



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

MODALIDAD:

Proyecto de investigación

TÍTULO:

Mitigación de intermediarios en el sector agrícola-comercial caso: Recinto Cañales, Cantón

Pichincha

Autores:

Daza Palacios Carlos Alberto

Mendoza Giler Joffre Alejandro

UNIDAD ACADÉMICA:

Extensión Chone- Campus Pichincha

CARRERA:

Licenciatura en Agronegocios

TUTOR:

Ing. Klever Jordan Moreira Zambrano, Mg.

Pichincha, septiembre de 2026

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. Klever Jordan Moreira Zambrano Mg, docente de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone - Campus Pichincha, en calidad de Tutor.

CERTIFICO

Que el presente trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad proyecto de investigación, con el título: “Mitigación de intermediarios en el sector agrícola-comercial caso: Recinto Cañales, Cantón Pichincha” ha sido revisado exhaustivamente en varias sesiones de trabajo.

Las opciones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación es fruto de la perseverancia y originalidad de sus autores: *Daza Palacios Carlos Alberto* y *Mendoza Giler Joffre Alejandro*, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Pichincha, septiembre 2026



Ing. Klever Jordan Moreira Zambrano Mgtr.
Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe la presente: *Daza Palacios Carlos Alberto* y *Mendoza Giler Joffre Alejandro*, estudiante de la Carrera de Agronegocios, declaro bajo juramento que el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad proyecto de investigación, con el título: “Mitigación de intermediarios en el sector agrícola-comercial caso: Recinto Cañales, Cantón Pichincha”, previo a la obtención del Título de Grado de Licenciada en Agronegocios, es de autoría propia y ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros y consultado las referencias bibliográficas que incluyen en este documento.

Finalmente, la autora está de acuerdo en ceder los derechos de uso del presente trabajo a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, para que forme parte de su patrimonio intelectual e investigación científica.

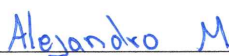
Pichincha, septiembre 2026



Daza Palacios Carlos Alberto

CI: 1307017226

AUTOR



Mendoza Giler Joffre Alejandro

CI: 1314567056

AUTOR



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE

CARRERA DE AGRONEGOCIOS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad proyecto de investigación con el título: “Mitigación de intermediarios en el sector agrícola-comercial caso: Recinto Cañales, Cantón Pichincha”, elaborado por los egresados DAZA PALACIOS CARLOS ALBERTO y MENDOZA GILER JOFFRE ALEJANDRO de la carrera de Agronegocios.

Pichincha, septiembre 2026

Lic. Rocío Bermúdez Cevallos. Mg
DECANA

Ing. Klever Jordan Moreira Zambrano. Mg
TUTOR

Dr. Charles Vera Granados. Mg
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Juan Ramón Moreira Saltos. Mg
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lic. Indira Zambrano Cedeño. Mgs
SECRETARIA

DEDICATORIA

Dedico este logro, en primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza, la sabiduría y la oportunidad de culminar esta importante etapa de mi vida.

A mis queridos padres, por su amor incondicional, sus sacrificios, sus enseñanzas y por ser el pilar fundamental que me impulsó a nunca rendirme. Todo lo que soy y este logro también les pertenece a ustedes. A mis hermanas, por su cariño, comprensión y por motivarme a seguir adelante en los momentos más difíciles. A mi novia, por estar siempre a mi lado, por su paciencia, apoyo incondicional, comprensión y por creer en mí incluso cuando el camino parecía difícil. Gracias por acompañarme en cada paso de este sueño.

A mis compañeros y amigos Josselyn Paladines, Jeancarlo Mantuano y Vanessa Miranda, por compartir conmigo esta etapa universitaria, por su amistad, trabajo en equipo y por el apoyo brindado durante este proceso académico.

Mendoza Giler Joffre Alejandro.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios por darme la fortaleza, salud y la oportunidad de culminar esta importante etapa de mi vida.

A mis padres, por su apoyo constante y sus valiosos consejos que me motivaron a seguir adelante con mis estudios y a nunca rendirme antes las dificultades. Gracias por creer siempre en mí y ser el pilar fundamental para alcanzar esta meta. A mis hijos, quienes son mi mayor inspiración para seguir luchando por mis sueños.

Daza Palacios Carlos Alberto

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a Dios por darnos la fuerza, la sabiduría y la resistencia necesarias para completar esta importante fase de nuestra educación profesional.

Agradecemos a nuestros padres y familiares por su amor, apoyo incondicional, comprensión y motivación constante, que son los principales pilares para lograr este objetivo.

Estamos profundamente agradecidos a nuestros docentes por su dedicación, orientación, paciencia y generoso intercambio de sus conocimientos y experiencias, que formaron la base de nuestra educación académica.

Agradecemos a todas las personas que de una forma u otra han contribuido con su apoyo y aliento para hacer posible este trabajo de investigación. Su confianza y valiosas contribuciones fueron esenciales para el logro de esta importante meta académica.

Y por último agradecemos a nuestra alma mater la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por brindarnos una educación académica de alta calidad y brindarnos las herramientas necesarias para nuestro crecimiento profesional y personal.

Mendoza Giler Joffre Alejandro

Daza Palacios Carlos Alberto

TÍTULO

Mitigación de intermediarios en el sector agrícola-comercial caso: Recinto Cañales, Cantón

Pichincha

RESUMEN

El objetivo general del proyecto de investigación fue buscar una alternativa que permita reducir el impacto que causan los intermediarios en el sector agrícola del recinto cañales del Cantón Pichincha. La investigación tuvo el aporte de las encuestas levantadas en sitio que permitió recabar información desde la realidad de los agricultores. Se evaluó el impacto socioeconómico que causa la venta de los productos agrícolas a los intermediarios. Los principales resultados demostraron que el Recinto Cañales es un sector dedicado a la agricultura y a su vez estos venden sus productos a través de intermediarios que llegan a la zona, en su mayoría desconocen los precios reales en el mercado de cada uno de los productos que cultivan. Se concluye que el desconocimiento y la falta de organización hacen que el impacto que causan los intermediarios sea enfocado a la socioeconomía de las familias dedicadas a la agricultura. El análisis demostró que la propuesta presentada en este proyecto de investigación que es la Creación de una asociación, es viable en cuanto a la necesidad eminente que existe en el Recinto cañales del Cantón Pichincha.

Palabras clave: Intermediarios, Agricultura, Socioeconómico, Agricultores, Asociación.

ABSTRACT

The main goal of the research project was to look for an alternative that allows reducing the impact caused by intermediaries in the agricultural sector of the Cañales area in Pichincha Canton. The research included surveys conducted on site, which made it possible to gather information directly from the reality of the farmers. The socioeconomic impact of selling agricultural products to intermediaries was evaluated. The main results showed that Cañales is an area dedicated to agriculture, and these farmers sell their products through intermediaries who come to the area; most of them do not know the real market prices for each of the products they grow. It is concluded that the lack of knowledge and organization means that the impact caused by intermediaries affects the socioeconomic situation of families engaged in agriculture. The analysis showed that the proposal presented in this research project, which is the creation of an association, is feasible considering the pressing need that exists in the Cañales Campus of Pichincha Canton.

Keywords: Intermediaries, Agriculture, Socioeconomic, Farmers, Association.

Keywords: Poultry, Nutrition, Yield, Feed, Growth.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	2
DECLARACIÓN DE AUTORIA.....	3
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	7
TÍTULO	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
ÍNDICE DE TABLAS	14
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	15
CAPITULO I	16
1. Introducción	16
1.1. Justificación	19
1.2. Perspectiva Teórica.....	20
1.2.1. Antecedentes de investigación.....	20
1.2.2. Bases Teóricas	22
CAPITULO 2.....	31
2. Metodología.....	31
2.1. Diseño teórico	31

2.1.1.	Definición de variables	31
2.1.2.	Objeto y campo de acción.....	31
2.1.3.	Operacionalización de variables	31
2.1.4.	Formulación del problema	31
2.1.5.	Objetivos.....	32
2.2.	Diseño Metodológico.....	33
2.2.1.	Enfoque de la investigación.....	33
2.2.2.	Alcance de la investigación	34
2.2.3.	Diseño de la investigación	34
2.2.4.	Población y muestra.....	35
2.2.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
2.2.6.	Procedimiento	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO III.....		36
3.	Resultados.....	36
3.1.	Discusión	44
CAPÍTULO IV		45
4.	Propuesta.....	45
4.1.	Conclusiones.....	48
4.2.	Recomendaciones	49

Bibliografía	50
Anexos.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *¿Como comercializa actualmente sus productos agrícolas?.* ¡Error! Marcador no definido.

