen tierra propia, alquilan es decir tienen posesión pero no tienen legalización. La entidad financiera les pregunta qué les garantiza a ellos que le van a pagar. Debido a que no tienen esos documentos, los predios legalizados, no les conceden créditos. Por lo tanto, la falta de legalización de predios donde operan los pequeños agricultores, también es un problema, la mayoría de los trabajadores agrícolas no cuentan con tierras propias y se les dificulta pedir financiamiento a instituciones financieras.

Otro problema son los caminos, se vuelven inhóspitos en épocas de invierno que impiden el ingreso a las zonas donde se produce, se terminan dañando las cosechas. Para aquello, la asociación trata de involucrar a los pequeños agricultores dándoles aperturas financieras para llegar directamente al agricultor. Y por último, el problema de comercialización.

En el cantón Balzar, siendo una zona maicera, dónde el maíz es el producto que mayor se comercializa, se tiene que esperar que el producto se encuentre bien seco, por lo general se da en los meses de junio, julio y agosto para venderlo. Entonces entra en ese proceso el intermediario, quienes se dirigen a comprar la producción. Si el mercado dice que el precio establecido es de USD 16, ellos le compran al agricultor a USD 12. Un agricultor promedio a dura apenas sale de las deudas invertidas y no le queda más ganas de producir. Trabajar ocho horas en el campo, le afecta al agricultor lo desgasta en temas de salud. Por ese problema el agricultor pierde el deseo de producir más, porque no existe la atención, el financiamiento y herramientas.

A través del ministerio de agricultura se fortalece al sector, dándoles beneficios que son los kits, pero al final termina afectando por lo general se da en Enero esos kits y si no pagan a tiempo lo mandan a la central de riesgo y es por eso que no quieren darle financiamiento.

Además la burocracia impide el desarrollo de los agricultores; por ejemplo la unidad nacional de almacenamiento empresa pública UNA-EP que es una de las instituciones que el gobierno utiliza en la compra de los kits agrícolas, que incluyen fertilizantes, semillas, agroquímicos y asesoría técnica para una buena calidad de semilla. La institución también se encarga de comprar la producción para que los intermediarios no los perjudique. Pero la respuesta es que las bodegas se encuentran llenas. Las políticas que el gobierno establece no llegan directamente al agricultor, existen limitaciones muy fuertes.

La falta de acceso a crédito, es un problema común para los agricultores más pequeños y más remotos en no poder acceder a un crédito formal. Los agricultores recurren para cubrir sus gastos a préstamos de sus familiares y prestamistas informales locales. Debido a que en promedio los agricultores no tienen la oportunidad de ahorrar dinero, después de cada cosecha, porque los cultivos se venden en los mercados locales o nacionales y se genera efectivo, pero según los agricultores, todo este dinero se invierte inmediatamente en la granja como nuevos insumos. El

dinero ganado no es suficiente para comprar todo lo necesario para el cultivo de alto rendimiento, y hay una necesidad extrema de mejores semillas y más fertilizantes y pesticidas. El acceso a facilidades crediticias fiables es una limitación importante para lograr resultados de los medios de subsistencia para los agricultores.

Los problemas a los que se enfrentan los agricultores quienes se dedican a dicha actividad y es su medio de subsistencia son diferentes de los que se enfrentan en una gran actividad agrícola organizada. El pequeño agricultor, por lo general trabaja horas irregulares sin límite al régimen de trabajo diario o semanal. El trabajo depende principalmente de la fuerza y exige un esfuerzo físico pesado. No hay estándares de trabajo y los límites físicos son autoimpuestos. El agricultor trabaja en muchas ocasiones sólo o en grupos pequeños (relacionados con la familia) y tiene acceso limitado a asesoramiento tecnológico y servicios de salud.

Los trabajadores agrícolas carecen de servicios básicos esenciales que en otras comunidades de trabajadores se encuentran disponibles. Además, se encuentran poco representados por la infraestructura gubernamental y en gran medida se omiten en la legislación sobre seguridad y salud en el trabajo.

Con la expansión de la tecnología agrícola existe una creciente preocupación de que los trabajadores agrícolas enfrentarán, además de los riesgos tradicionales de salud y la seguridad en el trabajo.

Si bien se lleva realizando esfuerzos en el ámbito legislativo, también debe llevarse a cabo la educación y capacitación de los trabajadores agrícolas. De hecho, los riesgos de salud y seguridad en el trabajo en la agricultura pueden ser identificados y reducidos en el campo, con un impacto inmediato en los trabajadores agrícolas.

Además, el problema actual es que el gobierno no ha impulsado acciones favorables en torno a los conflictos del sector agrícola, tampoco ha incidido en terminar con las relaciones imponentes de los intermediarios hacia los productores. Por eso, siendo presidente de la asociación de agricultores, de alguna manera se necesita que se cumpla lo determinado

por la UNA-EP estableció a favor de los agricultores y evitar así que nos perjudiquen los intermediarios

En conclusión, si la actividad de la agricultura, es uno de los oficios más antiguos de la humanidad. Debería ser hoy el más importante. Un agricultor es quien alimenta a todos los demás oficios, sin agricultor no hay maestra de escuela, no hay burócrata, no hay políticos, no hay nadie. Quienes nos alimentan son los agricultores.

### **¿Cuáles son las ventajas que obtienen los pequeños agricultores al estar integrados en una asociación?**

La idea básica es que las organizaciones de agricultores fortalecerán la posición de negociación de los agricultores en relación con los compradores y reducirán los costos de transacción que enfrentan los agricultores. Esto acercará a los agricultores al mercado, les permitirá beneficiarse de ventajas comparativas y tal vez incluso conectarlos con el mercado internacional. Por otra parte, las organizaciones de agricultores pueden ser un buen medio para que los donantes lleguen a los pequeños agricultores, que en general es un grupo difícil de alcanzar y objetivo para el donante, que habitualmente viven en zonas rurales escasamente pobladas y con infraestructura débil.

Las asociaciones impulsan diferentes programas con el fin de mejorar y optimizar la producción de los agricultores, poder trabajar en equipo para que la ayuda sea mucho más favorable, además de garantizar que las políticas que estable el gobierno estén direccionadas al desarrollo tecnológico, creación de plazas de trabajo, mayor posibilidad de ingresos, reducir la migración interna de los agricultores y así garantizar en todas su formas el derecho al buen vivir.

**En cuanto a los costos de producción de venta de los productos  
¿Cómo se maneja esta situación en el mercado?**

Referente al mercado, uno se termina ajustando a los precios establecidos en tiempo de cosecha, debido a las necesidades y obligaciones que uno adquiere para dar logro al inicio de la cosecha.

**¿Cree usted que los precios son justos de acuerdo a las necesidades o la mano de obra que usted le da a su cultivo?**

Bueno, hay veces que el precio en realidad no recompensa con el trabajo que uno invierte en el cultivo, considerando que nuestros costos son más altos a lo recibido por la producción.



