



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

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

**TÍTULO DEL PROYECTO:**

Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao en Milagro.

**AUTORAS:**

Salazar Garabi Melva María

Zambrano Peñafiel Hortencia Janeth

**TUTOR:**

Ec. Mario Fernández Ronquillo

Milagro, abril del 2012

**Ecuador**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Hortencia Janeth Zambrano Peñafiel y la Sra. Melva María Salazar Garabi, para optar al título de Economistas en Ciencias Administrativas y Comerciales y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 23 días del mes de abril del 2012.

---

Ec. Mario Fernández Ronquillo.

## DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las autoras de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 23 días del mes de abril del 2012.

---

Melva María Salazar Garabi

CI: 0920849130

---

Hortencia Janeth Zambrano Peñafiel

CI: 0927318535

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Economistas, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[    ]
DEFENSA ORAL	[    ]
TOTAL	[    ]
EQUIVALENTE	[    ]

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a dios por guiarme día a día en esta etapa tan importante de mi vida pues, sin su apoyo no habría sido posible desarrollarme como profesional.

A mis padres y especialmente a mi hija Kristhel Lara, pilar fundamental en mi vida y razón para continuar preparándome y culminar mis estudios superiores, con la certeza que la llenará de orgullo la realización de este trabajo.

**Melva María Salazar Garabi**

## **DEDICATORIA**

Dedico este esfuerzo a Dios, quien me dio la oportunidad de culminar mis estudios superiores, forjador de mi camino, y quien me acompaña siempre.

A mis padres por el esfuerzo, apoyo y comprensión incondicional, en todas las etapas de mi vida, ya mis hermanos. Kimberly, Jairo y Félix.

**Janeth Zambrano Peñafiel**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme perspicacia y fortaleza en todo este período universitario porque sin él no habría sido posible alcanzar los objetivos propuestos.

A mi esposo, Ing. Luis Lara por apoyarme incondicionalmente, tanto moral y económicamente, por esas palabras alentadoras y reconfortantes que recibí en los momentos más difíciles en el transcurso de mi desarrollo como profesional.

A mi director de tesis Ec. Mario Fernández, maestro y ejemplo, gracias por saberme guiar en mi trabajo, a mis profesores por las enseñanzas impartidas, y a la institución por abrirme sus puertas para ser una buena profesional.

A mis amigos y compañeros de curso por el apoyo brindado siempre, a las diferentes personas que colaboraron con información para realización del proyecto de tesis gracias, muchas gracias.

**Melva María Salazar Garabi**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme guiado y dado la fortaleza necesaria en cada momento de mi vida. También a mis padres por su esfuerzo diario para sustentar mis estudios e incentivarme con sus sabios consejos en los momentos más difíciles de mi carrera estudiantil, y cumplir uno de los objetivos propuestos en mi vida.

A mi director de tesis Ec. Mario Fernández por su apoyo incondicional, a mis profesores, quienes me brindaron su enseñanza, y a todas las personas que colaboraron directa o indirectamente a obtener la información necesaria para la realización del proyecto de tesis.

**Janeth Zambrano Peñafiel**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lcdo.

Jaime Orozco Hernández, Msc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel cuyo tema fue “**Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao localizado en Milagro**” y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 23 de abril del 2012

---

Melva María Salazar Garabi

CI: 0920849130

---

Hortencia Janeth Zambrano Peñafiel

CI: 0927318535

## ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada.	i
Página de constancia de aceptación por el tutor.	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.	iii
Página de certificación de la defensa (calificación).	iv
Página de dedicatoria.	v
Página de agradecimiento.	vi
Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI.	vii
Índice General.	viii
Índice de cuadros.	xii
Índice de figuras.	xvii
Resumen.	xx
Abstract.	xxi
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	<b>2</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.1.3 Formulación del problema.....	3
	viii

1.1.4	Sistematización del problema.....	3
1.1.5	Determinación del tema.....	4
1.2	Objetivos.....	4
1.2.1	Objetivo general.....	4
1.2.2	Objetivos específicos.....	4
1.3	Justificación.....	5
 <b>CAPÍTULO II</b>		
 <b>MARCO REFERENCIAL</b>		
2.1	Marco teórico.....	6
2.1.1	Antecedentes históricos.....	6
2.1.2	Antecedentes referenciales.....	8
2.1.3	Fundamentación.....	16
2.2	Marco legal.....	48
2.3	Marco conceptual.....	51
2.4	Hipótesis y variables.....	53
2.4.1	Hipótesis General.....	53
2.4.2	Hipótesis particulares.....	54
2.4.3	Declaración de variables.....	54
2.4.4	Operacionalización de las variables.....	55

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO 57**

3.1	Tipo y diseño de investigación.....	57
3.2	La población y la muestra .....	58
3.2.1	Características de la población.....	58
3.2.2	Delimitación de la población.....	58
3.2.3	Tipo de muestra.....	59
3.2.4	Tamaño de la muestra .....	59
3.2.5	Proceso de selección .....	60
3.3	Los métodos y las técnicas.....	61
3.3.1	Métodos teóricos.....	61
3.3.2	Métodos empíricos.....	62
3.3.3	Técnicas de investigación.....	62
3.4	El tratamiento estadístico de la información.....	63

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS 64**

4.1	Análisis de la situación actual.....	64
4.2	Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	65
4.3	Resultados.....	78
4.4	Verificación de hipótesis.....	79

## **CAPÍTULO V**

<b>PROPUESTA</b>	<b>80</b>
5.1 Tema.....	80
5.2 Justificación.....	80
5.3 Fundamentación.....	81
5.4 Objetivos.....	88
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	88
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta.....	88
5.5 Ubicación.....	89
5.6 Estudio de factibilidad.....	90
5.7 Descripción de la propuesta.....	101
5.7.1 Actividades.....	101
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	124
5.7.3 Impacto.....	136
5.7.4 Cronograma.....	137
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	138
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>138</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>139</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>140</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>144</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Organigrama estructural de la planta de cacao.....	10
Cuadro 2	
Principales destinos de las exportaciones del cacao ecuatoriano.....	37
Cuadro 3	
Principales competidores de Ecuador.....	38
Cuadro 4	
Flujo de la cadena de comercialización del cacao en Ecuador.....	44
Cuadro 5	
Operacionalización de las variables dependientes.....	55
Cuadro 6	
Operacionalización de las variables independientes.....	56
Cuadro 7	
Población económicamente activa por sexo y grupo de ocupación (agricultores) del Cantón Milagro.....	60
Cuadro 8	
Opinión sobre los precios del cacao.....	65
Cuadro 9	
Opinión sobre los precios del cacao por sexo.....	66

Cuadro 10	
Calificación del cacao por parte de los intermediarios.....	67
Cuadro 11	
Incidencia en los precios del cacao por la oferta y demanda.....	68
Cuadro 12	
Opinión sobre el apoyo a los agricultores por parte del Estado.....	69
Cuadro 13	
Opinión sobre los ingresos para invertir en el cultivo del cacao.....	70
Cuadro 14	
Opinión de los productores con respecto asociarse.....	71
Cuadro 15	
Importancia que los productores se asocien.....	72
Cuadro 16	
Incidencia del manejo técnico en la calidad del cacao.....	73
Cuadro 17	
Las condiciones climáticas generan plagas en los cultivos de cacao.....	74
Cuadro 18	
Opinión del nivel de plagas en los cultivos de cacao.....	75
Cuadro 19	
Beneficios de implementar un centro de comercialización interna y	

exportación del cacao.....	76
Cuadro 20	
Incidencia de la exportación de cacao en el precio.....	77
Cuadro 21	
Verificación de las hipótesis planteadas.....	79
Cuadro 22	
Derivados que se obtienen del cacao.....	88
Cuadro 23	
Organigrama estructural.....	92
Cuadro 24	
Análisis F.O.D.A.....	97
Cuadro 25	
Estrategias Ofensivas.....	98
Cuadro 26	
Estrategias Defensivas.....	98
Cuadro 27	
Estrategias de Matriz FO-FA-DO-DA.....	99
Cuadro 28	
Las cinco fuerzas de Porter del centro de comercialización interna y exportación del cacao.....	100

Cuadro 29	
Flujo de compra del cacao.....	103
Cuadro 30	
Flujo del proceso del cacao para comercializar.....	106
Cuadro 31	
Flujo del proceso del cacao para la exportación.....	108
Cuadro 32	
Flujo del proceso del cacao para la venta interna.....	110
Cuadro 33	
Formulario de Pro Ecuador para el registro de empresas para exportar.....	114
Cuadro 34	
Inversión inicial.....	124
Cuadro 35	
Depreciación de activos fijos.....	124
Cuadro 36	
Gastos.....	125
Cuadro 37	
Costos de venta.....	126
Cuadro 38	
Ingresos.....	126

Cuadro 39	
Inversión total y financiamiento.....	127
Cuadro 40	
Tabla de amortización.....	128
Cuadro 41	
Datos del punto de equilibrio.....	129
Cuadro 42	
Estado de pérdidas y ganancias.....	130
Cuadro 43	
Balance general.....	131
Cuadro 44	
Flujo de caja proyectado .....	132
Cuadro 45	
Índices financieros.....	133
Cuadro 46	
Ratios financieros.....	134

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	
Importaciones mundiales de cacao y elaborado.....	36
Figura 2	
Exportaciones en toneladas de cacao y sus derivados.....	36
Figura 3	
Precios del cacao.....	65
Figura 4	
Opinión sobre los precios del cacao por sexo.....	66
Figura 5	
Calificación del cacao.....	67
Figura 6	
Variación de los precios del cacao.....	68
Figura	
Apoyo por parte del Estado.....	69
Figura 8	
Ingresos para invertir en el cultivo del cacao.....	70
Figura 9	
Productores asociados.....	71

Figura 10	
Importancia de asociarse.....	72
Figura 11	
Manejo técnico garantiza la calidad del cacao.....	73
Figura 12	
Existencia de plagas en los cultivos de cacao.....	74
Figura 13	
Nivel de plagas en los cultivos de cacao.....	75
Figura 14	
Implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao.....	76
Figura 15	
Exportación de cacao permite precios justos.....	77
Figura 16	
Croquis de la ubicación de la empresa.....	89
Figura 17	
Marketing Mix.....	111
Figura 18	
Empaque del cacao.....	112

Figura 19	
Distribución de planta ECUACACAO Cía. Ltda.....	113
Figura 20	
Tarjeta de presentación del Gerente General y Jefe Financiero.....	115
Figura 21	
Volante.....	115
Figura 22	
Portada principal del tríptico.....	116
Figura 23	
Parte interna del tríptico.....	117
Figura 24	
Punto de equilibrio.....	129
Figura 25	
Análisis de costos.....	129

## RESUMEN

Ante precios tan inestables del cacao debido a una mala comercialización por parte de los intermediarios que han venido operando a su conveniencia, los productores reciben un bajo precio representándoles poca ganancia, a pesar de todos los costos que incurren en la producción del cacao. Por ello los aspectos más relevantes en el tema de investigación que ayudan a tener una idea clara son los diferentes procesos y la calidad que se utiliza para comercializar el cacao a nivel interno y externo. La investigación se fundamenta en la aplicación de una muestra no probabilística y el uso de técnicas de investigación específicamente la encuesta. Luego de lo mencionado, el proyecto se basa en comercializar de manera que los productores de cacao obtengan mejores opciones de venta, y reciban un precio justo por su producto, permitiéndoles optimizar la rentabilidad y disponer de mejores ingresos para sus familias, proyectando así un cambio positivo y favorecedor para ambas partes; trabajando organizadamente para alcanzar un crecimiento armónico y fortaleciendo el sector cacaotero. Finalmente el cacao posee un buen potencial y acogida en los mercados internacionales, ya que el consumo de productos elaborados con cacao tiene una gran demanda a nivel mundial, además sus exportaciones aportan significativamente a la economía del país, asimismo brindará mayor desarrollo productivo a la ciudad de Milagro.

**Palabras claves:** Cacao, comercialización, intermediación y exportación.

## **Abstract**

Before cocoa prices as unstable due to poor marketing by brokers who have been operating at their convenience, producers receive a lower price by representing little gain, in spite of all costs incurred in the production of cocoa. Thus the most important aspects in the research topic to help get a clear idea are the different processes and qualities that are used to market the cocoa internally and externally. The project is based on the application of a nonrandom sample and the use of research techniques specifically the survey. After the above, the project is to commercialize so that cocoa farmers get better put options, and receive a fair price for their product, allowing them to optimize profitability and have better income for their families, thus projecting a change positive and flattering to both parties, working in an organized way to achieve harmonious growth and strengthening the cocoa sector. Finally cocoa has good potential and acceptance in international markets, as consumption of products made from cocoa is in great demand worldwide, exports also contribute significantly to the economy, more productive development also provide the city Milagro.

**Keywords:** Cocoa, marketing, intermediation, export.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente Milagro tiene una participación significativa en la producción y comercialización de cacao, fortaleciendo en gran medida la economía del país, pero este sector se ha visto afectado por la volatilidad de los precios debido a la forma que los intermediarios califican el cacao, dando como resultado que los ingresos de estas familias sean limitados.

Por consiguiente, el propósito de esta investigación es determinar la situación actual de este sector tan importante, los factores que inciden en la problemática; y colaborar para un mejor desarrollo productivo de los agricultores de cacao del cantón Milagro.

La implementación del centro de comercialización interna y exportación de cacao trata de contribuir con óptimas condiciones comerciales, mejorar la competitividad e incrementar los ingresos de los productores de cacao, pagándoles un mejor precio con respecto a los intermediarios e impulsando un comercio justo que los beneficie.

El cacao ecuatoriano se ha convertido en uno de los blancos más importantes para la exportación por ello es necesario que se comercialice de forma directa sin tantas cadenas de comercialización, ya que gracias a su sabor, aroma y color tiene una amplia aceptación en la industria mundial, pues varias empresas chocolateras internacionales se han fijado en la calidad del cacao ecuatoriano, pues es utilizado en la fabricación de chocolates de alta calidad, países como; Estados Unidos, Holanda, y Alemania son los principales clientes del grano.

Por último, consumir chocolate trae beneficios para la salud por su cualidad antioxidante, una noticia novedosa que llena de orgullo, es que en Inglaterra se degusta de un helado llamado “Magnum Ecuador Dark” elaborado con mayor porcentaje de cacao ecuatoriano; la calidad y la finura, lo ha llevado directamente a la fábrica de helados más importante de Inglaterra.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematización**

Milagro es un sector eminentemente agrícola, que produce un gran volumen de cacao constituyéndose en un fragmento de gran importancia en el contexto económico, donde es afectado por una alta volatilidad de los precios debido a la forma que los intermediarios califican el cacao.

La variación de los precios del cacao es originado por las tensiones entre la oferta y la demanda de los movimientos del mercado internacional. Además, los productores no cuentan con suficientes ingresos para invertir en los cultivos de cacao, a causa de un limitado financiamiento por parte de instituciones del Estado, aunque este sea un sector de gran importancia para el fortalecimiento de la economía; por otra parte los productores no pueden entregar grandes volúmenes de cacaodado que existe una débil organización y escasa capacidad para asociarse.

Finalmente un inadecuado manejo técnico en el cultivo de cacao provoca que el producto no sea de buena calidad; por otro lado las condiciones climáticas desfavorables representan existencia de plagas en la producción del cacao.

**Pronóstico:**

En caso de que la volatilidad de los precios del cacao persista, debilitará el sistema económico, la generación de riqueza y las fuentes de trabajo; provocando una reducción de los ingresos para las familias que subsisten de esta actividad.

**Control de Pronóstico:**

En miras de solucionar el problema de volatilidad de los precios del cacao, es necesario implementar un centro de comercialización interna y exportación, donde beneficie a los agricultores de manera que su producción se destine a los diferentes mercados.

**1.1.2 Delimitación del problema**

**País:** Ecuador.

**Provincia:** Guayas.

**Cantón:** Milagro.

**Sector:** Agrícola.

**Área o tema:** Comercialización interna y exportación de cacao.

**1.1.3 Formulación del problema**

¿De qué manera afecta la forma que los intermediarios califican el cacao al momento de la comercialización?

**1.1.4 Sistematización del problema**

- ¿Qué ocasionan las tensiones entre la oferta y la demanda de cacao en los mercados internacionales?
- ¿De qué manera incide un limitado financiamiento para los pequeños agricultores?
- ¿Por qué los agricultores no pueden entregar volúmenes grandes de cacao?

- ¿Qué efecto tiene un inadecuado manejo técnico en el cultivo de cacao?
- ¿Qué provocan las condiciones climáticas desfavorables en el cultivo de cacao?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao en Milagro.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo general de la investigación**

Determinar la situación actual y los factores que inciden en la volatilidad de los precios en la comercialización del cacao, mediante un análisis del sector cacaotero para colaborar con el desarrollo productivo de Milagro.

### **1.2.2 Objetivos específicos de investigación**

- Comparar las formas en que los intermediarios califican el cacao para su comercialización interna y exportación.
- Investigar sobre temas de manejo técnico en los cultivos de cacao, con el propósito de mejorar la calidad al momento de su comercialización.
- Identificar las condiciones de entrega de la materia prima (cacao) para su comercialización interna y externa.
- Distinguir los niveles de producción del cultivo de cacao para la comercialización.
- Conocer los canales de distribución del cacao con el fin de contribuir al comercio justo.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Las principales razones para realizar esta investigación es porque la producción de cacao es considerado como generador de ingresos para las familias que se dedican a esta actividad, además es un producto adecuado para la zona, siendo un cultivo permanente que brinda sus frutos de manera continua; pero la inestabilidad de los precios está afectando a los productores de cacao.

La justificación de esta investigación tiene como propósito determinar el nivel de desarrollo, sus problemas, dificultades y otros factores que inciden en la comercialización del cacao en Milagro, ya que existen elevados canales de comercialización que lo califican de forma desmedida, evitando que los productores de cacao reciban un precio justo, a esta situación se suma que sus ingresos no son suficientes para mejorar la calidad de sus cultivos.

El cacao es uno de los principales productos de exportación, generador de fuentes de empleo y por lo tanto representan ingresos que contribuyen significativamente a la seguridad alimentaria de las familias que subsisten de esta actividad.

Las oportunidades de mercado que tiene el cacao ecuatoriano son numerosas debido a la demanda y la industrialización; por otra parte este producto es muy acogido por los mercados internacionales por su sabor y aroma, pues es utilizado en la fabricación de chocolates de alta calidad y por eso es necesario que se ponga especial atención a este sector tan importante en la economía, ya que contribuye en gran medida a las rentas nacionales.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos**

Los aztecas creían que el cultivo de cacao fue enseñado por el Dios Quetzalcóatl a sus antepasados; además estas semillas en aquella época eran utilizadas como monedas en las transacciones comerciales.

La palabra cacao tuvo su origen en los léxicos mayas kaj que significa amargo y kab cuyo término es jugo; dando como resultado la combinación de estas dos frases la palabra kajkab y después kajkabal de la que surgió kakahuat, posteriormente esta expresión se convirtió en cacauatl para en definitiva transformarse en cacao, por fácil pronunciación.

##### **Origen del cultivo de cacao**

El cultivo y consumo del cacao empezó con los indígenas toltecas, aztecas y mayas en México y Centroamérica antes del descubrimiento de América. El cacao era consumido como una bebida denominada xocoatl, el cual tenía un sabor amargo que no agradó a la gente. Su uso empezó en 1550 por los españoles cuando unas religiosas agregaron vainilla y dulce al chocolate. Los únicos que tenían el privilegio de consumir aquella bebida era la realeza europea, luego se extendió su consumo, lo cual originó una gran demanda del cacao.

## **Inicios del cultivo de cacao en el Ecuador**

En el siglo XVI la producción del cacao fue muy rentable, que motivó a los empresarios guayaquileños a cultivarlo, pero a pesar de prohibiciones establecidas en aquel período sobre el cultivo y comercialización, se informa en 1623 a la Corte de España que existía un gran número de plantaciones de cacao en la provincia que era comercializado de forma oculta. La producción y comercialización clandestina aumentó rápidamente.

Ante tal situación, durante el transcurso de 1593 a 1778 se elevaron quejas y solicitudes a la Realeza Europea, para detener de alguna manera el cultivo de cacao en Guayaquil. Pero, finalmente en el año 1789 se permitió el cultivo y exportación de cacao en Ecuador.

## **Evolución del cultivo de cacao**

Transcurrido el tiempo entre 1600 y 1820, ya existían pequeñas plantaciones de cacao sembradas a orillas del río Guayas, expandiéndose hasta orillas del río Daule y Babahoyo río arriba, con lo que surgió la denominación de cacao "Arriba" como se lo llegó a conocer al cacao en el mercado internacional. La variedad nacional que era producido exclusivamente por Ecuador, ocupaba un lugar privilegiado en el mercado mundial por su aroma floral y calidad.

En 1809 aumenta la producción y se registraron los primeros envíos al extranjero de 150.000 quintales a 180.000 en 1821. Estas cifras indican que el cultivo del cacao evolucionó durante aquel período, a pesar de las prohibiciones reales, ocurrió un importante incremento en la producción y comercialización, pues la mayor parte de exportación de cacao era por vía de contrabando.

La producción de cacao durante el período 1800 a 1822 fue la fuente más significativa para el financiamiento del país, puesto que representaba entre el 40% al 60% de las exportaciones generales y lo cual servía para el pago de hasta el 68% de los impuestos del Estado.

## **Expansión del cultivo y aporte económico (1821-1920)**

En base a las leyes del Gobierno que surgieron en aquella época sobre permisos de tierras, varias familias de excelente posición económica de la costa ecuatoriana obtuvieron grandes propiedades y las emplearon al cultivo de cacao.

Las áreas preferidas fueron la Provincia de Los Ríos (Vinces, Babahoyo, Palenque, Baba, Pueblo Viejo, Catarama y Ventanas), al sur de la provincia del Guayas (Naranjal, Balao, Tenguel) y en El Oro (Machala y Santa Rosa).

Siendo el cacao el principal producto generador de empleo, divisas y recursos, permitió la creación de los primeros bancos del país y fue también el soporte para el manejo político y económico de los grupos gobernantes de turno. La producción de cacao de las diferentes haciendas se realizaba explotando a los empleados, en su mayoría provenientes de la sierra pues su salario era demasiado bajo e injusto.

Por otra parte, Ecuador fue uno de los países con un mayor nivel de exportación de cacao, aportando de esa manera al desarrollo de la economía Ecuatoriana, pero entre 1820 a 1860 debido a la crisis del mercado mundial y de factores adversos, incluyendo graves plagas, enfermedades, bajo precio, se redujo la producción y por ende la participación en los mercados mundiales.

Finalmente el cultivo del cacao a pesar de los problemas anteriormente señalados, tiene buenas perspectivas debido a la creciente acogida en los mercados internacional por su calidad de aroma fino.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

#### **Exportadora de cacao CAFEICA Cía. Ltda.**

La comercializadora de café y cacao, fue fundada el 18 de Septiembre de 1980 en la ciudad de Quevedo. Actualmente esta ubicada en la Ciudad de Duran, provincia del Guayas.

Su principal producto de comercialización fue el café pero actualmente el producto de mayor exportación es el cacao, también se dedican a la exportación del arroz

en el mes de mayo siendo Colombia su principal destino, y durante todo el año cubre la demanda interna a nivel nacional.

### **Misión**

Conseguir mejores resultados para la empresa.

### **Visión**

Se enfoca en la atención del proveedor con el mejor producto.

### **Estructura de la empresa**

- Gerente de planta.
- Gerente de ventas.
- Gerente financiero.
- Gerente de recursos humanos.
- Gerente general.

El personal de la empresa debe respetar y cumplir una serie de políticas entre las cuales son los aspectos morales, educativos entre otros, con el objetivo de lograr un personal calificado.

El personal con el que cuenta la empresa es de 45 empleados, donde:

- Jefatura, cuenta con un reducido personal de 5 Ingenieros con nivel superior.
- Área administrativa, cuenta con 15 personas con un título mínimo de bachiller.
- Planta y producción con un total de 25 personas mínimo aprobar la primaria.

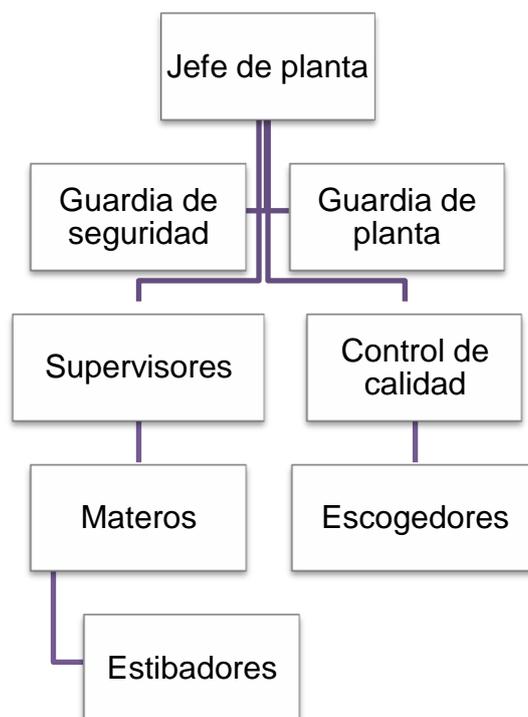
Respectivamente la distribución se efectúa en:

- Comercialización, planta y distribución.

Según Víctor Orellana:(Representante de CAFEICA Cía. Ltda.) “Existen normas dentro de CAFEICA, normas de seguridad general como: cascos, mascarillas, extintores, lugares de evacuación, además la empresa efectúa capacitaciones hacia los empleados, para así conseguir una mejor producción, brindándoles las oportunidades de que estos mismos puedan seguir escalando peldaños (rangos) dentro de la empresa.”<sup>1</sup>

La empresa pretende llegar a obtener proyecciones futuras, para crecer y fortalecerse en el mercado, abriendo sucursales con el objetivo de ser más competitivos e industrializarse, para no solo exportar la materia prima, sino los derivados del cacao.

**Cuadro 1.** Organigrama estructural de la planta de cacao



**Fuente:** EmpresaCafeica Cía. Ltda.

<sup>1</sup> ORELLANA, Víctor: *Cafeica cía. Ltda.*, [http://www.grupoorellana.com/Empresas\\_sp.htm](http://www.grupoorellana.com/Empresas_sp.htm)

## Los insumos que invierte la empresa son:

- Materia prima (Cacao).
- Sacas.
- Pesticidas.

Los pesticidas no deben de ser perjudiciales para la salud, ya que el producto va a ser llevado a un proceso de industrialización para el consumo humano.

Los principales pesticidas son:

- Fotosin: Son pastillas para eliminar cualquier tipo de microorganismos existentes.
- Drain Back: Es un pequeño aparato el cual permite absorber la humedad del cacao, cuando este se encuentre en el contenedor respectivo durante su exportación, dejando de funcionar al momento de abrir el contenedor.

## Acopio del cacao

Según Víctor Orellana:(representante de CAFEICA Cía. Ltda.)  
“Cuando llegan nuestros camiones con el cacao, nuestra red de trabajo observa la trazabilidad e identificación de los lotes de cacao en origen de los distintos productores, luego es puesto enseguida en los tendales para su secado y para el proceso de fermentación del grano, luego se almacena en nuestras bodegas para el proceso de clasificación y empaque del grano para luego ser transportada a los puertos de exportación.”<sup>2</sup>

## Clasificación del cacao

Luego de la fase del secado, en la que el cacao ha logrado cierta consistencia (casi seca con un 7% mínimo de humedad) se lo acopia en el patio de secado y se lo coloca en la tolva alimentadora de la máquina clasificadora, la misma que

---

<sup>2</sup> ORELLANA, Víctor: *Cafeica cía. Ltda.*, [http://www.grupoorellana.com/Empresas\\_sp.htm](http://www.grupoorellana.com/Empresas_sp.htm)

también realiza la función de limpieza; transcurrido este proceso se somete a una inspección para proceder manualmente a acumular las impurezas o cáscaras que hayan pasado de la máquina limpiadora, y el segundo paso es la clasificación ya que existen diversos tipos de granos de cacao de acuerdo al tamaño que se exporta:

- Grano de Cacao Natural.
- Grano de Cacao AS.
- Grano de Cacao ASS.
- Grano de Cacao ASSS.
- Grano de Cacao CCN-51.

### **Empaque y control de calidad del grano**

Después de la clasificación y limpieza, el cacao pasa por una verificación de la calidad del grano realizado por inspectores de la empresa o contratados, quienes se encargan de confirmar que cumpla con los estándares de calidad internacional de acuerdo a las Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización), además el grano se lo empaca en sacas de cabuya o yute de 150 libras (69 kg) para la exportación.

Luego se hace una separación de los granos partidos con los de exportación, puesto que estos pueden ser vendidos al mercado internacional y también al mercado local, pero su cotización podría disminuir si el producto no está apropiado para la compra y venta según las normas del INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización).

La exportación se efectúa en contenedores pequeño con capacidades de hasta 366 sacas de cacao y contenedores de mayor capacidad de hasta 766 sacas.

### **Comercialización en el exterior**

El tipo de cacao que exporta Ecuador es el cacao en grano (fino o de aroma) el cual tiene un precio establecido por la cotización de la Bolsa de New York y con la referente adicional que es la bolsa de Londres a las cuales los exportadores deben sujetarse.

El negocio de exportación se puede dividir en tres grandes procesos que toda empresa exportadora debe seguir para poder asegurar la mejor calidad de fruta en los mercados internacionales, mercados que se orientan por rígidas pautas de calidad, los mismos que cada día son más competitivos, ante las exportaciones de países como Costa de Marfil, Indonesia, Gana; estos procesos son:

- Producción y compra de la fruta a productores locales y plantaciones propias en el caso de que el exportador las tenga.
- Preparación (Secado, Clasificación del grano), empaque y traslado de la fruta desde las plantaciones o desde la planta en la cual se almacena la fruta al puerto de embarque (Puerto Marítimo en Guayaquil o Puerto Bolívar en la Provincia de El Oro.)
- Embarque y traslado marítimo de la fruta a los mercados de consumo internacionales.

#### **Principales mercados a nivel mundial que exporta la empresa**

- Estados Unidos de Norteamérica.
- Italia.
- Holanda.
- Alemania.
- Japón.
- China.
- Francia.
- Suiza.
- Inglaterra.
- España.

## **Exportadora e importadora EXIMORE**

Es una comercializadora de Café y Cacao, fundada en la Ciudad de Duran, provincia del Guayas, el 29 de Septiembre de 1980. El producto que comercializan durante todo el año es el cacao.

### **Productos y servicios**

La captación o compra del producto se efectúa en el sitio de producción, es decir se desplazan hasta las diferentes plantaciones para realizar la compra del cacao como también en forma directa en el local.

### **Acopio del cacao**

Cuando llegan los camiones con el cacao, los estibadores tienen la función de identificar los lotes de cacao procedentes de los diferentes productores, inmediatamente el cacao es puesto en los tendales para la fermentación y secado del grano, luego se almacena en las bodegas para el proceso de clasificación y empaque para después ser transportado a los puertos de exportación.

### **Clasificación del cacao**

Luego de la fase del secado, en la que el cacao ha logrado cierta consistencia (casi seca con un 7% mínimo de humedad) se lo acopia en el patio de secado y se lo coloca en la tolva alimentadora de la máquina clasificadora, la misma que también realiza la función de limpieza; transcurrido este proceso se somete a una inspección para proceder manualmente a acumular las impurezas o cáscaras que hayan pasado de la máquina limpiadora, y el segundo paso es la clasificación ya que existen diversos tipos de granos de cacao de acuerdo al tamaño que se exporta:

- Grano de Cacao Natural.
- Grano de Cacao AS.
- Grano de Cacao ASS.
- Grano de Cacao ASSS.
- Grano de Cacao CCN-51.

## **Control de calidad del grano y empaque**

Después de la clasificación y limpieza, el cacao pasa por una verificación de la calidad del grano realizado por inspectores de la empresa o contratados, quienes se encargan de confirmar que cumpla con los estándares de calidad internacional de acuerdo a las Normas INEN, además se los empaca en sacas de yute de 150 libras (69 kg) para su exportación.

## **Comercio exterior**

Los principales destinos del cacao a nivel mundial son: Estados Unidos, Italia, Holanda, Alemania, Japón y China.

El tipo de cacao que exporta Ecuador es el cacao en grano (fino o de aroma) el cual tiene un precio establecido por la cotización de la Bolsa de New York y con la referente adicional que es la bolsa de Londres a las cuales los exportadores deben sujetarse.

El negocio de exportación se lo puede dividir en tres grandes procesos que toda empresa exportadora debe seguir para poder asegurar la mejor calidad de la fruta en los mercados internacionales, mercados que se orientan por rígidas pautas de calidad, los mismos que cada día son más competitivos, ante las exportaciones de países como Costa de Marfil, Indonesia, Ghana; estos procesos son:

- Producción y compra de la fruta a productores locales y plantaciones propias en el caso de que el exportador las tenga.
- Preparación (Secado, clasificación, y empaque) luego la fruta es trasladada desde las plantaciones o desde la planta en la cual se almacena la fruta al puerto de embarque (Puerto Marítimo en Guayaquil o Puerto Bolívar en la Provincia de El Oro).
- El embarque y traslado marítimo de la fruta a los mercados de consumo internacionales.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Fundamentación científica**

##### **Theobroma cacao**

Es el nombre científico que recibe el árbol de cacao, es decir la mazorca que contienen semillas y que crece directamente de su tronco.