Tabla 2. *¿Considera que los intermediarios pagan un precio justo por sus productos?.....* ¡Error! Marcador no definido.

Tabla 3. *¿Ha tenido dificultades para comercializar sus productos de forma directa?.....*36

Tabla 4. *¿Como comercializa actualmente sus productos agrícolas?.....*37

Tabla 5. *¿Estaría usted dispuesto a formar parte de una asociación agrícola en el sector cañales?*38

Tabla 6. *¿Qué beneficios considera que ofrecería una asociación agrícola?*38

Tabla 7. *¿Cuál considera que es el principal obstáculo para crear una asociación agrícola en su comunidad?.....*38

Tabla 8. *Esquema operativo del plan de acción para la Asociación de Agricultores Cañales - Pichincha*38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Comercialización de productos agrícolas en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 2. Los intermediarios y el precio justo.....	38
Gráfico 3. La comercialización directa de los productos.....	39
Gráfico 4. Comercialización de productos agrícolas en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha	40
Gráfico 5. Viabilidad de la creación de una asociación en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha	41
Gráfico 6. Beneficio de las Asociaciones Agrícolas.....	39
Gráfico 7. Dificultades para crear una asociación en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha	43

CAPITULO I

1. Introducción

El sistema de comercialización agrícola en Ecuador siempre ha tenido una estructura donde los intermediarios tienen un papel principal. Ellos conectan a los productores rurales con los mercados urbanos.

Por este motivo, podemos caracterizar la intermediación como la presencia de un tercero que no paga un precio justo, lo cual afecta no solo a la cadena de valor, sino también a la economía de las áreas rurales que dependen de la agricultura. La insuficiencia de mecanismos de control contribuye al crecimiento de la intermediación, de allí surge la necesidad de determinar el impacto social y económico que se produce en el sector agrícola. (Quezada, 2022)

Tener en consideración que “los intermediarios son quienes se llevan una mayor ganancia por esta negociación frente a los agricultores, quienes no tienen los medios y las condiciones adecuadas para distribuir sus productos a los mercados y supermercados del Ecuador.” (Folleco, 2021)

Según (Youry & Valdés, 2024) En las zonas rurales prolifera la agricultura familiar como forma de organización. La familia desempeña un papel esencial en la producción agroalimentaria, especialmente en el ámbito rural. Sin embargo, la agricultura familiar es un elemento crucial para la reactivación de las economías rurales, ya que asegura estabilidad y arraigo social y cultural, además de abrir perspectivas de desarrollo. Las familias dedicadas a la agricultura tienen la posibilidad de adoptar una nueva perspectiva sobre el comercio, lo que les permite mejorar su economía familiar.

La agricultura familiar es un factor clave en la reactivación para las economías rurales que garantiza estabilidad, arraigo cultural y social, así como horizontes de desarrollo, parte de las problemáticas en los productores agrícolas en la provincia de Manabí tiene que ver con la escasa gestión de los recursos económicos y la informalidad en el registro contable; limitaciones que van a incidir en el resto de los procesos de producción, transporte, comercialización y venta de los productos agrícolas (Youry & Valdés, 2024).

De forma particular, según estudios de (Hurtado, Lino, & Mora, 2022), parte de las problemáticas en los productores agrícolas en la provincia de Manabí tiene que ver con la escasa gestión de los recursos económicos y la informalidad en el registro contable; limitaciones que van a incidir en el resto de los procesos de producción, transporte, comercialización y venta de los productos agrícolas.

Manabí, está formada por 22 cantones, es una provincia cuya principal actividad económica es la producción agropecuaria. Provee de alimentos a las poblaciones asentadas en estos cantones, a otras provincias y para la exportación, ya sea de origen animal o vegetal, Por su amplitud se considera que, la producción agropecuaria de Manabí puede contribuir de manera eficiente al cambio de la matriz productiva del país, promover y fortalecer la agroindustria. A pesar de tener una superficie agropecuaria de 1.055.837 Ha, su producción agrícola se caracteriza por ser realizada por micro y pequeños productores que poseen en su mayoría menos dos hectáreas de tierra. Esta agricultura es artesanal, con bajos niveles de tecnología y considerada de subsistencia (Youry & Valdés, 2024)

Muchos productores agrícolas del Recinto Cañales, que se encuentra en el cantón Pichincha, necesitan de intermediarios para llevar sus productos al mercado y venderlos. Las dificultades que afrontan para vender sus cosechas de manera directa son, en gran medida, la causa

de esta situación. Estas dificultades incluyen el escaso acceso a mercados más grandes, la falta de transporte apropiado, la escasa organización entre los productores y el limitado conocimiento sobre tácticas de comercialización. Por esta razón, los agricultores a menudo venden sus productos a precios reducidos, frecuentemente por debajo de su valor real, lo cual disminuye significativamente sus beneficios. Esta problemática no solo impacta la economía de los productores, sino también el bienestar y las condiciones de vida de las familias que sobreviven gracias a la agricultura como su principal medio de subsistencia.

En este sentido es importante señalar que:

El escaso poder de negociación es un elemento que afecta a los pequeños agricultores en comunidades rurales y beneficia al mismo tiempo a los intermediarios, el agricultor es quien se ve en la obligación de aceptar los condicionamientos y ofertas emitidas por las personas que disponen de capital para tratar de negociar por volumen sus productos. Hay que considerar que los agricultores desde el punto de vista económico deben de cubrir costos como: mantenimiento de maquinaria, tierras, cosechas, mano de obra, químicos, movilización entre otros. (Carreño, 2021)

En la presente investigación, se busca examinar las dificultades de intermediación en el sector agrícola-comercial del Recinto Cañales y sugerir opciones factibles que ayuden a reducir la dependencia de intermediarios. Además, su objetivo es identificar las razones principales que conducen a esta circunstancia, analizar sus impactos económicos y sociales y establecer tácticas que promuevan una relación comercial más equitativa entre los productores y los consumidores. Para los autores (Youry & Valdés, 2024), sin un sector agropecuario moderno, con un sistema empresarial eficiente que produzca los alimentos necesarios para la población, no será posible el desarrollo económico. De igual manera, resultan diversos los postulados justifican y priorizan a la producción -comercialización agrícola.

1.1. Justificación

La intermediación en el sector agrícola tiene un impacto directo en la economía de las familias que se dedican a la agricultura, lo cual provoca desigualdad económica y limita el desarrollo rural. Este último punto es especialmente importante, ya que estas familias son la base de la cadena alimenticia. Debemos considerar que los intermediarios suelen establecer precios de compra bajos y se quedan con una gran parte del valor final cuando el producto llega al mercado. Por otro lado, los agricultores apenas logran cubrir sus costos de producción; además, debido a que los productos perecederos no pueden almacenarse por mucho tiempo, están forzados a venderlos inmediatamente a precios injustos para garantizar algo de liquidez.

En muchas ocasiones, la cadena cuenta con más de un intermediario, lo cual aumenta significativamente el precio para el consumidor final sin que ese dinero adicional beneficie al sector agrícola. Esto sucede porque el agricultor no tiene contacto directo con el consumidor o el mercado final, por lo que no conoce las tendencias de consumo y las demandas reales en cuanto a calidad o tipo de producto. Para los autores (Melissa, Diana, Lina, & Javier, 2021) en el estudio de caso realizado mencionan que las estrategias de mercados de productos agrícolas con la participación de intermediarios (manejada por personas o instituciones) incrementan los precios para el consumidor final al tiempo que disminuyen las utilidades para el productor.

La productividad agrícola de los agricultores del Recinto Cañales es alta, pero el precio de sus productos es bajo porque dependen de intermediarios comerciales. Por esta razón, el objetivo de la investigación actual es beneficiar a los agricultores de este recinto, dándoles a conocer estrategias para que puedan mejorar la comercialización de sus productos. Es importante mencionar que disminuir el número de intermediarios podría incrementar las ganancias económicas de los agricultores y potenciar el desarrollo local.

El acceso directo a los productores agrícolas del Recinto Cañales y la disponibilidad de datos vinculados al tema hacen factible el estudio, lo cual nos posibilita un acercamiento a la realidad de las familias que se dedican a la agricultura en esta zona.