**Presidente de Asociación de trabajadores agrícolas- Sr. Ángel Cusme**

## **7 Conclusiones y Recomendaciones**

### **7.1 Conclusiones**

Dado los resultados expresados e interpretados para cada uno de los objetivos específicos y de manera concreta al objetivo general, se comprueba que los factores de la cadena de comercialización inciden negativamente en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas, en base a la aplicabilidad del método estadístico correlacional, conjunto a los resultados obtenidos en el modelo de encuesta.

A su vez se determina que el término Bienestar debe ser usado en un sentido más amplio, y no solo incorporarse elementos de las teorías del bienestar que postulan como elemento primordial, la satisfacción de las necesidades o el placer (teoría utilitarista); sino que debe relacionarse con aspectos como las capacidades, las oportunidades, las ventajas y otros elementos no cuantificables que hacen referencia a la calidad de vida de las personas.

Cabe destacar que los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; cumplen con los aspectos y condiciones establecidas por el Magap, las cuales definen a un pequeño agricultor; en donde dan preferencia a trabajar con miembros de familia; además mediante un análisis descriptivo se afirma tener un promedio de cuatro hectáreas como área de cosecha a manos del agricultor y finalmente a causa de tener un nivel de educación bajo, tienden a estar ligado al mercado pero sin conocimiento acerca de cómo opera, provocando una toma decisiones, vinculadas a la venta de su producto mediante la facilidad del caso, y no por los beneficios que pueda obtener.

Así mismo, se demuestra la evolución que ha tenido la cadena de comercialización en el cantón Balzar, provincia del Guayas; dando contraste al número de intermediarios que se han generado desde los inicios de la cadena productiva hasta la actualidad, teniendo como opciones de mercado: a) Hacienda – granja; b) Mercado local (Consumo local); c) Mercado local

(Minorista); d) Mercado local (Mayorista); e) Fuera del cantón y Otros países (Exportador); es importante considerar las limitaciones o condiciones que han establecido los actores de la cadena de comercialización, provocando ejecutar varias acciones por parte de los agricultores del cantón Balzar, para la venta de sus productos en el mercado, en la cual tenemos: (a) la pierde; (b) la deja para consumo familiar; (c) vender a un precio bajo; o (d) guardar y vender luego. Acontecimientos que muestran las interacciones que se involucran en el bienestar de los pequeños agricultores, incidiendo en el nivel de satisfacción.

Por ende, luego de haber aplicado técnicas estadísticas econométricas, para relacionar las variables de bienestar social y cadena de comercialización, se concluye que los factores de la cadena de comercialización inciden significativamente en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; con un porcentaje de correlación del 89.3% como prueba Global.

Finalmente, dando una interpretación en conjunto con los objetivos específicos y modelos de entrevistas desarrollados en presente trabajo de investigación, se expresa que los factores tales como número de intermediarios y restricciones o condiciones de compra; variables significativas de la cadena de comercialización, son partícipes del grado de bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; incidiendo negativamente en el mismo.

Para que el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar no se encuentre afectado, deben desarrollar planes de acción, enfocados en capacitar de manera directa a los agricultores, para darles conocimiento sobre los nuevos mercados, estrategias de negocios, proceso realizado conjuntamente con las asociaciones y autoridades estatales.

## **7.2 Recomendaciones**

Para el presente estudio, luego de haber obtenido los resultados que dan respuesta a la pregunta de investigación, se recomienda dar seguimiento e implementación de la teoría desarrollada por Pigou, donde se considera necesario involucrar al Estado para mejorar las condiciones de vida de los individuos y aquel se encargue de enseñar las formas de cómo administrar los ingresos.

Al saber que la agricultura es considerada como una de las actividades económicas, sociales y ambientales más esenciales para el ser humano y a nivel mundial se ha desarrollado desde los inicios de la humanidad; deben realizarse más estudios enfocados al sector que más depende la economía de un país, debido a la extraordinaria necesidad de adquirir los alimentos.

Por otra parte, para muchos agricultores, especialmente los de pequeña escala, la agricultura ha consistido en producir alimentos para consumo familiar, como un medio de subsistencia; pero a medida que el mundo se encuentre en constante evolución, los pequeños agricultores se deben enfrentar a la necesidad de ser más emprendedores, orientados al mercado y dirigir sus granjas como negocios; no obstante se recomienda dar seguimiento como tema de estudio para los futuros trabajos de investigación, la evolución que sigue presentando la cadena comercialización.

## **7.3 Futuras líneas de investigación**

Las futuras líneas de investigación se puede realizar un estudio donde se analice el grado de intervención de los factores de la cadena de comercialización, en el bienestar de los pequeños agricultores de la provincia del Guayas, además podría aplicarse el mismo estudio desarrollado en otro cantón de la provincia del Guayas, con el objetivo de realizar un análisis comparativo. Además de poder aplicar el mismo estudio en otro periodo de tiempo, con el propósito de dar a conocer si las medidas implementadas por el gobierno surgieron efecto en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón.



## 8 Referencia

Abdullahi, Y., Gidado, A., & Jibril, S. (2011). Attitude of Rural Youths towards Family Farming in Dass, Bauchi State, Nigeria and the Implications for Policy. *Journal of Agricultural Extension*, 14(December), 14–23. <https://doi.org/10.4314/jae.v14i2.64120>

Agencia de noticias Xinhua. (01 de Marzo de 2016). *América economía*. Obtenido de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/experto-pequenos-productores-son-clave-para-la-seguridad-alimentaria-de-america->

Agencia IP. (15 de Junio de 2017). *Agencia de información paraguaya*. Obtenido de <http://www.ip.gov.py/ip/ministro-solicito-apoyo-a-la-fao-para-fortalecer-a-pequenos-agricultores/>

Andes. (26 de Marzo de 2015). *Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/pequenos-agricultores-supermercados-buscan-alianzas-mejorar-venta-productos-nacionales>

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica* (Sexta Edición ed.). Caracas: Episteme. Obtenido de <http://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Arnés, E., Marín, O., Merino, A., & Hernández, C. (2013). Evaluación de la sostenibilidad de la agricultura de subsistencia en San José de Cusmapa, Nicaragua. *Revista Española de Estudios Agrosociales Y Pesqueros*, 236(1), 171–197. Retrieved from [http://oa.upm.es/23050/1/INVE\\_MEM\\_2013\\_157408.pdf](http://oa.upm.es/23050/1/INVE_MEM_2013_157408.pdf)

Arvizu, E., Jiménez, L., Jiménez, M., Quispe, L., Villa, M., & Ávila, J. (2014).