##### **Origen**

El cacao es originario de México y se extendió hasta la cuenca del Amazonas, en las zonas comprendidas entre Colombia, Ecuador, Perú y Brasil, donde ha existido una mayor diversidad de especies.

##### **Suelo**

Para la siembra de cacao se debe seleccionar buenos terrenos es decir no muy quebradizos ni propensos a inundarse. Los suelos recomendados para el cultivo de cacao son planos o ligeramente inclinados con características de un tipo de suelo fértil con alto contenido de materia orgánica, bien drenado para facilitar la salida del agua por medio de los canales de desagües, profundo para un fácil desarrollo de las raíces ya que la planta posee una raíz pivotante, que quiere decir que crecerá verticalmente, así esta puede penetrar de 80 a 150 centímetros; pues si se mantiene en esas condiciones el cacao se desarrollara mejor y con un buen rendimiento.

Cuando no es posible contar con suelos de buena o mediana fertilidad es necesario planificar buenos manejos, a través del uso de abonos y si es posible que sean orgánicos para no contaminar el suelo.

##### **Clima**

El cacao necesita para su desarrollo un clima cálido y un ambiente húmedo con buena luminosidad, una considerable cantidad de agua, y se estima requiere entre 1.800 y 2.500 milímetros de lluvia anual, distribuidas durante todo el año ya que si son mayores que 2.500 mm presentan enfermedades con mayor incidencia.

## **Temperatura**

El óptimo de temperatura para este cultivo se halla alrededor de los 24 y 26°C, sin variaciones muy amplias en la noche y el día; cuando se lo cultiva en zonas de bajas temperaturas su floración es reducida, sin embargo temperaturas extremas, menores a los 14 grados centígrados durante la noche y más de 35 grados centígrados durante el día no son convenientes ya que influyen de manera negativa para el cultivo de cacao, especialmente durante el proceso de formación de frutos ocasionando “pasmazón”.

## **Agua**

El cacao es una planta extremadamente sensible a la escasez del agua, pues los estomas de las hojas se cierran, por consiguiente el cierre de los estomas induce a que el poder fotosintético de las hojas baje rápidamente y por ende el nivel de producción de la planta, además al haber demasiado encharcamiento de agua la planta puede sufrir algunos daños y la producción puede reducirse considerablemente e incluso hasta matar las raíces en muy poco tiempo, por eso es necesario que sea eliminada por otros medios, si los suelos no son suficientemente drenados.

La distribución de las lluvias tiene más significado en el cultivo de cacao que toda la cantidad recibida en el año, ya que evitan riegos artificiales; pero las lluvias en exceso y alta humedad del terreno propician la presencia de enfermedades como la moniliasis y la mazorca negra; por eso es muy importante la exposición solar ya que la luminosidad o energía radiante del sol ayuda a la elaboración de los alimentos de la planta (fotosíntesis) y de esa forma obtener los máximos rendimientos de la producción de cacao.

## **Viento**

Como ya se mencionó que a la falta de agua la planta cacao cierra sus estomas es decir va perdiendo poco a poco la cantidad de agua que posee. De igual manera se pierde agua debido a la presencia de vientos continuos provocando que las hojas dejen de trabajar, se sequen y mueran; si el viento es muy intenso las hojas se caen prematuramente.

En las áreas costeras, donde los vientos son muy comunes y pueden lograr velocidades considerables, el uso de cortinas rompevientos es lo más común y recomendado. Para que el cultivo de cacao no sufra daños cuando la velocidad del viento es fuerte, lo que lo defienden suficientemente es la sombra de los árboles.

Hay muchas especies que se pueden utilizar como cortinas rompevientos, pero siempre se debe tender a usar especies que puedan poseer otra utilidad como frutales o madera fina.

Suele ser muy importante el origen del viento, pues hay vientos que vienen del mar y generalmente son húmedos, pero vientos que vienen de los desiertos son muy desecantes en los cacaotales.

### **Propagación del cacao por semilla**

La propagación por medio de semillas frescas es la más utilizada por los agricultores, es fácil y económica, pero tienen que tomar en cuenta que las plantas seleccionadas cumplan con las siguientes características:

- Buen rendimiento: 80 mazorcas por año o más.
- Tamaño grande de mazorcas que rindan una libra de cacao seco con unas 10 mazorcas.
- Resistentes a la escoba de bruja monilla y mazorca negra.

Según Nelly paredes (Representante del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias) las semillas pueden ser:

**“Semilla común.-**Si el agricultor no está en condiciones de obtener semilla híbrida certificada, entonces debe proceder a seleccionar dentro de su plantación los mejores árboles, más robustos, con mayor producción y libres de enfermedades.

**Semilla proveniente de árboles clónales.-**En las Estaciones Experimentales(Principalmente del INIAP) se han seleccionado clones por su alto rendimiento desde muchos años atrás.

**Semilla híbrida.**-Luego de varios años de estudios de híbridos interclonales, se han llegado a establecer los beneficios que se pueden obtener al usar semilla híbrida, especialmente si es certificada.”<sup>3</sup>

### **Propagación del cacao por injerto**

Los agricultores pueden propagar el injerto distribuido por INIAP, puesto que ellos poseen nuevos materiales productivos con un alto contenido de aroma y calidad. Además la utilización de injertos es muy importante porque permite obtener una planta que fructifica más rápido que la propagación por semilla.

### **Siembra**

A partir del cuarto mes de haber realizado la injertación los clones están listos para el trasplante definitivo. En el caso de plantas por semilla, están listas en el quinto mes.

### **Distancia de siembra del cacao**

Se inicia con el trazado del terreno que es fijar donde se sembrará el cacao ya sea con la sombra provisional o permanente, permitiendo que haya una mejor circulación del aire y facilitando la cosecha del producto.

La distancia de siembra del cacao nacional reproducido en forma clonal es de 4x4 m equivaliendo a 625 plantas por hectárea, cuando son reproducidas por semilla la distancia de siembra es de 3x3 m correspondiendo a 1111 plantas de cacao por hectárea, pero esto depende de la condiciones del medioambiente y la altitud porque cuando son zonas con demasiada luz y secas el número de plantas sembradas por hectárea es mayor pero cuando es una zona con mayor intensidad de lluvia se siembra menos plantas por hectárea (ha).

---

<sup>3</sup>PAREDES ANDRADE, Nelly: *Manual de cultivo de cacao para la Amazonía Ecuatoriana*, p.6.

## **Sombra del cacao**

Debido a que el cacao ha crecido bajo otros árboles más grandes y que su cultivo ha sido tradicionalmente bajo sombra, se ha determinado que es típicamente umbrófilo, o amigo de la sombra. La evidencia experimental en parcelas pequeñas (20 plantas por parcela y cuatro repeticiones), se encontró que las plantas pueden crecer a plena exposición y sin sombra pues fueron sensiblemente más pequeñas, pero comenzaron a florecer y fructificar mucho antes que aquéllas que crecieron bajo tres tipos diferentes de sombra.

Actualmente se siembra cacao clonal o híbrido sin sombra, pero requiere de grandes cantidades de fertilizantes y agua para una buena producción como es el caso del CCN-51. Sin embargo, es muy difícil instalar un cacaotal a plena exposición, debido a los graves problemas con las malas hierbas competitivas y el combate de insectos; por esta razón es conveniente tener sombra provisional por lo menos 2 a 3 años.

### **Tipos de sombra**

La sombra tiene un papel muy importante ya que al iniciar la plantación no sólo es de reducir la luz, sino también el de reducir el movimiento de aire que perjudica a la planta. Pues los árboles de sombra deben ser podados por lo menos una o dos veces por año para regular favorablemente la cantidad de luz y sombra que debe tener el cacao.

#### **1.- Sombra provisional**

La sombra provisional es de vital importancia porque sirve para la protección de las plantas jóvenes de cacao, sirviendo de sombra provisional el plátano o banano, permitiendo obtener un ingreso adicional y cubrir con los diferentes costos de implantación.

Para la siembra del banano o plátano se debe seleccionar debidamente los cormos o cepas. La sombra temporal del plátano debería ser manejada con mucho cuidado ya que el número de plantas de cacao no podría ser mayor, pero a partir del tercer año pueden ser eliminadas.

## **2.- Sombra permanente**

La sombra permanente ofrece ayuda a las plantas de cacao, durante su desarrollo productivo, contra los efectos intensos de la radiación solar y la acción de los vientos, permitiendo que existan condiciones ambientales más favorables.

### **Para la sombra permanente se recomienda los siguientes árboles:**

- Guabo.
- Laurel.
- Palo prieto.

### **Árboles que tengan las siguientes características:**

- Sean leguminosas porque mejoran el suelo.
- Posean una altura mayor que el árbol de cacao.
- Las ramas sean amplias.
- Las hojas se descompongan fácilmente.
- Los frutos sean pequeños.
- Los árboles sean resistentes a enfermedades y plagas.
- Las raíces no afecten al desarrollo del cacao.

## **Principales variedades de cacao**

### **Cacao criollo**

Son árboles relativamente bajos y poco robustos respecto a otras variedades. Su copa es redondeada con hojas pequeñas en forma curvada de matiz verde claro y sus almendras son de color blanco.

Esta variedad de cacao se caracteriza porque sus mazorcas son alargadas de color verde y rojizo cuando están en proceso de maduración, volviéndose amarillas y anaranjadas rojizas cuando están maduras, el chocolate derivado de este cacao es deseado por su sabor a nuez; comercialmente se lo denomina cacao fino.

### **Cacao forastero amazónico**

Proporcionan el 80% de la producción mundial. Se llaman Amazónicos por encontrarse distribuidos en la cuenca del Río Amazonas y sus afluentes. Las mazorcas son verdes (en estado inmaduro) y amarillas (cuando están maduras), con una forma de pequeño cuello de botella en la base. Las almendras son aplanadas y pequeñas, con cotiledones de color morado, obteniéndose un chocolate con sabor básico de cacao.

### **Cacao trinitario**

Es el resultado del cruce entre el cacao de tipo Criollo de Trinidad y Forastero multiplicado en la cuenca del río Orinoco. Su calidad es intermedia, fueron seleccionados en Trinidad y de ahí su nombre.

Estos abastecen del 10 al 15% de la producción mundial, es el cacao que más se cultiva en América presentan un sabor a frutas y nueces.

### **Cacao nacional de Ecuador**

Posee características semejantes al tipo Forastero Amelonado. Sin embargo existen pocas plantaciones puras de éste, predominando plantaciones producto del cruzamiento natural con materiales introducidos desde Venezuela y Trinidad, denominándose complejo de Cacao Nacional Trinitario.

Las mazorcas son amelonadas, con canales y lomos algo profundos, internamente el color de las almendras es violeta, aunque en ciertas ocasiones a simple vista las semillas son blancas. De esta variedad de cacao se elaboran los mejores chocolates del mundo, por su sabor y aroma.

## **Clones o Híbridos**

Finalmente, también se pueden encontrar Clones, es decir, variedades producidas por el nombre, que suelen identificarse con letras y números provenientes de su investigación, como es el caso del CCN-51. Sus mazorcas son rojizas-moradas cuando están tiernas y de color rojizo anaranjadas cuando están maduras. Presentan sabor a cacao, su potencial se encuentra en la producción de manteca de cacao.

## **Rendimiento**

Las diferencias de un árbol a otro en cuanto a su producción de grano, es debido al distinto número y tamaño de las almendras, ya que algunos rinden más que otros.

En promedio 100 libras de cacao en baba rinde 35 a 40 libras de cacao seco con un 7% de humedad interior. Hay menor rendimiento cuando se cosechan mazorcas verdes o pintonas debido a que no han alcanzado a desarrollar completamente los granos.

## **Fertilización del cacao**

La fertilización es una práctica muy importante aunque el cacao sea una planta rústica requiere de nutrientes, para que sea altamente productivo siendo los más importantes el nitrógeno, potasio y fósforo, antes de empezar a realizar una fertilización del cacaotal es necesario conocer el nivel de fertilidad natural que posee el suelo.

Según Nelly Paredes (Representante del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias): "Este diagnóstico se puede hacer con un análisis de suelo, o por medio de análisis foliar.

Una cosecha de cacao seco de 10 quintales extrae aproximadamente 22 kg de nitrógeno (N) 5 kg de fósforo (P) y 38 kg de potasio (K).

Estas cifras indican que el suelo pierde al retirar las mazorcas de cacao en el momento de la cosecha. Es fundamental que se deje la cáscara en el suelo, para

aportar algo de nutrientes y para que además sirva de hábitat para los insectos polinizadores."<sup>4</sup>

## **Podas**

Las podas son una actividad importante en el cultivo de cacao, permite eliminar los chupones y las ramas mal dirigidas, controlar la altura del árbol, regular la entrada de luz a los estratos inferiores, cortar las ramas bajas que dificultan los trabajos agrícolas y facilita la visibilidad de las mazorcas. Estas se deben aplicar desde el inicio del cultivo con el fin de proporcionarle una buena formación, desarrollo y producción del cacao.

Existen cuatro tipos de podas del cacao:

- Formación.
- Mantenimiento.
- Fitosanitarias.
- Rehabilitación.

### **Poda deformación**

Se realiza desde el vivero y en los primeros meses después del trasplante hasta el segundo año de vida de la planta. Además ayuda a establecer un ramaje bien balanceado y a equilibrar el sistema aéreo de la planta en desarrollo, dejando un eje (híbridos), y de tres a cuatro ejes bien distribuidos en los clones impidiendo que éstos se inclinen cuando entren en producción, de tal forma que se debe de eliminar las ramas entrecruzadas, juntas y muy largas a fin de evitar el agobio.

La copa o verticilo será el eje del árbol y es en las ramas primarias donde se formarán la mayoría de las mazorcas.

---

<sup>4</sup> PAREDES ANDRADE, Nelly: *Manual de cultivo de cacao para la Amazonía Ecuatoriana*, p.18.

## **Poda de mantenimiento**

El objetivo de la poda en el cacao es eliminar las partes poco productivas o innecesarias de los árboles, que la realiza en la época de floración, para estimular el desarrollo de nuevos crecimientos. Se recomienda realizar una o dos podas ligeras de mantenimiento al año como mínimo, la segunda de las cuales se combinará con la poda fitosanitaria para mantener en buena forma al árbol y eliminar las ramas muertas y mal ubicadas.

## **Poda fitosanitaria**

Consiste en la eliminación de las ramas que hayan sido afectadas por escoba de bruja y frutos atacados por monilla u otras enfermedades o insectos. La poda se debe de realizar por lo menos dos veces al año, tratando de no dejar partes enfermas en el árbol de cacao.

Se debe eliminar en cada cosecha todos los frutos enfermos, antes de que emitan el micelio (polvo blanco) que los cubre; si se eliminan con polvo se estaría esparciendo la enfermedad.

## **Poda de rehabilitación**

Esta poda se la realiza en huertos viejos infructíferos y consiste en la eliminación de abundante follaje y ramas, con la finalidad de que surjan nuevas ramas en las plantas.

## **Cuidados generales en las podas**

Se debe de tener los siguientes cuidados:

- Utilizar tijeras para ramas finas y cuando se trata de ramas gruesas, usar serruchos.
- La herramienta que se utilice debe estar afilada y desinfectada con alcohol, para evitar contagios de enfermedades a las plantas.

- Para cortar las ramas gruesas se usa serrucho, para realizar un corte guía en la parte inferior de la rama, para que la corteza no se desgarre al momento del corte.
- Los cortes que se efectúan durante la poda, deben cubrirse con pasta cicatrizante, con el fin de impedir la entrada de plagas y enfermedades a la planta.
- Aplicar las pastas fúngicas de inmediato en los cortes con la ayuda de una brocha.

### **Control de malezas**

Los efectos de las malezas en el cacao impiden el desarrollo de las hojas, puesto que estas se enredan entre los árboles. Las malezas compiten con el cacao por la luz, agua y nutrientes, ya que los absorben con mayor rapidez que el cacao.

Los procedimientos de combate de malezas pueden hacerse por el mantenimiento de un mantillo sobre el suelo, por plantas de cobertura, por labores manuales y con la utilización de herbicidas.

### **Plagas y enfermedades**

**Hormigas:** Causan fuertes daños en el follaje, tanto en plantas pequeñas y plantas adultas, pero el daño es leve por la cantidad de follaje que han desarrollado.

#### **Control:**

- Empezar un método frecuente en el cultivo y en las fincas vecinas, usando productos que no tengan efectos dañinos sobre el medio ambiente.
- Usar productos que sean transportados hasta los nidos subterráneos.
- Mezclar una cucharada de levadura granulada (para hacer pan) con tres cucharadas de azúcar blanca y aplique en pequeños recipientes (una a dos cucharadas), en la entrada de los nidos o en los caminos por donde transitan.

**Mosquilla del cacao:** Este insecto ataca frutos y brotes jóvenes chupando la savia e inyectando toxinas, formando manchas circulares de color pardo oscuro dándole una apariencia seca y petrificada, el fruto puede ser atacado en cualquier edad.

**Control:**

- Revisar periódicamente el cultivo y eliminar las mazorcas afectadas.
- Una sombra regulada y las podas ayudan a controlar la mosquilla.
- Cuando hay una alta incidencia de la plaga y la altura de los árboles lo permite, elimine el insecto, presionándolas manualmente contra la superficie del fruto.

**Principales enfermedades**

Uno de los factores limitantes para la producción de cacao es la presencia de enfermedades, como:

- La escoba de bruja.
- Perniciosa.
- Moniliasis.
- Mazorca negra.
- Mal de machete.

**Escoba de bruja:** Afecta a las plantas florales y frutos jóvenes, la escoba de bruja da origen a brotes mal formados, proliferación de ramas laterales; produce la formación de brotes vegetativos y/o flores y mazorcas anormales en forma de chirimoyas, zanahorias, ocasionando en frutos jóvenes y adultos manchas necróticas en la corteza y maceración en las almendras.

**Control:**

- Es necesario mantener la plantación en buen estado nutricional.
- Efectuar regularmente podas fitosanitarias, eliminando escobas y frutos enfermos en cada cosecha.
- En las podas de mantenimiento, proveer mejor ventilación a la planta.
- Para la siembra utilizar clones con alto grado de resistencia a esta enfermedad.

**Moniliasis:** Esta enfermedad ataca únicamente a los frutos del cacao en cualquier estado del cultivo, se estima que esta enfermedad disminuye la producción y normal desarrollo de la planta de cacao a nivel nacional.

La enfermedad se presenta con la aparición de pequeñas manchas de color amarillas y anaranjadas en las mazorcas. En épocas de humedad la manchase torna en una especie de felpa color blanco, logrando alcanzar a revestir la totalidad de la mazorca, y sobre la cual el hongo produce gran cantidad de esporas que fácilmente con el viento se desprenden y afectan a otras mazorcas de cacao.

**Control:****Combate natural**

- Realizar la eliminación semanal de frutos enfermos antes de presentar el polvo de color blanco crema.
- Realizar la regulación de sombra empleando podas.
- Mantener un buen drenaje para evacuar el agua encharcada.

## **Combate químico**

Utilizar fungicidas protectores a base de cobre, principalmente en la época de mayor precipitación que es cuando ocurren los mayores ataques de las enfermedades fungosas.

**Mal de Machete:** La enfermedad afecta principalmente a las ramas y troncos de árboles de cacao y de otras especies presentes en la finca. Se presenta con marchitamiento de la parte afectada, las hojas se tornan amarillentas, hasta secarse. Es característico encontrar en los árboles afectados un polvito que sale de pequeños agujeros afectados por insectos taladradores, los cuales actúan como transmisores de esta enfermedad a árboles sanos.

### **Control:**

- Evitar heridas innecesarias en los árboles.
- Desinfectar continuamente las herramientas para podar, con alcohol o limón.
- Proteger los cortes hechos al podar con alquitrán vegetal o con una pasta cúprica (mezcla de 1 kilo de sulfato de cobre + 6 kilos de cal + 5 litros de agua).
- Utilizar plantas injertas con patrones resistentes a esta enfermedad.
- Eliminar y quemar fuera de la plantación todo árbol enfermo.

**Mazorca Negra:** Causada por hongos, está presente en la mayoría de los cultivos de cacao del mundo, se origina en las temperaturas más bajas y lluvias frecuentes, cuando existe falta de poda, poca luminosidad y un drenaje inadecuado, provocando enfermedades. Además ataca todas las partes de la planta, pero las mayores pérdidas son por daños al fruto donde aparece una mancha de color café oscuro, por eso se la denomina mazorca negra.

En el tronco, la plaga toma el nombre de cáncer del tronco y se presenta con una mancha de color café. En las hojas, los indicios se manifiestan como manchas

necróticas que se inician por los bordes, que generalmente se enrollan hacia adentro.

### **Control:**

- El combate de la mazorca negra se debe realizar por medio de remoción de frutos en cada cosecha.
- Evitar el encharcamiento en la plantación procurando un buen drenaje.

### **Cosecha del cacao**

Se debe realizar cuando las mazorcas están maduras y esto se puede apreciar por los colores que presentan, pues las de color verde se tornan amarillas, las de color rojo se tornan anaranjadas. También se pueden presentar maduraciones cuando huelen agradablemente o presentan un sonido hueco que se oye al golpear el fruto con las manos.

### **Recolección de las mazorcas**

La recolección y quiebra se deben de hacer dentro de las plantaciones y variando el sitio ya que los cascarones se convierten en hospederos de insectos polinizadores y en materia orgánica y minerales nutrientes para el suelo.

Las mazorcas se pueden almacenar hasta dos días, sin partir para lograr la cantidad suficiente y fermentar sin afectar la calidad.

### **Fermentación**

El proceso de fermentación es un paso muy importante, pues se elimina la baba, induciendo la muerte del embrión, la evolución de los cotiledones y establece las sustancias precedentes del sabor y aroma de chocolate.

Ya realizada la cosecha, las almendras de cacao se proceden a fermentar, de 4 a 5 días con la finalidad de mejorar la calidad, sabor y aroma.

## **Procedimientos para la Fermentación**

### **Montones**

La fermentación por montones se realiza apilando el cacao en un tendal de madera, caña o cemento, en el que se debe de colocar hojas de plátano para evitar el contacto directo con el material efectuando remociones cada 48 horas.

Con este procedimiento no se logra una fermentación adecuada debido a que las almendras están expuestas al viento.

### **Cajones**

A través de este método, el grano de cacao se fermenta en cajas de madera blanca pues las maderas negras o resinosas pueden contaminar el cacao con aromas extraños, el cajón deberá tener varios compartimientos de 0.90m de ancho, 0.90m de alto y 0.90m de profundidad en el que se podrá fermentar entre nueve y once quintales de cacao

### **Saquillos**

En este método, los granos de cacao se colocan en sacos exclusivos para cacao y de tejido ralo para permitir el exudado de la baba.

En la fermentación por saquillos es muy difícil de realizar remociones, por lo cual el grado de fermentación no es uniforme, además los saquillos tiene un tejido muy tupido, el cacao tiende a quedar con cierto sabor a podrido. Por lo que este método es el menos adecuado para fermentar cacao.

### **Tiempo de fermentación**

El tiempo de fermentación está intrínsecamente relacionado con el tipo del cacao.

- Cacao tipo Nacional, de cuatro a cinco días, ya que contiene humedad del (60%).

- Cacao Trinitario de cinco a seis días, pues el contenido de humedad es de un (63%).
- CCN - 51 requiere de cinco hasta seis días de fermentación.

### **Recomendaciones para una buena fermentación**

- No mezclar granos sanos con enfermos.
- No fermentar cacao cosechado en diferentes días.
- No mezclar variedades diferentes de cacao en la fermentación.
- No Añadir cacao fresco a una masa en fermentación.
- Cambiar las hojas de plátano cuando se realice la remoción.
- Limpiar periódicamente los cajones para evitar la formación de mohos.
- Controlar periódicamente la temperatura.
- Realizar giros oportunos.
- Fermentar una cantidad mínima de 80 libras de cacao en baba, para lograr un mejor resultado.

### **Proceso de Secado**

El secado es el paso siguiente, consiste en eliminar el exceso de agua al interior del grano, para evitar que se dañe durante su almacenamiento. El cacao debe tener 7% de humedad debido a su alto contenido de grasa.

El lugar de secado debe estar alejado de áreas de pesticidas para evitar el riesgo de contaminar el cacao, lo cual afectaría su calidad.

## **Tipos de secado**

### **Secado natural (Caña –madera)**

El secado natural es cuando se aprovecha los rayos solares poniendo el cacao sobre tendales, de superficies planas y limpias, los más usados por los pequeños y medianos agricultores son los de madera o caña ya que los materiales se hayan dentro de sus fincas.

### **Cemento**

En este sistema de secado el tendal se debe de construir con una ligera inclinación para permitir el drenaje de aguas lluvias, y deben estar enlucidos para proteger el grano del cacao e impedir daños en la cáscara del grano.

### **Marquesina**

Este procedimiento consiste en colocar una lámina plástica a manera de techo con ventilación para que salga el exceso de humedad, este es recomendable para zonas donde llueve constantemente.

### **Secado artificial**

El secado artificial es cuando se usa una fuente de calor generada por la combustión de carburantes, en este tipo de secado se debe tener cuidado para evitar la contaminación del grano con el humo de la combustión.

### **Tiempo de secado**

El tiempo del secado dependerá del método que se use, si se realiza en forma natural variará de acuerdo a las condiciones del clima; para cada quintal de cacao húmedo se necesitará 6 m<sup>2</sup> de tendal y entre 5 a 8 días, haciendo remociones cada cierto tiempo para lograr un secado parejo.

El secado artificial dependerá del grado de humedad del grano, la temperatura debe estar entre los 50<sup>0</sup> C a 60<sup>0</sup> C máximo.

## **Limpieza y almacenamiento del cacao**

La limpieza del cacao se la realiza con el fin de eliminar todo tipo de impurezas, esta se puede realizar de forma artesanal o industrial con la ayuda de zarandas y corrientes de aire para separar el cacao de toda materia extraña.

Consiguientemente, se introducen en sacas exclusivos de yute con la ayuda de herramientas de madera para evitar cualquier daño al grano, luego se los debe de almacenar en bodegas adecuadas secas y limpias, controlar la bodega de roedores, utilizando feromonas para proteger de la polilla y fumigarlo con fosfina o (fotoxín), antes de exportarlo.

## **Bodega de almacenamiento**

Las bodegas de almacenamiento deben de ser de cemento, es conveniente mantenerlas limpias, ventiladas, sin roturas y hendidias para evitar que se oculten insectos. El nivel de las bodegas debe de ser más alto que el terreno que la rodea para prevenir inundaciones. Es importante mantener por separado y debidamente identificadas todas las variedades.

## **Calidad del grano**

La calidad del grano está dada por sus características y las exigencias del mercado, utilizando los siguientes parámetros:

**Calidad física:** peso 100 libras, y un % de humedad.

**Calidad organoléptica:** color, olor y sabor.

## **Fundamentación comercial**

### **Precio**

Para Robert Pindyck y Daniel Rubinfeld: "Los precios son el resultado de las interacciones de los consumidores, los trabajadores y las empresas estas

interacciones ocurren en los mercados, que son el conjunto de compradores y vendedores que determinan conjuntamente el precio de un bien”<sup>5</sup>.

## **Comercialización**

### **Concepto**

Según Jaime Freire y Franz Ríos: “La comercialización es el conjunto o combinación de actividades que realizamos como productores y vendedores para llevar el producto (cacao) desde la finca hasta el lugar donde se vende (mercado) buscando compradores que ofrezcan condiciones favorables de compra, en términos de cantidades, precio y tiempo”<sup>6</sup>.

La producción y comercialización es una actividad económica necesaria, que van de la mano, son aspectos importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores, los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

## **Comercialización del cacao a nivel mundial**

### **Importaciones mundiales**

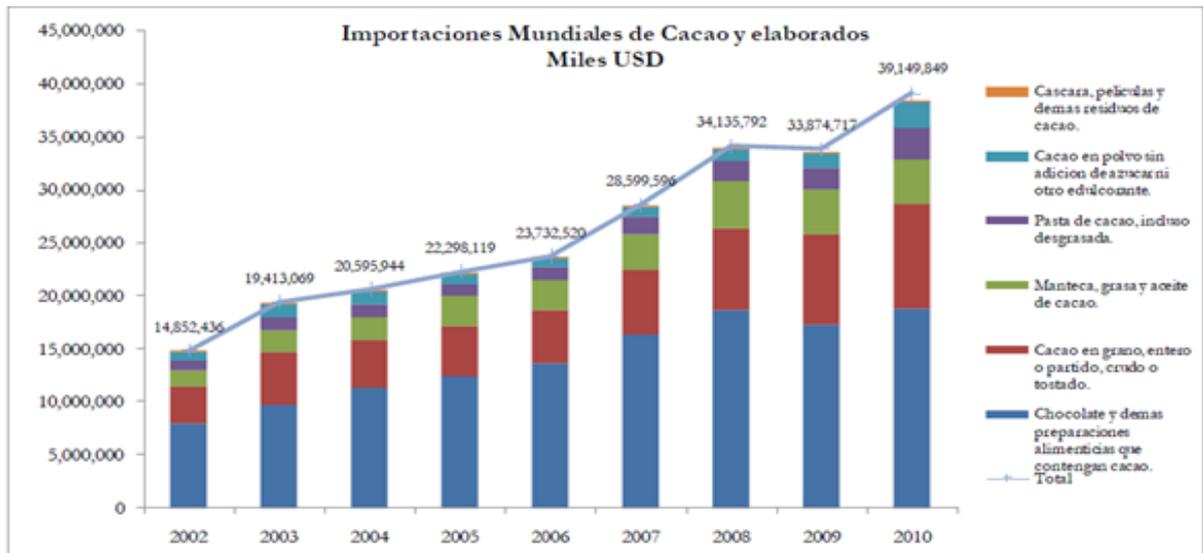
Durante los últimos 10 años las importaciones de cacao y elaborados a nivel mundial ha crecido a un ritmo acelerado. El año 2009 cayeron levemente las importaciones con relación al 2008, a causa de la crisis mundial, sin embargo para el 2010 aumentaron en USD 39, 149, 849,000. Los bienes más demandados fueron: chocolate y demás preparaciones alimenticias que contienen cacao, le sigue el cacao en grano entero o partido, crudo o tostado, la manteca, grasa y aceite de cacao (Véase figura 1).

---

<sup>5</sup>PINDYCK, Robert, RUBINFELD, Daniel: *Microeconomía*, p.5.

<sup>6</sup> FREIRE, Jaime, RÍOS Franz: *Programa de capacitación en la cadena del cacao módulo comercialización*, p.6.

**Figura 1. Importaciones mundiales de cacao y elaborados**

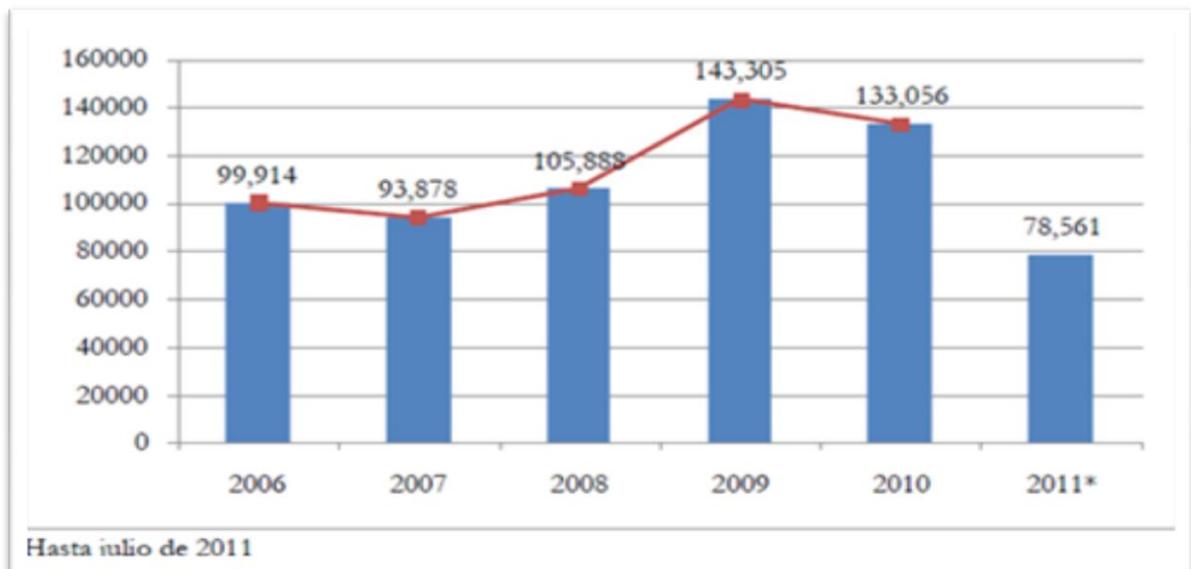


Fuente: TradeMap, Centro de Comercio Internacional.