1.2. Perspectiva Teórica

1.2.1. Antecedentes de investigación

“Históricamente, la producción agrícola ha desempeñado un rol fundamental dentro de la economía ecuatoriana, puesto que el país es un importante exportador de productos no petroleros de alta calidad.” (Margarita, 2025)

La participación del campesinado en la producción y comercialización de productos agrícolas en América Latina ha estado caracterizada por los procesos de despojo, control y marginación. Este esquema ha sido criticado por Dussel, quien destaca la complejidad de la estructura de subordinación e intermediación. Esta estructura ha evolucionado desde la colonia, y hoy en día toma un rango relevante dentro del ciclo económico, especialmente en lo referente al comercio de productos en regiones con barreras geográficas, idiomáticas y de conocimiento. (Margarita, 2025)

La autora Cabrera Margarita en su trabajo de investigación, mantiene que es importante comercializar los productos agrícolas. Aunque la producción de estos es lo que mantiene la cadena alimentaria, contribuyendo a una nutrición equilibrada de las especies vivas. (Margarita, 2025)

La agricultura familiar fue definida por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) como el espacio en el que la familia y el rancho están vinculados, forman parte de un proceso conjunto y suman en un único haz económico los criterios ambientales y culturales. De este modo, la AFC no solo se presenta como un sistema de producción

y reproducción de la economía, sino también de saberes ancestrales y prácticas conservativas. (Margarita, 2025)

Se puede decir que la agricultura no es solo una cuestión de conceptos básicos; hay que incorporar los saberes ancestrales que han sido pasados de generación en generación. Esta conceptualización también revela la relación entre el tema y el factor económico, no solo de las familias, sino también de comunidades o pueblos que se dedican a la agricultura.

En Latinoamérica y en Ecuador esta situación se ha vuelto especialmente preocupante, puesto que aun cuando existen regiones productoras, persisten una serie de problemas como el proceso de intermediación, debido al el virtual abandono del Estado, cuyas políticas públicas ignoran a los agricultores de la AFC. Esa es la realidad actual del agro nacional y se han agudizado los escasos recursos asignados para este sector. (Margarita, 2025)

La provincia cuenta con condiciones climáticas y geográficas favorables para las actividades agro-productivas, la falta de inversión en tecnología y en prácticas agrícolas modernas limita su potencial productivo. Problemas como el uso insostenible de los recursos hídricos y la degradación del suelo afectan, a largo plazo, la capacidad de la provincia para sostener estas actividades de manera rentable y sostenible. (Juan & Xiomara, 2024)

El sector agropecuario, que es la principal fuente de trabajo, sigue cumpliendo un papel crucial; no obstante, a pesar de lo relevante que es, se enfrenta a obstáculos que impiden su adecuado crecimiento.

El Comercio Justo es hoy en día un sistema de comercio alternativo, solidario y social para los productores que tienen menos ventajas en la dinámica comercial. Por eso hay un movimiento mundial de productores cuyos productos se pueden comprar a precios razonables en varios lugares

convencionales. El comercio justo se constituye en un importante componente estratégico para mejorar el sistema de comercialización de productos agrícolas. (Juan, Víctor, & Yolanda, 2021)

1.2.2. Bases Teóricas

1.2.2.1 Concepto e importancia del Sector Agrícola

Conceptualización de la agricultura

La agricultura es una actividad económica y productiva orientada a cultivar la tierra y producir alimentos, fibras, materias primas y otros bienes necesarios para satisfacer las necesidades humanas. Esta actividad incluye una serie de procesos que están vinculados con la utilización de los recursos naturales, la producción de plantas y animales, así como la administración sostenible de los sistemas agroalimentarios. “La agricultura constituye uno de los pilares fundamentales para la seguridad alimentaria, el desarrollo económico y la reducción de la pobreza en las zonas rurales” (FAO, El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020, 2020)

Además, la agricultura es fundamental para la sustentabilidad social y medioambiental porque ayuda a proveer alimentos a la población global, promueve el crecimiento de las comunidades rurales y crea puestos de trabajo. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), una agricultura sostenible debe satisfacer las necesidades alimentarias actuales y futuras, garantizando al mismo tiempo la rentabilidad económica, la protección del medio ambiente y la equidad social (FAO, El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020: Superar los desafíos relacionados con el agua en la agricultura, 2020)

Hoy en día, el sector agrícola afronta retos vinculados con la necesidad de aumentar la productividad de forma sostenible, la degradación de los recursos naturales, el cambio climático y el hecho de que la población sigue creciendo. Por ello, la modernización de los sistemas productivos, la incorporación de tecnología y el fortalecimiento de las cadenas de valor se han convertido en elementos clave para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la agricultura (FAO, El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020: Superar los desafíos relacionados con el agua en la agricultura, 2020).

Característica del sector agrícola

Una de las características más sobresalientes del sector agrícola es la dependencia de los recursos naturales y climáticos. El rendimiento y la producción agrícola se ven directamente afectados por factores como la calidad del suelo, la cantidad de precipitaciones, la disponibilidad de agua y las variaciones en el clima. “Por esta razón, la agricultura es considerada una actividad vulnerable a fenómenos ambientales y al cambio climático, lo que exige la implementación de prácticas sostenibles para garantizar la continuidad de la producción alimentaria” (FAO, El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020: Superar los desafíos relacionados con el agua en la agricultura, 2020)

Otra característica relevante es la participación de múltiples actores dentro de la cadena productiva, incluyendo productores, intermediarios, transportistas, comercializadores y consumidores. La interacción entre estos actores determina la eficiencia de los procesos de producción y comercialización. Asimismo, el sector agrícola presenta una alta heterogeneidad, ya que está conformado por pequeños, medianos y grandes productores con diferentes niveles de acceso a tecnología, financiamiento e infraestructura (Robert, 2021)

Por último, la relevancia del sector agrícola en las cadenas de valor es un rasgo esencial. “La producción agrícola no se limita únicamente al cultivo de productos, sino que involucra procesos de transformación, almacenamiento, transporte y comercialización que generan valor agregado y fortalecen la competitividad de los productores en los mercados nacionales e internacionales” (Gabriel & Múnera, 2021)

La teoría de las cadenas de valor también sostiene que los productores pueden integrarse más en la comercialización y en la adición de valor para lograr una distribución más equitativa de las ganancias económicas. En este sentido, el fortalecimiento de asociaciones, cooperativas y sistemas de comercialización directa contribuye a mejorar la competitividad y la rentabilidad del sector agrícola (Gabriel & Múnera, 2021) De igual forma, la gestión eficiente de la cadena de suministro favorece la coordinación entre los diferentes actores del mercado, permitiendo optimizar los procesos de distribución y reducir los costos de comercialización. (Leyla, 2021)

“Por ello, el fortalecimiento de la cadena de valor se ha convertido en una estrategia clave para promover una distribución más equitativa de los beneficios económicos y mejorar los ingresos de los agricultores” (Gaudin & Padilla, 2020) en referencia a lo cita se menciona que el sector agrícola tiene un rol estratégico en la economía por su aporte a la creación de empleo, el desarrollo del territorio y la producción alimentaria. La agricultura no solo asegura la seguridad alimentaria de la población, sino que también es un recurso significativo de ingresos para las familias rurales.

1.2.2.2 Intermediarios del sector agrícola

Conceptualización de los intermediarios

Los intermediarios en la agricultura son los agentes que intervienen en el proceso de venta entre quienes producen y los consumidores finales o los mercados mayoristas, cuya tarea esencial

es hacer más sencillo el tránsito de productos agrícolas desde las unidades productivas hasta los mercados donde se consumen.

Los intermediarios son aquellos agentes que captan los productos de las fuentes primarias (productores) y los conducen hacia el consumidor final, estos ejercen labores de compra y venta, acopio, logística, transporte y entrega de los productos. Los intermediarios no solo participan en la comercialización y el acceso a los alimentos en diferentes regiones, sino que también ponen reglas en las negociaciones y crean ambientes de comercio a sus medidas. (Melissa María Acosta Agudelo D. P., 2023)

Desde la perspectiva de la comercialización agrícola, el intermediario es un método que disminuye los gastos de transacción que resultan de la dispersión geográfica de los productores, particularmente los agricultores pequeños. Estos últimos suelen tener dificultades para llegar directamente a mercados mayoristas, supermercados o industrias agroalimentarias. En este sentido se señala que “la débil integración a la hora de producir y comercializar genera falencias para negociar con los intermediarios y proveedores de bienes y servicios.” (Alexander & Pilar, 2024)

No obstante, varias investigaciones recientes apuntan que la intermediación puede tener efectos adversos si hay una asimetría de información significativa entre los productores y los intermediarios. En numerosos mercados agrícolas tradicionales, los intermediarios tienen más acceso a información acerca de precios, demanda y condiciones comerciales. Esto les brinda una posición predominante en el proceso de negociación. Es relevante buscar, “una oportunidad para que los productores reciban una compensación más justa por sus productos, ya que reducen la fragmentación de la cadena de valor y, por lo tanto, la proporción de valor capturado por intermediarios”. (Verenice, Alfredo, & Carlos, 2024)