Análisis de producción y comercialización de hortalizas: caso del mercado de Huixcolotla , Puebla. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 5(4), 687–694. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/2631/263130476012.pdf>

Bacon, C. M., Getz, C., Kraus, S., Montenegro, M., & Holland, K. (2012). The social dimensions of sustainability and change in diversified farming systems. *Ecology and Society*, 17(4). <https://doi.org/10.5751/ES-05226-170441>

Berdegúe, J., & Fuentealba, R. (2011). Latin America: The state of smallholders in agriculture. *International fund for agricultural development (IFAD)*, 44. Obtenido de <https://www.ifad.org/documents/10180/7770b19f-53d7-4ef6-8326-e931c40d356b>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Pearson, Ed.) (Tercera ed). Colombia. Retrieved from <https://docs.google.com/file/d/0B7qpQvDV3vxvUFpFdUh1eEFCSU0/edit>

Boyer, K., & Lewis, M. (2002). Competitive Priorities : Investigating The Need For Trade-Offs In Operations Strategy. *Production and Operations Management*, 11(1), 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2002.tb00181.x>

Bragdon, S., & Smith , C. (2015). *Oficina cuáquera ante las Naciones Unidas*. Obtenido de [http://www.quno.org/sites/default/files/resources/SSF%20Innovation\\_Spanish\\_web\\_0.pdf](http://www.quno.org/sites/default/files/resources/SSF%20Innovation_Spanish_web_0.pdf)

Brey, P. (2012). Well-Being in Philosophy, Psychology, and Economics. (P. Brey, A. Briggie, & E. Spence, Edits.) *The good life in a technological*

age, 15-34. Obtenido de [https://www.utwente.nl/en/bms/wijsb/staff/brey/Publicaties\\_Brey/brey-2012-well-being.pdf](https://www.utwente.nl/en/bms/wijsb/staff/brey/Publicaties_Brey/brey-2012-well-being.pdf)

Cáceres, L., Pardo, C., & Milena, A. (2013). La asociatividad y las cadenas productivas : una alternativa de desarrollo para el municipio de Yopal , Casanare. *Cooperativismo & Desarrollo*, 21(102), 69–75. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.16925/issn.0120-7180>

Caldentey, P. (2003). *Contribuciones a la Economía*. (D. d. Agraria, Ed.) Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/pca-agroali.htm>

Camacho, J. (2008). Asociación entre variables: correlación no paramétrica. *Acta Médica Costarricense*, 50(3), 144-146. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/434/43411549004.pdf>

Carrillo, K. (20 de Marzo de 2017). Seis filiales fortalecen la cadena productiva de soya. *La Prensa*. Obtenido de <http://www.laprensa.com.bo/economia/20170320/seis-filiales-fortalecen-la-cadena-productiva-soya>

Centro de Información de las Naciones Unidad. (2016). *Medio ambiente y desarrollo sostenible*. Publicación de CINU. Obtenido de <http://www.cinu.mx/temas/medio-ambiente/medio-ambiente-y-desarrollo-so/>

Cepal. (2013). Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición: Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013. *Serie Seminarios Y Conferencias*, 77, 1–112. Retrieved from [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/1/S2014307\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/1/S2014307_es.pdf)

- Certo, T., Busenbark, J., Woo, H., & Semadeni, M. (2016). Sample selection bias and Heckman models in strategic management research. *Strategic Management Journal*, 37(13), 2639–2657. <https://doi.org/10.1002/smj.2475>
- Chasco, C., & Hernández, I. (2003). Medición del bienestar social provincial a través de indicadores objetivos. *Research Papers in Economics*, 1–22. Retrieved from [http://www.institutodeestudiosurbanos.info/dmdocuments/cendocieu/coleccion\\_digital/Observatorios\\_Urbanos/Medicion\\_Bienestar\\_Social\\_Indicadores-Coro\\_C.pdf](http://www.institutodeestudiosurbanos.info/dmdocuments/cendocieu/coleccion_digital/Observatorios_Urbanos/Medicion_Bienestar_Social_Indicadores-Coro_C.pdf)
- Chiriboga, M. (2007). *Mecanismos de articulación de pequeños productores rurales con empresas privadas. Síntesis Regional Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú*. Quito: Ruralter. Retrieved from [http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2012/09/mecanismos\\_de\\_articulacion\\_final.pdf](http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2012/09/mecanismos_de_articulacion_final.pdf)
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Organización de los estados americanos*. Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Copci. (29 de Diciembre de 2010). *Organización mundial de la propiedad intelectual*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencia de la educación*, 19(33), 228-247. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Demenus, W., & Crespo, P. (2011). *Cadenas Productivas y Desarrollo Económico Rural en Latinoamérica*. (W. Demenus & P. Crespo, Eds.),

*Consortio de Consejos Provinciales del Ecuador* (Primera ed). Quito. Retrieved from <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Cadenas-Productivas-y-Desarrollo-Economico-Rural-en-Latinoamerica.pdf>

Dessein, J., & Nevens, F. (2007). "I'm sad to be glad". An analysis of farmers' pride in Flanders. *Sociologia Ruralis*, 47(3), 273–292. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2007.00437.x>

Di Filippo, A. (2009). Estructuralismo latinoamericano y teoría económica. *Revista Cepal*, 98(August), 181–202. Retrieved from [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11303/1/098181202\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11303/1/098181202_es.pdf)

Duarte, T., & Jiménez, R. (2007). Aproximación a la teoría del bienestar. *Scientia Et Technica*, 1(37), 305–310. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22517/23447214.4107>

El Productor. (13 de Febrero de 2017). *El Productor*. Obtenido de <https://elproductor.com/2017/02/13/ecuador-se-realizan-controles-en-piladoras-de-guayas/>

El Telégrafo. (12 de Diciembre de 2014). 97.208 pequeños y medianos agricultores tienen asegurados sus cultivos. *El Telégrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/97-208-pequenos-y-medianos-agricultores-tienen-asegurados-sus-cultivos>

El Universo. (20 de Agosto de 2011). Pequeños agricultores demandan capacitación en el uso de insumos. *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/08/20/1/1416/pequenos-agricultores-demandan-capacitacion-uso-insumos.html>

El Universo. (06 de Septiembre de 2014). Pequeños productores piden

apoyo para análisis de suelos. *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/06/nota/3732026/pequenos-productores-piden-apoyo-analisis-suelos>

FAO. (2004). *Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura*. Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/007/y5650s/y5650s00.pdf>

FAO. (2010). La lucha contra el hambre y la pobreza. *Perspectivas Económicas Y Sociales*, (10). Retrieved from <http://www.fao.org/docrep/012/al377s/al377s00.pdf>

FAO. (2014). *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura*. (L. Guzmán, & S. Salcedo, Edits.) Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/019/i3788s/i3788s.pdf>

FAO. (19 de Diciembre de 2016). *Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe*. Obtenido de <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/461751/>

FAO. (2016). *Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i6064s.pdf>

Fernandez, K., Bamber, P., & Gereffi, G. (2014). Global value chains in Latin America: A development perspective for upgrading. En R. Hernández, J. Martínez, & N. Mulder (Edits.), *Global value chains and world trade: Prospects and challenges for Latin American*. Santiago de Chile: Economic Commission for Latin America and the Caribbean (Eclac). Obtenido de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37041/S2014061\\_en.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37041/S2014061_en.pdf)

Ferrer, J. (Enero de 2017). *Tecnología de alimentos (Tecnoalimen)*. Obtenido de <https://www.tecnoalimen.com/articulos/20170104/como->

derecho-alimentario-esta-impulsando-desarrollo-cadenas-cortas-comercializacion#.WWZYhlg1\_IU