### Evolución de las exportaciones de cacao

En Ecuador las exportaciones del cacao y sus derivados han evolucionado constantemente durante el período 2006-2010. En el 2009 el volumen exportado es de 143,305; mientras que en el 2010 disminuyó la cantidad exportada a 133,056 TM (Véase figura 2).

**Figura 2. Exportaciones en toneladas de cacao y sus derivados**



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones/ PRO ECUADOR

## Principales destinos del cacao ecuatoriano

Las exportaciones de cacao y sus derivados están dirigidas principalmente a 2 mercados: Estados Unidos, con una participación de 20.8% en el 2010. Le sigue Holanda con una participación del 21.8% en el mismo período.

**Cuadro 2.** Principales destinos de las exportaciones del cacao ecuatoriano

PRINCIPALES COMPRADORES DE CACAO ECUATORIANO Y SUS ELABORADOS								
Valor Míles USD / Valor FOB								
Países	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	TCPA 2006-2010	Participación 2010
ESTADOS UNIDOS	34,066.89	59,338.67	107,508.05	171,727.23	88,106.66	69,441.60	26.81%	20.82%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	31,394.09	53,025.34	48,140.04	68,027.19	92,298.84	35,606.71	30.94%	21.81%
ALEMANIA	33,463.01	33,344.78	25,484.76	45,835.50	38,844.15	23,432.46	3.80%	9.18%
MEXICO	1,876.85	5,155.68	26,885.34	24,024.83	52,234.77	19,493.87	129.68%	12.34%
BELGICA	12,477.54	20,366.36	6,979.13	17,087.97	41,319.08	14,776.05	34.90%	9.76%
COLOMBIA	9,038.88	6,748.65	16,026.42	14,540.82	26,417.66	6,493.18	30.75%	6.24%
JAPON	22,003.44	13,879.76	10,434.99	12,016.92	13,770.37	7,043.69	-11.06%	3.25%
ITALIA	4,535.05	7,903.48	13,211.36	12,708.01	12,802.75	6,218.43	29.62%	3.03%
CHILE	2,796.90	4,018.28	6,314.48	8,166.15	13,890.47	6,744.17	49.28%	3.28%
FRANCIA	8,082.00	15,912.64	7,118.97	3,700.17	2,832.28	751.01	-23.06%	0.67%
ESPAÑA	2,151.23	3,830.84	3,964.13	4,413.24	10,682.55	4,288.63	49.28%	2.52%
PERU	602.70	4,751.85	4,953.53	1,653.47	4,526.72	2,053.40	65.55%	1.07%
ARGENTINA	473.24	759.59	3,370.92	5,424.66	4,925.07	2,292.42	79.61%	1.16%
REINO UNIDO	1,608.62	1,507.37	1,257.45	1,726.94	6,126.56	1,123.99	39.70%	1.45%
AUSTRALIA	1,051.96	1,334.82	1,893.09	2,305.35	3,262.71	1,686.38	32.71%	0.77%
VENEZUELA	2,794.00	2,611.55	516.16	420.13	1,433.44	2,691.02	-15.37%	0.34%
SINGAPUR	236.49	595.30	127.84	393.70	2,913.22	178.00	87.34%	0.69%
BRASIL			908.42	739.26	265.83	1,314.93		0.06%
INDIA				1,150.61	1,706.31			0.40%
SUIZA	129.44	650.41	515.45	924.82	507.55	43.90	40.72%	0.12%
BOLIVIA	56.49	426.38	895.55	321.22	381.51	150.80	61.21%	0.09%
COREA (SUR), REPUBLICA D	230.49	216.89		423.25	791.76	499.95	36.14%	0.19%
GUATEMALA	229.84	148.15	429.72	236.98	652.55	163.04	29.81%	0.15%
MALASIA	27.48		63.63	459.59	1,200.74		157.10%	0.28%
URUGUAY	63.61		294.30	662.89	66.68		1.19%	0.02%
Demás países	1,568.36	954.81	955.35	1,240.38	1,251.46	684.75	-5.49%	0.30%
Total general	170,958.60	237,481.60	288,249.08	400,331.28	423,211.69	207,172.38	25.43%	100.00%

\*Datos hasta mayo del 2011

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

## Principales países competidores

Los principales países exportadores de productos elaborados con cacao entre el 2006-2010 fueron:

- Holanda, con una participación del 12.31% y Alemania, que representa el 10.40% de las exportaciones durante el mismo año.

Los principales exportadores por regiones geográficas, en el 2010 son:

- Latinoamérica: Brasil (1.03%), México (1.3%), Ecuador logró en ese año (1.1%) de las exportaciones mundiales de cacao y sus derivados.
- En África: Costa de Marfil (11.17%), Ghana (6.34%), Nigeria (3.15%), Camerún (1.85%).
- Asia: Indonesia (4.03%), Malasia (3.19%), Singapur (1.61%).

**Cuadro 3. Principales competidores de Ecuador**

PRINCIPALES EXPORTADORES DE CACAO Y ELABORADOS							
Miles USD							
Países	2006	2007	2008	2009	2010	TCPA 2006-2010	Participación 2010
Países Bajos (Holanda)	2,576,355	3,145,285	3,795,606	3,850,173	5,021,441	18.16%	12.31%
Alemania	2,453,181	2,975,256	3,583,567	3,770,365	4,240,546	14.66%	10.40%
Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	2,035,045	2,204,547	2,807,307	3,724,395	4,557,026	22.33%	11.17%
Bélgica	2,149,790	2,566,617	2,739,788	2,614,314	2,674,439	5.61%	6.56%
Francia	1,459,537	1,776,832	2,021,234	1,940,537	2,029,604	8.59%	4.98%
Ghana	1,241,079	1,053,370	1,042,124	1,935,380	2,586,968	20.16%	6.34%
Indonesia	855,047	924,159	1,268,947	1,413,441	1,643,649	17.75%	4.03%
Italia	808,461	1,221,924	1,327,154	1,245,947	1,341,576	13.50%	3.29%
Estados Unidos de América	895,676	1,013,378	1,183,395	1,161,575	1,386,631	11.55%	3.40%
Malasia	567,926	757,236	1,003,767	917,620	1,302,521	23.06%	3.19%
Canadá	751,760	781,237	829,284	697,967	941,382	5.78%	2.31%
Nigeria	17,670	474,150	601,252	1,429,404	1,283,011	191.91%	3.15%
Reino Unido	627,295	754,229	780,823	683,376	702,596	2.87%	1.72%
Suiza	546,862	660,074	785,213	740,916	796,504	9.86%	1.95%
Polonia	456,796	570,993	691,971	758,586	922,761	19.22%	2.26%
Camerún	263,104	328,025	419,158	727,506	753,597	30.09%	1.85%
Singapur	302,126	390,507	516,325	524,029	658,610	21.51%	1.61%
España	289,059	383,940	510,946	485,292	643,850	22.17%	1.58%
Austria	369,820	432,692	511,442	431,231	466,763	5.99%	1.14%
Ucrania	259,893	353,136	503,072	448,560	591,611	22.83%	1.45%
Brasil	362,397	364,947	400,525	352,338	418,785	3.68%	1.03%
Turquía	271,733	364,300	390,630	371,697	431,034	12.23%	1.06%
México	156,469	185,556	263,657	412,578	530,686	35.71%	1.30%
Ecuador	170,958	227,214	260,204	379,829	446,879	27.15%	1.10%
Federación de Rusia	218,830	289,863	346,339	291,092	289,115	7.21%	0.71%
Demás países	3,142,401	3,441,897	4,189,968	4,001,640	4,120,913	7.01%	10.10%
<b>Total</b>	<b>23,249,270</b>	<b>27,641,364</b>	<b>32,773,698</b>	<b>35,309,788</b>	<b>40,782,498</b>	<b>15.08%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: TradeMap, Centro de Comercio Internacional

## **Tendencias de consumo de los principales países importadores**

El consumo de cacao y sus elaborados ha crecido, debido a la demanda industrial del producto por parte de algunos países, ya que la industrialización del cacao, está relacionado a la producción de chocolate.

El mercado europeo presta mucha atención al cuidado de la salud, el medio ambiente y aspectos sociales -comercio justo-, suelen ser elementos importantes al momento de adquirir productos.

Además de acuerdo al Departamento de Inteligencia Comercial e Inversiones: “las certificaciones internacionales son muy valoradas en el comercio mundial, lo que garantiza la calidad del producto y la conservación del medio ambiente y las condiciones sociales y laborales de los productores, adicionalmente es necesario para contar con una certificación de calidad aplicar la trazabilidad del producto, que es un conjunto de acciones, medidas y procedimientos técnicos que permite identificar y registrar cada producto desde su origen hasta el final de la cadena de comercialización. Esto permite rastrear la cadena de producción y otorga a los consumidores la certeza del origen del producto y de las distintas etapas del proceso productivo”.<sup>7</sup>

## **Principales mercados del cacao**

### **Estados Unidos:**

Según el Departamento de Inteligencia Comercial e Inversiones: “La industria de la confitería en Estados Unidos incluye a cerca de 1,600 empresas, que registran utilidades de USD 17 miles de millones. Las empresas más relevantes son Mars, Nestlé, Cadbury y The Hershey Company. A dicha industria se la podría definir

---

<sup>7</sup> DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: *Análisis sectorial de cacao y elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>.

comofragmentada, pues las 50 empresas más grandes concentran cerca del 40% del mercado”.<sup>8</sup>

La demanda de los productos elaborados a base de cacao depende de los gustos del consumidor y al incremento demográfico de la población, pues los ingresos de las empresas dependen de la eficacia de la producción, de las cadenas comercializadoras y proveedoras. Al igual que la mayor parte de las grandes industrias que tienen ventajas por sus economías a escala.

### **Alemania**

De acuerdo al Departamento de Inteligencia Comercial e Inversiones: “El perfil del consumidor alemán en la actualidad no se determina por la acumulación de posesiones, sino por un mejor consumo de aquello que influencia positivamente la calidad de vida, las expectativas personales y de auto actualización. Así, los productos bio (orgánicos), la sustentabilidad y al comercio justo, se les da mucha importancia en es este país europeo, por lo que minoristas alemanes han acordado auditar a sus proveedores para asegurarse que sus productos cumplen con estándares internacionales e introducen prácticas laborales, medioambientales y de salud sostenibles”.<sup>9</sup>

### **Francia**

En Francia, el chocolate no es consumido por casualidad; al contrario, lo eligen con especial atención, porque es muy apetecido por este mercado. La venta de productos elaborados a base de chocolate se aumenta notablemente en Navidad y en Pascuas, por lo que las importaciones de cacao se incrementan en estas temporadas.

---

<sup>8</sup> DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: *Análisis sectorial de cacao y elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>.

<sup>9</sup> DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: *Análisis sectorial de cacao y elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>.

Según el Departamento de Inteligencia Comercial e Inversiones: “Se estima que el consumo promedio en ese país por habitante es de 6.8 kg por año. Francia es un importante “molinillo” de semillas de cacao, y reúne 12 % del total de las molindas en la Unión Europea. Francia es el cuarto importador europeo de semillas de cacao. Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO), Francia es el tercer “molinillo” de cacao en la UE. Sin embargo, las molindas francesas son mucho más pequeñas que las de Holanda y las de Alemania. Desde 2004, las molindas francesas de semillas de cacao aumentaron 2.4 % por año, alcanzando la cifra de 165 mil toneladas en 2008”<sup>10</sup>.

Además, algunas de las características que se le asignado al cacao ecuatoriano es el reconocimiento internacional por su excelente sabor, calidad y aroma floral; lo que han hecho que en la actualidad, el consumir chocolate oscuro bajo en azúcar, se muestre como la principal preferencia de los clientes a nivel mundial.

### **Oportunidades comerciales para el cacao**

De acuerdo al Departamento de Inteligencia Comercial e Inversiones: “Existen muchas oportunidades para exportar cacao en grano a los países europeos como Países Bajos, España y Alemania, que han registrado crecimiento considerable en sus importaciones de cacao en grano, así mismo, Rusia, Bélgica y Francia también son mercados atractivos por precio. Estados Unidos, sin lugar a dudas un importante mercado para este producto, de igual manera Singapur, Turquía y Malasia, grandes importadores a nivel mundial”<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup>DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: *Análisis sectorial de cacao y elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>

<sup>11</sup> DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: *Análisis sectorial de cacao y elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>.

## **Comercialización del cacao en el Ecuador**

Es manejada por varios tipos de intermediarios; en la época de la cosecha los agricultores se preocupan de buscar donde vender su producción, pues existen varias alternativas, el intermediario que vive o llega a la comunidad; o la opción de ir a los locales de la ciudad donde hay otros intermediarios, siempre en busca de encontrar las mejores condiciones para vender su producto, con el propósito que les paguen un buen precio y que no les perjudiquen con el peso o la determinación de la calidad (calificación) de su cacao.

Para que exista comercialización se necesita de dos actores, el comprador y el vendedor, sin ellos no es posible la comercialización, por una parte está el productor que ofrece sus productos y por otra parte el comprador que los necesita.

Para Jaime Freire y Franz Ríos, el proceso de comercialización en el ámbito mundial: “se realiza a través de tres miembros de la cadena; la empresa exportadora, el broker (intermediario), quién trabaja para una bolsa de commodities (productos básicos), y el consumidor internacional (empresas procesadoras de cacao), a su vez, se identifican instituciones vinculadas a este proceso, como son la Bolsa de Cacao de Londres, London Commodity -Exchange, Ltd (LCE) la Bolsa de París, Association Francaise du Commerce du Cacao (AFCC).”<sup>12</sup>

## **Herramientas de la comercialización**

En la comercialización de cacao, es necesario conocer algunas herramientas que son muy útiles para alcanzar el éxito. Las herramientas o instrumentos de la comercialización nos permiten evitar correr riesgos innecesarios que pondrían causar pérdidas. Además es importante conocer el mercado, saber dónde se va a vender el producto, cuales son las condiciones de los diferentes mercados, que calidades exigen, y cuál es la forma de pago, etc.

---

<sup>12</sup>FREIRE, Jaime y RÍOS, Franz: *Introducción a la comercialización del cacao*,

<http://es.scribd.com/doc/25356880/Comercializacion-Asociativa-ad-Completo-de-Cacao-2005-Make-a-donation-ccd-org-ec-Haga-una-donacion>.

En la venta de cacao la plaza principal está en Guayaquil, ofrecen los mejores precios, ya que se encuentran los exportadores que son el final de la cadena a nivel nacional, sin embargo las condiciones de venta no son las mismas, pues cada comprador o exportador tiene sus reglas y políticas, entonces se debe analizar qué condiciones son las más convenientes. Hay mercados que adelantan dinero para comprar el producto pero que al final el precio no es el mejor, otros son exigentes en la calidad, algunos tienen formas de calificar demasiado duras, o el pago se lo hace a los 15 días, en fin cada posibilidad de venta tiene sus ventajas y desventajas.

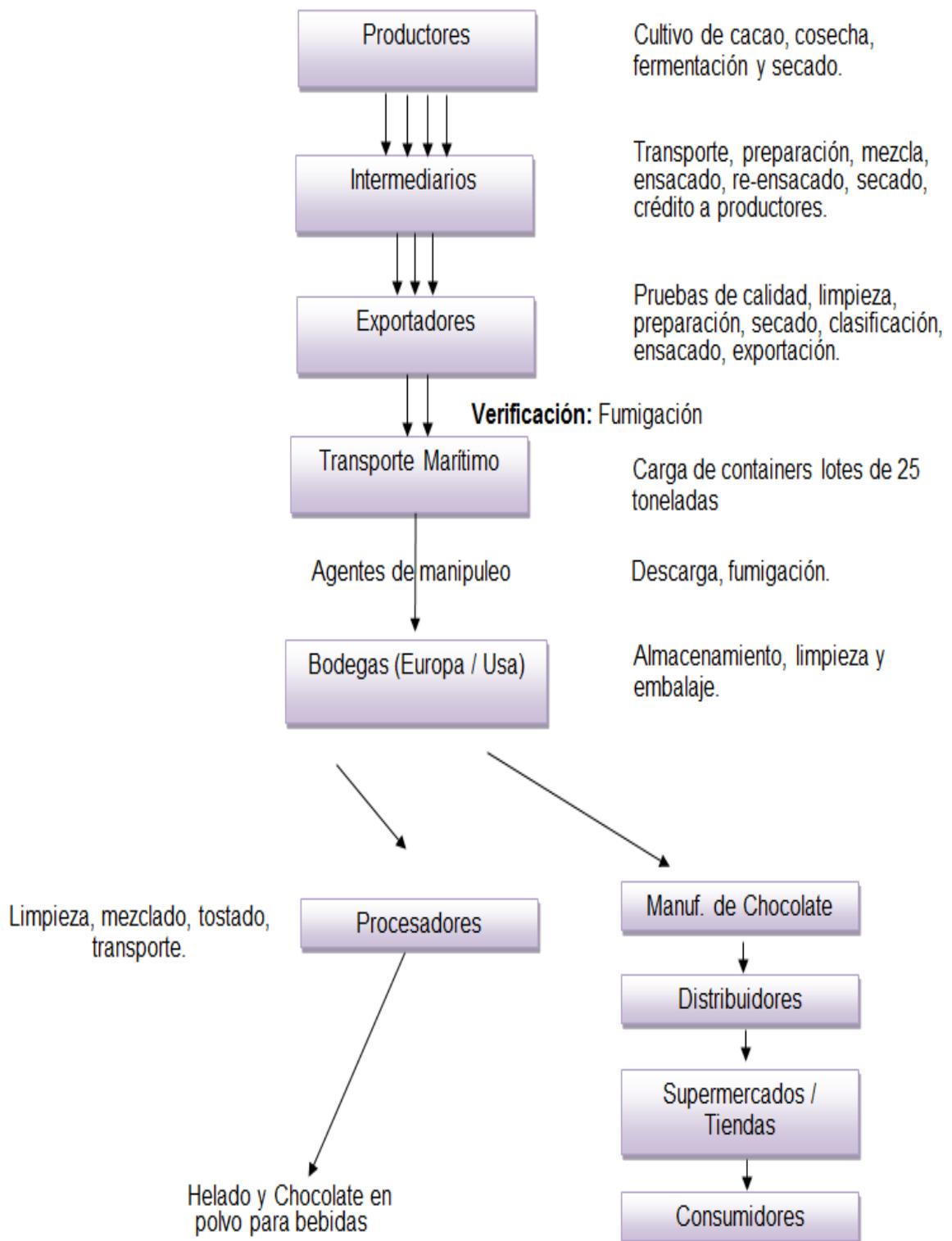
Un buen modo de averiguar cuál o cuáles son las opciones más convenientes es dividir un lote en 3 o 4 sublotes idénticos para venderlos a 3 o 4 opciones que hayamos encontrado y que consideremos que son convenientes, con el fin de comparar quien es el que más paga y poder establecer mejores condiciones de negocio. El cacao es un producto que se exporta casi en su totalidad el consumo interno es mínimo, entonces es importante buscar y manejar información del mercado mundial, la producción, la oferta internacional, la demanda y los precios internacionales.

## **Aspectos importantes en la comercialización**

### **Comercialización organizada**

El principal componente para una comercialización exitosa es la organización, puesto que permite acceder a nuevos mercados, tener un mayor volumen, reducir costos y la posibilidad de negociar un mejor precio; pues no es lo mismo vender un quintal de cacao que cien.

**Cuadro 4.** Flujo de la cadena de comercialización del cacao en Ecuador



**Fuente:** Programa de capacitación en la cadena del cacao módulo comercialización

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

## **La especulación**

Según Paul Samuelson y William Nordhaus: “La especulación implica la compra y venta de activos o de bienes con el fin de obtener beneficios de las fluctuaciones de sus precios.”<sup>13</sup>

En economía, la especulación es el conjunto de operaciones comerciales que se realizan con el fin de obtener un beneficio económico, basado en las oscilaciones de los precios, por lo general el especulador quiere comprar barato cuando los bienes son abundantes y vender cuando es escaso con el fin de obtener un beneficio gracias a las diferencias de precios. Además la especulación es una forma de operar de manera anticipada suponiendo que va a obtener un beneficio, pero el especulador puede equivocarse y perder si no predice correctamente la evolución de los precios futuros en el mercado.

### **La especulación y sus efectos en la economía**

La especulación es perjudicial cuando existen monopolios. En una economía con muchos competidores y abiertos a la importación, el mercado influirá para que cada producto o servicio se venda al menor precio, evitando los sobrepuestos gracias a que existen muchos oferentes de esos productos o servicios.

Cuando existen mercados cerrados a la importación y/o monopolios y el bien o servicio es muy necesario o inelástico, el productor o proveedor obtendrá mayores márgenes de ganancias, porque podrá especular prácticamente sin límite por no tener competencia.

### **La intermediación**

Son comerciantes que compran cacao a los pequeños y medianos productores para venderlo a los exportadores e industrias, ellos reciben el cacao en su bodega lo pesan, lo califican y lo sacan de los costales para secar el cacao si es necesario.

---

<sup>13</sup>SAMUELSON, Paul; NORDHAUS William: *Economía*, p.201.

La mayoría de las veces, los intermediarios lo acumulan en su bodega, pues ellos tienen sus propios costales, sacos de plástico para el manipuleo corriente y sacas de yute para llevar el cacao a los exportadores. A ellos no les gusta comprar cacao en baba, pero cuando les falta, lo compran en cualquier estado.

Los intermediarios venden el cacao seco o casi seco:

- Directamente a los exportadores e industrias en Durán y en Guayaquil.
- A un intermediario más fuerte en la misma ciudad.
- A un intermediario en Durán o en Guayaquil.

### **Derivados del cacao**

**Manteca de cacao:** Es la grasa obtenida de someter la masa o licor de cacao a presión y calor, la manteca de cacao natural orgánica líquida o sólida de color amarillo pálido, proviene de una mezcla de finos cacaos de primera calidad, grano orgánico fermentado, tipo trinitario, la cual pasa por un riguroso proceso de desarrollo.

También llamada aceite de theobroma, es la grasa natural comestible del haba del cacao, extraída durante el proceso de fabricación del chocolate y el polvo de cacao. La manteca de cacao solo tiene un suave aroma y sabor a chocolate, es el único componente del cacao usado en la fabricación del dulce llamado chocolate blanco apropiado para la producción de chocolates, helados, fabricación de cosméticos y productos farmacéuticos.

**Cacao en polvo:** Cacao orgánico natural proveniente de una mezcla de cacaos orgánicos Centroamericanos de primera calidad, de grano fermentado, tipo trinitario, lo que permite preservar el más puro sabor del chocolate. Es un polvo seco, de color café oscuro, que tiene el sabor característico de cacao. No es amargo o ácido y es libre de impurezas.

El polvo es conveniente para helados, leche, galletas, coberturas, chocolate para bebidas en polvo, confección de repostería.

**Licor de cacao:** El licor de cacao natural orgánico líquido o sólido de color oscuro no es amargo ni ácido, proviene de una mezcla de finos cacaos orgánicos de primerísima calidad, grano fermentado, tipo trinitario, el cual pasa por un riguroso proceso de desarrollo, apropiado para la producción de chocolates y coberturas.

**Chocolate:** El chocolate es la combinación de la pasta y manteca de cacao, siendo ésta mezcla utilizada para elaboración de distintos tipos de chocolates. A partir de esta mezcla los dos productos derivados del cacao se obtienen los diferentes tipos de chocolate, que además dependen de otras combinaciones con otros productos como leche, nueces y almendras etc.

### **Beneficios del cacao**

El chocolate, es un derivado del cacao con una significativa fuente de energía, fundamentalmente por su profundo contenido de hidrato de carbono y grasa. También de nutrientes para el cuerpo, pues tiene un alto contenido de hierro, magnesio y fósforo; además, es un excelente antioxidante.

Los chocolates poseen muchas calorías, como también una gran concentración de nutrientes. Este apetecido dulce posee tanta energía que puede hacer aumentar la masa corporal a cualquier persona si no se consume con mesura. Cuando se consume chocolate se debe abstener de cualquier tipo de postre para evitar el aumento de peso y así obtener los beneficios del cacao.

### **Beneficioso para el corazón**

Los derivados del cacao contienen fenoles antioxidantes que protegen al organismo de enfermedades cardiovasculares. Estas sustancias combaten los radicales libres y retrasan los procesos de envejecimiento celular.

El consumo moderado de 2 ó 3 veces a la semana, previene enfermedades del corazón siempre y cuando la persona no sea obesa. Cuando se consume demasiado la báscula supera los límites considerados saludables, el riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares y circulatorias aumenta considerablemente.

## **2.2 MARCO LEGAL**

### **Tomado de la Ley Orgánica de Aduanas**

**Art. 4.-** (Reformado por el Art. 138 del Decreto Ley 2000-1, R.O. 144-S, 18-VIII-2000).- Aduanas.- La Aduana es un servicio público que tiene a su cargo principalmente la vigilancia y control de la entrada y salida de personas, mercancías y medios de transporte por las fronteras y zonas aduaneras de la República; la determinación y la recaudación de las obligaciones tributarias causadas por tales hechos; la resolución de los reclamos, recursos, peticiones y consultas de los interesados, y la prevención, persecución y sanción de las infracciones aduaneras.

Los servicios aduaneros comprenden el almacenamiento, verificación, valoración, aforo, liquidación, recaudación tributaria y el control y vigilancia de las mercaderías ingresadas al amparo de los regímenes aduaneros especiales.

Los servicios aduaneros podrán ser prestados por el sector privado, a través de cualquiera de las modalidades establecidas en la Ley de Modernización del Estado, Privatizaciones y Prestación de Servicios Públicos, por parte de la Iniciativa Privada.

### **Tomado de la Ley de Superintendencia de Compañías**

#### **SECCION V**

#### **DE LA COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

**Art. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

**Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización y ahorro.

**Art. 95.-** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

**Art. 96.-** El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

**Art. 97.-** Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

## **DEL CAPITAL**

**Art. 102.-** El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

**Art. 103.-** Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

**Art. 107.-** La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren. Igualmente, las partes sociales son indivisibles.

**Art. 113.-** La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social. La cesión se hará por escritura pública.

## **DE LA ADMINISTRACIÓN**

**Art. 124.-** Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico, deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

**Art. 125.-** Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente. Los que faltaren a sus obligaciones son responsables, solidariamente si fueren varios, ante la compañía y terceros por el perjuicio causado. Su responsabilidad cesará cuando hubieren procedido conforme a una resolución tomada por la junta general, siempre que oportunamente hubieren observado a la junta sobre la resolución tomada.

**Art. 126.-** Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por:

- a) Consignar, a sabiendas, datos inexactos en los documentos de la compañía que, conforme a la ley, deban inscribirse en el Registro Mercantil, o dar datos falsos respecto al pago de las aportaciones sociales y al capital de la compañía;
- b) Proporcionar datos falsos relativos al pago de las garantías sociales, para alcanzar la inscripción en el Registro Mercantil de las escrituras de disminución del capital, aun cuando la inscripción hubiere sido autorizada por el Superintendente de Compañías;
- c) Formar y presentar balances e inventarios falsos; y,

d) Ocultar o permitir la ocultación de bienes de la compañía.

**Art. 131.-** Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado.

**Art. 133.-** El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente remplazado. La renuncia que de su cargo presentare el administrador, surte efectos, sin necesidad de aceptación, desde la fecha en que es conocida por la junta general de socios. Si se tratare de administrador único, no podrá separarse de su cargo hasta ser legalmente remplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde la fecha en que la presentó.

**Art. 134.-** Toda acción contra los gerentes o administradores prescribirá en el plazo de tres meses cuando se trate de solicitar la remoción de dicho funcionario.

### **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Capital:** Bienes materiales que dispone una persona, con el fin de obtener un rendimiento o ganancia y crear más riqueza.

**CIF (Costo, seguro y flete):** Valor de mercado en las fronteras aduaneras de un país, mercadería puesta en puerto de destino con flete pagado y seguro cubierto.

**Comercialización:** Se refiere al conjunto de actividades que desarrollan las personas o empresas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía.

**Cormos:** Tallo engrosado subterráneo, de base hinchada y crecimiento vertical que contiene nudos y abultamientos de los que salen yemas.

**Demanda:** Cantidad de un bien o servicio que los sujetos económicos están dispuestos a obtener en un determinado mercado.

**Desecantes:** Es una sustancia que se usa para eliminar humedad del aire o de alguna otra sustancia.

**Drenaje:** Asegurar la salida de líquido.

**Egreso:** Constituyen un desembolso o salida de efectivo.

**Estomas:** Son pequeños poros de las plantas localizadas en la superficie de sus hojas.

**Fermentación:** Es un proceso natural de oxidación, es realizadas por diferentes bacterias y microorganismos en los que les falta aire.

**Financiamiento:** Manera en que un país, empresa o persona consigue fondos para desarrollar sus actividades.

**FOB (Free on board - Libre a bordo):** Mercadería puesta a bordo del barco con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor hasta que la mercadería haya pasado la borda del barco, con el flete excluido.

**Fungicida:** Sustancia capaz de destruir los hongos.

**Ha:** Hectárea de tierra.

**Infraestructura:** Conjunto de elementos necesarios para el funcionamiento de una organización.

**Ingreso:** Son todos aquellos recursos que obtienen los individuos o sociedades por el uso de riqueza y el trabajo humano.

**Insectos polinizadores:** Son los que ayudan para que las plantas estén sanas y seguras, ya que es el transporte de los granos de polen hasta el estigma de las plantas con flores.

**Malezas:** Son hierbas malas que crecen como organismos junto con las plantaciones y que interfieren en su desarrollo.

**Marquesina:** Estructura de cubierta que se proyecta desde un muro o pared que permite cubrir un área determinada guardándola del sol o de la lluvia.

**Oferta:** Es la cantidad de bienes y servicios, que están dispuestos a ofrecer o vender a precios distintos en tiempo determinado.

**Organización:** Acción y efecto de organizarse con la finalidad de coordinar el trabajo de varias personas.

**Palets:** Armazón de madera o plásticos que sirven para facilitar el levantamiento de cargas pesadas.

**Pesticida:** Sustancia empleada para combatir las plagas y enfermedades en los diferentes cultivos.

**Pivotante:** Raíz primaria y robusta que está más desarrollada que las secundarias y crece habitualmente hacia abajo.

**Precipitación:** Es cualquier forma de agua procedente de la atmósfera o que cae del cielo en forma líquida a la tierra.

**Proceso:** Conjunto de tareas, actividades interrelacionadas entre sí que a través de varias entradas de información, materiales o procesos dan lugar a productos o información con valor agregado.

**Producción:** Es el conjunto de operaciones que consiste en la creación de productos o servicios para mejorar e incrementar la utilidad o el valor de los bienes.

**Quetzalcóatl:** Se compone de dos términos: cóatl, serpiente, y quetzal, ave de plumaje multicolor, lo cual significa serpiente emplumada.

**Umbrófilo:** Especie amiga de la sombra o que rehúye del pleno sol.

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis General**

La forma en que los intermediarios califican el cacao en la comercialización produce alta volatilidad en los precios.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

- Las frecuentes tensiones entre la oferta y la demanda provoca la variación de los precios del cacao.
- Un limitado financiamiento de las instituciones del Estado da como resultado que los productores no cuenten con suficientes ingresos para invertir en el cultivo del cacao.
- La débil organización y escasa capacidad para asociarse ocasionan que los productores no entreguen grandes cantidades de cacao.
- Un producto de buena calidad depende de un adecuado manejo técnico en el cultivo de cacao.
- La existencia de plagas en el cultivo de cacao es generada por condiciones climáticas desfavorables.
- La implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao permitirá tener precios justos para los productores.

### **2.4.3 Declaración de Variables**

#### **Variables Dependientes**

Volatilidad de los precios.

Precios.

Ingresos.

Cantidad.

Calidad.

Plagas.

## VARIABLES INDEPENDIENTES

Intermediarios.

Comercialización del cacao.

Oferta y demanda.

Financiamiento.

Instituciones del Estado.

Organización de los productores.

Manejo técnico.

Condiciones climáticas.