Tipos de Intermediarios

Los intermediarios de la agricultura son los que intervienen en el proceso de comercialización de productos del sector agropecuario, llevando a cabo tareas que simplifican el transporte de mercancías desde las unidades productivas hasta el cliente final. Según las tareas que realizan a lo largo de la cadena de comercialización, estos intermediarios pueden dividirse en mayoristas, minoristas, distribuidores, acopiadores y agentes o corredores comerciales. Debemos de considerar que “los intermediarios han logrado controlar el mercado, poner condiciones y definir metodologías de comercialización, en parte, esto es debido a que ellos interfieren en las dinámicas de acopio, transporte y logística para el comercio de las frutas y hortalizas.” (Melissa María Acosta Agudelo D. P., 2021)

“La presencia de los intermediarios repercute en la sostenibilidad y generación de ingresos especialmente de pequeños y medianos productores debido a que afecta su capacidad de negociación”. (Melissa María Acosta Agudelo D. P., 2021)

Acopiadores: “Los acopiadores cumplen un papel fundamental al facilitar la circulación de bienes agrícolas desde las zonas productoras hasta los centros de consumo.” (Flores, La gestion de cadena de suministro para la conformación de la red de comercialización en micro, pequeñas y medianas empresas del sector agrícola., 2022) En resumen, son los que forman parte de la cadena de comercialización agrícola al recolectar, concentrar, almacenar temporalmente y repartir productos que vienen de pequeños y medianos productores. Esto posibilita reunir cantidades adecuadas para facilitar su transporte hacia mercados mayoristas, firmas procesadoras u otros compradores. Su rol más importante es conectar la producción primaria con los otros elementos de la cadena de suministro, disminuyendo los problemas vinculados con el transporte, las negociaciones y el acceso al mercado.

Comerciantes Mayoristas: “Los comerciantes mayoristas agrícolas cumplen funciones de compra, concentración y distribución de productos agropecuarios, actuando como intermediarios entre productores y consumidores finales.”. Con la información en el párrafo anterior señalamos que un mayorista es un individuo o una empresa que se dedica a adquirir productos de manera directa y en volumen elevado a productores, intermediarios o fabricantes. Después los revende a otros distribuidores, comerciantes o empresas.

Comerciantes Minoristas: Los comerciantes al por menor constituyen el último eslabón antes del usuario en el sector agrario, porque permiten que la gente acceda a productos frescos y favorecen la dinámica económica de los mercados locales. Además este término está definido desde la terminología legal en el Ecuador considerando a comerciante minorista es la persona natural que realiza actividades de comercio y distribución de bienes o servicios, de manera personal, ambulante o fija, habitual o temporal, para generar sus propios ingresos, siempre que su capital de operación no supere los 36 salarios básicos unificados del trabajador privado (Asamblea, 2022).

Distribuidores Logísticos: “Los distribuidores logísticos agrícolas facilitan el transporte, almacenamiento y entrega de productos agropecuarios, fortaleciendo la conexión entre los diferentes eslabones de la cadena comercial”. (Flores, Gestión de la cadena de suministro en la comercialización de productos agrícola en Ecuador., 2021)

La economía y los intermediarios en el Sector Agrícola

La agricultura es uno de los sectores económicos más relevantes para el progreso de las naciones, ya que ayuda a garantizar la seguridad alimentaria, a crear puestos de trabajo y a proveer materias primas para varias industrias.

Desde un punto de vista económico, la existencia de intermediarios en el área agrícola está vinculada con el requerimiento de organizar las actividades de acceso a los mercados, transporte, almacenamiento y comercialización. “Los intermediarios cumplen funciones importantes dentro de las cadenas de valor agropecuarias, especialmente cuando los productores enfrentan limitaciones tecnológicas, logísticas o de acceso a información” (Gaudin & Padilla, 2020). No obstante, si los productores dependen en gran medida de estos actores, podría disminuir su participación en el valor que genera la cadena comercial, lo cual afectaría sus ingresos y su habilidad para negociar.

Además, la dependencia de los productores con los intermediarios suele vincularse a restricciones en el acceso a información sobre la capacidad organizativa, el transporte, el almacenamiento y el mercado. La capacidad de negociación de los agricultores puede verse disminuida y su vulnerabilidad económica incrementada debido a estas circunstancias. Por ello, diversas investigaciones destacan la importancia de fortalecer las capacidades productivas y comerciales de los productores mediante asociaciones, cooperativas y mecanismos de comercialización directa (Leyla, 2021)

La administración de la cadena de suministro agrícola es otra faceta importante. Esta incluye la gestión eficaz de las tareas vinculadas a la producción, almacenamiento, distribución y venta de productos agrícolas. Una correcta gestión posibilita la reducción de pérdidas, el perfeccionamiento de los procesos logísticos y la mejora de la competitividad sectorial. En este sentido, (Leyla, 2021) sostiene que la gestión eficiente de la cadena de suministro favorece el desarrollo de estrategias orientadas a mejorar la comercialización agrícola tanto en los mercados nacionales como internacionales.

1.2.2.3 Cadena de Valor

El sector Agrícola en la Cadena de Valor.

Para entender cómo los diversos participantes contribuyen a la creación de valor en un sistema productivo, la cadena de valor es una herramienta esencial. En el sector agrícola, la cadena de valor integra las actividades relacionadas con la producción, transformación, almacenamiento, transporte, comercialización y distribución de productos agropecuarios hasta llegar al consumidor final. Su análisis permite identificar oportunidades de mejora, incrementar la eficiencia de los procesos productivos y fortalecer la competitividad de los productores en los mercados nacionales e internacionales (Alex, Diana, & Janett, 2024).

En el sector agrícola, la cadena de valor es importante porque tiene el potencial de optimizar la coordinación entre los distintos eslabones productivos. La sinergia entre los actores implicados reduce los gastos de transacción, mejora el flujo de información, permite acceder más fácilmente a los mercados y aumenta las posibilidades de innovación tecnológica. Estos beneficios contribuyen directamente al fortalecimiento de la productividad agrícola y al desarrollo económico de las zonas rurales (Jaramillo & Espinoza, 2022)

1.2.2.4. Asociatividad y cooperativas agrícolas para reducir la intermediación.

La asociatividad y las cooperativas agrícolas son métodos esenciales para disminuir la intermediación en el sector agrícola, pues posibilitan que los productores vendan sus productos de forma colectiva y accedan directamente a mercados más lucrativos. Al organizarse, los agricultores fortalecen su capacidad de negociación, disminuyen los costos de comercialización y captan una mayor proporción del valor generado por sus productos (Lessie & Jorge, 2021)

(Bayron, Holmes, & Mario, 2021) señalan que los modelos asociativos agropecuarios permiten integrar a los productores mediante mecanismos de cooperación, facilitando la gestión empresarial, la comercialización conjunta y el fortalecimiento de las economías rurales.

En el sector agrícola, la cooperatividad permite que los productores participen colectivamente en actividades como el acopio, transformación, almacenamiento y comercialización de sus productos. (FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2022)

CAPITULO 2

2. Metodología

2.1. Diseño teórico

2.1.1. *Definición de variables*

Variable independiente: Creación de una asociación agrícola

Variable dependiente: Mitigación de la intervención de intermediarios en el sector agrícola-comercial

2.1.2. *Objeto y campo de acción*

Objeto de estudio: Efecto de la mitigación de intermediarios en el sector agrícola

Campo de acción: Caso comercial: Recinto Cañales, Cantón Pichincha

2.1.3. *Operacionalización de variables*

La operacionalización de las variables permitió establecer con los efectos positivos que se tiene en las familias dedicadas a agricultura del Recinto Cañales del Cantón Pichincha, relacionado con el factos económico y social. Obteniendo como propuesta viable la creación de una Asociación agrícola, teniendo esta como función la comercialización de los productos obtenidos en la zona. La tabla con el detalle de la operacionalización de las variables se presenta en los **Anexos** de este documento.

2.1.4. *Formulación del problema*

Problema general

¿Cómo mejorar la comercialización de los productos agrícolas en recinto cañales del cantón Pichincha?

Problemas específicos

- ¿Cómo afecta la económica de las familias agrícolas del recinto Cañales del cantón pichincha al comercializar sus productos a través de intermediarios?
- ¿De qué manera la falta de información sobre precios de mercado y de acceso a canales de comercialización influyen en los bajos precios de los productos?
- ¿Qué estrategias de comercialización podrían implementarse para disminuir la participación de los intermediarios agrícolas en el recinto Cañales del cantón Pichincha?