Flores, C. (09 de Marzo de 2015). *Banco mundial*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2015/03/09/pequenos-productores-aprenden-a-comercializar-sus-productos-en-la-bolsa>

Flynn, B., & Flynn, E. (2004). An exploratory study of the nature of cumulative capabilities. *Journal of Operations Management*, 22, 439–441. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2004.03.002>

Fonseca, J., & Vergara, N. (2015). *Logistics in the horticulture supply chain in Latin America and th Caribbean*. (FAO, Ed.) Rome. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i4792e.pdf>

Fukuda, S. (2003). The human development paradigm: Operationalizing Sen's ideas on capabilities. *Feminist Economics*, 9(2–3), 301–317. <https://doi.org/10.1080/1354570022000077980>

Galvis, A. (2012). *Circuitos cortos de comercialización: Fuentes de buena vida*. El Colegio de la Frontera Sur. Retrieved from <https://anacgalvis.files.wordpress.com/2013/01/circuitos-cortos-de-comercializacic3b3n-fuentes-de-buena-vidatesisanagalvis.pdf>

García, C., & González, I. (2000). La categoría Bienestar Psicologico. Su relación con otras categorias sociales.pdf. *Rev Cubana Med Gen Integr*, 16(6), 586–92. Retrieved from [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21252000000600010](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252000000600010)

García, M. (2002). El Bienestar Subjetivo (Subjective Well-being). *Escritos de Psicología*, 6(1), 18–39. Retrieved from

[http://www.uma.es/psicologia/docs/eudemon/analisis/el\\_bienestar\\_subjetivo.pdf](http://www.uma.es/psicologia/docs/eudemon/analisis/el_bienestar_subjetivo.pdf)

Garnica, E. (1997). El rendimiento estudiantil: Una metodología para su medición. *Economía*, XXII(13), 7-25. Obtenido de <ftp://iies.faces.ula.ve/Pdf/Revista13/Rev13Garnica.pdf>

Gaspar, D. (2004). Human well-being: Concepts and conceptualizations. (M. McGillivray , Ed.) *Studies in Development Economics and Policy*, 23-64. doi:10.1057/9780230625600\_2

Gelaw, F., Speelman, S., & Huylenbroeck, G. Van. (2016). Farmers ' marketing preferences in local coffee markets : Evidence from a choice experiment in. *JOURNAL OF FOOD POLICY*, 61(February), 92–102. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2016.02.006>

Gómez, M., Danglot, C., & Vega, L. (2003). Sinopsis de pruebas estadísticas no paramétricas. Cuando usarla. *Revista mexicana de pediatría*, 70(2), 91-99. Obtenido de <http://www.medigraphic.com/pdfs/pediat/sp-2003/sp032i.pdf>

González, P., Díaz, A., Torres, E., & Garnica, E. (1994). Una aplicación del análisis de componentes principales en el área educativa. *Revista Economía*, 55-72. Obtenido de [http://iies.faces.ula.ve/revista/articulos/revista\\_09/pdf/rev09gonzalez\\_diaz.pdf](http://iies.faces.ula.ve/revista/articulos/revista_09/pdf/rev09gonzalez_diaz.pdf)

Gottschalk, J. (2013). El impacto de la agricultura sobre el medio ambiente desde la perspectiva institucional: El caso del Valle de Autlán, Jalisco, México. En F. Dane, M. Peticara, & M. Rodríguez (Edits.), *El desafío del desarrollo sustentable en América Latina* (pág. 312). Río de Janeiro. Obtenido de [http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_36621-1522-4-30.pdf?140120190142](http://www.kas.de/wf/doc/kas_36621-1522-4-30.pdf?140120190142)



- Grace, L., & Moyes, R. (April de 2014). *Inter American Development Bank*.  
Obtenido de <http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2014/14885.pdf>
- Guzmán, F., Herrera, H., Castellanos, O., & Jiménez, C. (2004). *Manual de minicadenas productivas*. (M. Giraldo, Ed.) Bogotá: Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo industrial. Obtenido de [http://www.unido.org/fileadmin/import/29101\\_ManualMinicadenasProductivas.pdf](http://www.unido.org/fileadmin/import/29101_ManualMinicadenasProductivas.pdf)
- Hazell, P., Poulton, C., Wiggins, S., & Dorward, A. (Octubre de 2010). The future of small farms: Trajectories and policy priorities. *World Development*, 38(10), 1349-1361. doi:10.1016/j.worlddev.2009.06.012
- Heckman, J. (1979). Sample selection bias as a specification error. *Econometrica*, 47(1), 153–161. Retrieved from <https://faculty.smu.edu/millimet/classes/eco7321/papers/heckman02.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edi). México D.F.: McGraw-Hill. Retrieved from [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia de la investigación 5ta Edición.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia_de_la_investigacion_5ta_Edicion.pdf)
- Hirschman, A. (1958). *The Strategy of Economic Development*. New Haven: Yale University Press. Obtenido de <http://www.rrojasdatabank.info/pioneers4.pdf>
- Hoyos, R. (2008). Marketing: más de 100 años de historia . Génesis y evolución de un concepto. *Revista de Asomercadeo*, 1(1), 1–12. Retrieved from <https://promisecreativelinabernal.files.wordpress.com/2012/08/gc3a9nesis-y-evolucic3b3n-del-marketing.pdf>

Iniap. (2001). *Estudio de la producción, poscosecha, mercadeo y consumo de fréjol arbustivo en el valle del chota*. Informe de investigación, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Quito. Obtenido de

[http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTUDIO\\_PRODUCION\\_POSCOSECHA\\_MERCADEO\\_CONSUMO\\_FREJOL\\_ARBUSTIVO\\_VALLE\\_CHOTA\\_ECUADOR.pdf](http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTUDIO_PRODUCION_POSCOSECHA_MERCADEO_CONSUMO_FREJOL_ARBUSTIVO_VALLE_CHOTA_ECUADOR.pdf)

Ipdrs. (14 de Enero de 2014). *Ipdrs*. Obtenido de <http://www.ipdrs.org/index.php/noticias/nuestras-actividades/2777-ipdrs-y-el-ano-internacional-de-la-agricultura-familiar>

Isaza, J. (2010). Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. *Revista Sotavento*, 1(11), 8–25. Retrieved from [http://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/Cadenas productivas%2C enfoques y precisiones conceptuales.pdf](http://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/Cadenas%20productivas%2C%20enfoques%20y%20precisiones%20conceptuales.pdf)

Kang, S., Shaver, P., Sue, S., Min, K., & Jing, H. (2003). Culture-Specific Patterns in the Prediction of Life Satisfaction: Roles of Emotion, Relationship Quality, and Self-Esteem. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(12), 1596–1608. <https://doi.org/10.1177/0146167203255986>

Kay, C. (1998). Estructuralismo y teoría de la dependencia en el período neoliberal. *En Nueva Sociedad*(158), 100-119. Obtenido de <http://www.hugoperezidiart.com.ar/tallerdetesis-pdf/82-kay-estructuralismoydependencia.pdf>