Exportación de cacao

### 2.4.4 Operacionalización de las Variables

**Cuadro 5.** Operacionalización de las variables dependientes

Variables dependientes	Definición	Indicadores
Volatilidad de los precios	La volatilidad describe cuánto cambia un valor a lo largo del tiempo, y a qué velocidad.	Ventas mensuales del cacao
Precios	Valor monetario que se le asigna a un bien o servicio.	Ventas mensuales del cacao
Ingresos	Sustento para las familias el cual genera una mejor calidad de vida.	Nivel de vida
Cantidad	Es la proporción de algo que se adquiere.	Volumen entregado en stock
Calidad	Producto o servicio que cubre las expectativas y satisfaga la necesidad de los consumidores.	Nivel de satisfacción del cliente
Plagas	Organismo (hongo o animal) que causa enfermedad o daño los cultivos.	Calidad del cacao

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano, con información de word reference.com

**Cuadro 6.** Operacionalización de las variables independientes

Variables Independientes	Definición	Indicadores
Intermediación	Persona que interviene entre el productor y consumidor.	Actuación en el Mercado
Comercialización	Conjunto de actividades que permiten hacer llegar bienes y servicios al consumidor.	Volumen de ventas
Oferta y demanda	Conjunto de bienes y servicios que se ofrecen o adquieren en un momento determinado.	Volúmenes de compra y venta
Financiamiento	Recursos monetarios que complementan los ingresos propios para llevar a cabo una actividad económica.	Entidades financieras gubernamentales y no gubernamentales.
Instituciones del Estado	Son mecanismos de orden social y cooperación que procuran normalizar el comportamiento de un grupo de individuos.	Préstamos y apoyos otorgados.
Organización de los productores	Agrupación de personas que cooperan entre sí para un beneficio mutuo.	Programas de capacitación para gremios y asociaciones.
Manejo técnico	Conjunto de procedimientos especializados para obtener una mejor producción.	Capacitación y productividad
Condiciones climáticas	Conjunto de condiciones atmosféricas.	Informes de INOCAR
Exportación de cacao	Es la exportación de un bien a otra parte del mundo con propósitos comerciales para su uso, transformación y consumo.	Número de países que comercializan.

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano, con información de word reference.com

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación será:

**Aplicada.-** Es orientada al estudio y aplicación del proceso de investigación en problemas determinados, este tipo de investigación se la utiliza cuando se identifica el problema de la volatilidad de los precios del cacao, esto permite tomar medidas correctivas.

**Explicativa.-** Esaquella que establece las causas-efectos de determinado hecho o fenómeno en estudio, explica el por qué ocurre e intenta encontrar las causas del mismo. Los estudios explicativos se los aplican en la búsqueda de las causas y efectos en la volatilidad de los precios del cacao, y al momento de establecer la problematización.

**Correlacional.-** Esta investigación permite relacionar dos o más conceptos o variables simultáneamente, con el objetivo de medir el grado de relación que existe entre estas. Una vez aplicada las encuestas para la obtención de la información, se procede a verificar las hipótesis y determinar la relación entre las variables.

**Bibliográfica.-** También conocida como documental, que provienen de una indagación realizada por otro investigador o investigadores. Esta

es aplicada básicamente en la fundamentación pues, se hace uso de fuentes secundarias como: libros, revistas, Internet, etc. para obtener información sobre todo lo referente al cacao.

**De Campo.-** Es el proceso que permite estudiar una situación, en el sitio donde se encuentra el objeto de estudio, para diagnosticar necesidades y problemas, con el fin de aplicar los conocimientos.

Se aplica la investigación de campo al momento de realizar las encuestas en el lugar de los hechos, de forma directa, con el fenómeno u objeto de estudio.

**Cuasi experimental.-** Estudia las relaciones de causas efectos pero, en circunstancias en que no es posible un control riguroso de las variables. Esta investigación se la utiliza al momento de aplicar las encuestas a los agricultores, mediante un cuestionario, el cual permite describir la forma en que comercializan el cacao.

**Cuantitativa.-** Es representada por símbolos numéricos para medir y determinar el estado de los fenómenos, se la utiliza para expresar los datos que resultan de un cálculo matemático. Se la aplica en las encuestas realizadas a los diferentes productores de cacao, para luego ser tabuladas y posteriormente analizadas.

## **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la población**

Tomando como población a los productores de cacao, los cuales se dedican a esta actividad de manera permanente, caracterizados por una cultura agrícola, gozando de un espíritu emprendedor, con un nivel medio de formación académica.

### **3.2.2 Delimitación de la población**

Se delimitó como población para realizar la presente investigación a los agricultores de cacao específicamente del sector de Milagro y sectores aledaños.

### 3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se utiliza en la investigación es la no probabilística, y estratificada por actividad económica y por sexo.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

En la presente investigación se ha tomado datos de acuerdo al censo realizado en el Cantón Milagro en el año 2010, presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de la población económicamente activa por sexo y según grupos ocupacionales, donde se registran 12.402 hombres y 1.322 mujeres dando un total de 13.724 agricultores.

Para el cálculo del tamaño de la muestra cuando la población es finita, se aplica la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

p = Posibilidad de que ocurra un evento, p= 0,5

q = Posibilidad de no ocurrencia de un evento q= 0,5

E =Error, se considera el 5%; E= 0,05

Z = Nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1,96

$$n = \frac{(13724)(0,5)(0,5)}{\frac{(13724 - 1)0,05^2}{1,96^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3.431}{\frac{(13723)(0,0025)}{(1,96)(1,96)} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3.431}{\frac{34,3075}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{3.431}{8,93052374 + 0,25}$$

$$n = \frac{3.431}{9,18052374}$$

$$n = 373,7260$$

$$n = 374$$

En conclusión, se puede decir que el tamaño mínimo de la muestra para hacer la investigación, es de 374 agricultores de cacao.

### 3.2.5 Proceso de selección

El tipo de muestreo no probabilística que se ha identificado en la investigación se denomina muestreo por cuotas, seleccionando un número de agricultores dedicados a la producción de cacao. Mediante la aplicación de la fórmula cuando la población es finita y se conoce con certeza su tamaño, se obtuvo una muestra de n= 374 representando un total de 337 hombres es decir un 90% y 37 mujeres que es un 10%.

**Cuadro 7.** Población económicamente activa por sexo y grupo de ocupación (agricultores) del Cantón Milagro

Agricultores			
Hombres	12.402	90%	337
Mujeres	1.322	10%	37
Total	13.724	100%	<b>n= 374</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

### **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

#### **3.3.1 Métodos teóricos**

##### **Histórico-lógico:**

El método histórico lógico estudia los acontecimientos pasados y relaciona las diversas etapas de los fenómenos.

Este método se lo aplica para establecer los antecedentes históricos porque se pudo determinar el origen y cómo ha evolucionado el cultivo del cacao en Milagro.

##### **Inducción-deducción**

###### **Inducción**

“Se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general”<sup>14</sup>. La inducción la aplica al momento de vender la propuesta a los productores de cacao.

###### **Deducción**

“Es el método que permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares”<sup>15</sup>. Al momento que las personas acepten la propuesta planteada, con la ayuda de la información recabada se puede corroborar, o a su vez eliminar la hipótesis planteada.

###### **Hipotético-deductivo**

Este método tiene gran importancia en aquellas ciencias sistematizadas y cuyo objeto de estudio es relativamente sencillo y posible de abstraer.

---

<sup>14</sup> ROJAS, Raúl. *El proceso de la Investigación Científica*, p. 83

<sup>15</sup> ROJAS, Raúl. *El proceso de la Investigación Científica*, p. 86

El método hipotético-deductivo se lo aplica en las hipótesis, porque se formulan supuestos sobre las posibles causas del problema que tienen los cacaoeros, para después ser verificadas y alcanzar conclusiones lógicas.

### **Análisis-síntesis**

El análisis es una acción intelectual que facilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades. La síntesis establece de manera mental la unión entre las partes o los elementos que forman un todo en base a los resultados analizados.

Este método es utilizado luego de aplicar la encuesta, al procesar la información previamente obtenida, ya que permite analizar e interpretar minuciosamente los resultados, para posteriormente determinar las conclusiones y recomendaciones.

### **3.3.2 Métodos empíricos**

#### **La observación**

La observación es una técnica que consiste en mirar atentamente el fenómeno, hecho o caso con la finalidad de tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Se utiliza esta técnica porque primero se observa geográficamente el sector donde se va aplicar las encuestas, y también al momento de analizar e interpretar los resultados de manera cuantitativa.

### **3.3.3 Técnicas de investigación**

#### **La encuesta**

La encuesta es un instrumento de investigación que sirve para adquirir información, donde se emplea un cuestionario previamente elaborado y estructurado. En este caso se la aplica a los productores de cacao; con la finalidad de obtener información y determinar si es factible el planteamiento de la propuesta.

### **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

En la presente investigación se procede a tabular toda la información recopilada, presentando los resultados en gráficos como son los pasteles y barras, utilizando la frecuencia como herramienta estadística.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

La situación actual del sector cacaotero presenta diversas falencias según manifestaron los productores encuestados, la mayoría opina de forma homogénea respecto a la manera en que se comercializa su producto pues, existe una alta inestabilidad del precio, debido a la forma inadecuada e inconsciente de calificación del cacao por parte de los intermediarios o cadenas de comercialización. Los productores se sienten perjudicados ya que no les permite tener ingresos suficientes para invertir en sus cultivos a causa del poco o ningún apoyo de las Instituciones del Estado.

Por otra parte, indicaron a modo de autocrítica, que es necesario organizarse para poder actuar de manera conjunta.

Además, sobre el aspecto productivo, consideran que les falta capacitación y asistencia técnica para realizar sus labores de forma eficiente, pues esto les permitiría mejorar la calidad y el rendimiento de sus cultivos para ofertar un producto en buenas condiciones.

Finalmente, dijeron que es muy beneficioso que haya un centro que comercialice de forma directa, con la finalidad de recibir un mejor precio, sin que su producto pase por tantos eslabones de comercialización.

## 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

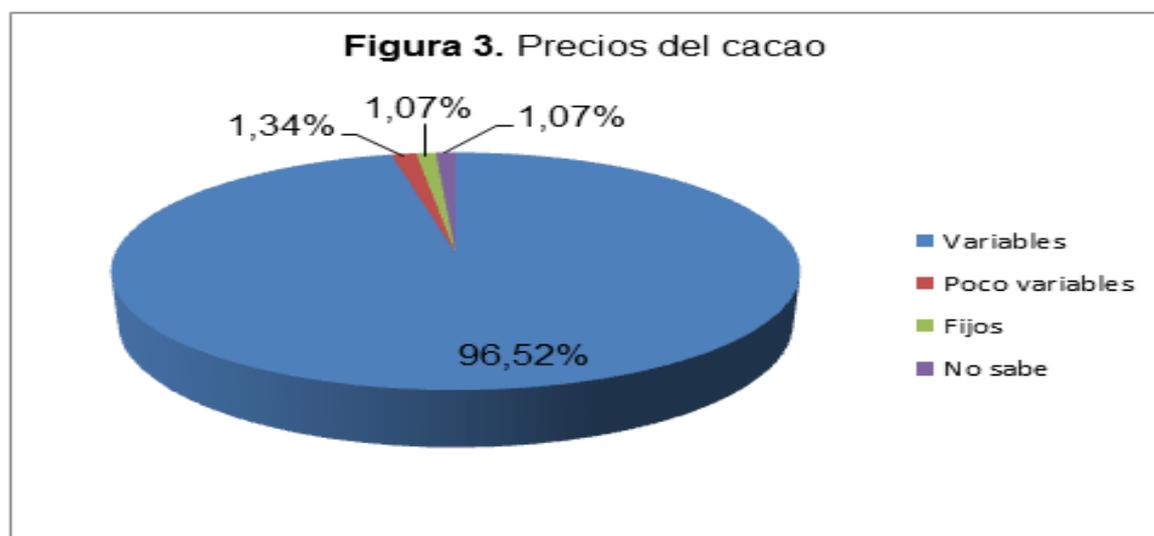
### PREGUNTA # 1

¿Considera usted que los precios del cacao son fijos, variables, poco variables o no sabe?

**Cuadro 8.** Opinión sobre los precios del cacao

Precios del cacao	Total	%
Variables	361	96,52%
Poco variables	5	1,34%
Fijos	4	1,07%
No sabe	4	1,07%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los 374 agricultores muestran que el 96.52% opinan que los precios del cacao son altamente variables, lo que indica que los precios no se mantienen fijos o estandarizados, y solo un pequeño porcentaje piensa que los precios no varían. En base a estos resultados se puede afirmar que los precios de cacao son muy variables.

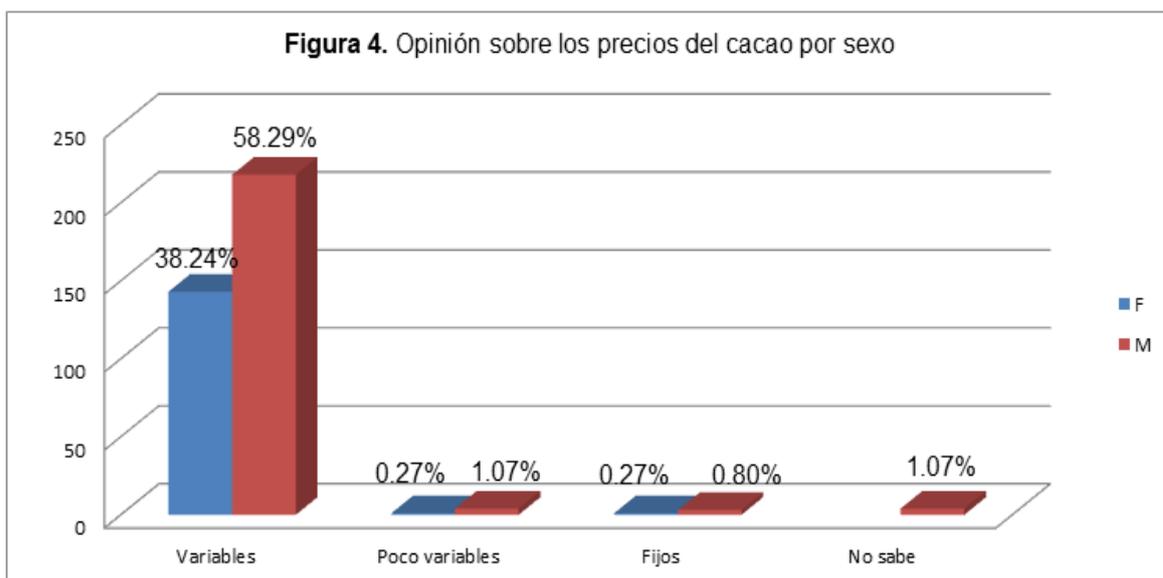
## Opinión de precios del cacao por sexo

**Cuadro 9.** Opinión sobre los precios del cacao por sexo

Precios del cacao	Productores por sexo			Porcentaje		
	Femenino	Masculino	Total general	Femenino	Masculino	Total general
Variables	143	218	361	38,24%	58,29%	96,52%
Poco variables	1	4	5	0,27%	1,07%	1,34%
Fijos	1	3	4	0,27%	0,80%	1,07%
No sabe		4	4	0,00%	1,07%	1,07%
<b>Total general</b>	<b>145</b>	<b>229</b>	<b>374</b>	<b>38,77%</b>	<b>61,23%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

El gráfico relaciona dos variables; precio del cacao y sexo, donde se demuestra que tanto los del sexo masculino como femenino manifiestan que los precios son altamente variables, tomando en cuenta que el mayor porcentaje de opinión es el sexo masculino con un 58.29%; mientras el 38.24% corresponde al sexo femenino.

## PREGUNTA # 2

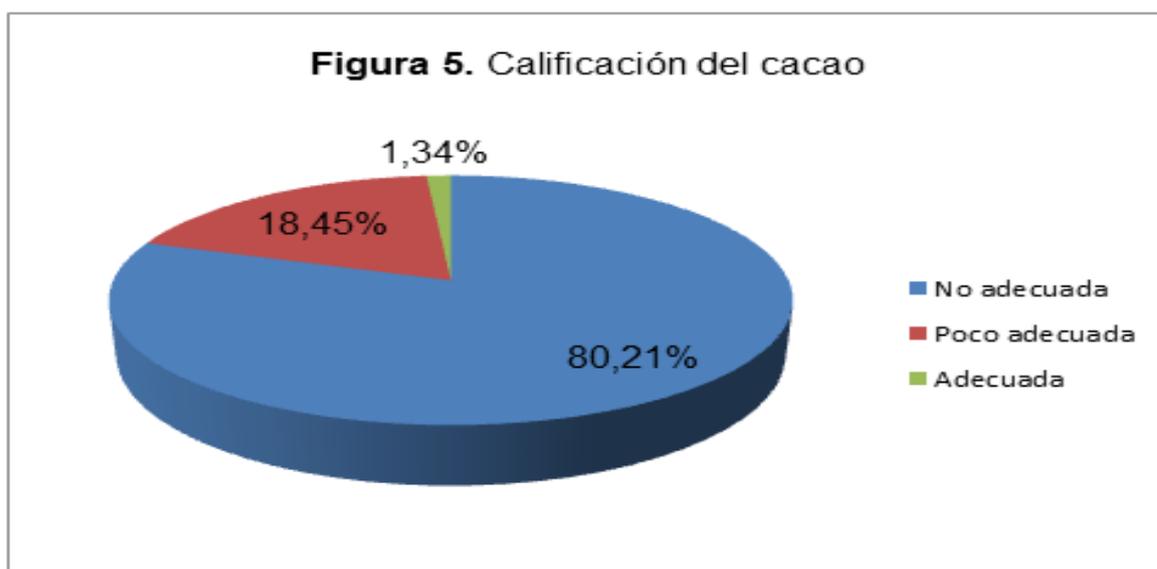
¿Cree usted que es adecuada la forma en que califican el cacao los intermediarios?

**Cuadro 10.** Calificación del cacao por parte de los intermediarios

Calificación del cacao	Total	%
No adecuada	300	80,21%
Poco adecuada	69	18,45%
Adecuada	5	1,34%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

El 80.21% de los productores opinan que la forma en que los intermediarios califican el cacao no es adecuada e indican que se ven altamente perjudicados con el peso o con la forma de calificación y en consecuencia reciban menos precio por su producto. Mientras que solo el 1.34% de los agricultores están de acuerdo con la calificación.

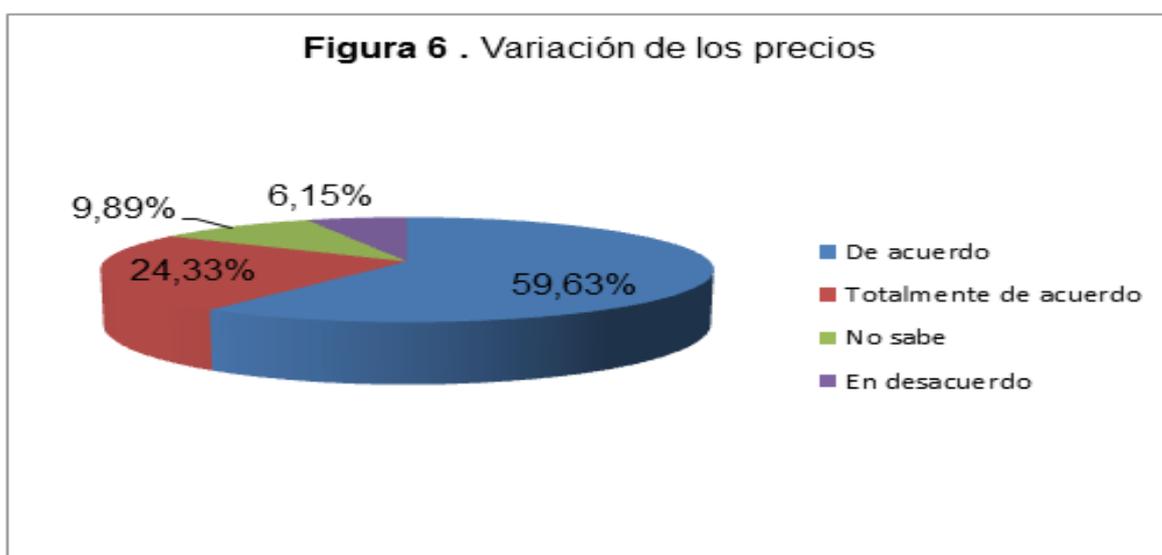
### PREGUNTA # 3

¿Cree usted que las frecuentes tensiones entre la oferta y la demanda provoca la variación de los precios del cacao?

**Cuadro 11.** Incidencia en los precios del cacao por la oferta y demanda

Variación de los precios	Total	%
De acuerdo	223	59,63%
Totalmente de acuerdo	91	24,33%
No sabe	37	9,89%
En desacuerdo	23	6,15%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

En base a las encuestas realizadas el 59,63% de los productores mencionan que si existe una variación de los precios, a causa de las tensiones entre la oferta y la demanda de cacao, lo cual hace que su precio sea altamente volátil y por ende se ven afectados.

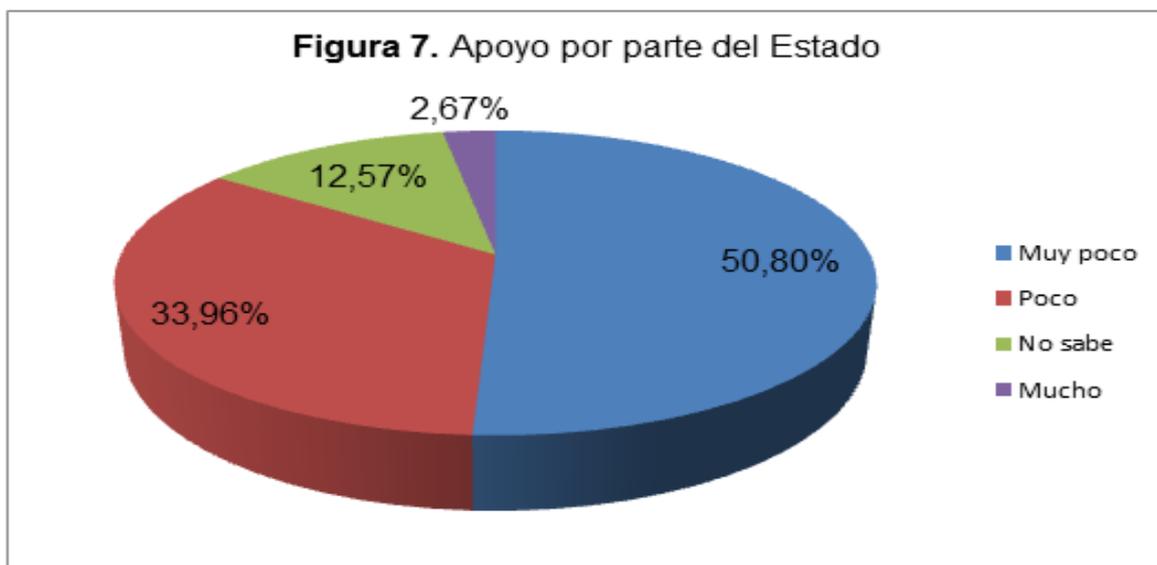
#### PREGUNTA # 4

¿Considera usted que las Instituciones del Estado apoyan al sector cacaotero?

**Cuadro 12.** Opinión sobre el apoyo a los agricultores por parte del Estado

Apoyo del estado	Total	%
Muy poco	190	50,80%
Poco	127	33,96%
No sabe	47	12,57%
Mucho	10	2,67%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

El 50.80% de los productores manifestaron que la ayuda por parte del Estado es muy poco; ya que se da en forma parcial y no en su totalidad. Mientras que solo el 2.67% dicen que han recibido apoyo.

## PREGUNTA # 5

¿Cree usted necesario que los agricultores cuenten con ingresos para invertir en sus cultivos?

**Cuadro 13.** Opinión sobre los ingresos para invertir en el cultivo del cacao

Ingresos para invertir	Total	%
Necesario	137	36.63%
Indispensable	135	36.10%
Muy necesario	97	25.94%
Poco necesario	4	1.07%
No necesario	1	0.27%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

Según el 36.63% de los productores que se les aplicó la encuesta consideran necesario e indispensable disponer de ingresos para invertir en los cultivos y diferentes labores que tienen que realizar desde la siembra del cultivo hasta su cosecha, de tal manera que su producción sea de excelente calidad.

## PREGUNTA # 6

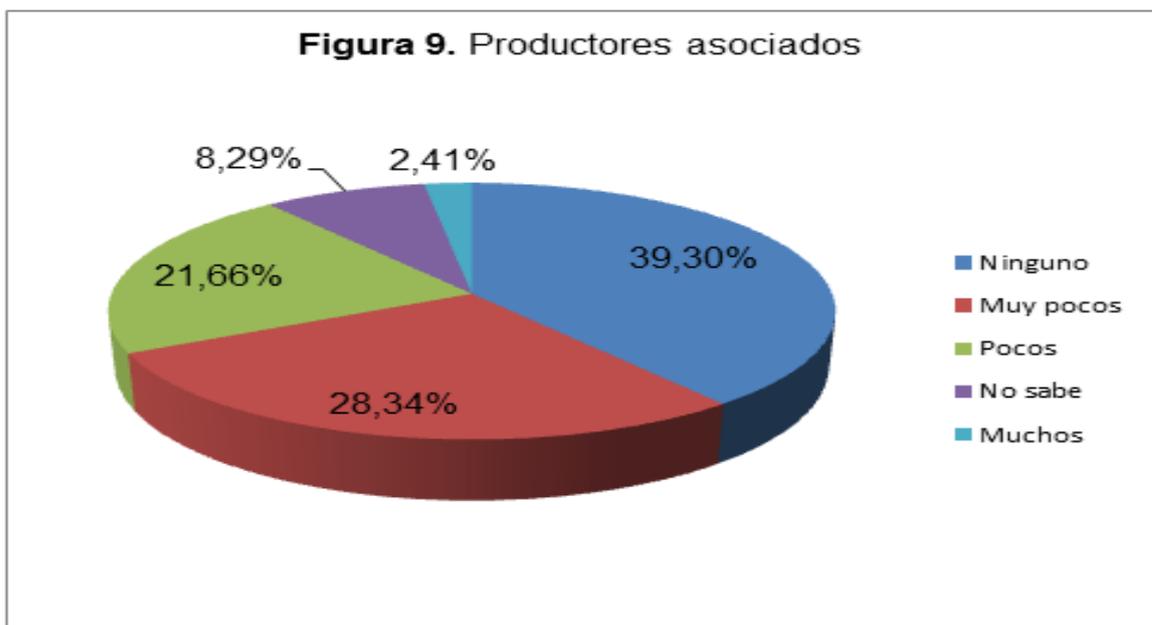
¿Los productores están asociados todos, muchos, pocos, muy pocos, ninguno, no sabe?

**Cuadro 14.** Opinión de los productores con respecto asociarse

Productores asociados	Total	Total
Ninguno	147	39,30%
Muy pocos	106	28,34%
Pocos	81	21,66%
No sabe	31	8,29%
Muchos	9	2,41%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

El 39.30% de los agricultores encuestados señalaron que ninguno está asociado, por el contrario existe un exiguo porcentaje que manifestó estar asociados, pero mal organizados para trabajar.

## PREGUNTA # 7

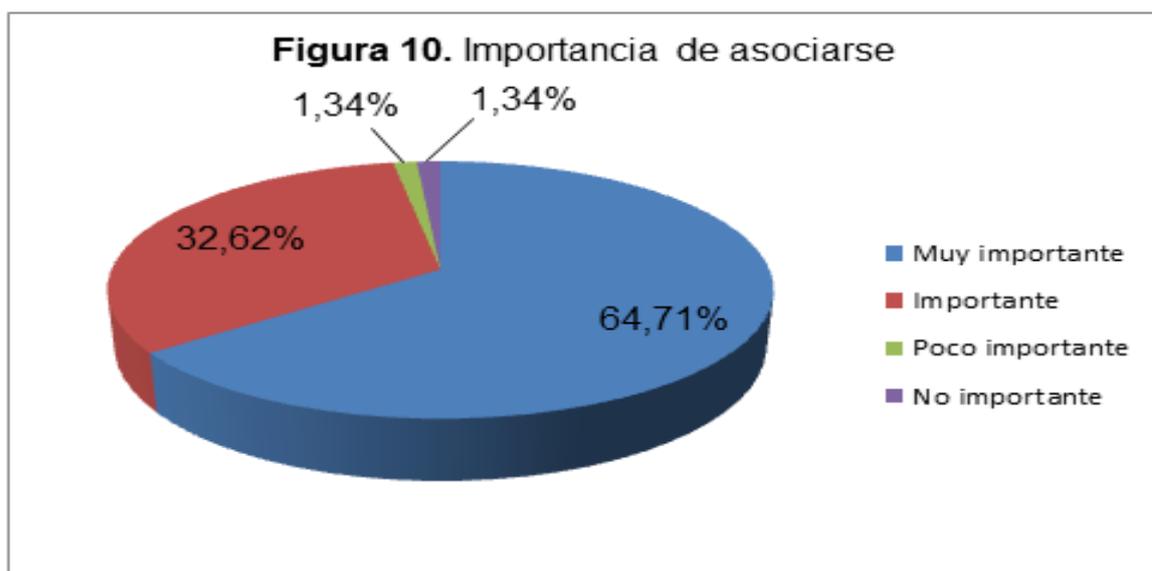
¿Cree usted importante que los productores deben asociarse para obtener más beneficios?

**Cuadro 15.** Importancia que los productores se asocien

Productores deben asociarse	Total	%
Muy importante	242	64,71%
Importante	122	32,62%
Poco importante	5	1,34%
No importante	5	1,34%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

De acuerdo a las encuestas realizadas se muestran los porcentajes del nivel de importancia que tiene el asociarse, pues el 64.71% lo consideran muy importante, y por el contrario el 1.34% opina que no lo es. En base a los resultados podemos decir que sería muy beneficioso que los productores se asocien para que obtengan beneficios.

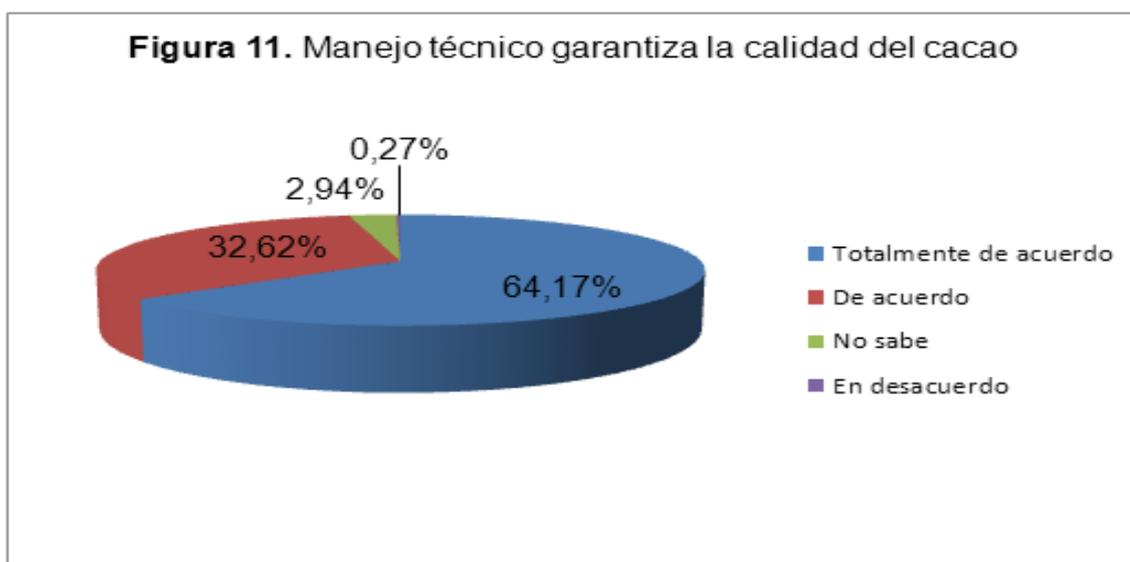
## PREGUNTA # 8

¿Cree usted que un adecuado manejo técnico garantiza la calidad del producto?

**Cuadro 16.** Incidencia del manejo técnico en la calidad del cacao

Manejo técnico garantiza la calidad	Total	%
Totalmente de acuerdo	240	64.17%
De acuerdo	122	32.62%
No sabe	11	2.94%
En desacuerdo	1	0.27%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

A los encuestados se les preguntó si creen que un adecuado manejo técnico garantiza la calidad del producto y los resultados fueron los siguientes: El 64.17% están totalmente de acuerdo, mientras que el 0.27% consideran que el manejo técnico no influye en la calidad del cacao.

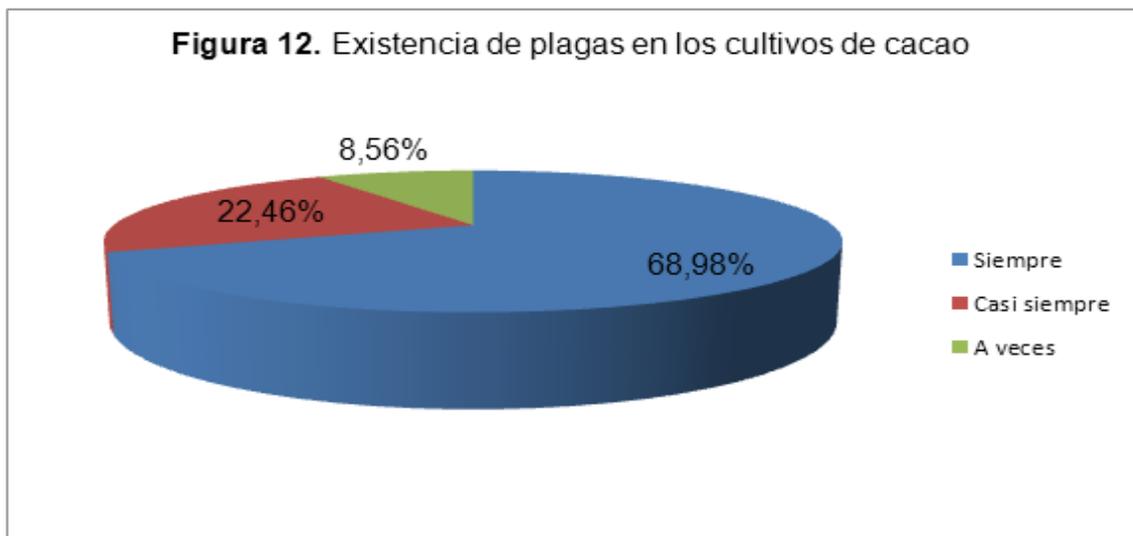
## PREGUNTA # 9

¿Las condiciones climáticas generan la existencia de plagas en los cultivos?

