



## **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 creación de una empresa agroindustrial que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal en la Parroquia Roberto Astudillo del Cantón Milagro en el Periodo 2013-2014.”

### **AUTOR(as):**

Mirian Verónica Castro Quizhpi  
Andrea Estefanía Guevara Sandoya

### **TUTOR:**

EC. WALTER FRANCO VERA, MÁSTER.

Milagro, Abril del 2014

**ECUADOR**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

### CERTIFICO

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado con el título **“Estudio del impacto que genera la industrialización del cacao en el nivel socio económico de la Parroquia Roberto Astudillo del Cantón Milagro en el Periodo 2013-2014.”**, presentado como requisito previo a la probación y desarrollo de la investigación para optar por el título de Economista.

El problema de investigación se refiere a: **¿De qué manera incide el modelo económico productivo en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo?** el mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, a los 2 días del mes de abril del 2014.

---

**Eco. Walter Franco Vera, Máster.**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Las egresadas Mirian Verónica Castro Quizhpi y Andrea Estefanía Guevara Sandoya, mediante la presente manifiestan ser autoras del proyecto titulado **“ESTUDIO DEL IMPACTO QUE GENERA LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL CACAO EN EL NIVEL SOCIO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO DEL CANTÓN MILAGRO EN EL PERIODO 2013-2014”**, el mismo que ha sido realizado bajo las tutelas del Eco. Walter Franco Vera en calidad de tutor y que pone a consideración de las autoridades pertinentes.

**Mirian Verónica Castro Quizhpi.**

**C.I. 0925003832**

**Andrea Estefanía Guevara Sandoya**

**C.I. 0928987205**



## UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

### UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y COMERCIALES

#### EL TRIBUNAL CALIFICADOR

Previo a la obtención del título de Economista otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

	Mirian Castro Quizhpi	Andrea Guevara Sandoya
MEMORIA CIENTÍFICA	[ ]	[ ]
DEFENSA ORAL	[ ]	[ ]
TOTAL	[ ]	[ ]
EQUIVALENTE	[ ]	[ ]

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

Todo el esfuerzo que demandó la realización de este Proyecto de Grado se lo dedicamos a Dios por habernos bendecido al darnos la vida y representar para nosotros una guía en todo el camino que debimos recorrer. En segundo lugar y no menos importante, a nuestros padres quienes nos han brindado su apoyo en todo momento para poder llevar a cabo nuestros objetivos.

**Mirian Verónica Castro Quizhpi**  
**Andrea Estefanía Guevara Sandoya**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por guiarme y por darme la fortaleza necesaria para lograr una meta tan importante en mi vida. También agradezco a mis padres por su constante esfuerzo y dedicación para sustentar mis estudios además de aconsejarme en momentos muy difícil que ocurrieron durante mi carrera estudiantil.

A mi director de tesis Econ. Walter Franco por su constante paciencia y apoyo, sin duda alguna sin su ayuda no hubiera podido culminar este proyecto de tesis.

**Mirian Verónica Castro Quizhpi**

Me siento muy agradecida con Dios al culminar mi proyecto de grado que me ha permitido cumplir un objetivo más en mi vida. A mis padres, Delia y José por el apoyo incondicional que han sabido brindarme, también a todas las personas que contribuyeron al logro de este objetivo y a nuestro tutor Ec. Walter Franco, quién nos ha guiado durante el desarrollo de este proyecto.

**Andrea Estefanía Guevara Sandoya**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lcdo.

MSc. Jaime Orozco

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 DEL IMPACTO QUE GENERA LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL CACAO EN EL NIVEL SOCIO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO DEL CANTÓN MILAGRO EN EL PERIODO 2013-2014”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativa y Comerciales.