Kiprotich, G., Bett, H., & Kibet, L. (2014). *Determinants of Market Participation among Small-scale Pineapple Farmers in Kericho County, Kenya* (Tesis doctoral). Egerton University. Retrieved from [https://mpr.ub.uni-muenchen.de/56149/1/MPRA\\_paper\\_56149.pdf](https://mpr.ub.uni-muenchen.de/56149/1/MPRA_paper_56149.pdf)

- Kirui, H., Mutai, B., Kibet, L., Kibet, P., & Macharia, A. (2016). Determinants of tea marketing channel choice and sales intensity among smallholder farmers in Kericho District, Kenya. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 7(7), 105–114. Retrieved from <http://iiste.org/Journals/index.php/JEDS/article/view/30072/30881>
- Landini, F. (2011). Income and use of money in the peasant economy: Contributions to rural development psychology from a case study. *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, 3(3), 674–703. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.460.8721&rep=rep1&type=pdf>
- Lee, J., Gereffi, G., & Beauvais, J. (2012). Global value chains and agrifood standards: Challenges and possibilities for smallholders in developing countries. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(31), 12326–12331. doi:10.1073/pnas.0913714108
- León, X., & Yumbra, M. (2010). *El agronegocio en Ecuador : el caso de la cadena del maíz y la empresa pronaca*. Quito: Acción ecológica. Obtenido de <http://www.accionecologica.org/documentos/libroagronegocio.pdf>
- Lozano, D., & AVN. (06 de Noviembre de 2015). *El mundo*. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/politicas-publicas/gobierno-planifica-reducir-intermediarios-en-caden.aspx>
- Lutheran World Relief. (2010). *Aprendiendo e innovando sobre la comercialización del cacao*. Guía 10. Obtenido de [http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19\\_Guia\\_10\\_Comercializacion.pdf](http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19_Guia_10_Comercializacion.pdf)
- Machado, M., & Ríos, L. (2016). Sostenibilidad en agroecosistemas de café

de pequeños agricultores: revisión sistemática. *Idesia (Arica)*, 34, 15–23.  
<https://doi.org/10.4067/S0718-34292016005000002>

MAG. (Septiembre de 2006). *Observatorio del cambio rural*. Obtenido de <http://ocaru.org.ec/index.php/debate-rural/politica-publica/normativas/item/364-la-agroindustria-en-el-ecuador-diagnostico-integral-sep-2006>

MAG. (2012). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/en-guayas-pequenos-productores-de-cacao-venden-su-produccion-sin-intermediarios/>

MAG. (11 de Junio de 2014). *Ministerio de agricultura y ganadería*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/programa-fertiuna-abre-oferta-a-maiceros-y-arroceros/>

MAG. (20 de Febrero de 2017). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/magap-inaugura-centro-de-acopio-para-maiceros-de-balzar/>

Magap. (2016). El sector agropecuario ecuatoriano: análisis histórico y prospectiva a 2025. En *La política agropecuaria ecuatoriana: hacia el desarrollo territorial rural sostenible: 2015-2025* (pág. 480). Quito. Obtenido de <http://servicios.agricultura.gob.ec/politicas/La%20Pol%C3%ADticas%20Agropecuarias%20al%202025%20I%20parte.pdf>

Manzanares, E. (1964). Funciones de producción en la agricultura. *Revista de Estudios Agrosociales*, 1(48), 35–130. Retrieved from [http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf\\_reas/r048\\_02.pdf](http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_reas/r048_02.pdf)

Martinelli, S., Siad, S., & Taft, K. (12 de Febrero de 2016). *The Cgiar Research Program on Climate Change, Agriculture and Food Security*

(Ccafs). Obtenido de <https://ccaafs.cgiar.org/es/cinco-razones-porque-amar-pequenos-agricultores#.WY9S0IHjIV>

Martínez, L. (Septiembre de 2013). La Agricultura Familiar en el Ecuador. (G. d. desarrollo, Ed.) *Serie Documentos de Trabajo N°147*. Obtenido de [http://portalsiget.net/ArchivosSIGET/recursos/Archivos/1682015\\_AgriculturaFamiliarE.pdf](http://portalsiget.net/ArchivosSIGET/recursos/Archivos/1682015_AgriculturaFamiliarE.pdf)

Mauleón, J. (2001). Los canales cortos de comercialización alimentaria como alternativa de los pequeños agricultores ante la globalización: el caso español. *XXIII Congreso de La Asociación Latinoamericana de ...*, 1(1), 16. Retrieved from <http://media.utp.edu.co/centro-gestion-ambiental/archivos/documentos-relacionados-con-agroecologia-seguridad-y-soberania-alimentaria/ccc-alternativa-de-los-pequenos-agricultores-frente-a-la-globalizacionpdf.PDF>

McMahon, M., Valdés, A., Cahill, C., & Jankowska, A. (2011). *Análisis del extensionismo agrícola en México* (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ed.). París. Obtenido de <http://www.sagarpa.gob.mx/desarrolloRural/Documents/EXTENSIONISMO/ESTUDIO%20OCDE%20EXTENSIONISMO.pdf>

Ministerio del Interior. (10 de Febrero de 2010). *Ministerio del Interior*. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/se-intensifica-control-para-evitar-comercializacion-ilegal-de-productos-de-consumo-humano/>

Mmasa, J., & Mhagama, J. (2017). Social-economic factors influencing ginger (*zingiber officinale*) productivity among smallholders growers in Tanzania- Case of same district. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 8(8), 12–29. Retrieved from <http://www.iiste.org/Journals/index.php/JEDS/article/view/36593/37609>

- Moffatt, M. (05 de Abril de 2015). *ThoughtCo*. Obtenido de <https://www.thoughtco.com/indirect-utility-function-definition-and-uses-1148014>
- Muñoz, J., & Viaña, D. (2012). *¿Cómo se posicionan los pequeños productores en América Latina respecto a los mercados?* La Paz: IIED/Hivos/Mainumby. Obtenido de <http://pubs.iied.org/pdfs/16522IIED.pdf>
- Nader, M., Bernate, S., & Santa-Bárbara, E. (2014). Predicción de la satisfacción y el bienestar en el trabajo: hacia un modelo de organización saludable en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(130), 31–39. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.02.006>
- Nicolalde, L. (2014). *Análisis económico de la cadena productiva de la caña de azúcar, bajo un enfoque estructuralista y matriz de análisis de política, periodo 2006 – 2012* (Tesis pregrado). PUCE. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6847/7.36.001424.pdf?sequence=4>
- Nussbaum, M. (2000). *Women and Human Development: The Capabilities Approach* (Primera Ed). Cambridge University Press. Retrieved from [https://genderbudgeting.files.wordpress.com/2012/12/nussbaum\\_women\\_capabilityapproach2000.pdf](https://genderbudgeting.files.wordpress.com/2012/12/nussbaum_women_capabilityapproach2000.pdf)
- Ogunleye, K., & Oladeji, J. (2007). Choice of Cocoa Market Channels among Cocoa Farmers in ILA Local Government Area of Osun State , Nigeria. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 2(1), 14–20. Retrieved from [https://www.idosi.org/mejsr/mejsr2\(1\)/3.pdf](https://www.idosi.org/mejsr/mejsr2(1)/3.pdf)
- Ostertagova, E., Ostertag, O., & Kováč, J. (2014). Methodology and Application of the Kruskal-Wallis Test. *Applied Mechanics and*

*Materials*, 611, 115-120  
doi:10.4028/www.scientific.net/AMM.611.115

Panda, R. (2012). Marketing Channel Choice and Marketing Efficiency Assessment in Agribusiness. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 24(3), 213–230.  
<https://doi.org/10.1080/08974438.2012.691812>

Paredes, A. (2011). Reseña al libro de María del Pilar Martínez López-Cano: Historia del pensamiento económico: Testimonios, proyectos y polémicas. *Temas americanistas*(26), 128-133. Obtenido de <https://institucional.us.es/tamericanistas/uploads/TA-26/RESE%20%C3%A6A%201.pdf>

Pareto, V. (1971). *Manual of political economy*. London: Macmillan.