2.1.5. Objetivos

Objetivo general

Crear una estrategia de comercialización que ayude a reducir la dependencia de los intermediarios y a incrementar los ingresos de los agricultores del recinto Cañales, en el cantón Pichincha.

Objetivos específicos

- Analizar el grado de organización de los agricultores del recinto Cañales y cómo afecta esto su capacidad para vender sus productos directamente.
- Evaluar cómo la ausencia de información acerca de los precios en el mercado y la escasez de acceso a vías comerciales afecta las ganancias de los agricultores del recinto Cañales.

- Proponer una estrategia de comercialización que limite la intervención de distribuidores y aumente las ganancias de los agricultores del recinto Cañales, en el cantón Pichincha.

Hipótesis general

La creación de una asociación agrícola disminuye la participación de intermediarios en la venta de productos del campo, lo que aumenta las ganancias para los productores de Cañales, en el cantón Pichincha.

Hipótesis específicas

- H1: Los agricultores del Recinto cañales no están familiarizados con estrategias de venta.
- H2: La creación de una asociación agrícola refuerza la organización de los productores del recinto Cañales, facilitando el acceso a información acerca de precios en el mercado y a vías para la comercialización.
- H3: La implementación de estrategias de comercialización a través de una asociación agraria reduce la intervención de los intermediarios y eleva las ganancias de los productores.

2.2. Diseño Metodológico

2.2.1. Enfoque de la investigación

La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo, la cual nos permitirá entender en profundidad la problemática que surge debido a la intervención de intermediarios en la venta de productos agrícolas.

Este enfoque permitió la recolección y análisis de datos numéricos es la base del enfoque cuantitativo, nos posibilita evaluar el total de productores impactados y la rentabilidad de las transacciones con intermediarios.

Según Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (2014), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis mediante la medición numérica y el análisis estadístico, permitiendo establecer relaciones entre variables y formular conclusiones fundamentadas.

2.2.2. Alcance de la investigación

Dado que el estudio tiene un enfoque descriptivo, podrá determinar la situación de la comercialización de productos agrícolas hasta el momento. Esto se logrará por medio del análisis de la intervención de los intermediarios y su efecto en sus ingresos.

Además, tiene un significado propositivo, dado que se elaborará una propuesta enfocada en la formación de una asociación agraria como táctica para disminuir la intervención de los intermediarios, con el objetivo de robustecer la venta directa y optimizar las finanzas de las familias que se dedican a la agricultura.

2.2.3. Diseño de la investigación

El estudio se llevará a cabo con un diseño no experimental, las variables que se examinaron no fueron manipuladas deliberadamente; se recolectó información de la realidad del recinto Cañales, ubicado en el cantón Pichincha, por este motivo también se considera como un estudio de campo ya que se recolectaron información directamente de los productores agrícolas a través del método de encuestas, con el fin de evaluar la condición actual de los productores y examinar la problemática existente para sugerir estrategias de mejora.

2.2.4. Población y muestra

La población de familias dedicadas a la agricultura en el recinto cañales del cantón Pichincha está conformada por 200 familias que cumplen con las características establecidas para la investigación. La muestra se determinó mediante la fórmula para poblaciones finitas, considerando una población de 200 individuos, un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 10%. El cálculo dio como resultado una muestra de 66.

Cálculo del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se empleó la fórmula para poblaciones finitas:

Donde:

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

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población (200).

Z = Nivel de confianza del 95% = 1,96.

p = Probabilidad de ocurrencia = 0,50.

q = Probabilidad de no ocurrencia = 0,50.

e = Margen de error = 0,10.

n=66 participantes

2.2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada para la recolección de información fue la encuesta a través del instrumento de investigación cuestionario, mismo que nos permitirán informaciones relevantes

sobre la comercialización agrícola y la participación de intermediarios, así como la factibilidad de implementar estrategias de organización productiva en el recinto Cañales del cantón Pichincha. A continuación, se detalla el instrumento a utilizar.

Cuestionario:

Estuvo compuesto por preguntas de selección múltiple dirigidas a los productores agrícolas, el fin de este instrumento es recopilar información cuantitativa relacionada con los canales de comercialización utilizados en la actualizada, así como la intervención de intermediarios, los ingresos obtenidos y la percepción sobre la creación de una asociación agrícola.

CAPÍTULO III

3. Resultados

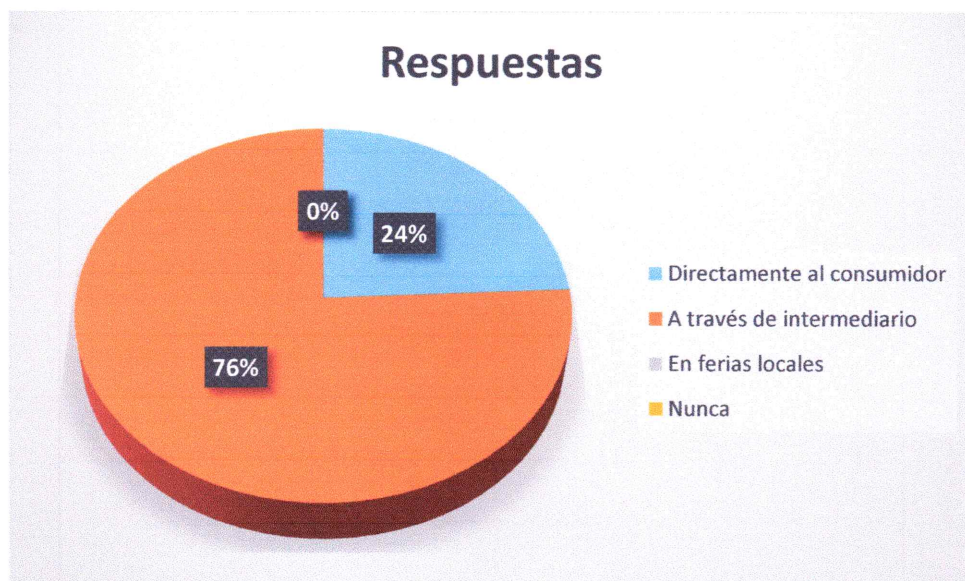
Los resultados obtenidos de la encuesta en territorio son los siguientes:

Tabla 1. *¿Como comercializa actualmente sus productos agrícolas?*

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Directamente al consumidor	16	24%
A través de intermediario	50	76%
En ferias locales	0	0%
Nunca	0	0%
Total	66	100%

Elaborado por: Autores del proyecto.

Gráfico 1. Comercialización de productos agrícolas en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha



Elaborado por: Autores del proyecto.

De los 66 agricultores encuestados, 50 (75,76%) afirmaron que comercializan sus productos a través de intermediarios, mientras que 16 (24,24%) afirmaron que venden directamente al consumidor.

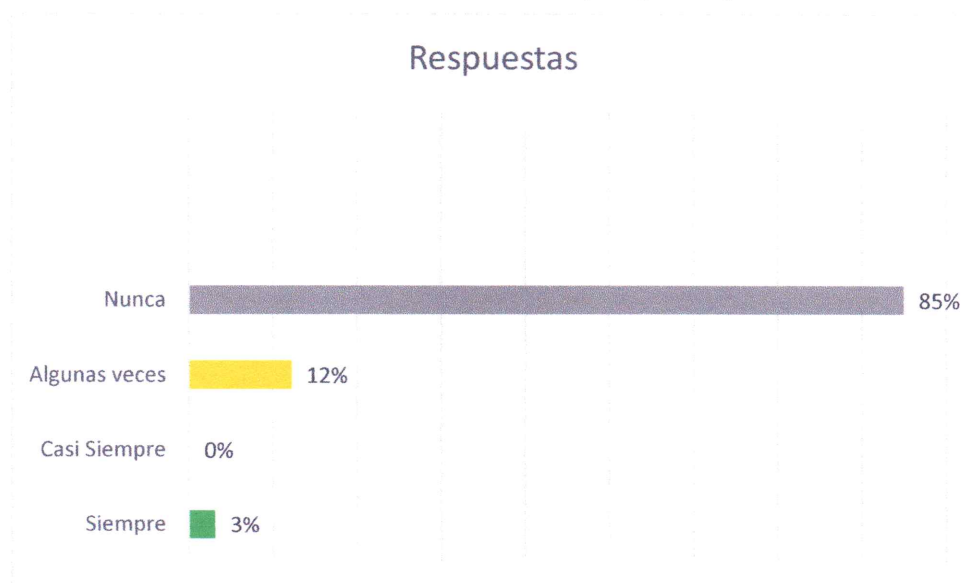
No se registraron respuestas para las opciones “en ferias locales” o “nunca”.