Milagro, 2 de abril del 2014

---

**Mirian Verónica Castro Quizhpi.**

**C.I. 0925003832**

---

**Andrea Estefanía Guevara Sandoya**

**C.I.0928987205**

# Índice General

Pagina de caratula o portada .....	i
Pagina de constancia de aceptacion del tutor .....	ii
Pagina de declaracion de la autoría de la investigación .....	iii
Pagina de la certificacion de la defensa (calificación).....	iv
Pagina de Dedicatoria .....	v
Pagina de Agradecimiento .....	vi
Pagina de cesion de derechos de autor (UNEMI).....	vii
Indice General .....	viii
Indice de Cuadros .....	xi
Indice de Figuras .....	xvi
Resumen .....	iv
Abstract .....	xxiii
Introducción .....	1

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1	Problematización .....	3
1.1.2	Delimitación del Problema.....	5
1.1.3	Formulación del Problema .....	5
1.1.4	Sistematización del Problema .....	5
1.1.5	Determinación del tema .....	6
1.2	OBJETIVOS .....	6
1.2.1	Objetivo general .....	6
1.2.2	Objetivos Especificos .....	7
1.3	Justificación .....	7



## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

2.1	MARCO TEORICO.....	9
2.1.1	Antecedentes históricos .....	9
2.1.2	Antecedentes referenciales.....	12
2.1.3	Fundamentación.....	255
2.2	MARCO LEGAL.....	600
2.3	MARCO CONCEPTUAL .....	677
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	777
2.4.1	Hipótesis general.....	777
2.4.2	Hipótesis particular .....	777
2.4.3	Declaración de Variables .....	777
2.4.4	Operacionalizacion de Variables.....	7878

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLOGICO**

3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION.....	800
3.2	LA POBLACION Y LA MUESTRA.....	822
3.2.1	Características de la Población.....	822
3.2.2	Delimitación de la Población .....	822
3.2.3	Tipo de la Muestra.....	822
3.2.4	Tamaño de la Muestra .....	822
3.2.5	Proceso de Selección.....	844

3.3	LOS METODOS Y LAS TECNICAS.....	844
3.3.1	Métodos Teóricos.....	844
3.3.2	Métodos Empíricos.....	8686
3.3.3	Técnicas e Instrumentos .....	86
3.4	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN .....	86

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	87
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS.....	1255
4.3	RESULTADOS .....	1266
4.4	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	1266

## CAPITULO V

### PROPUESTA

5.1	TEMA.....	12929
5.2	JUSTIFICACIÓN .....	12929
5.3	FUNDAMENTACIÓN.....	1300
5.4	OBJETIVOS .....	1366
5.4.1	Objetivo General.....	1366
5.4.2	Objetivos Específicos .....	1366
5.5	UBICACIÓN.....	1377
5.6	FACTIBILIDAD .....	1400
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	1499
5.7.1	Actividades .....	<b>¡Error! Marcador no definido.83</b>
5.7.2	RECURSOS, ANALISIS FINANCIERO.....	<b>¡Error! Marcador no definido.90</b>
5.7.3	Impacto.....	19091
5.7.4	CRONOGRAMA .....	19292

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta .....	19393
BIBLIOGRAFÍA.....	1968
LINCOGRAFIA .....	200

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1</b> .....	<b>26</b>
Aporte del Cacao al PIB y PEA “Año 2009”	
<b>Cuadro 2</b> .....	<b>27</b>
Principales Exportadores de Cacao y Elaborados Periodo 2008-2012	
<b>Cuadro 3</b> .....	<b>28</b>
Oferta y demanda internacional de cacao fino de aroma	
<b>Cuadro 4</b> .....	<b>35</b>
Destino de exportaciones de cacao y elaborados	
<b>Cuadro 5</b> .....	<b>54</b>
Crecimiento entre los años 2000 – 2011	
<b>Cuadro 6</b> .....	<b>54</b>
Representación del PIB 2011	
<b>Cuadro 7</b> .....	<b>77</b>
Declaración de variables	
<b>Cuadro 8</b> .....	<b>78</b>
Operacionalización de variables	
<b>Cuadro 9</b> .....	<b>88</b>
Datos demográficos “sexo”	