**Cuadro 17.** Las condiciones climáticas generan plagas en los cultivos de cacao

Existencia de plagas	Total	%
Siempre	258	68.98%
Casi siempre	84	22.46%
A veces	32	8.56%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

El 68.98% de los productores consideran que la existencia de plagas se presenta siempre a causa de condiciones climáticas desfavorables, ya que en época invernal están se manifiestan mayormente, afectando a los cultivos. Mientras que más del 30% de los encuestados piensan que se presentande manera irregular.

## PREGUNTA # 10

¿Considera usted que el nivel de plagas producido por las condiciones climáticas son altos, medios, bajos, nulo?

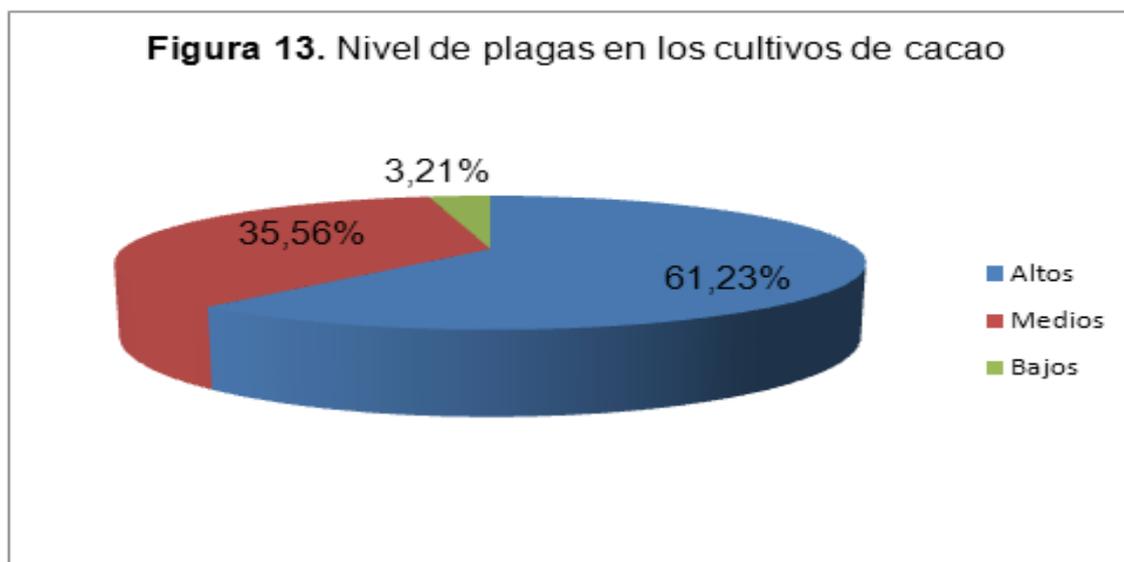
**Cuadro 18.** Opinión del nivel de plagas en los cultivos de cacao

Nivel de plagas	Total	%
Altos	229	61.23%
Medios	133	35.56%
Bajos	12	3.21%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Figura 13.** Nivel de plagas en los cultivos de cacao



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

Los resultados de las encuestas señalan que el nivel de plagas en los cultivos causado por las condiciones climáticas es: alto en un 61.23%, y más del 38% opinan que las plagas se presentan de forma irregular, entonces queda de manifiesto que hay un alto nivel de plagas en el sector cacaotero.

## PREGUNTA # 11

¿Cree usted que la Implementación de un Centro de Comercialización interna y Exportación de cacao es?

**Cuadro 19.** Beneficios de implementar un centro de comercialización interna y exportación de cacao

Centro de comercialización y exportación	Total	%
Muy beneficioso	219	58.56%
Beneficioso	144	38.50%
Poco beneficioso	9	2.41%
No beneficioso	2	0.53%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro  
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

Con esta pregunta se pudo confirmar positivamente que el 58.56% de encuestados señalan que sería muy beneficioso que se implemente un centro de comercialización interna y exportación del cacao en Milagro, mientras solo el 0.53% no lo consideran beneficioso. Esto indica la buena acogida que tendrá el centro de comercialización.

## PREGUNTA # 12

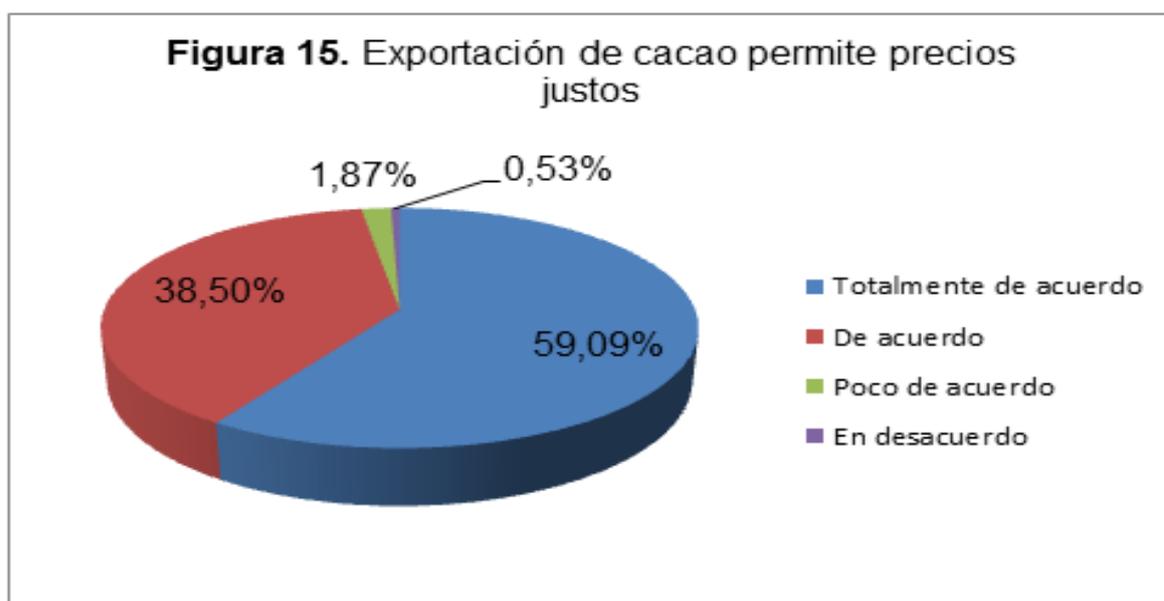
¿Cree usted que la exportación de cacao permite tener precios justos y entregar la producción a nuevos mercados?

**Cuadro 20.** Incidencia de la exportación de cacao en el precio

<b>Exportación de cacao permite precios justos</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Totalmente de acuerdo	221	59,09%
De acuerdo	144	38,50%
Poco de acuerdo	7	1,87%
En desacuerdo	2	0,53%
<b>Total general</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano



Fuente: Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

En base a las encuestas realizadas se pudo constatar que un 59.09% está de acuerdo en que la exportación de cacao si permite tener precios justos y buscar otros mercados, contrariamente un pequeño grupo de agricultores que representan el 1.87% están poco de acuerdo en que la exportación les brindaría un precio justo.

### 4.3 RESULTADOS

- El precio del cacao es muy cuestionado por los productores a nivel de los diferentes sectores de Milagro; entre la molestia más importante que se pudo constatar según el criterio de los productores es que existe un alto nivel de volatilidad en los precios del cacao, el cual depende de la forma de cómo lo califican los intermediarios.
- El escaso apoyo por parte de las Instituciones del Estado, ha dificultado el desarrollo del sector cacaotero, impidiendo que cuenten con los recursos necesarios que se requiere para mejorar la calidad y el rendimiento de sus cultivos, puesto que su único ingreso proviene de la agricultura, los cuales no son suficientes para invertir.
- En lo que respecta a la asociación de los productores, ellos están conscientes que la débil organización dificulta la entrega de volúmenes altos de cacao, sin embargo piensan que es muy importante que se asocien; ya que pueden trabajar de manera coordinada y obtener mayor beneficio.
- El cacao es una materia prima que se industrializa para obtener diferentes derivados, pero para ello hay que ofrecer un producto de calidad, el cual depende de las diferentes técnicas que deben aplicar los productores, pues se presentan múltiples plagas y enfermedades que afectan sus cultivos.
- Los agricultores están conscientes que la comercialización del cacao y los precios variables manipulados por los diferentes intermediarios son el impedimento para que se les pague mejor. Lo que sí tienen claro, es que realmente el precio no es justo, por tal motivo es la necesidad de implementar un centro donde se comercialice interna y externamente el cacao y dejar de vender a tantos intermediarios, porque mientras más corta es la cadena más posibilidades de ganancias tienen.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

**Cuadro 21.** Verificación de las hipótesis planteadas

Hipótesis	Verificación
La forma en que los intermediarios califican el cacao en la comercialización produce alta Volatilidad en los precios.	Se pudo verificar la hipótesis mediante la pregunta 1 y 2 de la encuesta aplicada a los agricultores donde opinaron que la forma de calificación del cacao no es adecuada y los precios son variables, es decir son altamente volátiles.
Las frecuentes tensiones entre la oferta y la demanda provoca la variación de los precios del cacao.	Esta hipótesis se comprobó con la pregunta 3 de la encuesta, donde los productores están totalmente de acuerdo en que la oferta y la demanda provocan la variación de los precios.
Un limitado financiamiento de las instituciones del Estado da como resultado que los productores no cuenten con suficientes ingresos para invertir en el cultivo del cacao.	Mediante la pregunta 4 y 5 se logró corroborar la hipótesis que existe poco apoyo por parte de las Instituciones del Estado, además que los ingresos son necesarios para invertir en sus cultivos.
La débil organización y escasa capacidad para asociarse ocasionan que los productores no entreguen grandes cantidades de cacao.	Se pudo confirmar la hipótesis mediante la pregunta 6 y 7 puesto que los productores consideraron que ninguno está asociado y que es muy importante que lo hagan.
Un producto de buena calidad depende de un adecuado manejo técnico en el cultivo de cacao.	Esta hipótesis se pudo verificar mediante la pregunta 8 en la cual los productores están totalmente de acuerdo, que la calidad del cacao depende de un adecuado manejo técnico.
La existencia de plagas en el cultivo de cacao es generada por condiciones climáticas desfavorables.	Se pudo verificar la hipótesis mediante la pregunta 9 y 10, comprobando que las condiciones climáticas generan un alto nivel de plagas y que se presentan siempre.
La implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao permitirá tener precios justos para los productores.	Se confirmó la hipótesis con la pregunta 11 y 12 donde los productores están totalmente de acuerdo con la implementación y consideran que sería beneficioso exportar directamente el cacao, permitiéndoles tener precios justos.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los Agricultores del Cantón Milagro

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao en Milagro.

#### **5.2 JUSTIFICACIÓN**

Según los resultados obtenidos se considera que los productores de cacao están siendo afectados por las formas de calificación por parte de las diferentes cadenas de comercialización, ya que cuando existen muchos niveles de intermediación el valor que reciben por el quintal de cacao es menor, lo que induce que sus ingresos sean bajos.

Por consiguiente, es oportuna y justificada la necesidad de implementar un centro de comercialización interna y exportación de cacao; ya que en el lugar no existe algún negocio similar, el cual sería muy beneficioso para fortalecer e incluso contribuir con mejores relaciones comerciales, equidad y comercio justo para los productores, favoreciendo a los diferentes sectores aledaños de Milagro.

El cacao recorre muchos pasos o eslabones, es por ello que a través del centro de comercialización se acortaría tantas cadenas; y por ende la ganancia que antes obtenía el intermediario, lo obtendrá el productor.

Por otra parte, el centro de comercialización sería muy favorable de manera que los productores puedan recibir capacitación y por consiguiente aplicar todas las recomendaciones técnicas para manejar el cacao, puesto que esto garantiza la calidad del producto.

Para concluir el cacao es uno de los productos agrícolas más relevantes en la producción y exportación, pues sirve de materia prima para la obtención de diferentes derivados como: el chocolate, manteca de cacao, confitería, bebidas, medicamentos, cosméticos y jabones; además la cascara es aprovechada como comida para animales.

### **5.3 FUNDAMENTACIÓN**

#### **Cosecha del cacao**

Se debe realizar cuando las mazorcas están maduras y esto se puede apreciar por los colores que presentan, pues las de color verde se tornan amarillas, las de color rojo se tornan anaranjadas. También se pueden presentar maduraciones cuando huelen agradablemente o presentan un sonido hueco al golpear el fruto con las manos.

#### **Recolección de las mazorcas**

La recolección y quiebra se deben de hacer dentro de las plantaciones, variando el sitio ya que los cascarones se convierten en hospederos de insectos polinizadores y en materia orgánica nutriente para el suelo.

Las mazorcas se pueden almacenar, sin partir hasta dos días para lograr la cantidad suficiente para fermentar de manera uniforme sin afectar la calidad total.

#### **Fermentación**

El proceso de fermentación es un paso muy importante, pues se elimina la baba, provocando la muerte del embrión, la transformación de los cotiledones y la formación de las sustancias precursoras del sabor y aroma de chocolate.

Ya realizada la cosecha, las almendras de cacao se proceden a fermentar, de 4 a 5 días con la finalidad de mejorar la calidad, sabor y aroma.

## **Procedimientos para la fermentación**

### **Montones**

La fermentación por montones se realiza apilando el cacao en un tendal de madera, caña o cemento, en el que se debe de colocar hojas de plátano para evitar el contacto directo con el material, efectuando remociones cada 48 horas.

Con este procedimiento no se logra una fermentación adecuada debido a que las almendras están expuestas al viento.

### **Cajones**

A través de este método, los granos de cacao se fermenta en cajas de madera blanca pues las maderas negras o resinosas pueden contaminar el cacao con aromas extraños, el cajón deberá tener varios compartimientos de 0.90m de ancho, 0.90m de alto y 0.90m de profundidad en el que se podrá fermentar entre nueve y once quintales de cacao .

### **Saquillos**

En este método, los granos se colocan en sacas exclusivas para cacao y de tejido ralo para permitir el exudado de la baba.

En la fermentación por saquillos es muy difícil de realizar remociones, por lo cual el grado de fermentación no es uniforme, además los saquillos tiene un tejido muy tupido, el cacao tiende a quedar con cierto sabor a podrido. Por lo que este método es el menos adecuado para fermentar el cacao.

## **Tiempo de fermentación**

El tiempo de fermentación está intrínsecamente relacionado con el tipo del cacao.

- Cacao tipo Nacional, de cuatro a cinco días, ya que contiene humedad del (60%).
- Cacao Trinitario se debe fermentar de cinco a seis días, pues el contenido de humedad es de un (63%).
- CCN - 51 requiere de cinco hasta seis días de fermentación.

## **Recomendaciones para una buena fermentación**

- No mezclar granos sanos con enfermos.
- No fermentar cacao cosechado en diferentes días.
- No mezclar variedades diferentes de cacao en la fermentación.
- No añadir cacao fresco a una masa en fermentación.
- Cambiar las hojas de plátano cuando se realice la remoción.
- Limpiar periódicamente los cajones para evitar la formación de mohos.
- Controlar periódicamente la temperatura.
- Realizar giros oportunos.
- Fermentar una cantidad mínima de 80 libras de cacao en baba, para lograr un mejor resultado.
- Permitir el drenaje de los jugos del cacao.

## **Secado**

Consiste en eliminar el exceso de agua al interior del grano, para evitar que se dañe durante su almacenamiento. El cacao debe tener 7% de humedad debido a su alto contenido de grasa.

El lugar de secado debe estar alejado de áreas de pesticidas para evitar el riesgo de contaminar el cacao, lo cual afectará su calidad por lo que puede ser rechazado en los mercados internacionales.

### **Tipos de secado**

#### **Secado natural**

##### **Caña–madera**

El secado natural es cuando se aprovecha los rayos solares poniendo el cacao sobre tendales, de superficies planas y limpias; los más usados por los pequeños y medianos agricultores son los de madera o caña ya que los materiales se hayan dentro de sus fincas.

##### **Cemento**

En este sistema de secado el tendal se debe de construir con una ligera inclinación para permitir el drenaje de aguas lluvias, y deben estar enlucidos para proteger el grano e impedir daños en la cáscara del cacao.

##### **Marquesina**

Este procedimiento consiste en colocar una lámina plástica a manera de techo con ventilación para que salga el exceso de humedad, este es recomendable para zonas donde llueve constantemente.

## **Secado artificial**

Es cuando se usa una fuente de calor generada por la combustión de carburantes en este tipo de secado se debe tener cuidado para evitar la contaminación del grano con el humo de la combustión.

## **Tiempo de secado**

El tiempo del secado dependerá del método que se use, si se realiza en forma natural variará de acuerdo a las condiciones del clima; para cada quintal de cacao húmedo se necesitará 6 m<sup>2</sup> de tendal y entre 5 a 8 días, haciendo remociones cada cierto tiempo para lograr un secado parejo.

El secado artificial dependerá del grado de humedad del grano, la temperatura debe estar entre los 50<sup>0</sup> C a 60<sup>0</sup> C máximo. Para simular condiciones de secado natural se recomienda ciclos de dos horas de calor y con una a dos horas de ventilación.

## **Limpieza y almacenamiento del cacao**

La limpieza del cacao se la realiza con el fin de eliminar todo tipo de impurezas, esta se puede realizar de forma artesanal o industrial con la ayuda de zarandas y corrientes de aire para separar el cacao de toda materia extraña.

Luego se introducen en sacas exclusivos de yute con la ayuda de herramientas de madera para evitar cualquier daño al grano, después se los debe de almacenar en bodegas adecuadas secas y limpias; controlando la bodega de roedores, utilizando feromonas para proteger el cacao de la polilla y fumigarlo con fosfina o (fotoxín), antes de comercializarlo.

## **Bodega de almacenamiento**

La bodega de almacenamiento deben de ser de cemento, es conveniente mantenerlas limpias, ventiladas, sin roturas y hendidias para evitar que se oculten insectos. El nivel de las bodegas debe de ser más alto que el terreno que la rodea para prevenir inundaciones. Es importante mantener por separado y debidamente identificadas todas las variedades de cacao.

## **Calidad del grano**

La calidad del grano está dada por sus características y las exigencias del mercado, utilizando los siguientes parámetros:

**Calidad física:** peso 100 libras, y un % de humedad.

**Calidad organoléptica:** color, olor y sabor.

## **La comercialización**

La comercialización es el conjunto o combinación de actividades que realizan los productores y vendedores para llevar el producto (cacao) desde la finca hasta el lugar donde se vende (mercado), buscando compradores que ofrezcan condiciones favorables de compra, en términos de cantidades, precio y tiempo.

## **Comercialización del cacao en el Ecuador**

Es manejada por varios tipos de intermediarios; en la época de la cosecha los agricultores se preocupan de buscar donde vender su producción, pues existen varias alternativas, el intermediario que vive o llega a la comunidad; o la opción de ir a los locales de la ciudad donde hay otros intermediarios, siempre en busca de encontrar las mejores condiciones para vender su producto, con el propósito que les paguen un buen precio y que no les perjudiquen con el peso o la determinación de la calidad (calificación) de su cacao.

Para que exista comercialización se necesita de dos actores, el comprador y el vendedor, sin ellos no es posible la comercialización, por una parte está el productor que ofrece sus productos y por otra parte el comprador que los necesita.

El proceso de comercialización en el ámbito mundial, regularmente se realiza a través de la bolsa de commodities (productos básicos), y el consumidor internacional (empresas procesadoras de cacao), a su vez se identifican instituciones vinculadas a este proceso, como son las diferentes Bolsas de commodities.

## **Herramientas de la comercialización**

En la comercialización de cacao, es necesario conocer algunas herramientas que son muy útiles para alcanzar el éxito. Las herramientas o instrumentos de la comercialización nos permiten evitar correr riesgos innecesarios que pondrían causar pérdidas. Además es importante conocer el mercado, saber dónde se va a vender el producto, cuáles son las condiciones de los diferentes mercados, que calidades exigen, y cuál es la forma de pago, etc.

En la venta de cacao la plaza principal está en Guayaquil, donde se encuentran los exportadores que son el final de la cadena a nivel nacional, sin embargo las condiciones de venta no son las mismas, pues cada comprador o exportador tiene sus reglas y políticas, entonces se debe analizar qué condiciones son las más convenientes. Hay mercados que adelantan dinero para comprar el producto pero que al final el precio no es el mejor, otros son exigentes en la calidad, algunos tienen formas de calificar demasiado duras, o el pago se lo hace a los 15 días, en fin cada posibilidad de venta tiene sus ventajas y desventajas.

Un buen modo de averiguar cuál o cuáles son las opciones más convenientes es dividir un lote en 3 o 4 sublotes idénticos para venderlos a 3 o 4 opciones que hayamos encontrado y que consideremos que son convenientes, con el fin de comparar quien es el que más paga y poder establecer mejores condiciones de negocio. El cacao es un producto que se exporta casi en su totalidad el consumo interno es mínimo, entonces es importante buscar y manejar información del mercado mundial, la producción, la oferta internacional, la demanda y los precios internacionales.

## **Aspectos importantes en la comercialización**

### **Comercialización organizada**

El principal componente para una comercialización exitosa es la organización, puesto que permite acceder a nuevos mercados, tener un mayor volumen, reducir costos y la posibilidad de negociar un mejor precio; pues no es lo mismo vender un quintal de cacao que cien.

## Derivados del cacao

**Cuadro 22.** Derivados que se obtienen del cacao

<b>Producto</b>	<b>Usos del cacao y sus derivados</b>
<b>Manteca de cacao</b>	Elaboración de chocolate y confitería, también puede ser usada en la industria cosmética (cremas humectantes y jabones), y por último en la industria farmacéutica.
<b>Polvo de cacao</b>	Puede ser usado como ingrediente casi en cualquier alimento: bebidas chocolatadas, postres de chocolate como: helados, mousse, salsas, tortas y galletas.
<b>Pasta o licor de cacao</b>	Se utiliza para elaborar chocolate.

**Fuente:** <http://todosobrechocolate.blogspot.com/>

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano.

## 5.4 OBJETIVOS

### 5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Fortalecer la comercialización del cacao a través de la propuesta de implementación del centro de comercialización interna y exportación; con el fin de establecer mejores condiciones comerciales para los productores, contribuyendo al desarrollo económico y productivo del cantón Milagro.

### 5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Crear una imagen de empresa eficaz, sólida y organizada, que cumpla con sus clientes, estableciendo políticas y procedimientos en la empresa.

- Diseñar la estructura administrativa en función de sus habilidades y fortalezas para lograr rentabilidad a los productores y la empresa.
- Establecer estrategias de negociación con los clientes internos y externos, trabajando organizadamente a fin de proveerles seguridad.
- Conocer y dominar las normas de comercialización de cacao, para cumplir con los niveles de calidad requerida por el mercado nacional e internacional.
- Elaborar un esquema financiero que contenga los ingresos y egresos, que determinen la factibilidad financiera de la empresa.

## 5.5 UBICACIÓN

La ubicación del centro de comercialización interna y exportación de cacao estará ubicado en la provincia del Guayas Cantón Milagro, específicamente en el km 6, vía Milagro, km.26;a la entrada del sector conocido como María Eugenia, a pocas cuadras de la Parroquia 5 de Junio (Puente Chimbo). Se determinó este lugar porque ofrece ventajas, pues está apartado del centro de la ciudad, además en esta vía existe poco congestionamiento, es decir facilidad de entrada y salida de los vehículos.

**Figura 16.** Croquis de la ubicación de la empresa



Fuente: <http://maps.google.com.ec/maps?hl=es&tab=ll>

## 5.6 ESTUDIO DEFACTIBILIDAD

### Nombre de la empresa

Comercializadora interna y exportadora de cacao



El logotipo está enfocado al producto que se va a comercializar el cacao, con el color natural de la mazorca que es el morado y el tono café que hace referencia al chocolate, el cual se deriva de ésta materia prima; además franja de color naranja significa el movimiento que va a tener el producto ecuatoriano a nivel mundial.

También parte importante del logo es su nombre, que es la combinación del producto y el país de origen, creando así la razón social “Ecuacacao” el que permite identificar a la empresa y el producto que comercializa; asimismo los tonos de las letras representan los colores de los símbolos patrios de nuestro país.

Por último el slogan “Más que un producto, somos calidad” significa que la empresa no solo ofrece un producto de calidad, sino también el servicio esmerado a los clientes y se escogió el color verde porque es utilizado para productos agrícolas.

### Misión

Somos una organización que comercializa cacao de calidad a nivel nacional e internacional, comprometida con el fortalecimiento del sector cacaotero; implementando óptimas condiciones comerciales, manteniendo compromiso y lealtad con el fin de beneficiar a productores, empleados y sociedad.

## **Visión**

Ser una empresa líder en la exportación y comercialización interna de cacao, preferida en el mercado nacional e internacional; con precios justos para los clientes, elevando al máximo sus rendimientos y los de la empresa.

## **Valores**

**Responsabilidad:** Cumplir con las demandas requeridas por los clientes cuando estos lo requieran, entregando a tiempo y de acuerdo con las especificaciones.

**Honestidad:** Ser sinceros con los clientes y proveedores, no hacer falsas promesas, que no se puedan ejecutar al momento de realizar una negociación.

**Puntualidad:** Cumplir con los horarios establecidos por la gerencia, con el fin de realizar todas las actividades sin retrasos.

**Equidad:** Tratar de igual manera a todos los miembros de la empresa sin ningún tipo de discriminación.

**Respeto:** Dar un trato merecido a empleados, proveedores y clientes generando un ambiente agradable.

## **Principios**

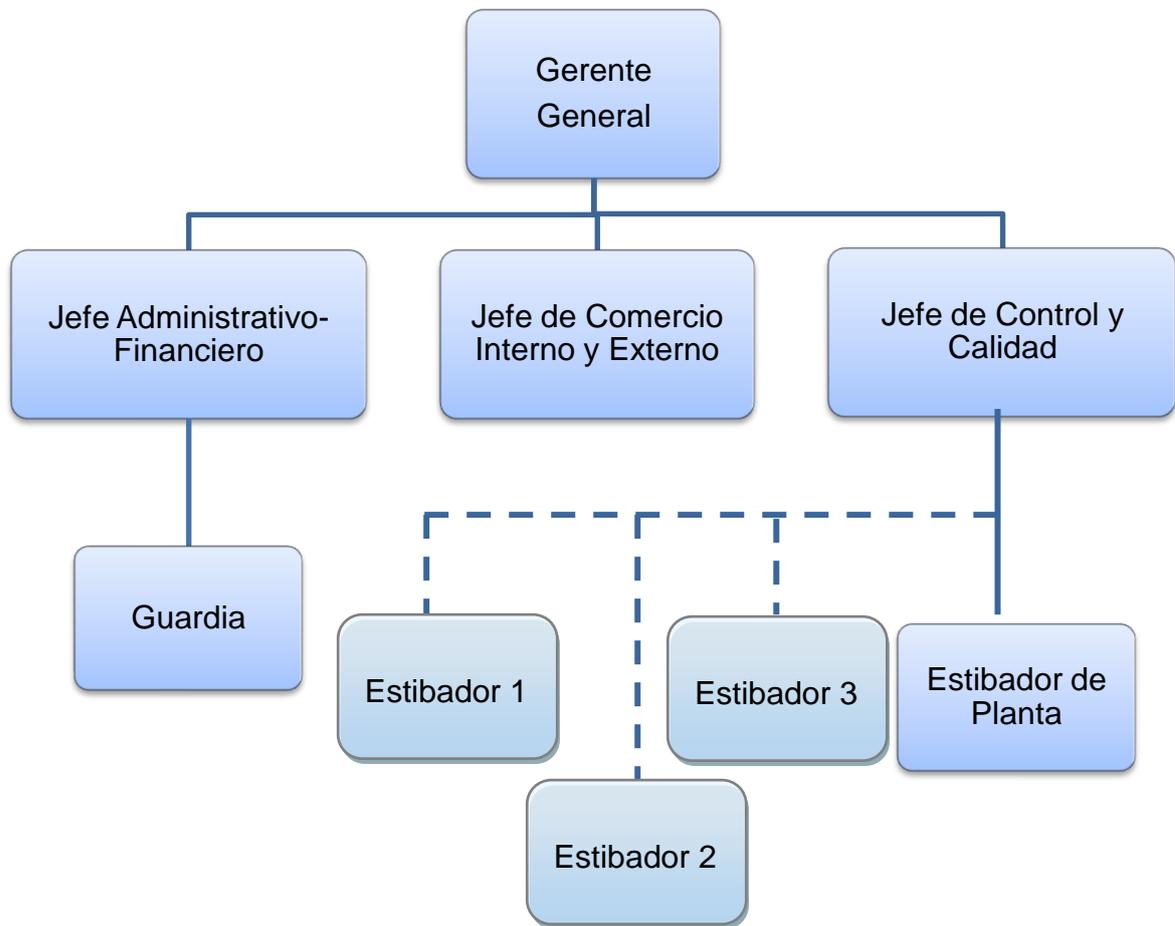
**Liderazgo en el servicio:** Innovar continuamente para satisfacer las demandas de los clientes.

**Tolerancia:** Llevar con paciencia cualquier complicación que se presente tanto con los empleados como a los clientes, respetando las opiniones de los demás, estableciendo reglas para que haya un buen clima laboral.

**Transparencia:** Cumplir con todos los requisitos y leyes que se requieren para la comercialización y transferencias que se realicen en la empresa.