Tabla 2. *¿Considera que los intermediarios pagan un precio justo por sus productos?*

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Siempre	2	3%
Casi Siempre	0	0%
Algunas veces	8	12%
Nunca	56	85%
Total	66	

Elaborado por: Autores del proyecto.

Gráfico 2. Los intermediarios y el precio justo.



Elaborado por: Autores del proyecto.

Los resultados muestran que 56 agricultores (85%) indicaron que nunca obtienen un precio justo por sus productos, 8 agricultores representados por el (12%) indicaron que a veces reciben un precio justo, pero sólo 2 agricultores que representa un (3%) indicaron que siempre reciben un precio justo. En la opción "casi siempre", no se registraron respuestas.

Estos resultados reflejan una negativa predominantemente de la razonabilidad del precio recibido por los productores, lo que sugiere desequilibrios en la cadena comercial y el poder de negociación de los agricultores.

Tabla 3. *¿Ha tenido dificultades para comercializar sus productos de forma directa?*

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Si	60	91%
No	6	9%
Total	66	100%

Elaborado por: Autores del proyecto.

Gráfico 3. La comercialización directa de los productos.



Elaborado por: Autores del proyecto.

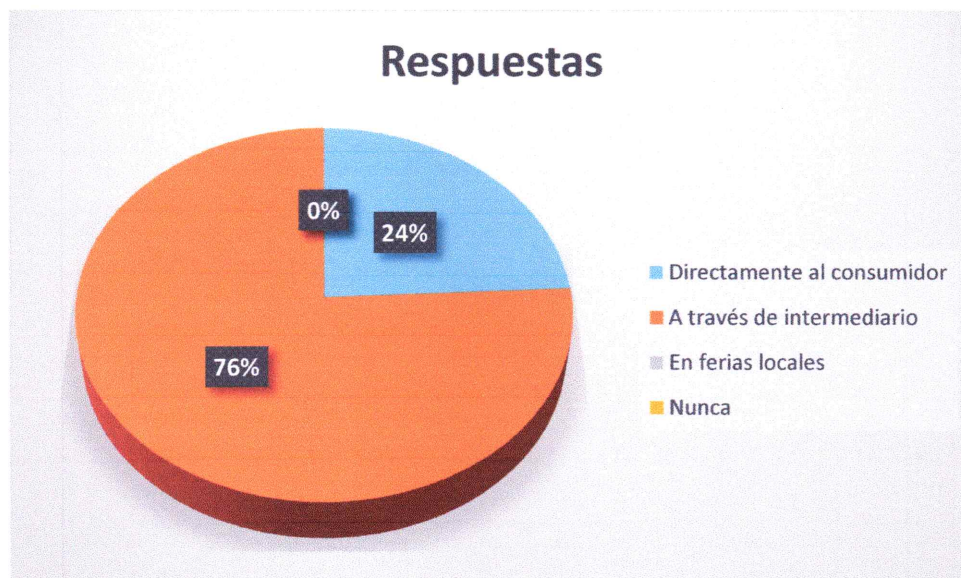
Los resultados muestran que 60 agricultores (90,91%) indicaron que habían experimentado dificultades para comercializar directamente sus productos, mientras que sólo 6 agricultores (9,09%) indicaron que no enfrentaron este tipo de inconvenientes. Estos resultados muestran que la mayoría de los productores enfrentan barreras de acceso directo a los mercados, lo que fomenta la dependencia de intermediarios y limita las oportunidades de obtener mejores precios para sus productos.

Tabla 4. *¿Como comercializa actualmente sus productos agrícolas?*

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Directamente al consumidor	16	24%
A través de intermediario	50	76%
En ferias locales	0	0%
Nunca	0	0%
Total	66	100%

Elaborado por: Autores del proyecto.

Gráfico 4. Comercialización de productos agrícolas en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha



Elaborado por: Autores del proyecto.

De los 66 agricultores encuestados, 50 (75,76%) afirmaron que comercializan sus productos a través de intermediarios, mientras que 16 (24,24%) afirmaron que venden directamente al consumidor.

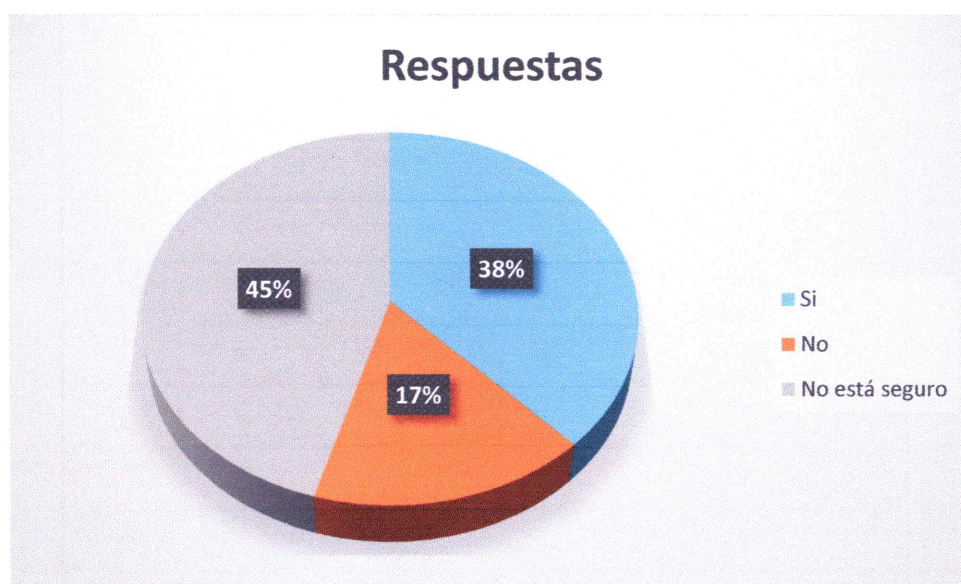
No se registraron respuestas para las opciones “en ferias locales” o “nunca”.

Tabla 5. *¿Estaría usted dispuesto a formar parte de una asociación agrícola en el sector cañales?*

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Si	25	38%
No	11	17%
No está seguro	30	45%
Total	66	100%

Elaborado por: Autores del proyecto.

Gráfico 5. Viabilidad de la creación de una asociación en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha



Elaborado por: Autores del proyecto.

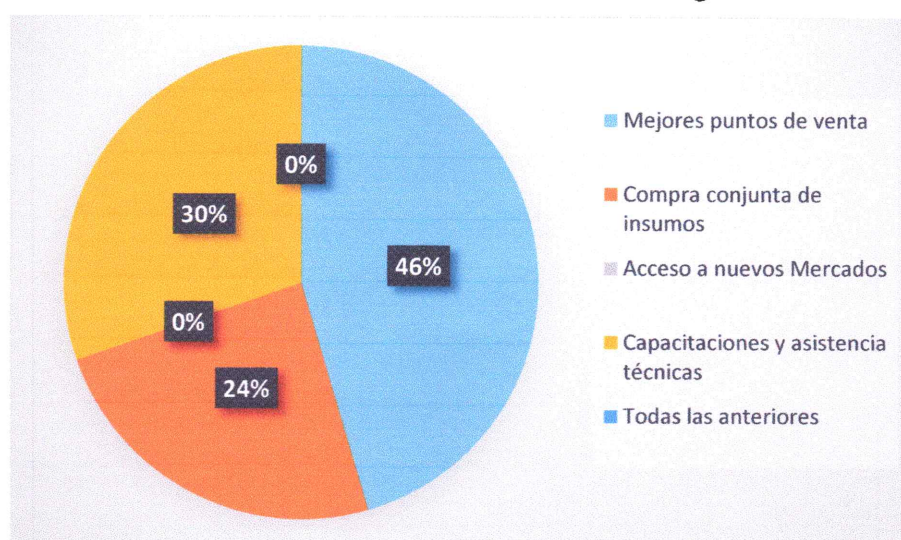
De los 66 productores encuestados, con relación a la pregunta 5 se obtuvo que el 45% respondió "No está seguro", el 38% indicó "Sí" y el 17% respondió "No". Estos resultados evidencian que, aunque existe disposición para participar en una asociación, muchos productores aún mantienen dudas sobre los beneficios económicos concretos que esta podría generar.

Tabla 6. *¿Qué beneficios considera que ofrecería una asociación agrícola?*

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Mejores puntos de venta	30	45%
Compra conjunta de insumos	16	24%
Acceso a nuevos Mercados	0	0%
Capacitaciones y asistencia técnicas	20	30%
Todas las anteriores	0	0%
Total	66	100,00%

Elaborado por: Autores del proyecto.