Pena, B. (2009). La medición del Bienestar Social: una revisión crítica. *Estudios de Economía Aplicada*, 27(2), 299–324. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3056844.pdf>

Pigou, A. (1920). *Economía del Bienestar*. Madrid: Aguilar.

Pinto, W. (27 de Mayo de 2013). Tomate se encarece hasta 107% en cadena comercial. *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/05/26/nota/957996/tomate-se-encarece-hasta-107-cadena-comercial>

Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. Nueva York: Free Press. Obtenido de <http://www.vnseameo.org/ndbmai/CS.pdf>

Prefectura Guayas. (05 de Noviembre de 2015). *Prefectura Guayas*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/noticias/pequenos-productores-guayasenses-tuvieron-espacio-para-entablar-negocios-con-grandes-empresas>

Prefectura Guayas. (19 de Septiembre de 2016). *Prefectura Guayas*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/notiproductividad/mas-de-900-pequenos-agricultores-beneficiados-con-capacitacion-en-fortalecimiento-agricola>

Privitera, G. (2015). *Statistics for the Behavioral Sciences* (Segunda edición ed.). (S. Publications, Ed.) Canadá. Obtenido de [https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/40007\\_Chapter8.pdf](https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/40007_Chapter8.pdf)

Quesnay, F., & Mirabeau, V. (1764). Rural Philosophy o General and Political Economy. *Agriculture, III*.

Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor : Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, 8(3), 377–389. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>

Quintero, M. (2015). *Productos básicos agrícolas y desarrollo: producción y comercialización de cacao en Venezuela* (Tesis doctoral). Universidad de La Laguna. Retrieved from [http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/41852/1/td\\_liliana\\_q.pdf](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/41852/1/td_liliana_q.pdf)

Rada, N., & Valdes, C. (2012). Policy, technology, and efficiency of brazilian agriculture. *SSRN Electronic Journal*, (137). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2112029>

Rajanna, D., Bokelmann, W., & Gido, E. (2017). Smallholder Vegetable Farmers and Marketing Choices: Implications for Inclusiveness of Farmers to Markets. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/10.9734/AJAEES/2017/31683>

Restrepo, F. (2005). El capital y las capacidades humanas. *Revistas*



*Ciencias Estratégicas*, 13(14), 195–212. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/1513/151321068006.pdf>

Reyes, O., Oslund, F. (2014). Teoría Del Bienestar Y El Óptimo De Pareto Como Problemas Microeconómicos. *Revista Electrónica de Investigación En Ciencias Económicas*, 2(3), 217–234.

Reyes, O., & Franklin, O. (2014). Teoría del bienestar y el óptimo de Pareto como problemas microeconómicos. *La Calera*, 14(22), 50–56. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5377/calera.v14i22.2657>

Rifin, A., Suryana, R. N., & Akbar, I. D. (2015). Marketing channel choice of cocoa farmers in Madiun Regency , East Java , Indonesia. *International Association of Agricultural Economists (IAAE)*, 1(August), 1–16. Retrieved from [http://ageconsearch.umn.edu/record/212290/files/Rifin-Marketing\\_Channel\\_Choice\\_of\\_Cocoa\\_Farmers\\_in\\_Madiun\\_Regency\\_East\\_Java\\_Indonesia-638.pdf](http://ageconsearch.umn.edu/record/212290/files/Rifin-Marketing_Channel_Choice_of_Cocoa_Farmers_in_Madiun_Regency_East_Java_Indonesia-638.pdf)

Riveros, H., Santacoloma, P., & Tartanac, F. (2006). *Sistema Agroproductivo, cadenas y competitividad*. Lima: Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura (IICA). Retrieved from <http://repiica.iica.int/docs/B0341e/B0341e.pdf>

Rodríguez, O. (2001). Prebisch : Actualidad de sus ideas básicas. *Revista de La Cepal*, 75(1), 41–52. Retrieved from <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/19319/rodriguez.pdf>

Rojó, G., Vera, J. Á., & Martínez, R. (2010). *Aportes desde la psicología y sociología a la ruralidad*. (UAIM, CIAD, & COLPOS, Eds.), *Serie: Las Ciencias Sociales* (Primera ed, Vol. 1). Retrieved from <http://www.uaim.edu.mx/Documentos/AportesRuralidad.pdf>

- Rouzier, P., & Kennedy, P. (1980). A guide to Econometrics. *Canadian Journal of Economics*, 13(4), 743. doi:10.2307/134661
- Ruiz, M., Borboa, M., & Rodríguez, J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Tlatemoani Revista académica de investigación*(13). Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- Salom, L., & Sepúlveda, M. (2012). Canales de distribución y estrategias de comercialización para la flor colombiana en los Estados Unidos: un marco conceptual. *Estudios Gerenciales*, 28(124), 191–228. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(12\)70222-X](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(12)70222-X)
- Schejtman, A. (1975). Elementos para una teoría de la economía campesina: pequeños propietarios y campesinos de hacienda. *El Trimestre Económico*, 42(2), 487-508.
- Schipmann, C., & Qaim, M. (2011). Supply chain differentiation, contract agriculture, and farmers' marketing preferences: the case of sweet pepper in Thailand. *GlobalFood*, 1(3), 1–38. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2011.07.004>
- Secretaría de la Unctad. (2015). *El papel de los pequeños agricultores en la producción y el comercio sostenibles de los productos básicos*. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Obtenido de [http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb62d9\\_es.pdf](http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb62d9_es.pdf)
- Segetlija, Z., & Dujak, D. (2010). Importance of Distribution Channels - Marketing Channels - for National Economy, 785–809. Retrieved from [http://bib.irb.hr/datoteka/529824.Segetlija\\_Dujak\\_Mesaric.pdf](http://bib.irb.hr/datoteka/529824.Segetlija_Dujak_Mesaric.pdf)