**Lealtad:** Fomentar la transparencia en todo momento, sin engañar a los clientes.

**Cuadro23.** Organigrama estructural



**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

<b>Manual de Funciones</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	Gerente General
<b>Función básica</b>	
<p>El Gerente General es responsable de controlar y coordinar los registros de las operaciones de la empresa, analizar e informar la situación financiera, administrar bajo criterios de solvencia, prudencia y rentabilidad, en procura del cumplimiento de la misión, visión, valores y objetivos empresariales.</p>	
<b>Funciones específicas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planificar y supervisar los objetivos y planes de comercialización.</li> <li>➤ Formular planes y programas que deba cumplir la Compañía.</li> <li>➤ Dirigir y coordinar las actividades de la compañía, para un correcto funcionamiento.</li> <li>➤ Revisar y controlar el movimiento de los recursos financieros de la empresa mediante la evaluación de los estados financieros y elaboración de informes.</li> <li>➤ Planificar la disponibilidad de efectivo para asegurar el cumplimiento de las obligaciones.</li> <li>➤ Coordinar la elaboración del presupuesto anual de la empresa y su actualización.</li> <li>➤ Evaluar el desempeño del personal a su cargo y recomendar cursos de capacitación.</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 35 años en adelante</li> <li>➤ <b>Género</b>: Masculino</li> <li>➤ <b>Estado Civil</b>: Indistinto</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos para el puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estudios Profesionales en Administración de Empresas y Economía, todos con formación de cuarto nivel.</li> <li>➤ Experiencia mínima 5 años en labores similares.</li> <li>➤ Experiencia de trabajo en equipo.</li> <li>➤ Poseer espíritu de liderazgo, dinamismo y comunicación.</li> <li>➤ Disponibilidad de tiempo.</li> </ul>	
<b>Conocimientos y habilidades requeridas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Poseer la habilidad de la inteligencia emocional para manejar los sentimientos y emociones propias y de los demás.</li> <li>➤ Capacidad de comunicación con su equipo de trabajo.</li> <li>➤ Conocimiento en sistemas de producción, manejo de recursos, manejo de personal, control de métodos y tiempos.</li> <li>➤ Capacidad para establecer y mantener relaciones cordiales, con los clientes internos y externos.</li> </ul>	

<b>Manual de Funciones</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	Director Administrativo - Financiero
<b>Función básica</b>	
El Director Administrativo - Financiero se encarga de preparar los estados financieros y gestionar los recursos para cubrir las necesidades financieras de la empresa.	
<b>Funciones específicas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar los estados económicos y financieros de la empresa, analizando continuamente su saldo.</li> <li>➤ Realizar control de las necesidades de cobro y pago de la empresa.</li> <li>➤ Llevar y mantener actualizada la contabilidad general de la empresa y elaborar los estados financieros.</li> <li>➤ Establecer balances y cuentas de resultados.</li> <li>➤ Proporcionar toda información de la situación financiera, al Gerente General.</li> <li>➤ Atender las obligaciones periódicas de carácter fiscal y social que tiene la empresa.</li> <li>➤ Efectuar los desembolsos que fueren autorizados de acuerdo con los procedimientos y normas establecidas.</li> <li>➤ Emitir los cheques que se solicitan, de acuerdo al vencimiento de los proveedores.</li> <li>➤ Estar informado acerca de la legislación vigente y cambios que se efectúen.</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 28 años en adelante</li> <li>➤ <b>Género</b>: Indistinto</li> <li>➤ <b>Estado Civil</b>: Indistinto</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos para el puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Poseer título de Ing. en CPA, Ing. Comercial y Economía.</li> <li>➤ Experiencia mínima 4 años en labores similares.</li> <li>➤ Disponibilidad de tiempo.</li> </ul>	
<b>Conocimientos y habilidades requeridas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Capacidad de efectuar análisis de costos, útiles para la Gerencia.</li> <li>➤ Conocimientos para mejorar los sistemas, normas y procedimientos contables.</li> <li>➤ Habilidad para realizar estudios de rentabilidad.</li> <li>➤ Capacidad de elaborar los estados económicos y financieros de la empresa.</li> </ul>	

<b>Manual de Funciones</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	Jefe de Comercio Interno y Externo
<b>Función básica</b>	
Es el encargado de realizar las compras y de todos los trámites referentes a las ventas internas y externas.	
<b>Funciones específicas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Coordinar la logística para el transporte interno y externo del producto.</li> <li>➤ Negociar formas de pago y cobros convenientes.</li> <li>➤ Establecer alianzas con navieras, agentes afianzados de aduanas, para agilizar los trámites pertinentes de la exportación.</li> <li>➤ Manejar la licencia para la exportación.</li> <li>➤ Vigilar que se cumpla con los estatutos de la Ley Orgánica de Aduana para la exportación.</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 27 años en adelante</li> <li>➤ <b>Género</b>: Masculino</li> <li>➤ <b>Estado Civil</b>: Indistinto</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos para el puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estudios Profesionales en Comercio exterior o Negocios internacionales.</li> <li>➤ Experiencia mínima 3 años en labores similares.</li> <li>➤ Poseer un espíritu de entusiasmo y ser comunicativo.</li> <li>➤ Disponibilidad de tiempo.</li> </ul>	
<b>Conocimientos y habilidades requeridas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conocer y dominar las normas de comercialización del cacao.</li> <li>➤ Conocimientos de ingles, para desarrollar negociaciones con clientes del exterior.</li> <li>➤ Conocimientos de los distintos trámites y normas establecidas para la exportación.</li> <li>➤ Conocimientos de estrategias en marketing y ventas.</li> </ul>	

<b>Manual de Funciones</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	Jefe de Control y Calidad
<b>Función básica</b>	
Verificar la calidad del cacao que se compra y vende.	
<b>Funciones específicas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definir junto con el alto mando acuerdos sobre las políticas de calidad de la empresa.</li> <li>➤ Identificar desviaciones y proponer mejoras correspondientes al control de calidad del cacao.</li> <li>➤ Redactar la documentación correspondiente a fin de implementar un sistema de calidad de acuerdo con las normas requeridas.</li> <li>➤ Controlar el correcto almacenamiento del cacao para mantener las condiciones óptimas de calidad.</li> <li>➤ Vigilar que se cumpla con los requisitos de comercialización.</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 26 años en adelante</li> <li>➤ <b>Género</b>: Masculino</li> <li>➤ <b>Estado Civil</b>: Indistinto</li> </ul>	
<b>Requisitos mínimos para el puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estudios Profesionales en control de calidad o a fines.</li> <li>➤ Experiencia mínima 3 años en posiciones similares.</li> <li>➤ Disponibilidad de tiempo.</li> </ul>	
<b>Conocimientos y habilidades requeridas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conocimientos de un sistema de gestión de calidad total.</li> <li>➤ Conocer ampliamente las normas internacionales de calidad.</li> <li>➤ Ser innovador y creativo.</li> <li>➤ Capacidad para orientar al cliente.</li> </ul>	

**Cuadro 24.**Análisis F.O.D.A

<b>Análisis FODA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	Personal comprometido. Talento humano calificado. Equipos tecnológicos de punta. El producto se puede almacenar. Buen servicio a los clientes. Ubicación del negocio.	Poca experiencia en el negocio. Desconocimiento de respuesta del mercado. Sin posicionamiento en el mercado. Difícil acceso a créditos bancarios. Limitado capital de trabajo para comercializar. Infraestructura pequeña.
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	Apertura de nuevos mercados. Incremento de la demanda del cacao. Incremento del consumo de productos a base de cacao. Cercanía de los productores. Agricultores con experiencia en el cultivo. Facilidad de compra del mercado extranjero.	Creación de empresas similares que operen en el sector. Desinterés de la población. Elevadas tasas de interés para el capital de inversión. Un aumento de impuesto a los productos exportados. Inadecuado manejo técnico del cacao por parte de los productores. Inestabilidad política y económica.

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro25. Estrategias Ofensivas**

**Áreas de Iniciativa Estratégica Ofensiva**

	<b>O P O R T U N I D A D E S</b>						
	APERTURA DE NUEVOS MERCADOS.	INCREMENTO DE LA DEMANDA DEL CACAO.	INCREMENTO DEL CONSUMO DE PRODUCTOS A BASE DE CACAO.	CERCAÑIA DE LOS PRODUCTORES.	AGRICULTORES CON EXPERIENCIA EN EL CULTIVO.	FACILIDAD DE COMPRA DEL MERCADO EXTRANJERO.	
<b>FORTALEZAS</b>							<b>TOTAL</b>
PERSONAL COMPROMETIDO.	9	9	9	9	9	9	54
TALENTO HUMANO CALIFICADO.	9	9	9	3	9	3	42
EQUIPOS TECNOLÓGICOS DE PUNTA.	9	9	9	3	3	9	42
EL PRODUCTO SE PUEDE ALMACENAR.	9	9	9	3	3	3	36
BUEN SERVICIO A LOS CLIENTES.	9	9	1	9	3	1	32
UBICACIÓN DEL NEGOCIO.	9	9	1	9	1	1	30
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>26</b>	

FOCO DE LAS ACCIONES OFENSIVAS

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro26. Estrategias Defensivas**

**Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva**

	<b>D E B I L I D A D E S</b>						
	POCA EXPERIENCIA EN EL NEGOCIO.	DESCONOCIMIENTO DE RESPUESTA DEL MERCADO.	SIN POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.	DIFÍCIL ACCESO A CRÉDITOS BANCARIOS.	LIMITADO CAPITAL DE TRABAJO PARA COMERCIALIZAR.	INFRAESTRUCTURA PEQUEÑA.	
<b>AMENAZAS</b>							<b>TOTAL</b>
CREACIÓN DE EMPRESAS SIMILARES QUE OPEREN EN EL SECTOR.	9	9	9	9	9	9	54
DESINTERÉS DE LA POBLACIÓN.	9	9	9	9	9	9	54
ELEVADAS TASAS DE INTERÉS PARA EL CAPITAL DE INVERSIÓN.	9	3	9	9	9	9	48
UN AUMENTO DE IMPUESTO A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS.	3	9	3	3	3	3	24
INADECUADO MANEJO TÉCNICO DEL CACAO POR PARTE DE LOS PRODUCTORES.	9	3	3	1	1	1	18
INESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA.	3	3	3	3	3	1	16
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	

FOCO DE LAS ACCIONES DEFENSIVAS

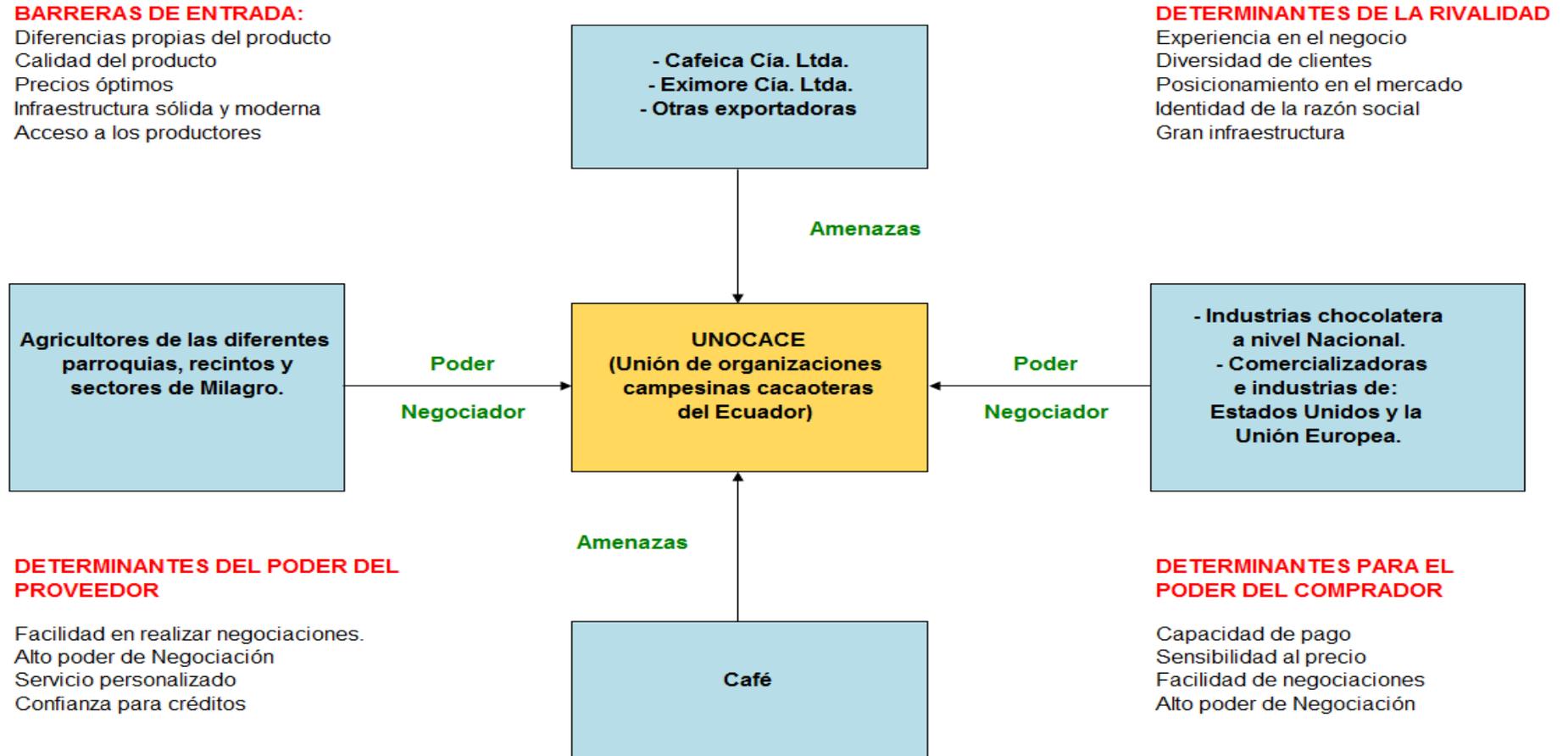
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro27.Estrategias de Matriz FO-FA-DO-DA**

<p><b>ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA</b></p> <p><b>FACTOR EXTERNO</b></p> <p><b>FACTOR INTERNO</b></p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>APERTURA DE NUEVOS MERCADOS. INCREMENTO DE LA DEMANDA DEL CACAO. INCREMENTO DEL CONSUMO DE PRODUCTOS A BASE DE CACAO CERCANÍA DE LOS PRODUCTORES. AGRICULTORES CON EXPERIENCIA EN EL CULTIVO. FACILIDAD DE COMPRA DEL MERCADO EXTRANJERO.</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>CREACIÓN DE EMPRESAS SIMILARES QUE OPEREN EN EL SECTOR. DESINTERÉS DE LA POBLACIÓN. ELEVADAS TASAS DE INTERÉS PARA EL CAPITAL DE INVERSIÓN. UN AUMENTO DE IMPUESTO A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS. INADECUADO MANEJO TÉCNICO DEL CACAO POR PARTE DE LOS PRODUCTORES. INESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA.</p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>PERSONAL COMPROMETIDO. TALENTO HUMANO CALIFICADO. EQUIPOS TECNOLÓGICOS DE PUNTA. EL PRODUCTO SE PUEDE ALMACENAR. BUEN SERVICIO A LOS CLIENTES. UBICACIÓN DEL NEGOCIO.</p>	<p><b>FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Contactar a las industrias chocolateras con el fin de realizar negociaciones convenientes para ambas partes.</li> <li>2.- Ejecutar convenios con empresas internas y externas aprovechando la demanda que tiene el producto.</li> <li>3.- Implementar comunicación directa con el cliente para crear una buena relación comercial.</li> <li>4.- Elaborar y mantener un óptimo sistema de control y verificación de la calidad del grano, para cubrir satisfactoriamente la demanda.</li> </ol>	<p><b>FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Elaborar planes de marketing y publicidad para ser reconocidos en el mercado interno y externo.</li> <li>2.- Brindar servicio de transportación del cacao desde la finca de los productores hacia la empresa .</li> <li>3.- Realizar programas de capacitación constante a los productores sobre fermentación, secado y calidad del cacao.</li> </ol>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>POCA EXPERIENCIA EN EL NEGOCIO. DESCONOCIMIENTO DE RESPUESTA DEL MERCADO. SIN POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO. DIFÍCIL ACCESO A CRÉDITOS BANCARIOS. LIMITADO CAPITAL DE TRABAJO PARA COMERCIALIZAR. INFRAESTRUCTURA PEQUEÑA.</p>	<p><b>DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Fortalecer el equipo de ventas para aprovechar el aumento de la demanda del producto.</li> <li>2.- Realizar cuñas publicitarias utilizando todos los medios de comunicación.</li> <li>3.- Elaborar un plan financiero para lograr financiamiento.</li> </ol>	<p><b>DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Realizar capacitaciones constantes en todas las áreas de la empresa, especialmente al personal de venta sobre temas de comercio internacional.</li> <li>2.- Cumplir con todas las normas de calidad establecidas por los diferentes mercados para crear una imagen prestigiosa.</li> <li>3.- Evaluar constantemente o continuamente la calidad del cacao que se comercializa y exporta.</li> <li>4.- Buscar financiamiento en las diferentes entidades financieras, que brinden facilidad de pago.</li> </ol>

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro28.**Las cinco fuerzas de Porter del centro de comercialización interna y exportación del cacao



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

## **5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

### **5.7.1 Actividades**

#### **Políticas de la empresa**

- Respetar el horario establecido.
- Cumplir con responsabilidad los términos y condiciones que se establecen en la negociación.
- Todo el equipo de trabajo debe mantener un comportamiento ético.
- Efectuar evaluaciones constantes y permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener una sesión mensual documentada del trabajo de cada área, a fin de coordinar planes y programas, para definir prioridades y plantear soluciones.
- Llevar un control estricto y permanente del dinero.

#### **Procesos que se llevarán a cabo en la empresa “ECUACACAO Cía. Ltda.”**

##### **1. Proceso de compra de la materia prima (cacao)**

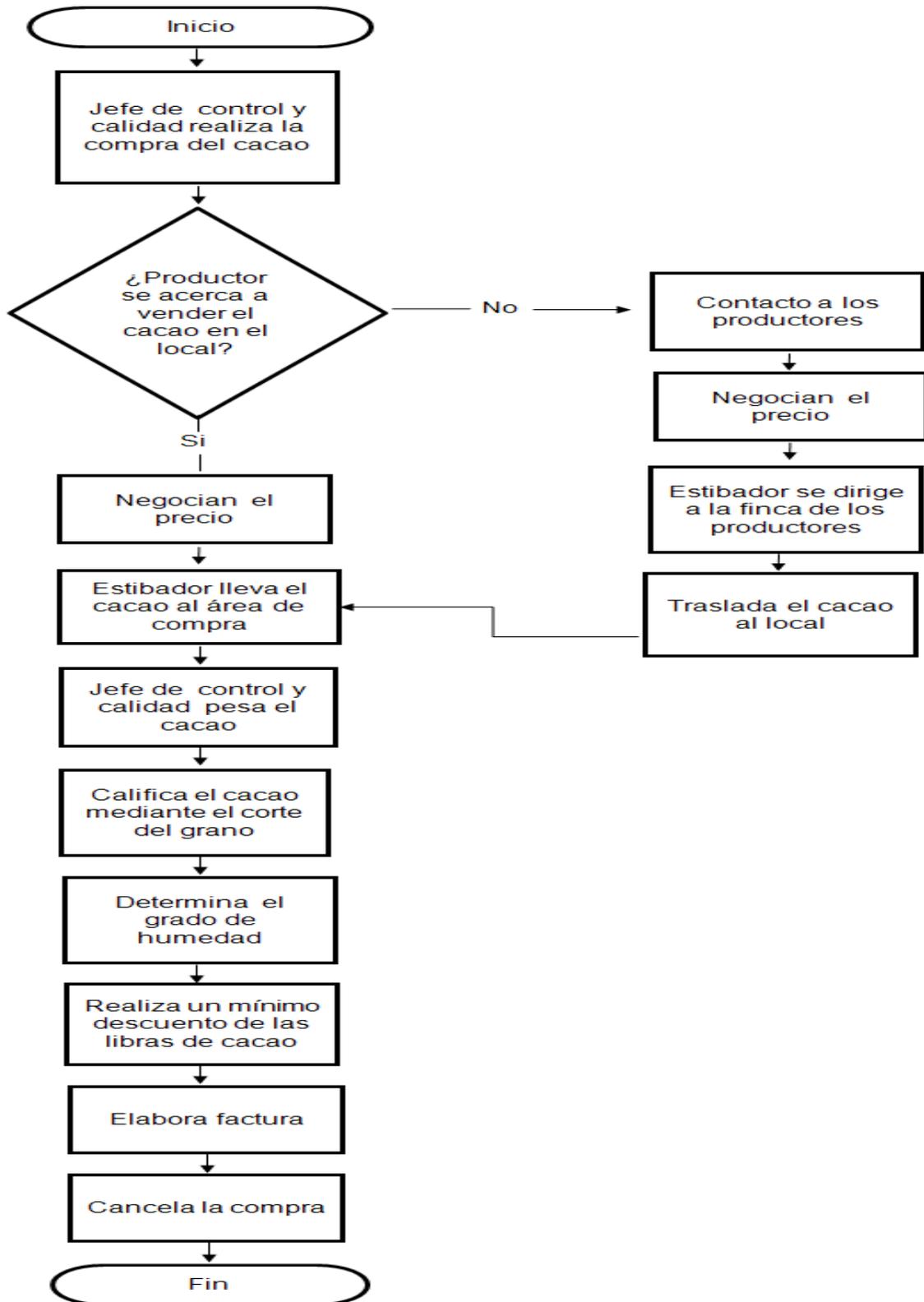
- Jefe de control y calidad realiza la compra del cacao.
- Negativa: si el productor no entrega el cacao en el local se lo contacta y se negocia precio.
- El estibador se dirige a la finca de los productores.
- El cacao es trasladado al local.
- Afirmativa: Los productores se acercan directamente al local para vender su cacao y se negocia el precio.
- Estibador lleva el cacao al área de compra.

- El jefe de control de calidad pesa el cacao, mediante un corte del grano califica y determina el grado de humedad.
- Según el grado de humedad se procede a descontar un porcentaje mínimo de las libras de cacao.
- Elaboración de la factura.
- Finalmente realiza la compra y se procede a cancelar al productor.

### **Políticas**

- Se les cancelará de contado por la compra del producto.
- Tener continuidad en el abastecimiento de la empresa.
- Evitar tener productos obsoletos por malas gestiones de compra.
- Verificar que se cumplan las órdenes de compra emitidas.

**Cuadro 29.** Flujo de compra del cacao



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

## **2. Proceso del cacao para la comercialización**

### **➤ Secado**

El cacao es puesto por los estibadores en los tendales para su secado, con el fin de eliminar el exceso de humedad del grano, debe tener un 7% de humedad durante su almacenamiento para evitar que se dañe el grano. También se realizará el secado artificial en temporada de invierno en ambos casos se realizarán movimientos del cacao de manera constante para lograr un secado uniforme.

### **➤ Tiempo de secado**

El cacao es puesto en el tendal entre 5 a 8 días dependiendo del clima. En el caso del secado artificial será de 12 horas según el grado de humedad, haciendo ciclos de dos horas de calor y de una a dos horas de ventilación para simular condiciones naturales, con una temperatura entre 50° C a 60° C máximo.

### **➤ Limpieza**

En la etapa del secado cuando el grano de cacao haya adquirido cierta consistencia en color, sabor y aroma, los estibadores lo recogen y lo depositan en la tolva de la máquina clasificadora, la misma que también realiza la función de limpieza.

### **➤ Clasificación**

El cacao para ser comercializado internamente y externamente es separado todos los granos partidos, estos pueden ser vendidos al mercado exterior pero su precio disminuye debido a que el producto no está en condiciones de compra y venta según las normas internacionales.

Se clasifica el cacao ya que existen seis tipos de granos de acuerdo al tamaño para exportar:

- Grano de Cacao ASE (Arriba Superior Época)
- Grano de Cacao ASN (Arriba Superior Navidad)

- Grano de Cacao AS (Arriba Superior)
- Grano de Cacao ASS (Arriba Superior Selecto)
- Grano de Cacao ASSS (Arriba Superior Summer Selecto)
- Grano de Cacao CCN-51 (Clon creada en el Ecuador que significa “Colección Castro Naranjal)

➤ **Control de Calidad del grano**

Después de la clasificación y limpieza del cacao, el jefe de control de calidad verifica que se cumplan con los estándares de calidad internacional y las normas INEN.

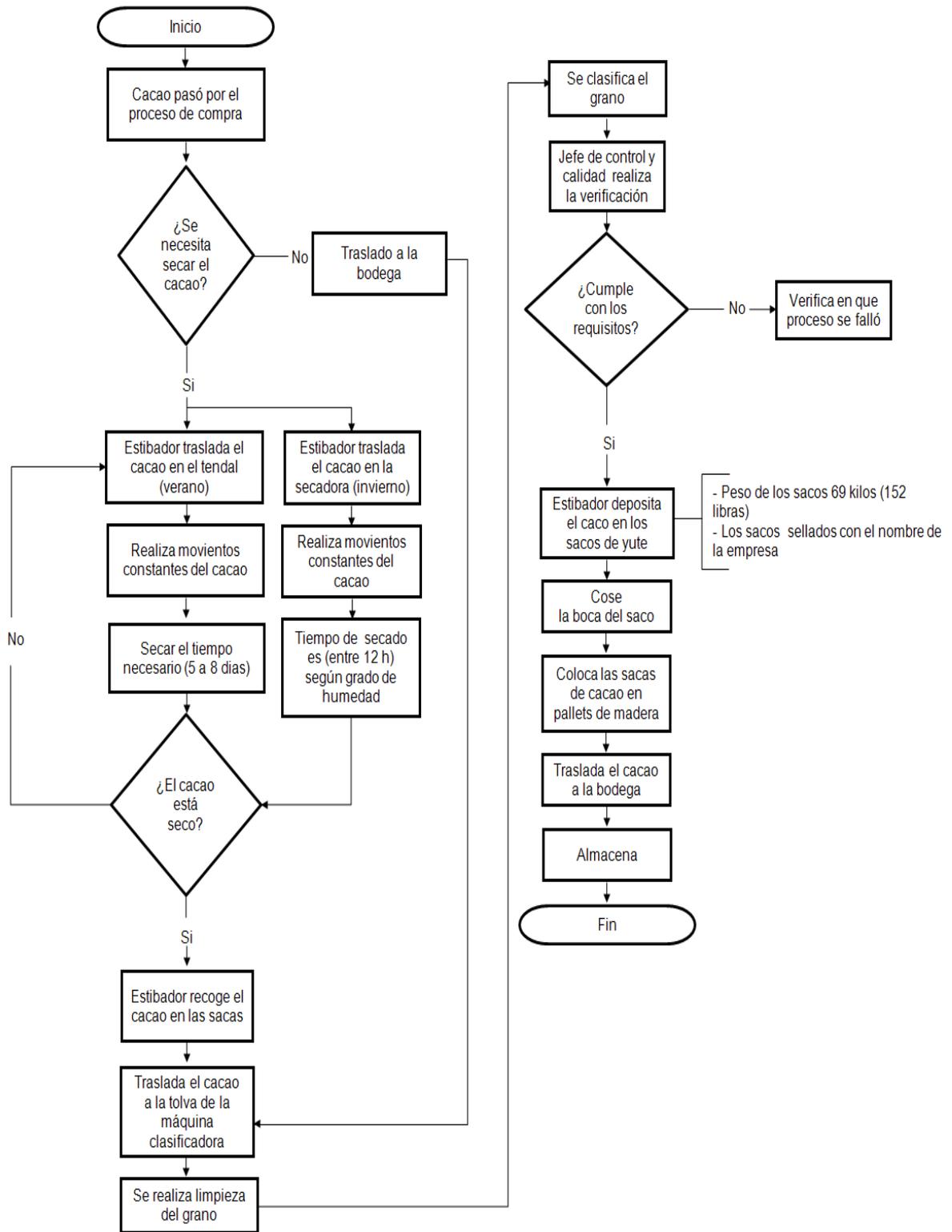
➤ **Empaque y almacenamiento**

Se recoge el cacao en las sacas de yutelimpias, secas y selladas con el nombre de la empresa, el peso es de 150 libras (69 kg), para recogerlo se utilizan herramientas de madera a fin de evitar quebrar el grano, luego se deberá coser o amarrar la boca del saco de cacao.

Además todas las variedades de cacao deben mantenerse por separado y debidamente identificadas; estibando las sacas sobre pallets de madera sin tocar las paredes para que no adquieran humedad durante el periodo de almacenamiento.

Luego el cacao es trasladado a la bodega, la cual deberá tener suficiente ventilación y un control de roedores o polillas mediante la utilización de pesticidas no tóxicos debido que el producto es industrializado para el consumo humano, utilizando el fotosin, pastillas para matar cualquier bacteria existente.

**Cuadro 30.** Flujo del proceso del cacao para comercializar



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

### **3. Proceso del cacao para la exportación**

El jefe de comercio interno y externo inicia la negociación.

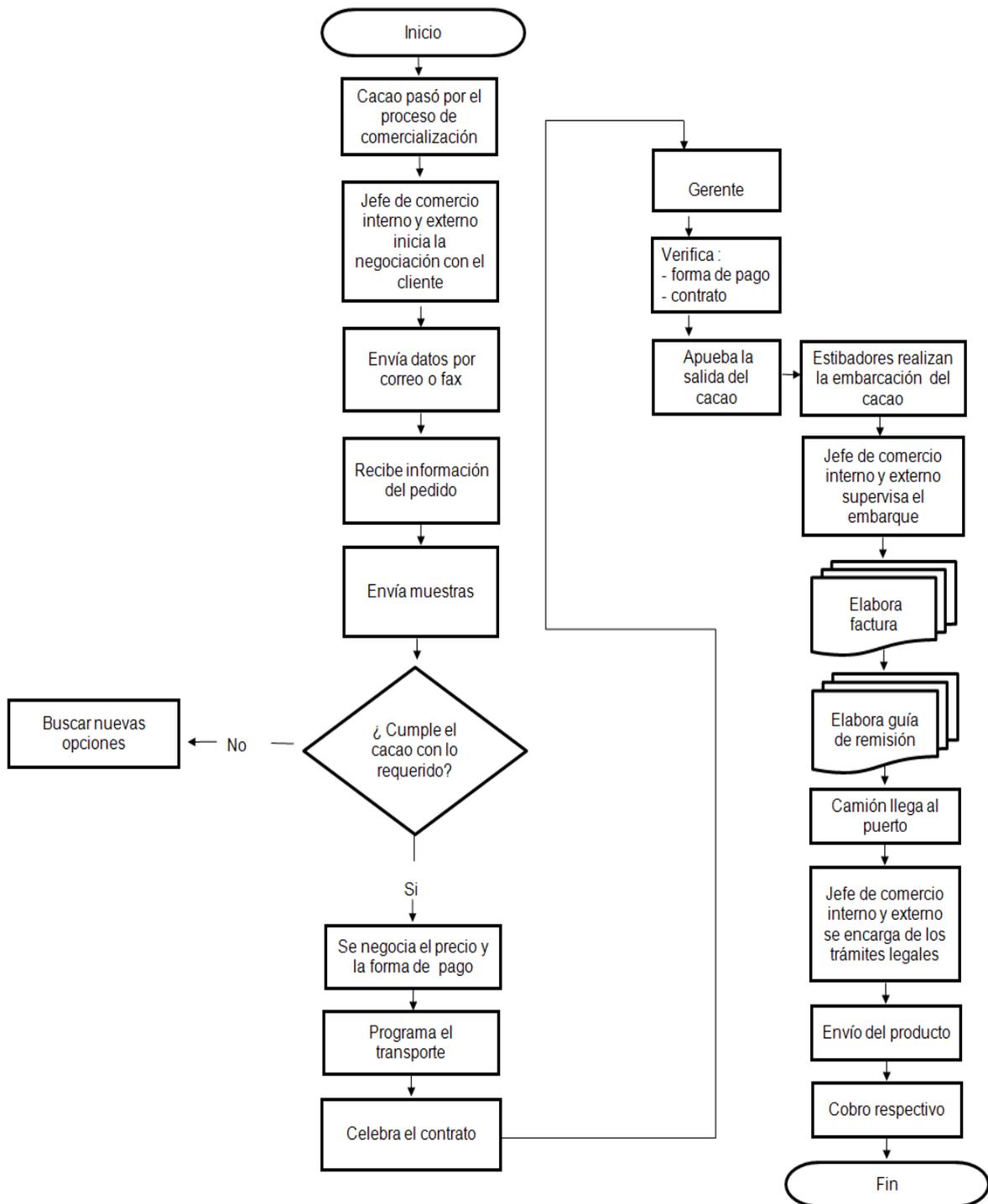
- Envía datos a los clientes ya sea por correo electrónico, o fax, para cumplir a cabalidad todo lo requerido, de acuerdo a las normas establecidas en cada país.
- Recepción de información del pedido.
- Envío de muestras al comprador.
- Negocia el precio y forma del pago.
- Programa el transporte.
- Celebración del contrato.
- Gerente verifica forma de pago y el contrato.
- El estibador de planta recibe un informe por parte del gerente, en la que se aprueba la salida del pedido de cacao.
- Estibadores realizan la embarcación total del pedido internacional requerido.
- El jefe de comercio interno y externo supervisa el embarque.
- Elaboración de la factura y guía de remisión del pedido.
- El camión llega al puerto, el jefe de comercio interno y externo se encarga de la documentación y trámites legales, para el respectivo envío, y el cobro.

#### **Políticas**

- Recibir el 50% del pago en efectivo antes del envío.
- Realizar un informe de salida de producto dirigido al gerente general.

- Una vez efectuado el pedido no se aceptará cambios, sin consentimiento de ambas partes.