Gráfico 6. Beneficio de las Asociaciones Agrícolas



Elaborado por: Autores del proyecto.

La encuesta realizada a 66 productores, en referencia a la pregunta 6, se evidencia que el beneficio más valorado es la posibilidad de acceder a mejores puntos de venta, opción seleccionada por 30 productores (45%). En segundo lugar, 20 productores (30%) consideran que una asociación brindaría capacitaciones y asistencia técnica, lo que demuestra el interés de una parte importante de los encuestados por fortalecer sus conocimientos y mejorar sus procesos de producción. Asimismo, 16 productores (24%) identifican como principal beneficio la compra conjunta de insumos, lo que evidencia que reconocen las ventajas económicas de adquirir fertilizantes, semillas y otros materiales de manera organizada. Por otra parte, las alternativas "Acceso a nuevos mercados" y "Todas las anteriores" no registraron respuestas (0%).

Tabla 7. *¿Cuál considera que es el principal obstáculo para crear una asociación agrícola en su comunidad?*

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Falta de organización	30	45%
Falta de recursos económicos	10	15%

Desconfianza entre los productores	6	9%
Poco apoyo institucional	20	30%
Total	66	100%

Elaborado por: Autores del proyecto.

Gráfico 7. Dificultades para crear una asociación en el Recinto Cañales del Cantón Pichincha



Elaborado por: Autores del proyecto.

Los resultados muestran que los obstáculos más significativos para la creación de una asociación agrícola en la sociedad son de carácter organizativo e institucional. El hecho de que el 75% de los productores considere la falta de organización (45%) y el bajo apoyo institucional (30%) como las principales limitaciones muestra que antes que los aspectos financieros, es necesario fortalecer la capacidad organizativa de la comunidad y fomentar un mayor apoyo de las instituciones competentes.

3.1. Discusión

En relación a los resultados obtenidos en las encuestas podemos determinar que en el Recinto Cañales del cantón Pichincha existe una presencia relevante de intermediarios pudiéndose denotar que en la pregunta 1, pese a que los agricultores son conscientes que los precios que reciben no son los esperados o los justos como indican las respuesta de la pregunta 2, por tal razón se busc crear una medida de implementación de estrategias de comercialización de esta forma disminuir la participación de los intermediarios y aumentar la rentabilidad de los productores, con las respuestas obtenidas en las preguntas 3 y 4 de la encuesta aplicada.

La creación de una asociación agrícola reduce la intervención de intermediarios en la comercialización de los productos agrícolas, mejorando los ingresos de los productores del recinto Cañales del cantón Pichincha, que muchas veces por desconocimiento no han podido mejorar la realidad socioeconómica, ya que las asociaciones buscan el bien común de los miembros teniendo de esta manera beneficios positivos y esto es lo se busca incentivar, motivar y dar a conocer a través de las preguntas 5,6,7, en la cual denoto falencias o desconocimiento en esta área.

Finalmente podemos señalar que las asociaciones de agricultores tienen el potencial de ayudar a disminuir la dependencia en los intermediarios, debido a que la comercialización asociativa brinda a los productores más pequeños la oportunidad de organizar su oferta y explorar métodos de venta más ventajosos. Los autores señalan que los pequeños productores enfrentan dificultades al comercializar individualmente, debido a la participación de intermediarios que intervienen en la formación de precios y pueden generar condiciones de venta desfavorables. (Gabriel & Múnera, 2021). Esto en base a un estudio realizado en Ecuador, donde se analizaron una asociación de productores agrícolas y encontraron una relación entre los sistemas productivos

locales y el comercio justo, entendido como una estrategia de comercialización directa bajo condiciones de producción y precios justos. (Evelyn, Dante, & Romero, 2020)

CAPÍTULO IV

4. Propuesta

Título

Asociación de agricultores Cañales - Pichincha

Justificación

En el Recinto Cañales del Cantón Pichincha de la provincia de Manabí, sus familias se dedican a la agricultura, la creación de la **Asociación de Agricultores Cañales-Pichincha** se fundamenta en la necesidad de reforzar la actividad agrícola de los productores y buscando mejorar las condiciones bajo las cuales venden sus productos. Los agricultores de agricultores del Recinto Cañales tienen problemas vinculados con la venta individual, el acceso limitado a los mercados, la dependencia de intermediarios y la poca capacidad para negociar. Los intermediarios fijan precios que no compensan correctamente los costos y esfuerzos empleados en el proceso productivo.

Por tanto, la Asociación de Agricultores Cañales-Pichincha representa una alternativa para mejorar la participación de los agricultores dentro de la cadena de comercialización y así disminuir progresivamente la dependencia de intermediarios teniendo como finalidad contribuir al mejoramiento de los ingresos y de las condiciones económicas de las familias agricultoras. Su creación responde a la necesidad imperiosa de impulsar una agricultura organizada, solidaria y orientada hacia una comercialización más equitativa y sostenible.

Objetivo General: Impulsar la organización y participación de los agricultores de Cañales-Pichincha mediante la asociatividad, promoviendo la comercialización conjunta de sus productos

Objetivos Específicos:

- Fortalecer la capacidad productiva y organizativa de los agricultores del Recinto Cañales del cantón Pichincha mediante procesos de capacitaciones técnicas.
- Mejorar los procesos de comercialización de los productos agrícolas mediante la venta conjunta a nuevos mercados.
- Mitigar progresivamente la presencia de los intermediarios.

Misión

La Asociación de Agricultores Cañales-Pichincha, tiene como misión organizar y fortalecer a los agricultores mediante la asociación, cooperación y capacitación, promoviendo una producción eficiente y sostenible, así como la comercialización conjunta de sus productos para mejorar la capacidad de negociación, reducir la dependencia de intermediarios y garantizar precios más justos que contribuyan al bienestar socioeconómico de las familias dedicadas a la agricultura.

Visión

Ser una asociación agrícola sólida, organizada y reconocida en la comunidad siendo líder en la comercialización de productos agrícolas, con acceso a mercados competitivos y contribuyendo al desarrollo económico y social de las familias agricultoras mediante una gestión orientada a la obtención de precios justos.

Plan de acción y actividades

Para garantizar que la Asociación se desarrolle de forma idónea, legal y que cumpla con los objetivos trazados, las actividades se ejecutarán de manera secuencial y obligatoria en la tabla 8:

Tabla 8. *Esquema operativo del plan de acción para la Asociación de Agricultores Cañales - Pichincha.*

Fase del Proyecto	Período de Ejecución	Actividad Crítica	Resultados esperados
Diagnóstico	Semana 0	Identificación de necesidades	Diagnóstico de la situación de los agricultores.
Socialización	Semanas 1	Presentación de la propuesta	Agricultores informados e interesados en formar parte de la asociación.
Organización	Semana 2	Conformación del grupo promotor	Grupo organizado y objetivos definidos.
Constitución	Semana 3-4	Formalización de la asociación	Asociación constituida legalmente.
Capacitación	Meses 2 y 3	Fortalecimiento de capacidades	Productores con mayores conocimientos organizativos y comerciales.
Comercialización	Permanente	Venta asociativa	Comercialización conjunta de productos
Seguimiento	Permanente	Evaluación de resultados	Mejoramiento continuo de la gestión de la asociación.

Elaborado por: Autores del proyecto.

4.1. Conclusiones

La investigación en sitio permitió analizar que cuando hay varios intermediarios en la cadena de comercialización agrícola los productores reciben precios por debajo del valor real de sus productos, lo cual disminuye su rentabilidad y afecta de manera significativa a las familias en el ámbito social y económico.

Se determinó que los agricultores no están beneficiándose con una rentabilidad buena por la comercialización de sus productos debido a diversos factores tales como el escaso acceso a canales de venta directa, la limitada información acerca de los mercados y la baja organización de los agricultores.

El análisis general de la investigación determina que la implementación de estrategias en pro de la comunidad campesina, como la asociatividad es una alternativa viable para reducir la participación de intermediarios, mejorar los ingresos de los productores e impulsar los productos propios de la zona.

4.2. Recomendaciones

Impulsar la creación y fortalecimiento de asociaciones de productores agrícolas, ya que estas permitan negociar mejores precios, consolidar la oferta y acceder de manera directa a mercados con la finalidad de reducir la dependencia de intermediarios.

Desarrollar programas permanentes de capacitación dirigidos a los agricultores sobre gestión comercial, negociación, y manejo de sus productos con la finalidad de mejorar la economía de las familias dedicadas a la agricultura.