<b>Cuadro 10</b> .....	<b>89</b>
Datos demográficos “Edad	
<b>Cuadro 11</b> .....	<b>90</b>
Datos demográficos “Nivel de instrucción”	
<b>Cuadro 12</b> .....	<b>91</b>
Regularidad del consumo de derivados de cacao	
<b>Cuadro 13</b> .....	<b>92</b>
Consumo de derivados de cacao	
<b>Cuadro 14</b> .....	<b>93</b>
Beneficios de consumir derivados de cacao	
<b>Cuadro 15</b> .....	<b>95</b>
Procedencia de los derivados de cacao que usted consume	
<b>Cuadro 16</b> .....	<b>96</b>
Preferencia de consumir derivados de cacao	
<b>Cuadro 17</b> .....	<b>97</b>
Al momento de adquirir este tipo de productos usted considera importante	
<b>Cuadro 18</b> .....	<b>98</b>
En qué presentaciones usted prefiere consumir este tipo de productos	
<b>Cuadro 19</b> .....	<b>100</b>
En qué presentaciones usted consume este tipo de productos	
<b>Cuadro 20</b> .....	<b>101</b>
Estaría usted de acuerdo en que una empresa del sector elabore y comercialice este tipo de productos	

<b>Cuadro 21</b> .....	<b>103</b>
Usted con que capital conto	
<b>Cuadro 22</b> .....	<b>104</b>
Variedad de cacao que se produce	
<b>Cuadro 23</b> .....	<b>106</b>
Con cuantas hectáreas de sembrío de cacao cuenta usted	
<b>Cuadro 24</b> .....	<b>107</b>
Datos Estadísticos	
<b>Cuadro 25</b> .....	<b>109</b>
Cuadro Estadístico	
<b>Cuadro 26</b> .....	<b>110</b>
Qué problemas afectan a su producción de cacao	
<b>Cuadro 27</b> .....	<b>111</b>
Usted cuenta con trabajadores para sus cultivos de cacao	
<b>Cuadro 28</b> .....	<b>112</b>
Datos Estadísticos	
<b>Cuadro 29</b> .....	<b>114</b>
Cuadro Estadístico	
<b>Cuadro 30</b> .....	<b>115</b>
Cuántas libras o quintales de cacao vende usted semanalmente	
<b>Cuadro 31</b> .....	<b>116</b>
Datos Estadísticos	
<b>Cuadro 32</b> .....	<b>118</b>
Cuadro Estadístico	
<b>Cuadro 33</b> .....	<b>119</b>
Cuáles usted elabora sea para consumo personal o para venderlo	

<b>Cuadro 34</b> .....	<b>120</b>
Considera usted que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao mejoraría sus niveles de producción	
<b>Cuadro 35</b> .....	<b>122</b>
Variación del precio de venta del cacao afecta a su utilidad neta de producción	
<b>Cuadro 36</b> .....	<b>123</b>
Estaría usted de acuerdo a venderle su producción de cacao a una empresa en vez de venderle a los pequeños locales de compra y venta de cacao	
<b>Cuadro 37</b> .....	<b>126</b>
Verificación de hipótesis	
<b>Cuadro 38</b> .....	<b>154</b>
Perfil de competencias Gerente General	
<b>Cuadro 39</b> .....	<b>155</b>
Perfil de competencias Contador	
<b>Cuadro 40</b> .....	<b>157</b>
Perfil de Competencias Jefe de producción	
<b>Cuadro 41</b> .....	<b>158</b>
Perfil de Competencias Operario de planta	
<b>Cuadro 42</b> .....	<b>159</b>
Perfil de Competencias de Jefe de Compras	
<b>Cuadro 43</b> .....	<b>160</b>
Perfil de Competencias Bodeguero	
<b>Cuadro 44</b> .....	<b>161</b>
Perfil de competencias Jefe de Ventas	