**Cuadro 31.** Flujo del proceso del cacao para la Exportación



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

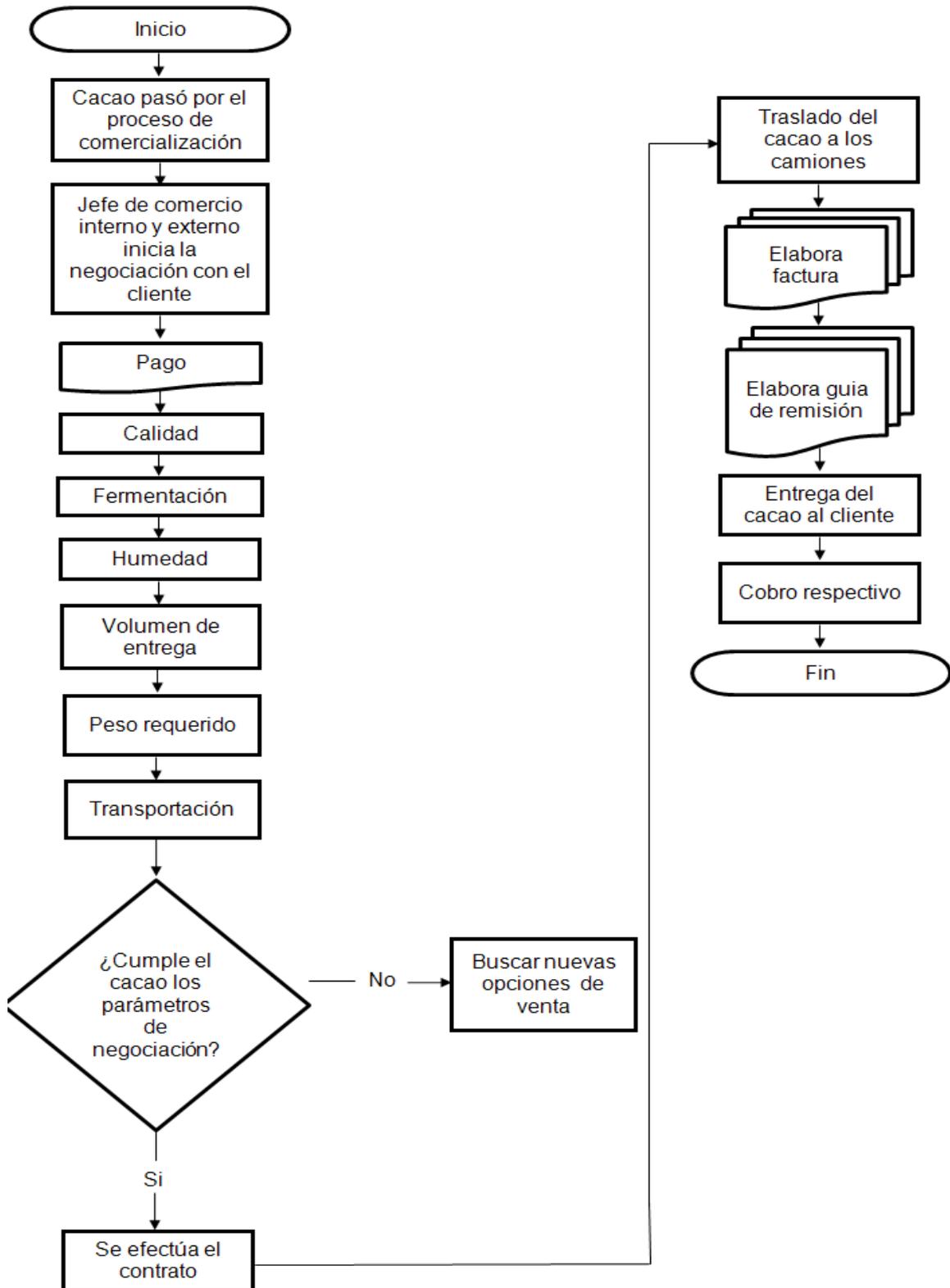
#### **4. Proceso del cacao para la venta interna**

- El jefe de comercio interno y externo inicia las negociaciones con el gerente de compra de la industria chocolatera.
- Dependiendo la empresa se pactan los parámetros de la negociación en cuanto a:
  - Pago.
  - Calidad.
  - Fermentación.
  - Humedad.
  - Volumen de entrega.
  - Peso requerido de las sacas.
  - Transportación.
- Se efectúa el contrato.
- Traslado del cacao a los camiones de transporte.
- Elaboración de factura y guía de remisión.
- Entrega del cacao al cliente.
- Cobro respectivo.

#### **Políticas**

- Recibir el 50% de pago en efectivo antes de la entrega del cacao.
- Entregar el pedido con los respectivos papeles para la transportación.
- Una vez efectuado el pedido no se aceptará cambios, sin consentimiento de ambas partes.
- Una vez entregado el producto no se aceptaran devoluciones a menos que sea por causa justa.

**Cuadro 32.** Flujo del proceso del cacao para la venta interna



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Figura 17. Marketing Mix**



**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

### **Producto**

El cacao, es el producto clave que se lo comercializa en un empaque apropiado, las sacas de yute, con el peso de 150 libras, donde constan el mercado respectivo, razón social, logotipo, dirección, teléfono y país de origen de la empresa; además está en inglés o con su traducción para la exportación.

**Figura 18.** Empaque del cacao



**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

### **Precio**

El precio de compra es de \$90 y el de venta es de \$108, los cuales se encuentran acorde al mercado, siendo los precios cotizados en la Bolsa de commodities de Nueva York y Londres. Como estrategia se estará a diario monitoreando los precios internacionales del mercado para la toma de decisiones.

### **Plaza**

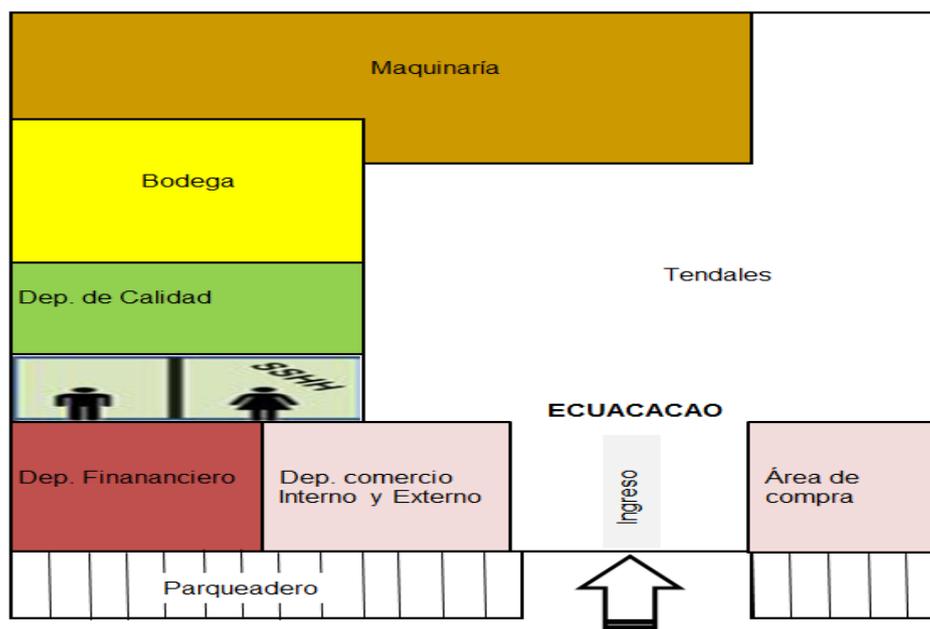
La infraestructura debe estar adecuada con colores llamativos y agradables, además las diferentes áreas tienen un espacio amplio, para que haya comodidad tanto para empleados como clientes, asimismo contar con equipos actualizados y de punta, e incluso se dispone de internet rápido que facilite los trámites.

El lugar donde se colocan las maquinarias es amplio y cerca de la bodega para facilitar y comodidad del personal, además apartado del área administrativa, a fin que el ambiente sea agradable en cuanto a ruido y calor.

Para el secado natural del cacao, se dispone de tendales con una ligera inclinación y muy amplio, debido que hay granos con diferentes grados de humedad, a fin de obtener un secado uniforme y de excelente calidad.

El medio más adecuado para la exportación del cacao es el transporte marítimo, en contenedores de acuerdo a la capacidad y volumen de entrega; mientras la comercialización interna es realizada por transporte terrestre.

**Figura 19.** Distribución de la planta ECUACACAO Cía. Ltda.



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

## Promoción

“ECUACACAO”, es una empresa nueva que necesita publicidad, para introducirse al mercado, para ello se realiza publicidad, en los medios de comunicación como radio local, con anuncios de cuñas cada 6 meses, también en la prensa escrita “La verdad”, con el fin de darnos a conocer.

Otras estrategias es la entrega de trípticos y volantes para dar a conocer la empresa. Además se realiza visitas a los productores de cacao en el lugar de trabajo o su casa para hacer entrega de las tarjetas de presentación y nos contacten.

Finalmente, se registra la empresa por medio de la página web, [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec) (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones), con el propósito de ofertar el cacao y poder comunicarnos con los posibles clientes.

**Cuadro 33.** Formulario de Pro Ecuador para el registro de empresas para exportar

<p><b>Registro de Empresas</b></p> <p>Todos los campos marcados con un asterisco (*) son obligatorios.</p> <p><b>1. Tipo de Empresa</b></p> <p>Actividad* <input type="text"/></p> <p>Describir otro <input type="text"/></p> <p><b>2. Información de la Empresa</b></p> <p>Nombre* <input type="text"/></p> <p>RUC/Cédula de Ciudadanía* <input type="text"/></p> <p>Ciudad* <input type="text"/></p> <p>Dirección* <input type="text"/></p> <p>Tel. 1* (Incluya por favor el prefijo de región. Ej. 04-2597980) <input type="text"/></p> <p>Tel. 2 (Incluya por favor el prefijo de región. Ej. 04-2597980) <input type="text"/></p> <p>Sitio web <input type="text"/></p> <p>Sector* <input type="text"/></p> <p>Persona de Contacto* <input type="text"/></p> <p>Cargo* <input type="text"/></p> <p>E-mail* <input type="text"/></p> <p>Teléfono* (Incluya por favor el prefijo de región. Ej. 04-2597980) <input type="text"/></p> <p>Celular* <input type="text"/></p> <p>Tiempo de funcionamiento* <input type="text"/></p> <p>Tamaño de la empresa* <input type="text"/></p> <p>Si pertenece a algún Gremio indicar nombre. <input type="text"/></p> <p><b>3. Productos a ofertar</b></p> <p>1. <input type="text"/></p> <p>2. <input type="text"/></p> <p>3. <input type="text"/></p> <p>4. <input type="text"/></p> <p><input type="button" value="Enviar"/> </p> <p>La información contenida en este Registro es de uso privilegiado y/o confidencial y solo puede ser usado por PRO ECUADOR</p>
--

**Figura 20.** Tarjeta de presentación del Gerente General y Jefe Financiero



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Figura 21.** Volante

Comercializadora interna y exportadora de cacao

**ECUACACAO** es una empresa que compra y vende cacao de calidad para satisfacer la demanda interna y externa de las diferentes industrias.

Teléfono: (04) 2974-399  
Fax: (04) 2974-397  
Correo: Ecuacacao@hotmail.com

Dirección: km 6 vía Milagro, km.26

Milagro - Ecuador

**Ofrece lo siguiente:**

- ◆ Peso y precio justo.
- ◆ Servicio de transporte.
- ◆ Buen servicio a los clientes.

ECUACACAO  
*Más que un producto, somos calidad.*

Figura 22. Portada principal del tríptico

**ECUACACAO**  
*Más que un producto, somos calidad.*

Comercializadora interna  
y exportadora de cacao

Es una empresa que innova constantemente e implementa técnicas eficaces para el cumplimiento de las normas establecidas en el mercado nacional e internacional.

ECUACACAO trabaja en conjunto con los productores, además les brinda:

- Peso y precio justo.
- Servicio de transporte.
- Buen servicio a los clientes.

**ECUACACAO**  
*Más que un producto, somos calidad.*

**ECUACACAO**  
*Más que un producto, somos calidad.*

Dirección: km 6 vía  
Milagro, km.26

Milagro - Ecuador

Tel.: (04) 2974-399

Teléfono: (04) 2974-399  
Fax: (04) 2974-397  
Correo: [Ecuacacao@hotmail.com](mailto:Ecuacacao@hotmail.com)

Figura 23. Parte interna del tríptico



ECUACACAO es una empresa que compra y vende cacao de calidad para satisfacer la demanda interna y externa de las diferentes industrias.

#### Misión

Somos una organización que comercializa cacao de calidad a nivel nacional e internacional, comprometida con el fortalecimiento del sector cacaotero; implementando óptimas condiciones comerciales, manteniendo compromiso y lealtad con el fin de beneficiar a productores, empleados y sociedad.

#### Visión

Ser una empresa líder en la exportación y comercialización interna de cacao, preferida en el mercado nacional e internacional; con precios justos para los clientes, elevando al máximo sus rendimientos y los de la empresa.



#### Valores

**Responsabilidad:** Cumplir con las demandas requeridas por los clientes cuando estos lo requieran, entregando a tiempo y de acuerdo con las especificaciones.

**Honestidad:** Ser sinceros con los clientes y proveedores, al momento de realizar una negociación.

**Puntualidad:** Cumplir con los horarios establecidos por la gerencia.

**Equidad:** Tratar de igual manera a todos los miembros de la empresa sin ningún tipo de discriminación.

## **Fundamentación legal**

### **Detalle del Crédito para aplicar en el BNF**

**Financiamiento:** Hasta el 80%.

**Monto:** Desde USD \$500,00 hasta USD \$300.000,00.

**Interés:** La tasa de interés será del 11% para producción y del 15% anual para el sector de comercio y servicio.

**Plazo:** Hasta 5 años.

**Destino del crédito:** Capital de trabajo y activos fijos.

**Garantía:** Quirografaria (Personal), Prendaria e Hipotecaria.

### **Requisitos Básicos**

- Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada de la Cédula de Ciudadanía vigente del solicitante y Cónyuge (si es casado).
- Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada del certificado de votación del solicitante y cónyuge (si es casado) del último proceso electoral.
- Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE del Solicitante
- Comprobante de pago de agua, luz, o teléfono o un documento que permita la verificación domicilio con una validez de tres meses del solicitante.
- Original de Pro forma o cotizaciones verificables de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo (Obligatorio cuando se adquisición de Activos Fijos e Inventario). En el caso de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción.
- Para créditos superiores a USD\$3.000: Copia legible del título de propiedad o pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del lugar de la inversión o certificado actualizado de posesión o del trámite de adjudicación conferido por el Organismo Competente.
- "Original de Plan de Inversión o Proyecto de Factibilidad de acuerdo al monto solicitado. El Plan de Inversión únicamente debe presentarse para

operaciones de \$20.000 hasta \$100.000 y para operaciones mayores a \$100.000 Proyecto de Factibilidad".

## **Procedimientos para exportar**

### **Obtener el registro de exportador**

Antes de obtener el registro como Exportador, se deberá formalizar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas, posteriormente deberá:

1. Registrar todos sus datos en la página: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec), y enviarlo electrónicamente.
2. Llenar la solicitud de concesión que se encuentra en la misma página web y presentarla, firmada por el exportador o representante legal de la Cía. Exportadora. Una vez recibida la solicitud se confirman con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir inconvenientes con la información se acepta el registro inmediatamente.

Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la declaración de exportación.

### **Declaración de exportación**

Es un formulario, en el que todas las exportaciones deben ser presentadas, siguiendo las instrucciones contenidas en el manual de despacho exportaciones para ser presentada en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos que acompañen a la misma.

### **Documentos que acompañan a la declaración de exportación**

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando proceda).
- Certificado de origen (cuando proceda)
- Documento de transporte.
- Orden de embarque impresa.

## **Trámites para la exportación**

**Fase de pre-embarque:** Se inicia con la transmisión y presentación de la orden de embarque que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, utilizando para el efecto el formato electrónico de la orden de embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación

Una vez admitida la orden de embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) y cumplir con todo lo de ley, el exportador se halla habilitado para transportar la carga, a la aduana donde se registrará el ingreso a la zona primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

**Fase post-embarque:** Se presenta la DAU (Declaración Aduanera de Exportación) definitiva en un plazo no mayor a 30 días hábiles, posteriores al embarque de las mercancías.

Previo al envío electrónico de la DAU (Declaración Aduanera de Exportación), los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el número de refrendo de la DAU. Numerada, luego el exportador o el agente de aduana deberán presentarla ante el departamento de exportaciones del distrito por el cual salió la mercancía junto con los documentos que acompañan a la misma.

## **NORMA TÉCNICA ECUATORIANA INEN 176.**

### **Requisitos del cacao en grano**

5.1.2 El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7,5% (cero relativo), el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido.

5.1.3 El cacao beneficiado no deberá estar infestado.

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

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

5.1.6 El cacao beneficiado, deberá sujetarse a las normas establecidas por la OMS (Organización Mundial de Salud), en cuanto tiene que ver con los límites de recomendación de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes.

5.1.7 El cacao beneficiado deberá estar libre de impurezas.

## **NORMA TÉCNICA ECUATORIANA NTE INEN 177**

Cacao en grano, Muestreo.

### **Inspección**

#### **Muestreo**

6.1.1 El muestreo se efectuará de acuerdo a lo establecido.

6.1.2 Aceptación o rechazo. Si la muestra que se utiliza para prueba no cumple con los requisitos establecidos, se la considera no clasificada. En caso de desconformidad se repiten las pruebas sobre la muestra.

#### **Envasado**

7.1 El cacao beneficiado deberá ser comercializado en envases que aseguren la protección del producto contra la acción de agentes externos que puedan alterar sus características químicas o físicas; resistir las condiciones de manejo, transporte y almacenamiento.

## **Requisitos exigibles para el trámite externo**

### **Etiquetado**

8.1 Los envases destinados a contener cacao beneficiado, serán etiquetados de acuerdo a las siguientes indicaciones:

- Razón social de la empresa y logotipo.
- País de origen.

### **Unión Europea**

Documentos a presentar para exportar a la Unión Europea

- Factura Comercial.
- Documentos de transporte.
- Lista de carga.
- Declaración del valor en la aduana.
- Seguro de transporte.
- Documento Único Administrativo (DUA).

### **Estados Unidos**

Los Estados Unidos otorga al Ecuador preferencias arancelarias mediante el SGP (Sistema Generalizado de Preferencia) y el Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de Drogas (ATPDEA) por lo que las exportaciones ecuatorianas gozan de preferencias arancelarias en los productos sujetos a dicho mecanismo al momento de ingresar a los EEUU.

Con relación a la calidad del grano de cacao, la norma más estricta es impuesta por la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA), La FDA impone un límite legal de granos dañados más bajo, no se acepta el producto si la utilización de pesticidas prohibidos ha sido llevada a cabo aunque no existan

residuos en el momento del análisis y se impone una detención obligatoria previa al muestreo como detención automática. Los productos deben estar bien etiquetados, para que faciliten la información requerida.

### **Marcado de Origen**

El mercado de origen hace relación con el país de manufactura, producción o cultivo del bien, y los productos que no tengan el mercado de origen no podrán ingresar a Estados Unidos así hayan sido debidamente marcados antes de ser despachados a Estados Unidos. El mercado es importante porque el objetivo es informar al consumidor final sobre la procedencia del producto vendido a fin de que pueda hacer una elección inteligente sobre qué producto desea adquirir. El mercado debe ser permanente y legible, estar en inglés o con su traducción al inglés. Si la mercadería no tiene el mercado de país, el artículo puede ser reexportado.

### **Requisito a presentar para exportar a Estados Unidos.**

La empresa exportadora debe estar registrada en el FDA y Junto con los documentos de embarque se debe enviar el Certificado de Origen, emitido por el Ministerio de Industrias y Producción (MIPRO).

- Enviar certificado de calidad, emitido por agrocalidad.
- Enviar certificado fitosanitario, emitido por agrocalidad.
- Enviar 3 originales del conocimiento de embarque.
- Enviar factura comercial del producto.

## 5.7.2 Recursos, análisis financiero

**Cuadro 34.** Inversión inicial

<b>VARIACIÓN INGRESOS</b>		5%	
<b>VARIACIÓN GASTOS</b>		5%	
<b>ECUACACAO Cia. Ltda.</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
4	ESCRITORIOS	189.00	756.00
4	SILLAS GIRATORIAS EJECUTIVAS	70.00	280.00
8	SILLAS	20.00	160.00
1	ARCHIVADOR	390.00	390.00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>1,586.00</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
1	CALCULADORA/SUMADORA	50.00	50.00
1	TELEFAX	150.00	150.00
2	TELÉFONOS	50.00	100.00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>300.00</b>
	<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		
2	COMPUTADORAS	620.00	1,240.00
1	IMPRESORA TINTA CONTINUA	130.00	130.00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>1,370.00</b>
	<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>		
1	MEDIDOR DE HUMEDAD DE GRANOS	380.00	380.00
1	CLASIFICADORA DE LOS GRANOS DE CACAO	9,999.00	9,999.00
1	SECADORA DEL CACAO 3X6 CAPACIDAD 50qg	7,000.00	7,000.00
1	BALANZA DIGITAL CON PLATAFORMA 300kg A 1000kg	490.09	490.09
3	PALAS	20.00	60.00
3	RASTRILLOS	5.00	15.00
2	AIRES ACONDICIONADOS	462.00	924.00
1	EXTINTOR DE "CO2"	102.00	102.00
2	EXTINTORES 50 LIBRAS	420.00	840.00
2	VENTILADORES INDUSTRIALES	200.00	400.00
	<b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>		<b>20,210.09</b>
	<b>VEHÍCULOS</b>		
1	CAMIÓN Y FURGÓN	39,000.00	39,000.00
	<b>TOTAL VEHÍCULOS</b>		<b>39,000.00</b>
	<b>EDIFICIO</b>		
1	INFRAESTRUCTURA Y TERRENO	70,000.00	70,000.00
	<b>TOTAL EDIFICIO</b>		<b>70,000.00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>132,466.09</b>

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 35.** Depreciación de activos fijos

<b>DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	1,586.00	10%	13.22	158.60
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1,370.00	33%	37.68	452.10
VEHÍCULO	39,000.00	20%	650.00	7,800.00
EDIFICIO	70,000.00	5%	291.67	3,500.00
EQUIPO DE OFICINA	300.00	10%	2.50	30.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	20,210.09	10%	168.42	2,021.01
<b>TOTAL</b>	<b>132,466.09</b>		<b>1,163.48</b>	<b>13,961.71</b>

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

### Cuadro 36. Gastos

ECUACACAO Cia. Ltda. DETALLE DE GASTOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
1	JEFE ADMINISTRATIVO-FINANCIERO	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1	JEFE DE COMERCIO INTERNO Y EXTERNO	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
1	JEFE DE CONTROL Y CALIDAD	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
1	ESTIBADOR DE PLANTA	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	3.504,00	3.679,20	3.863,16	4.056,32	4.259,13
1	GUARDIA	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00	3.504,00	3.679,20	3.863,16	4.056,32	4.259,13
	APORTE PATRONAL	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	335,83	4.029,95	4.231,45	4.443,02	4.665,17	4.898,43
	DÉCIMO CUARTO				1.752,00									1.752,00	1.839,60	1.931,58	2.028,16	2.129,57
	DÉCIMO TERCERO												2.834,00	2.975,70	3.124,49	3.280,71	3.444,74	
	<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>3.169,83</b>	<b>3.169,83</b>	<b>3.169,83</b>	<b>4.921,83</b>	<b>3.169,83</b>	<b>6.003,83</b>	<b>42.623,95</b>	<b>44.755,15</b>	<b>46.992,90</b>	<b>49.342,55</b>	<b>51.809,68</b>						
GASTOS GENERALES		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
	ENERGÍA ELÉCTRICA	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
	TELÉFONO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
	SERVICIOS DE INTERNET	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
	ÚTILES DE OFICINA	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	72,01	864,12	907,33	952,69	1.000,33	1.050,34
3	ESTIBADORES (SERVICIOS PRESTADOS)	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
500	SACAS DE YUTE	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
	PESTICIDAS	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03
	MANTENIMIENTO DE EQUIPO	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
	COMPRA DE ACEITE	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
	COMBUSTIBLE (DIESEL)	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
	MATERIAL DE LIMPIEZA	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	27,73	332,76	349,40	366,87	385,21	404,47
	GASTOS VARIOS	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
	DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	13,22	158,60	158,60	158,60	158,60	158,60
	DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	452,10	452,10	452,10	-	-
	DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00
	DEPRECIACIÓN DE EDIFICIO	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	291,67	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
	DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
	DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	168,42	2.021,01	2.021,01	2.021,01	2.021,01	2.021,01
	<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>2.735,72</b>	<b>32.828,59</b>	<b>33.771,93</b>	<b>34.762,44</b>	<b>35.350,38</b>	<b>36.442,42</b>											
GASTO DE VENTAS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	500,04	525,04	551,29	578,86	607,80
	<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>41,67</b>	<b>500,04</b>	<b>525,04</b>	<b>551,29</b>	<b>578,86</b>	<b>607,80</b>											
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>5.947,21</b>	<b>5.947,21</b>	<b>5.947,21</b>	<b>7.699,21</b>	<b>5.947,21</b>	<b>8.781,21</b>	<b>75.952,58</b>	<b>79.052,12</b>	<b>82.306,64</b>	<b>85.271,79</b>	<b>88.859,90</b>						
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA		4.783,74	4.783,74	4.783,74	6.535,74	4.783,74	4.783,74	4.783,74	4.783,74	4.783,74	4.783,74	4.783,74	7.617,74	61.990,87	65.090,41	68.344,93	71.762,18	75.350,29
GASTOS GENERALES		1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	1.572,24	18.866,88	19.810,22	20.800,74	21.840,77	22.932,81
DEPRECIACIÓN		1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	1.163,48	13.961,71	13.961,71	13.961,71	13.509,61	13.509,61
DEPRECIACIÓN ACUMULADA														13.961,71	27.923,42	41.885,13	55.394,74	68.904,35

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 37.Costos de venta**

ECUACACAO Cia. Ltda.																			
COSTO DE VENTAS																			
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
750	SACAS DE CACAO DE 100 LIBRAS	90.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	67500.00	810000.00	850,500.00	893,025.00	937,676.25	984,560.06
<b>TOTAL</b>			<b>67500.00</b>	<b>810000.00</b>	<b>850500.00</b>	<b>893025.00</b>	<b>937676.25</b>	<b>984560.06</b>											

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 38.Ingresos**

ECUACACAO Cia. Ltda.																			
PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SACAS DE CACAO DE 150 LIBRAS	500	162.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	81,000.00	972,000.00	1,020,600.00	1,071,630.00	1,125,211.50	1,181,472.08
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>81,000.00</b>	<b>972,000.00</b>	<b>1,020,600.00</b>	<b>1,071,630.00</b>	<b>1,125,211.50</b>	<b>1,181,472.08</b>											

**Elaborado por:** Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 39.**Inversión total y financiamiento

<b>INVERSIÓN DEL PROYECTO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	1,586.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1,370.00
VEHÍCULO	39,000.00
EDIFICIO	70,000.00
EQUIPO DE OFICINA	300.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	20,210.09
CAJA - BANCO	10,000.00
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>142,466.09</b>

<b>FINANCIACIÓN DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		<b>142,466.09</b>
Financiado	<b>75%</b>	107,466.09
Aporte Propio	<b>25%</b>	35,000.00
		<b>142,466.09</b>

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERÉS PRÉSTAMO	<b>15.00%</b>	<b>0.15</b>
		<b>0.15</b>

<b>PRÉSTAMO BANCARIO</b>		
Préstamo Bancario BNF	<b>107,466.09</b>	<b>16,119.91</b>

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

## Financiamiento

El financiamiento del proyecto está determinado de la siguiente manera: El 75% de la inversión total \$ 107.466,09 estará financiado mediante el crédito realizado en el Banco Nacional del Fomento; mientras que el 25% de la inversión \$ 35.000,00 será aportado por recursos propios de las autoras del proyecto.

**Cuadro 40.**Tabla de amortización

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
-				<b>107,466.09</b>
1	21,493.22	16,119.91	37,613.13	85,972.87
2	21,493.22	12,895.93	34,389.15	64,479.65
3	21,493.22	9,671.95	31,165.17	42,986.44
4	21,493.22	6,447.97	27,941.18	21,493.22
5	21,493.22	3,223.98	24,717.20	-
	<b>107,466.09</b>	<b>48,359.74</b>	<b>155,825.83</b>	

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
-				<b>107,466.09</b>
1	1,791.10	1,343.33	3,134.43	105,674.99
2	1,791.10	1,343.33	3,134.43	103,883.89
3	1,791.10	1,343.33	3,134.43	102,092.79
4	1,791.10	1,343.33	3,134.43	100,301.68
5	1,791.10	1,343.33	3,134.43	98,510.58
6	1,791.10	1,343.33	3,134.43	96,719.48
7	1,791.10	1,343.33	3,134.43	94,928.38
8	1,791.10	1,343.33	3,134.43	93,137.28
9	1,791.10	1,343.33	3,134.43	91,346.18
10	1,791.10	1,343.33	3,134.43	89,555.08
11	1,791.10	1,343.33	3,134.43	87,763.97
12	1,791.10	1,343.33	3,134.43	85,972.87
	<b>21,493.22</b>	<b>16,119.91</b>	<b>37,613.13</b>	

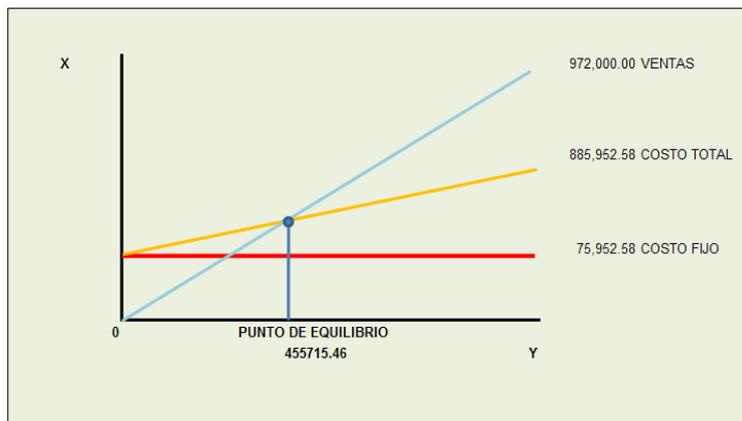
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 41.**Datos del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
DATOS			
ventas		972,000.00	972,000.00
costo fijos		75,952.58	885,952.58
Costos variables		810,000.00	810,000.00
<b>PE=</b>	<b>CF</b>	<b>=</b>	<b><math>\frac{75952.58}{0.16667}</math></b>
	<b>1- CV</b>		
<b>PE=</b>		<b>=</b>	<b>455715.46</b>

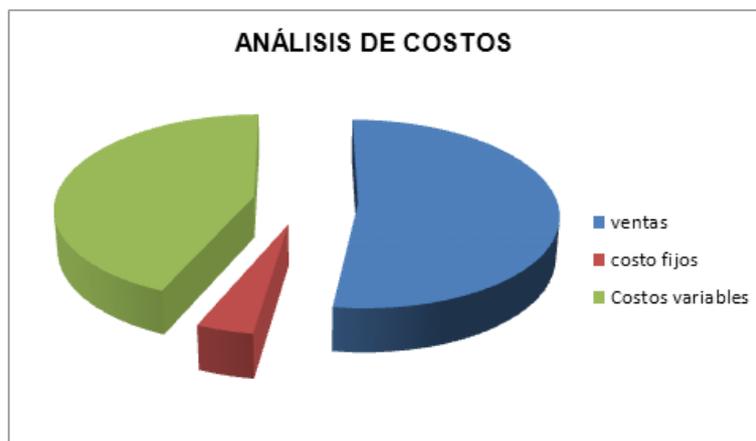
Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Figura 24.**Punto de equilibrio



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Figura 25.**Análisis de costos



Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 42.**Estado de pérdidas y ganancias

<b>ECUACACAO Cia. Ltda.</b>						
<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>						
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>VENTAS</b>	972,000.00	1,020,600.00	1,071,630.00	1,125,211.50	1,181,472.08	5,370,913.58
(-) <b>COSTO DE VENTAS</b>	810,000.00	850,500.00	893,025.00	937,676.25	984,560.06	4,475,761.31
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>162,000.00</b>	<b>170,100.00</b>	<b>178,605.00</b>	<b>187,535.25</b>	<b>196,912.01</b>	<b>895,152.26</b>
COSTOS INDIRECTOS	75,952.58	79,052.12	82,306.64	85,271.79	88,859.90	411,443.02
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>86,047.42</b>	<b>91,047.88</b>	<b>96,298.36</b>	<b>102,263.46</b>	<b>108,052.12</b>	<b>483,709.24</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	16,119.91	12,895.93	9,671.95	6,447.97	3,223.98	48,359.74
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>69,927.51</b>	<b>78,151.95</b>	<b>86,626.41</b>	<b>95,815.50</b>	<b>104,828.13</b>	<b>435,349.50</b>
PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	10,489.13	11,722.79	12,993.96	14,372.32	15,724.22	65,302.42
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>59,438.38</b>	<b>66,429.16</b>	<b>73,632.45</b>	<b>81,443.17</b>	<b>89,103.91</b>	<b>370,047.07</b>
IMPUESTO A LA RENTA	14,859.60	16,607.29	18,408.11	20,360.79	22,275.98	157,814.19
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>44,578.79</b>	<b>49,821.87</b>	<b>55,224.34</b>	<b>61,082.38</b>	<b>66,827.93</b>	<b>277,535.31</b>

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 43. Balance general**

<b>ECUACACAO Cia. Ltda.</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	10,000.00	72,396.00	117,667.72	168,432.54	224,862.35	286,973.76
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>10,000.00</b>	<b>72,396.00</b>	<b>117,667.72</b>	<b>168,432.54</b>	<b>224,862.35</b>	<b>286,973.76</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>132,466.09</b>	132,466.09	132,466.09	132,466.09	132,466.09	132,466.09
DEPRECIAC. ACUMULADA		13,961.71	27,923.42	41,885.13	55,394.74	68,904.35
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>132,466.09</b>	<b>118,504.38</b>	<b>104,542.67</b>	<b>90,580.96</b>	<b>77,071.35</b>	<b>63,561.75</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>142,466.09</b>	<b>190,900.38</b>	<b>222,210.39</b>	<b>259,013.50</b>	<b>301,933.71</b>	<b>350,535.50</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
PRÉSTAMO	107,466.09	85,972.87	64,479.65	42,986.44	21,493.22	-
PARTICIPACIÓN EMPL. POR PAGAR	-	10,489.13	11,722.79	12,993.96	14,372.32	15,724.22
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	14,859.60	16,607.29	18,408.11	20,360.79	22,275.98
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>107,466.09</b>	<b>111,321.59</b>	<b>92,809.74</b>	<b>74,388.51</b>	<b>56,226.34</b>	<b>38,000.20</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	44,578.79	49,821.87	55,224.34	61,082.38	66,827.93
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	44,578.79	94,400.65	149,624.99	210,707.37
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>35,000.00</b>	<b>79,578.79</b>	<b>129,400.65</b>	<b>184,624.99</b>	<b>245,707.37</b>	<b>312,535.31</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>142,466.09</b>	<b>190,900.38</b>	<b>222,210.39</b>	<b>259,013.50</b>	<b>301,933.71</b>	<b>350,535.50</b>

0.00                      0.00                      0.00                      0.00                      0.00

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 44. Flujo de caja proyectado**

<b>ECUACACAO Cía. Ltda.</b>							
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>							
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	-	972.000,00	1.020.600,00	1.071.630,00	1.125.211,50	1.181.472,08	5.370.913,58
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>972.000,00</b>	<b>1.020.600,00</b>	<b>1.071.630,00</b>	<b>1.125.211,50</b>	<b>1.181.472,08</b>	<b>5.370.913,58</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
INVERSIÓN INICIAL	<b>142.466,09</b>	-	-	-	-	-	-
GASTO ADMINISTRATIVOS	-	42.623,95	44.755,15	46.992,90	49.342,55	51.809,68	235.524,22
GASTO DE VENTAS	-	500,04	525,04	551,29	578,86	607,80	2.763,04
GASTOS GENERALES	-	18.866,88	19.810,22	20.800,74	21.840,77	22.932,81	104.251,42
COSTO DE VENTAS	-	810.000,00	850.500,00	893.025,00	937.676,25	984.560,06	4.475.761,31
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	10.489,13	11.722,79	12.993,96	14.372,32	15.724,22
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	14.859,60	16.607,29	18.408,11	20.360,79	22.275,98
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>142.466,09</b>	<b>871.990,87</b>	<b>940.939,13</b>	<b>989.700,01</b>	<b>1.040.840,50</b>	<b>1.094.643,47</b>	<b>4.856.300,19</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-142.466,09</b>	<b>100.009,13</b>	<b>79.660,87</b>	<b>81.929,99</b>	<b>84.371,00</b>	<b>86.828,61</b>	<b>432.799,59</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	-		-	-	-	-	-
PRÉSTAMO BANCARIO	107.466,09	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>107.466,09</b>	-	-	-	-	-	-
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
<b>INVERSIONES</b>							
PAGO DE CAPITAL	-	21.493,22	21.493,22	21.493,22	21.493,22	21.493,22	107.466,09
PAGO DE INTERESES	-	16.119,91	12.895,93	9.671,95	6.447,97	3.223,98	48.359,74
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	-	<b>37.613,13</b>	<b>34.389,15</b>	<b>31.165,17</b>	<b>27.941,18</b>	<b>24.717,20</b>	<b>155.825,83</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>107.466,09</b>	<b>-37.613,13</b>	<b>-34.389,15</b>	<b>-31.165,17</b>	<b>-27.941,18</b>	<b>-24.717,20</b>	<b>-155.825,83</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-35.000,00</b>	<b>62.396,00</b>	<b>45.271,72</b>	<b>50.764,82</b>	<b>56.429,81</b>	<b>62.111,41</b>	<b>276.973,76</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	-	<b>10.000,00</b>	<b>72.396,00</b>	<b>117.667,72</b>	<b>168.432,54</b>	<b>224.862,35</b>	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	-	<b>72.396,00</b>	<b>117.667,72</b>	<b>168.432,54</b>	<b>224.862,35</b>	<b>286.973,76</b>	

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

**Cuadro 45.** Índices financieros

<b>ÍNDICES FINANCIEROS</b>						
<b>DESCRIPCÓN</b>	<b>INV. INICIAL</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
Flujos netos	<b>-142,466.09</b>	100,009.13	79,660.87	81,929.99	84,371.00	86,828.61

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
TASA DE DESCUENTO	11.00%

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	432,799.59
AÑOS	5
INVERSIÓN INICIAL	142,466.09
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	60.76%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		321,765.71
<b>VAN</b>	<b>POSITIVO</b>	<b>179,299.62</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1.79
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	79.46
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>55.79%</b>

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

### **Análisis del VAN(Valor Actual Neto):**

Se puede decir que el proyecto es rentable dado que el VAN (Valor Actual Neto) es de 179.299,62, es decir positivo y mayor a la cantidad de dinero que se destinó en la inversión inicial, bajo este indicador el proyecto se lo considera viable.