Promover el apoyo de las entidades gubernamentales y organizaciones de desarrollo para crear una asociación que permita una comercialización justa y razonable permitiendo fortalecer la competitividad del sector agrícola del Recinto Cañales.

Bibliografía

- Alex, V., Diana, M., & Janett, M. (2024). Análisis de la cadena de valor en el sector agrícola. Caso PACAT. *Revista Alimentos Ciencia e Ingeniería*. doi:<https://doi.org/10.31243/aci.v31i1.2437>
- Alexander, R. E., & Pilar, F. V. (2024). Comercialización de productos agrícolas en la economía popular y solidaria de la provincia de Manabí. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 101.
- Asamblea, N. d. (2022). Ley de Defensa y Desarrollo del Trabajador Autónomo y del Comerciante Minorista. En A. N. Ecuador. Quito.
- Bayron, G. B., Holmes, R. E., & Mario, F. C. (23 de 11 de 2021). *revistas.unal.edu.co*. doi:<https://doi.org/10.15446/acag.v69n4.86568>
- Carreño, S. A. (2021). *UNIVERSIDAD POLITECNICA SALECIANA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22626/1/UPS-GT003746.pdf>
- Evelyn, A., Dante, A., & Romero, M. (2020). Sistemas productivos locales en el comercio justo. Un estudio en el Area rural del ecuador. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n46/n46_a05.pdf
- FAO. (2020). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020: Superar los desafíos relacionados con el agua en la agricultura. *Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*.

- FAO. (2020). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020. *Organización de la Naciones Unidas para la alimentación y agricultura*, 236. doi:<https://doi.org/10.4060/cb1447es>
- FAO. (2020). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020: Superar los desafíos relacionados con el agua en la agricultura. *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. . doi:<https://doi.org/10.4060/cb1447es>
- FAO. (2022). *Organización de las naciones unidas para la alimentación y agricultura*. Obtenido de https://www.councils.coop/resources/toolkits/coopdevelopment/back-to-basics/what-is-a-cooperative/?utm_source
- Flores, L. (2021). Gestion de la cadena de suministro en la comercialización de productos agrícola en Ecuador. *Revista Disciplinaria en Ciencias Económicas y Sociales*, Vol. 3(no. 2). doi:<https://doi.org/10.47666/summa.3.2.38>
- Flores, L. (26 de 09 de 2022). La gestion de cadena de suministro para la conformación de la red de comercialización en micro, pequeñas y medianas empresas del sector agrícola. *Revista universitaria y sociedad*, 729-736. doi:<https://orcid.org/0000-0001-8962-1863>
- Folleco, S. (2021). *Analisis de los efectos de la intermediación en el precio de venta de productos agricolas y economia de los agricultores del Cantón Guayas*. Guayaquil: Universidad Politecnica Salesiana Sede Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22626/1/UPS-GT003746.pdf>
- Gabriel, A., & Múnera, R. (2021). Aproximación a un sistema asociativo de comercialización para productos agrarios de pequeños y medianos productores. *Revista Lasallista de Investigación*, 162–176. doi:DOI: 10.22507/rli.v17n2a12

- Gaudin, Y., & Padilla, R. (2020). Los intermediarios en cadenas de valor agropecuarias: un análisis de la apropiación y generación de valor agregado. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/6c3cbf2f-eea3-4617-90ad-1031632a6875>
- Hurtado, H., Lino, E., & Mora, N. (2022). Análisis operativo y administrativo de la fabricación de chocolate en Ecuador. *Digital Publisher*, 579-595. doi:doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1287
- Jaramillo, J., & Espinoza, M. (2022). *Importancia de la cadena de valor en agronegocios y su rol en la economía de la provincia de El Oro*. Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <https://agris.fao.org/search/en/providers/124698/records/6942df3133b548daaa381f04>
- Juan, A. P., Víctor, A., & Yolanda, M. (2021). COMERCIO JUSTO UNA OPCIÓN ESTRATÉGICA UNA OPCIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN AGRICOLA. *Investigación y Negocio*. doi:<https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.127>
- Juan, M., & Xiomara, Z. (Septiembre de 2024). Caracterización agroproductiva integral: Un estudio de los cantones de Manabí – Ecuador. *INVESTIGACIÓN VALIDIZANA*. doi:10.33554/riv.18.3.2206
- Lessie, P., & Jorge, A. (2021). Estrategias de asociatividad para la comercialización de productos agroecológicos. *Retos de la ciencia*. doi:<https://doi.org/10.53877/rc.5.e.20210915.10>

- Leyla, F. (2021). Gestión de la cadena de suministro en la comercialización de productos agrícolas en Ecuador. *SUMMA Revista Disciplinaria en Ciencias Economicas y Sociales*, 3. doi:<https://doi.org/10.47666/summa.3.2.38>
- Margarita, C. (2025). *Intermediación comercial y su impacto en la agricultura familiar campesina y fue presentado en 2025*. Quito: Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador-Repositorio de la Universidad Andina Simon Bolivar - Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/items/8d4475b3-683f-49e1-866c-2e4649609528>
- Melissa María Acosta Agudelo, D. P. (2021). Análisis del Papel de los Intermediarios en el Mercado Agrícola Tradicional. Caso de Estudio Antioquia, Colombia. *Scielo*, 7-24. doi:<https://doi.org/10.22507/rli.v18n1a1>
- Melissa María Acosta Agudelo, D. P. (2023). Análisis del Papel de los Intermediarios en el Mercado Agrícola Tradicional. Caso de Estudio Antioquia, Colombia. *Scielo*.
- Melissa, A., Diana, G., Lina, V., & Javier, F. (2021). Analisis del papel de los intermediarios en el Mercado Agrícola Tradicional. Caso de Estudio Antioquia, Colombia. *Scielo*, 7-24. doi:DOI: 10.22507/rli.v18n1a1
- Quezada, D. (2022). *LA INTERMEDIACIÓN EN EL SECTOR AGRÍCOLA ECUATORIANO*. Tesis, Guayaquil. Obtenido de <https://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5381/1/T-ULVR-4371.pdf>
- Robert, Q. (2021). *La importancia de la cadena de valor en los agronegocios en la provincia de el oro*. Machala: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/items/68666997-5f3f-42c2-8d78-74137a4e1f72>

Verenice, S., Alfredo, P., & Carlos, G. (2024). Circuitos Cortos de Comercialización como Estrategia para el Fortalecimiento del Sector Agropecuario. *Facultad de ciencias economicas y empresarial*. Obtenido de <https://ojs.unipamplona.edu.co/face/article/view/3329/7612>

Youry, R., & Valdés, F. (2024). Comercialización de productos agrícolas en la economía popular y solidaria de la provincia de Manabí. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 101. doi:<https://doi.org/10.61154/mrcm.v10i1.3398>

ANEXOS



Anexo 1: Aplicación de instrumento de recolección de datos en el Recinto Cañales del cantón Pichincha

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Variable independiente: Creación de una asociación agrícola	Organización y participación de productores	- Interés de los productores en formar parte de una asociación. - Participación de productores en procesos organizativos.	Encuesta dirigida a productores mediante cuestionario estructurado.

	Gestión asociativa	- Capacidad de organización comunitaria. - Confianza y cooperación entre miembros de la comunidad.	Encuesta con preguntas cerradas.
	Fortalecimiento productivo y técnico	- Necesidad de capacitación agrícola. - Acceso a asistencia técnica. - Mejoramiento de conocimientos y prácticas productivas.	Encuesta aplicada a productores.
	Comercialización asociativa	- Interés en comercializar de forma conjunta. - Acceso a mejores puntos de venta. - Posibilidad de establecer acuerdos comerciales directos.	Encuesta mediante cuestionario estructurado.
	Recursos y apoyo institucional	- Disponibilidad de recursos económicos. - Necesidad de apoyo institucional.	Encuesta a productores.

Variable dependiente: Mitigación de la intervención de intermediarios en el sector	Dependencia de intermediarios	- Frecuencia de venta a intermediarios. - Participación actual de intermediarios en la comercialización.	Encuesta dirigida a productores.
	Poder de negociación del productor	- Participación en negociaciones directas.	Cuestionario estructurado aplicado a productores.
	Acceso directo al mercado	- Acceso a nuevos canales de comercialización. - Diversificación de mercados para la venta de productos.	Encuesta a productores.
	Precio de venta y rentabilidad	- Percepción de mejora del precio de venta. - Incremento del margen de ganancia.	Encuesta mediante preguntas cerradas.

Anexo 2: Tabla de Operacionalización de las variables.