- Sen, A. (1993). *Capability and Well-being*. In *The Quality of Life*, edited by M. Nussbaum. (M. Nussbaum, & A. Sen, Edits.) Oxford Scholarship Online. doi:10.1093/0198287976.001.0001
- Senplades. (05 de Noviembre de 2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan\\_Nacional\\_para\\_el\\_Buen\\_Vivir.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf)
- Serrano, C. (07 de Febrero de 2017). *El Economista*. Obtenido de <http://www.economista.es/distribucion/noticias/8137681/02/17/El-ultimo-giro-de-la-trama-del-calabacin-y-la-berenjena-el-precio-de-las-hortalizas-en-origen-se-deploma.html>
- Shepherd, A. (2001). Interpretación y uso de la información de mercados. (FAO, Ed.) *Guía de extensión en comercialización*. Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/004/x8826S/x8826s00.pdf>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* (Decimocuarta edición ed.). (M.-H. Interamericana, Ed.) México D.F. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Stern, L., El-Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (1999). *Canales de comercialización*. España: Prentice Hall.
- Susniene, D., & Jurkauskas, A. (2009). The concepts of quality of life and happiness – Correlation and differences. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 1(3), 58–66. Retrieved from <http://internet.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/inzeko/63/1392-2758-2009-3-63-58.pdf>
- Szopa, P., & Pękała, W. (2012). Distribution channels and their roles. *Polish*

*Journal of Management Studies*, 6(1), 143–150. Retrieved from <http://oaji.net/articles/2014/1384-1415186087.pdf>

Tecnologías y Servicios Agrarios, S.A. (Tragsatec). (2012). *Canales cortos de comercialización en el sector agroalimentario*. Ministerio de agricultura y pesca, alimentación y medio ambiente. Obtenido de [http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/EstudioCCC\\_tcm7-272187.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/EstudioCCC_tcm7-272187.pdf)

Torres, C. (2012). La participación de las grandes cadenas de supermercados en las redes de comercialización de los pequeños productores. *Nueva antropología*, 25(77). Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-06362012000200006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-06362012000200006)

Tefera, T. (2014). Analysis of Chickpea Value Chain and Determinants of Market Options Choice in Selected Districts of Southern Ethiopia. *Journal of Agricultural Science*, 6(September), 25–40. <https://doi.org/10.5539/jas.v6n10p26>

Urquijo, M. (2014). La teoría de las capacidades en Amartya Sen. *Edetania*, (46), 63–80. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5010857.pdf>

Vallianatos, E. (19 de Marzo de 2015). *Los pequeños agricultores son los que alimentan al mundo*. Obtenido de <https://noticiasdeabajo.wordpress.com/2015/03/19/los-pequenos-agricultores-son-los-que-alimentan-al-mundo/>

Vander, D., & Camacho, P. (2004). *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. (Ruralter, Ed.) (Rosario Re). Quito: Intercooperation. Retrieved from <http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/70538f5d0010cf9175fedc>

a8dd61ebee.pdf

Vázquez, R., Maseda, M., & Gómez, I. (2011). Bienestar Y Felicidad: Relación Con La Renta Y El Capital Social En Países Europeos. *Revista Galega de Economía*, 20(extraord.), 1–29. Retrieved from [http://www.usc.es/econo/RGE/Vol20\\_ex/castelan/art9c.pdf](http://www.usc.es/econo/RGE/Vol20_ex/castelan/art9c.pdf)

Veenhoven, R. (1995). The cross-national pattern of happiness: Test of predictions implied in three theories of happiness. *Social Indicators Research*, 34(1), 33-68. doi:10.1007/BF01078967

Velázquez, E. (2012). *Canales de distribución y logística* (Primera edición ed.). México: Red Tercer Milenio S.C. Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Canales\\_de\\_distribucion\\_y\\_logistica.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf)

Vorley, B., Vergnes, E., & Barnett, A. (2013). *Agricultores de pequeña escala en el mercado globalizado: tomando decisiones en un mundo cambiante*. (I. I. for E. and D. (IIED), Ed.). La Paz: IIEED/Hivos/Mainumby. Retrieved from [http://www.rimisp.org/wp-content/files\\_mf/1377793224agricultoresdepequenaescalaenelmercadoglobalizadotomandodecisionesenunmundocambiante.pdf](http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1377793224agricultoresdepequenaescalaenelmercadoglobalizadotomandodecisionesenunmundocambiante.pdf)

Wooldridge, J. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data* (Second Edi). London: MIT Press. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/6bd0/adf734a194039061d085202808e5a0763289.pdf>

Xiong, Y., Yun, S., Xing, J., Huang, X., & Shu, W. (2014). An empirical study on evaluation of marketing channel risk in agricultural products via PCA and cluster analysis. *Advance Journal of Food Science and Technology*, 6(4), 552–557. <https://doi.org/10.19026/ajfst.6.72>

- Yaipén, R. (03 de Junio de 2011). *Agraria.pe*. Obtenido de <http://www.agraria.pe/noticias/pequenos-agricultores-seran-prioridad-para-el-mundo-1614>
- Zemtsov, A., & Osipova, T. (2015). Financial Wellbeing as a Type of Human Wellbeing: Theoretical Review. *Future Academy*, 385–392. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2016.02.49>
- Zhang, B., Fu, Z., Wang, J., Tang, X., Zhao, Y., & Zhang, L. (2017). Effect of householder characteristics, production, sales and safety awareness on farmers? choice of vegetable marketing channels in Beijing, China. *British Food Journal*, 119(6), 1216–1231. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2016-0378>
- Zhang, M., Kagatsume, M., & Yu, J. (2014). Market channel choice and its impact on farm household income: A case study of 243 apple farmers in Shaanxi province, China. *Japan Agricultural Research Quarterly*, 48(4), 433–441. <https://doi.org/http://doi.org/10.6090/jarq.48.433>

## 9 Apéndice

### 9.1 Apéndice A

#### Encuesta piloto



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  
Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas  
Unidad De Titulación Especial  
Carrera: Economía

Marque con (X) la alternativa que considere adecuada

#### 1. Género

Hombre	<input type="checkbox"/>
Mujer	<input type="checkbox"/>

#### 2. Estado civil del Campesino

Soltero	<input type="checkbox"/>
Casado	<input type="checkbox"/>
Viudo	<input type="checkbox"/>
Divorciado	<input type="checkbox"/>

#### 3. ¿Cuál es el nivel de educación alcanzado?

Educación no formal	<input type="checkbox"/>
Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

#### 4. Es dueño de tierras de cultivos agrícolas?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

#### 5. Cuántas hectáreas de cultivos tiene en total?

\_\_\_\_\_ Hectáreas

6. ¿Cuáles son los productos que usted trabaja en sus tierras?  
(Mencione 3 principales)


7. Indique el número de empleados que ayudan con el trabajo agrícola

Tipo de Empleado	Personas Particulares	Tiempo Completo	
		Tiempo Parcial	
	Miembros de Familia	Tiempo Completo	
		Tiempo Parcial	

8. Sus ingresos los recibe de manera:

Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Al término de la cosecha	

9. ¿Tiene seguro?

Si	
No	

10. ¿Qué tipo de seguro tiene?

General	
Campesino	

11. ¿Cuántas veces en el último año ha utilizado en seguro por tema de salud?