### **Análisis de la TIR(Tasa Interna de Retorno):**

Con el resultado de la TIR (Tasa Interna de Retorno) de 55,79% se puede determinar que el proyecto es rentable, ya que es mayor que la tasa de descuento que es del 11%, de manera que se puede ver la diferencia entre ambas, entonces este indicador refleja el rendimiento de los recursos invertidos; lo cual conlleva la recuperación del capital.

**Cuadro 46.** Ratios financieros

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	
VENTAS	972,000.00
COSTO DIRECTO	810,000.00
COSTO INDIRECTO	75,952.58
FLUJO NETO	62,396.00
PAGO DE DIVIDENDOS	21,493.22
GASTOS FINANCIEROS	16,119.91
GASTOS PERSONAL	42,623.95
ACTIVOS FIJOS NETOS	118,504.38

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
EN DÓLARES	455715.46
EN PORCENTAJE	46.88%

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
	<b>POSITIVO</b>	50,764.82
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	3.90
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	6.04 %
INDICE DE EMPLEO		0.36

<b>DATOS</b>	
ACTIVO CORRIENTE	72,396.00
ACTIVOS TOTALES	190,900.38
UTILIDAD NETA	44,578.79

<b>RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ</b>		
RIESGO DE LIQUIDEZ	0.6208	62.08%

<b>RENDIMIENTO CORRIENTE</b>			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0.2335	23.35%

<b>RAZONES</b>	
UTILIDAD OPERATIVA	432,799.59
GASTOS FINANCIEROS	48,359.74
INVERSIÓN INICIAL	142,466.09
UTILIDAD NETA	277,535.31
VALOR DEL CRÉDITO	107,466.09
VENTAS	5,370,913.58
COSTO DE VENTA	4,887,204.33
TOTAL DEL ACTIVO	63,561.75

Elaborado por: Melva Salazar y Janeth Zambrano

### **5.7.3 Impacto**

#### **Social**

El proyecto beneficia en gran medida a los agricultores porque no van a tener el problema de buscar quien les compre el cacao, y no tendrán que acudir a las cadenas de comercialización; e incluso les permitirá obtener mejores opciones de venta, con ello se contribuirá a que Milagro tenga un mayor Índice de Desarrollo Humano, ofreciendo además empleo a la sociedad y mejores condiciones de vida.

#### **Económico**

A nivel económico el proyecto de investigación, permite optimizar la rentabilidad de los agricultores, puesto que dispondrán de mejores ingresos para sus familias, además invertir en sus cultivos para obtener una mejor producción. También brindará mayor desarrollo productivo a Milagro, de manera que exista un crecimiento de la actividad económica y por ende aportar en el PIB (Producto Interno Bruto) del país.

#### **Ambiental**

Se contribuirá con el medio ambiente, implementando tecnologías e infraestructura orientadas al ahorro de energía, aplicando normas con el fin de aportar y evitar la degradación del medio ambiente, promoviendo una mejor producción con ambiente sano y sustentable para las futuras generaciones.

### 5.7.4 Cronograma

ACTIVIDADES	MESES					
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Financiamiento	█	█				
Compra del terreno			█			
Diseño de la infraestructura			█			
Construcción			█	█		
Compra de equipos				█		
Compra de mobiliaria				█		
Selección de personal				█		
Capacitación de personal					█	
Contactar los proveedores.					█	
Búsqueda de clientes					█	
Base de datos de clientes					█	
Publicidad						█
Inicio de actividades						█

### **5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta**

- Problematización.
- Objetivos.
- Justificación.
- Marco teórico.
- Variables.
- Estructura de las hipótesis.
- Verificación de las hipótesis.
- Análisis de los resultados.
- Factibilidad financiera.
- Parámetros de medición VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno).
- Conclusiones y recomendaciones.

### **CONCLUSIONES**

- Los resultados del estudio indican, que la mayoría de los productores manifestaron no estar asociados y por lo tanto no pueden negociar como gremios de una manera organizada.
- Existe escasa colaboración por parte de Instituciones involucradas con este sector tan importante, pues con los resultados se pudo verificar que la ayuda recibida por parte del Estado es parcial, es decir son pocos los productores que cuenta con determinado apoyo para llevar a cabo todas sus actividades.
- En conclusión se observa que el proyecto es rentable y atractivo, pues el consumo de productos elaborados con cacao está cada vez en aumento a

nivel mundial, debido a la gran demanda, por lo que existen muchas oportunidades comerciales tanto para el mercado interno como externo.

- Finalmente se pudo constatar que los precios del cacao son inestables y que la forma de comercializar presenta muchas falencias, lo cual hace que el ingreso de los productores se vea afectado y por lo tanto las familias que subsisten de esta actividad no puedan tener un mejor nivel de vida.

## **RECOMENDACIONES**

- Se sugiere que se implemente el centro de comercialización interna y exportación de cacao, (Ecuacacao), ya que permite acortar las múltiples cadenas comerciales; con la finalidad de mejorar las falencias que existen en la comercialización del cacao y por ende aumentar la rentabilidad de los productores.
- Es necesario promover programas de capacitación a los productores, a fin de fortalecer sus conocimientos sobre el manejo técnico del cacao, para que la producción este acorde a los estándares de calidad del mercado nacional e internacional.
- Se recomienda que las Instituciones del Estado brinden más apoyo al sector cacaotero, en vista que los productores no disponen de los recursos necesarios para invertir en sus cultivos y obtener una mejor producción.
- Desarrollar estrategias para que los productores se asocien y poder suscribir convenios, a fin de mantener un flujo permanente de compra y venta de cacao en la empresa.
- Realizar continuamente capacitaciones al personal de las diferentes áreas con el propósito de verificar si se están cumpliendo los objetivos establecidos en la organización, y contribuyan con sus conocimientos en la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN

- BERNALTORRES, Cesar: *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*, Pearson Prentice Hall, Colombia, 2000.
- BERNAL TORRES, Cesar: *Metodología de la Investigación*, Pearson Prentice Hall, México, 2006.
- ENRÍQUEZ, Gustavo: *Fenología y fisiología del cultivo del cacao*, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, 2006.
- ETZEL, Michael, STATON, William y WALKER Bruce: *Fundamentos de Marketing*, McGraw-Hill, México, 2007.
- FREIRE GONZALEZ, Jaime: *Comercialización del cacao*, Consorcio de Capacitación para el Manejo de los Recursos Naturales Renovables, Quito, 2009.
- FREIRE, Jaime y RÍOS Franz: *Programa de capacitación en la cadena del cacao módulo comercialización*, Consorcio de Capacitación para el Manejo de los Recursos Naturales Renovables, Quito, 2007.
- HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar: *Metodología de la Investigación*, McGraw-Hill, México, 2006.
- HILL, Charles y JONES, Gareth: *Administración Estratégica*, McGraw-Hill, México, 2009.
- HITT, Michael, IRELAND, Duane y HOSKISSON, Robert: *Administración Estratégica, Tercera edición*, Internacional Thomson Editores, México, 1999.
- JOHNSON, James, BONILLA, Julio y AGUERO CASTILLO, Liana: *Manual de manejo y producción del cacaotero*, Leon, Nicaragua, 2008.
- KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz: *Administración una perspectiva global*, McGraw-Hill, México, 2004.

- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary: *Principios de Marketing*, Pearson Prentice Hall, España, 2008.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, CÁMARA IBÁÑEZ, Dionisio y CRUZ ROCHE, Ignacio: *Marketing*, Pearson Prentice Hall, España, 2004.
- KOTLER, Philip, KELLER, Kevin, CÁMARA IBÁÑEZ, Dionisio y MOLLÁ, Alejandro: *Marketing*, Pearson Prentice Hall, España, 2006.
- PAREDES, Nelly: *Manual de cultivo de cacao para la Amazonía Ecuatoriana*, Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, Quito, 2009.
- PEREZ PIZA, Rosa: *Programa de capacitación en la cadena del cacao módulo poscosecha*, Consorcio de Capacitación para el Manejo de los Recursos Naturales Renovables, Quito, 2006.
- PINDYCK, Robert y RUBINFELD, Daniel: *Microeconomía*, Pearson Prentice Hall, España, 2009.
- QUIROZ, James y AGAMA, Juan: *Programa de capacitación en la cadena del cacao módulo producción*, Consorcio de Capacitación para el Manejo de los Recursos Naturales Renovables, Quito, 2006.
- QUIROZ, James y MESTANZA, Saúl: *Establecimiento y manejo de una plantación de cacao*, Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, Yaguachi, 2010.
- QUIROZ, James y MESTANZA, Saúl: *Injertación de cacao*, Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, Yaguachi, 2010.
- SAMUELSON, Paul y NORDHAUS William: *Economía*, McGraw Hill, México, 2006.
- WERTHER, William y DAVIS, Keith: *Administración de Recursos Humanos*, McGraw-Hill, México, 2007.

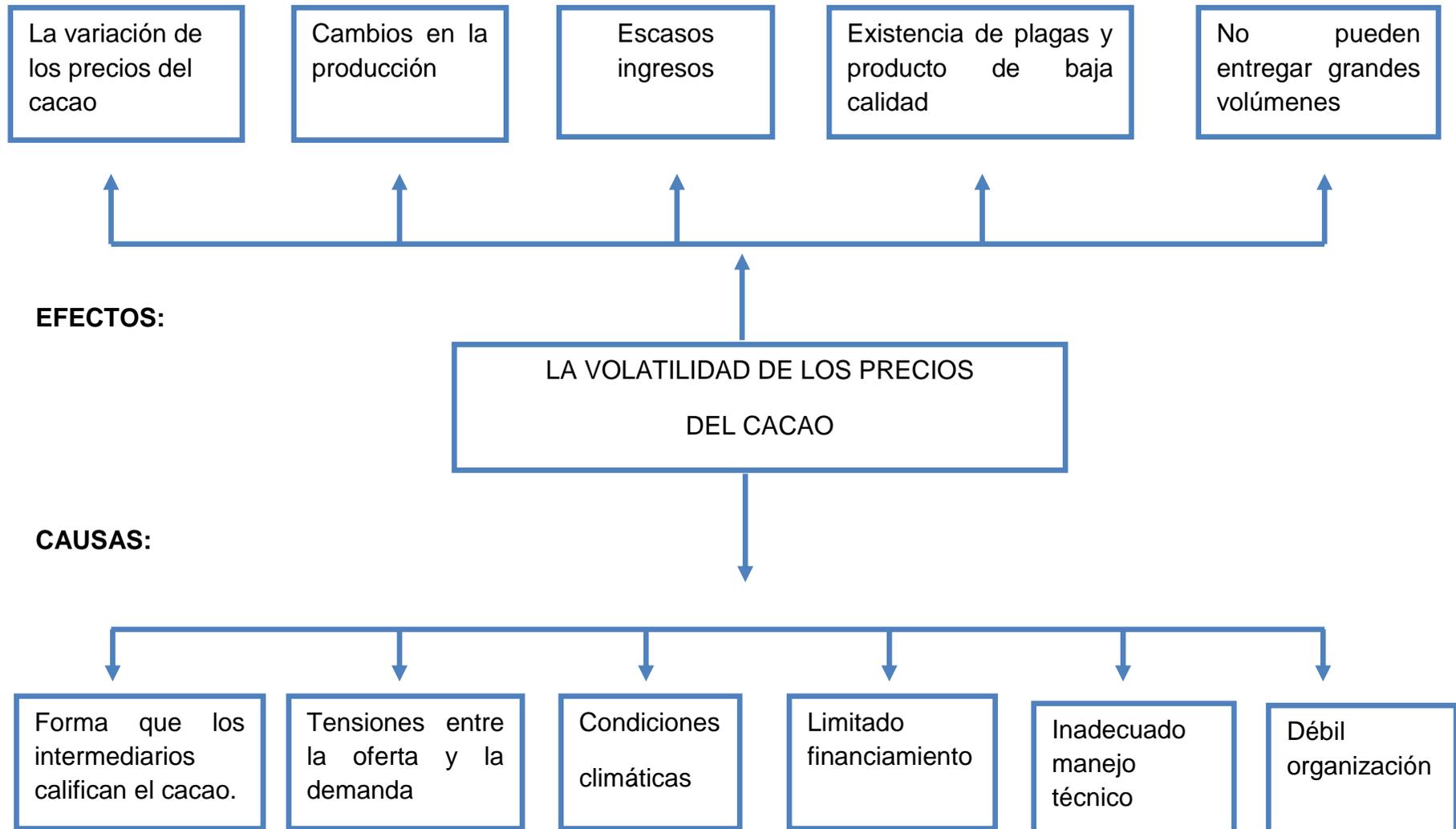
## LINKOGRAFÍA:

- Aduana del Ecuador: ley de aduanas,<http://www.aduana.gov.ec/contenido/loa.html>, extraído el 26 de Julio del 2011.
- Aduana del Ecuador: Procedimientos para Exportar,<http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html>, extraído el 1 de Marzo del 2012.
- ANDRADE GAVILANES, Lorena: *Cacao Estudio Agroindustrial en el Ecuador: Competitividad de la cadena de Valor y perspectivas de Mercado*,[http://www.magap.gob.ec/sigagro/charts/cacao\\_estudio.htm](http://www.magap.gob.ec/sigagro/charts/cacao_estudio.htm), extraído el 22 de julio del 2011.
- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao: *Historia del cacao*,<http://www.anecacao.com/historia.html>, extraído el 3 de junio del 2011.
- Consorcio de Capacitación para el Manejo de los Recursos Naturales Renovables: *Programa de capacitación en la cadena del cacao*,<http://www.camaren.org>, extraído el 22 de julio del 2011.
- Ecuacocoa: *Origen del cultivo y exportación en América Tropical*,[http://ecuacocoa.com/espanol/index.php?option=com\\_content&task=view&id=12&Itemid=51](http://ecuacocoa.com/espanol/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=51), extraído el 3 de junio del 2011.
- Escuela Politécnica del Litoral: *Producción y comercialización del cacao en el Ecuador*,[www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../29/CAPITULO%20%20UNO.docx](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../29/CAPITULO%20%20UNO.docx), extraído el 2 de Julio del 2011.
- FREIRE, Jaime y RÍOS, Franz: *Introducción a la comercialización del cacao*,<http://es.scribd.com/doc/25356880/Comercializacion-Asociativa-ad-Completo-de-Cacao-2005-Make-a-donation-ccd-org-ec-Haga-una-donacion>, extraído el 4 de Febrero del 2012.

- Grupo Orellana: *CafeicaCía. Ltda. y Eximore*, [http://www.grupoorellana.com/Empresas\\_sp.htm](http://www.grupoorellana.com/Empresas_sp.htm), extraído el 22 de julio del 2011.
- Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias: *Cultivo de Cacao en Ecuador*, [http://www.iica.int.ni/Estudios\\_PDF/cultivoCacaoEcuador.pdf](http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/cultivoCacaoEcuador.pdf), extraído el 22 de julio del 2011.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: *Registro de empresas para exportar*, <http://www.proecuador.gob.ec/>, extraído 16 de Marzo del 2012.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones: *Análisis sectorial de cacao y elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>, extraído el 16 de Marzo del 2012.
- SHAKA Y SHURA: *El cacao y sus derivados*, <http://todosobrechocolate.blogspot.com/>, extraído el 13 de Enero del 2012.
- Superintendencia de Compañías: *Ley de compañías*, [http://www.supercias.gov.ec/Paginas\\_htm/Societario/Marco%20Legal.htm](http://www.supercias.gov.ec/Paginas_htm/Societario/Marco%20Legal.htm), extraído el 1 de Marzo del 2012.

# ANEXOS

Anexo 1: Árbol del problema.



Anexo 2: Formato de Encuesta.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

Encuesta dirigida a los productores de cacao, con el objetivo de recolectar información útil para determinar la factibilidad de la creación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao en Milagro.

Solicitamos por favor llene el cuestionario, su ayuda es clave para nosotras. Marque con una "x" una sola alternativa.

Sexo:

Edad:

Actividad:

<p><b>1. Considera usted que los precios del cacao son:</b></p> <p>Fijos <input type="checkbox"/></p> <p>Variables <input type="checkbox"/></p> <p>Poco variables <input type="checkbox"/></p> <p>No sabe <input type="checkbox"/></p>	<p><b>5. Cree usted necesario que los agricultores cuenten con ingresos para invertir en sus cultivos.</b></p> <p>No necesario <input type="checkbox"/></p> <p>Poco necesario <input type="checkbox"/></p> <p>Necesario <input type="checkbox"/></p> <p>Muy necesario <input type="checkbox"/></p> <p>Indispensable <input type="checkbox"/></p>	<p><b>9. Las condiciones climáticas generan la existencia de plagas en los cultivos.</b></p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p> <p>Casi siempre <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p>
<p><b>2. Cree usted que es adecuada la forma en que califican el cacao los intermediarios.</b></p> <p>Adecuada <input type="checkbox"/></p> <p>Muy adecuada <input type="checkbox"/></p> <p>Poco adecuada <input type="checkbox"/></p> <p>No adecuada <input type="checkbox"/></p>	<p><b>6. Los productores están asociados:</b></p> <p>Todos <input type="checkbox"/></p> <p>Muchos <input type="checkbox"/></p> <p>Pocos <input type="checkbox"/></p> <p>Muy pocos <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p> <p>No sabe <input type="checkbox"/></p>	<p><b>10. Considera usted que el nivel de plagas producido por las condiciones climáticas son:</b></p> <p>Altos <input type="checkbox"/></p> <p>Medios <input type="checkbox"/></p> <p>Bajos <input type="checkbox"/></p> <p>Nulo <input type="checkbox"/></p>
<p><b>3. Cree usted que las frecuentes tensiones entre la oferta y la demanda provoca la variación de los precios del cacao.</b></p> <p>Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>De acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>En desacuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>No sabe <input type="checkbox"/></p>	<p><b>7. Cree usted importante que los productores deben asociarse para obtener más beneficios.</b></p> <p>Muy importante <input type="checkbox"/></p> <p>Importante <input type="checkbox"/></p> <p>Poco importante <input type="checkbox"/></p> <p>No importante <input type="checkbox"/></p>	<p><b>11. Cree usted que la implementación de un Centro de Comercialización interna y Exportación de cacao es:</b></p> <p>Muy beneficioso <input type="checkbox"/></p> <p>Beneficioso <input type="checkbox"/></p> <p>Poco beneficioso <input type="checkbox"/></p> <p>No beneficioso <input type="checkbox"/></p>
<p><b>4. Considera usted que las Instituciones del Estado apoyan al sector cacaotero:</b></p> <p>Mucho <input type="checkbox"/></p> <p>Poco <input type="checkbox"/></p> <p>Muy poco <input type="checkbox"/></p> <p>No sabe <input type="checkbox"/></p>	<p><b>8. Cree usted que un adecuado manejo técnico garantiza la calidad del producto.</b></p> <p>Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>De acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>En desacuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>No sabe <input type="checkbox"/></p>	<p><b>12. Cree usted que la exportación de cacao permite tener precios justos y entregar la producción a nuevos mercados:</b></p> <p>Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>De acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>Poco de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>En desacuerdo <input type="checkbox"/></p>

Anexo 3: Aplicación de encuesta



Anexo 4: Principales variedades de cacao

**Cacao criollo**



**Cacao forastero amazónico**



**Clones o Híbridos**



**Cacao nacional de Ecuador**



**Clones o Híbridos**



## Anexo 5: Procedimientos para la fermentación

### Montones



### Cajones



### Saquillos



## Anexo 6. Tipos de secados

### Secado natural

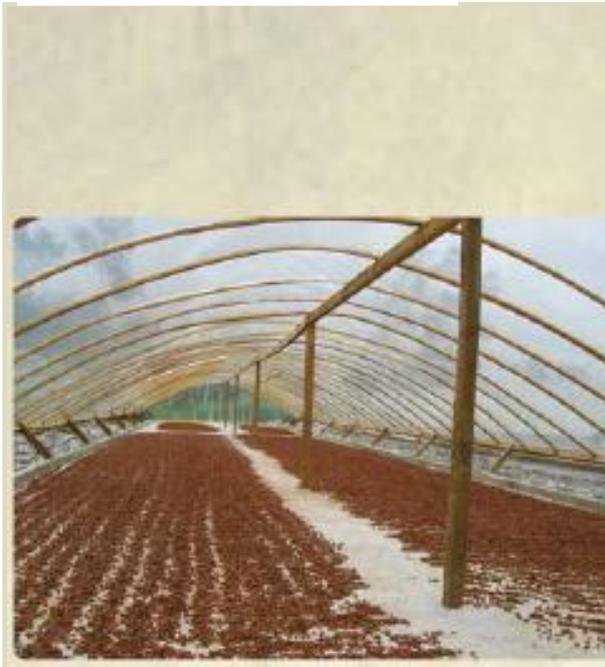
#### Caña –madera



#### Cemento



#### Marquesina



#### Secado artificial



Anexo 7: Productos elaborados con cacao

**Manteca de cacao**



**Licor de cacao**



**Cacao en polvo**



**Chocolate**



**Pastillas**



## Anexo 8: Producción de cacao por continente

	2008/09		2009/10		Forecasts 2010/11	
<b>Africa</b>	<b>2518</b>	<b>69.6%</b>	<b>2483</b>	<b>68.4%</b>	<b>2881</b>	<b>71.6%</b>
Cameroon	227		205		215	
Côte d'Ivoire	1222		1242		1300	
Ghana	662		632		960	
Nigeria	250		235		240	
Others	158		169		166	
<b>America</b>	<b>500</b>	<b>13.8%</b>	<b>514</b>	<b>14.2%</b>	<b>547</b>	<b>13.6%</b>
Brazil	157		161		198	
Ecuador	149		144		140	
Others	195		209		209	
<b>Asia &amp; Oceania</b>	<b>598</b>	<b>16.5%</b>	<b>632</b>	<b>17.4%</b>	<b>597</b>	<b>14.8%</b>
Indonesia	490		550		510	
Papua New Guinea	59		39		40	
Others	49		44		47	
<b>World total</b>	<b>3617</b>	<b>100.0%</b>	<b>3630</b>	<b>100.0%</b>	<b>4025</b>	<b>100.0%</b>

Source: ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Vol. XXXVII, No. 2, Cocoa year 2010/11

Published: 02-06-2011

## Anexo 9: Requisitos de las calidades de cacao

Requisitos	Unidad	Cacao Arriba					CCN-51
		ASSPS	ASSS	ASS	ASN	ASE	
Cien granos pesan	g	135-140	130-135	120-125	110-115	105-110	135-140
Buena fermentación (mínimo)	%	75	65	60	44	26	65***
Ligera fermentación* (mínimo)	%	10	10	5	10	27	11
<b>Total fermentado (mínimo)</b>	<b>%</b>	<b>85</b>	<b>75</b>	<b>65</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>76</b>
Violeta (máximo)	%	10	15	21	25	25	18
Pizarroso/pastoso (máximo)	%	4	9	12	18	18	5
Moho (máximo)	%	1	1	2	3	4	1
Totales (análisis sobre 100 pepas)	%	100	100	100	100	100	100
Defectuoso (máximo) (análisis sobre 500 gramos)	%	0	0	1	3	4**	1

## Anexo 10: Clasificación del grano



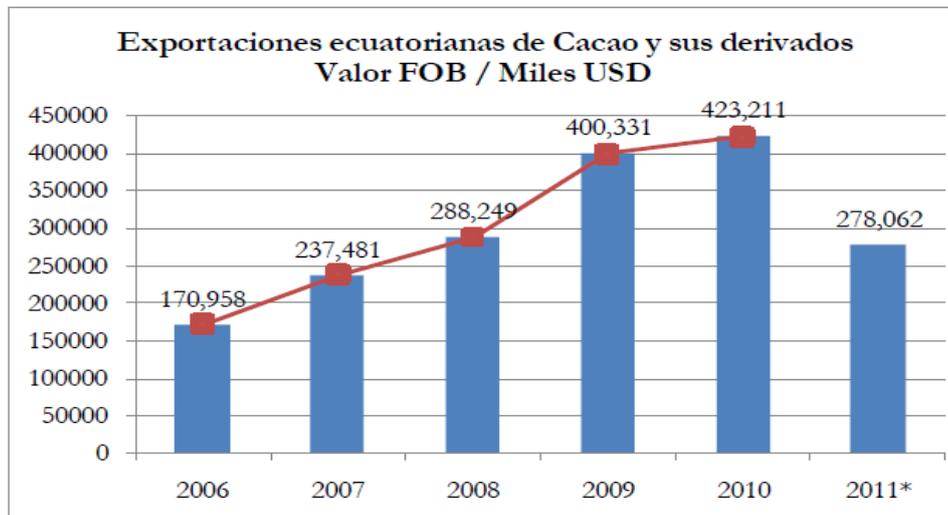
## Anexo 11: Aranceles aplicados por los principales países importadores al Ecuador

ARANCEL APLICADO AD VALOREM								
País	Subpart. 180100 Cacao en grano	Subp. 180400 manteca de cacao	Subpart. 180310 pasta de cacao	Subp. 180500 Cacao en polvo sin adición de azúcar	Subp. 180690 Los demás chocolates o prep alimenticias	Subp. 180632 Sin rellenar	Subp. 180631 Los demás chocolates o prep alimenticias en bloques, tabletas o barras	Subp. 180620 Las demás preparaciones
Estados Unidos de América	0%	0%	0%	0%	0%-528\$/T+6%	0%-4.30%+528\$/	0.0%	0%-8.50%+528\$/T
Unión Europea 27	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Canadá	0%	0%	0%	3%	4%-265%	4%	4%	0%-265%
Malasia	0%	10%	25%	10%	15%	15.00%	15%	15%
Japón	0%	0%	3.50%	10.50%	10%-175.3%	10.00%	10%	0%-260.63%
Federación de Rusia	0%	5%	5%	5%	20%-33.53%	20%	21%	5%-20%
Suiza	0%	0%	0%	0%	1.23%-8.53%	0.09%-9.09%	0.46%-7.9%	1.83%-292.45%
México	15%	15%	15%	20%	0%	7.01%	7.58%	15.07%
Australia	0%	0%	0%	0%	5%	5%	5%	5%
Singapur	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ucrania	0%	0%	0%	0%	10%	5%	10%	15%
Arabia Saudita	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
China	2%	22%	10%	15%	8%	10%	8%	10%
República de Corea	2%-8%	4.50%	5%	5%	5%-40%	8%	8%	8%
Brasil	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Argentina	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: Market Access Map/ Centro de Comercio Internacional

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones/PRO ECUADOR

## Anexo 12: Exportaciones de cacao

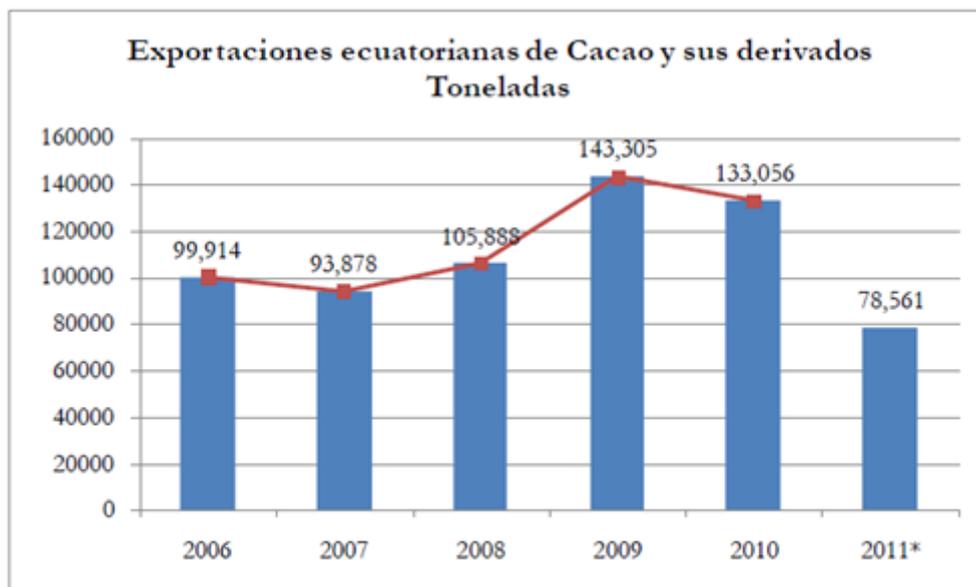


\*Hasta julio de 2011

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones/ PRO ECUADOR

## Anexo 13: Exportaciones de cacao en toneladas



\*Hasta julio de 2011

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones/ PRO ECUADOR