\_\_\_\_\_

12. Califique el nivel de facilidad o dificultad para vender su producción? (1= Muy fácil, 2= fácil, 3 difícil, 4= muy difícil)

1	
2	
3	
4	



**13. ¿Dónde vende sus productos?**

Lugar	Marque la apropiada	Razón
Mercado Local		
Mercado Urbano		
Otros Países (Exportación)		

**14. Por qué vende sus productos mediante ese eslabón?**

---

---

**15. ¿Qué Tiempo se demora en colocar el producto en ese mercado?**

---

**16. ¿Según la siguiente escala, Que tan de acuerdo está usted, con el precio establecido por su comprador? (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= De acuerdo, 4= Totalmente de acuerdo)**

1	
2	
3	
4	

**17. ¿Está de acuerdo con las limitaciones de compra establecidas por el intermediario? (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= De acuerdo, 4= Totalmente de acuerdo)**

1	
2	
3	
4	

**18. Qué hace con la producción que no vende?**

La pierde	
La deja para consumo familiar	
Vender a un precio más bajo	
Guardar y vender luego	
Otros	

## 9.2 Apéndice B

Encuesta dirigida a los pequeños productores del cantón Balzar, provincia del Guayas.



**Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**  
**Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas**  
**Unidad De Titulación Especial**  
**Carrera: Economía**

**Objetivo de la encuesta:** Identificar la incidencia que tiene la cadena de comercialización de los productos agrícolas en el bienestar de los pequeños agricultores.

**Marque con (X) la alternativa que considere adecuada.**

### 1. Género

Hombre	<input type="checkbox"/>
Mujer	<input type="checkbox"/>

### 2. Estado civil del Campesino

Soltero/a	<input type="checkbox"/>
Casado/a	<input type="checkbox"/>
Viudo/a	<input type="checkbox"/>

Divorciado/a	<input type="checkbox"/>
Separado/a	<input type="checkbox"/>
Unión libre	<input type="checkbox"/>

### 3. ¿Cuál es el nivel de educación alcanzado?

Nivel de educación	Completa	Incompleta
Educación básica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bachillerato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel técnico o tecnológico superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tercer nivel, de grado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Es dueño de tierras de cultivos agrícolas?

Si	
No	

5. ¿Cuántas hectáreas de cultivos tiene en total?

\_\_\_\_\_ Hectáreas

6. ¿Cuáles son los productos que usted siembra en sus tierras?  
(Mencione 3 principales)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Indique el número de empleados o familiares que ayudan con el trabajo agrícola

Tipo de Empleado	Personas Particulares	Tiempo Completo	
		Tiempo Parcial	
	Miembros de Familia	Tiempo Completo	
		Tiempo Parcial	

8. Los ingresos de los productos de sus cultivos los recibe de manera:

Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Al término de la cosecha	

9. ¿Tiene algún tipo de seguro?

Si	
No	

10. ¿Qué tipo de seguro tiene?

General	
Campesino	

11. ¿Cuántas veces en el último año ha utilizado el seguro por tema de salud?

\_\_\_\_\_

12. ¿Dónde vende los productos de su cultivo?

Lugar	Marce la opción indicada
Hacienda-Granja	
Mercado local (Consumo local)	
Mercado local (Minorista)	
Mercado local (Mayorista)	
Fuera del Cantón	
Otros países (Exportador)	

13. ¿Por qué vende sus productos de esta forma?

\_\_\_\_\_

14. Califique el nivel de facilidad o dificultad para vender su producción.  
(1= Muy fácil, 2= fácil, 3 difícil, 4= muy difícil)

1	
2	
3	
4	

15. ¿Qué dificultades presenta al momento de vender sus productos?

\_\_\_\_\_

16. ¿Qué tiempo se demora en colocar el producto en ese mercado?

\_\_\_\_\_

17. ¿Usted realiza alguna actividad para vender su producto?

Si	
No	

18. ¿Qué actividades realiza?

---

---

19. ¿Según la siguiente escala, Que tan de acuerdo se encuentra usted, con el precio establecido por su comprador? (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= De acuerdo, 4= Totalmente de acuerdo)

1	
2	

3	
4	

20. ¿Qué tan de acuerdo se encuentra con las limitaciones de compra establecidas por el intermediario? (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= De acuerdo, 4= Totalmente de acuerdo)

1	
2	
3	
4	

21. ¿Qué hace con la producción que no vende?

La pierde	
La deja para consumo familiar	
Vender a un precio más bajo	
Guardar y vender luego	
Otros	

### 9.3 Apéndice C

#### Encuestas a pequeños agricultores– Cantón Balzar





**Mercado mayorista Comercial “El Colorado”- Cantón Balzar – Zona maicera**



**Trabajo agrícola hacienda**



**Agricultura familiar cantón Balzar**



**Áreas de sembrío producto maíz**





## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Aráuz Cedeño, Fabiola Alejandra, con C.C: # 0932045818 autora del trabajo de titulación: Incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas previo a la obtención del título de Economista en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de septiembre del 2017.

f. \_\_\_\_\_

Aráuz Cedeño, Fabiola Alejandra

C.C: 0932045818



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Reyes Aguirre, Ronny Stalyn, con C.C: # 0923668404 autor del trabajo de titulación: Incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas previo a la obtención del título de Economista en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de septiembre del 2017.

f. \_\_\_\_\_

Reyes Aguirre, Ronny Stalyn

C.C: 0923668404



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Incidencia de los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas		
<b>AUTOR(ES)</b>	Fabiola Alejandra, Arauz Cedeño y Ronny Stalyn, Reyes Aguirre		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Erwin José, Guillén Franco		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Economía		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Economista		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	13 de septiembre del 2017	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	(125 páginas)
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Responsabilidad social, Actividad económica y agrícola, Investigación y emprendimiento.		
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	Bienestar, pequeños agricultores, cadena de comercialización, Balzar.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): 180 palabras			
<p>El presente trabajo de investigación tiene como objetivo identificar la incidencia que tienen los factores de la cadena de comercialización en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas, desarrollándose bajo una conceptualización descriptiva y correlacional; a través de la aplicabilidad de un modelo encuestas y entrevista. Dicho análisis se desarrolló en base a la teoría de las capacidades de Amartya Sen, expresando que el término <i>Bienestar</i> debe ser usado en un sentido amplio, y no solo incorporarse elementos de las teorías del bienestar que postulan como elemento primordial, la satisfacción de las necesidades o el placer (teoría utilitarista); sino que debe relacionarse con aspectos como las capacidades, las oportunidades, las ventajas y otros elementos no cuantificables que hacen referencia a la calidad de vida de las personas. Como principal conclusión, se determina que los factores como número de intermediarios y condiciones de compra inciden negativamente en el bienestar de los pequeños agricultores del cantón Balzar, provincia del Guayas; resultados convalidados a través del análisis de los datos obtenidos en el modelo de encuesta y entrevista.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-987339975 +593- 982537073	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:fabiolaarauz@hotmail.com">fabiolaarauz@hotmail.com</a> <a href="mailto:stalyn.reyes96@hotmail.com">stalyn.reyes96@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Segovia, Guillermo		
	<b>Teléfono:</b> +593-4- 2200804 ext.1609		
	<b>E-mail:</b> guillermo.guzman@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			