<b>Cuadro 45</b> .....	<b>162</b>
Perfil de Competencias Vendedor	
<b>Cuadro 46</b> .....	<b>171</b>
Análisis FODA	
<b>Cuadro 47</b> .....	<b>172</b>
Matriz de estrategias FO, FA, DO, DA	
<b>Cuadro 48</b> .....	<b>178</b>
Precios de los productos	
<b>Cuadro 49</b> .....	<b>183</b>
Estado de Resultados	
<b>Cuadro 50</b> .....	<b>184</b>
Balance General	
<b>Cuadro 51</b> .....	<b>185</b>
Flujo de Efectivo	
<b>Cuadro 52</b> .....	<b>186</b>
Índices Financieros	
<b>Cuadro 53</b> .....	<b>187</b>
Índices Descontados	
<b>Cuadro 54</b> .....	<b>188</b>
Cronograma	

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> .....	<b>29</b>
Importaciones Mundiales de Cacao y elaborados.	
<b>Figura 2</b> .....	<b>38</b>
Participación Provincial de la producción nacional	
<b>Figura 3</b> .....	<b>39</b>
Porcentaje de superficie plantada y producción, según región y provincia	
<b>Figura 4</b> .....	<b>45</b>
Exportaciones Ecuatorianas de Productos Tradicionales	
<b>Figura 5</b> .....	<b>49</b>
Esquema de las etapas del proceso industrial del cacao	
<b>Figura 6</b> .....	<b>55</b>
El cambio de la matriz productiva nacional	
<b>Figura 7</b> .....	<b>88</b>
Datos demográficos “sexo”	
<b>Figura 8</b> .....	<b>89</b>
Datos demográficos “Edad”	
<b>Figura 9</b> .....	<b>90</b>



Datos demográficos “Nivel de Instrucción”	
<b>Figura 10</b> .....	<b>91</b>
Regularidad del consumo de derivados de cacao	
<b>Figura 11</b> .....	<b>92</b>
Consumo de derivados de cacao	
<b>Figura 12</b> .....	<b>94</b>
Beneficios de consumir derivados de cacao	
<b>Figura 13</b> .....	<b>95</b>
Procedencia de los derivados de cacao que usted consume	
<b>Figura 14</b> .....	<b>96</b>
Preferencia de consumir derivados de cacao	
<b>Figura 15</b> .....	<b>97</b>
Al momento de adquirir este tipo de productos usted considera importante	
<b>Figura 16</b> .....	<b>99</b>
En qué presentaciones usted prefiere consumir este tipo de productos	
<b>Figura 17</b> .....	<b>100</b>
En qué presentaciones usted consume este tipo de productos	
<b>Figura 18</b> .....	<b>102</b>
Estaría usted de acuerdo en que una empresa del sector elabore y comercialice este tipo de productos	
<b>Figura 19</b> .....	<b>103</b>
Usted con que capital conto	
<b>Figura 20</b> .....	<b>105</b>
Variedad de cacao que se produce	

<b>Figura 21</b> .....	<b>107</b>
Ojiva	
<b>Figura 22</b> .....	<b>108</b>
Distribución de Datos	
<b>Figura 23</b> .....	<b>109</b>
Con cuantas hectáreas de sembrío de cacao cuenta usted	
<b>Figura 24</b> .....	<b>110</b>
Qué problemas afectan a su producción de cacao	
<b>Figura 25</b> .....	<b>112</b>
Ojiva	
<b>Figura 26</b> .....	<b>113</b>
Distribución de Datos	
<b>Figura 27</b> .....	<b>114</b>
Usted cuenta con trabajadores para sus cultivos de cacao	
<b>Figura 28</b> .....	<b>116</b>
Ojiva	
<b>Figura 29</b> .....	<b>117</b>
Distribución de Datos	
<b>Figura 30</b> .....	<b>118</b>
Cuántas libras o quintales de cacao vende usted semanalmente	
<b>Figura 31</b> .....	<b>119</b>
Cuáles usted elabora sea para consumo personal o para venderlo	
<b>Figura 32</b> .....	<b>121</b>

Considera usted que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao mejoraría sus niveles de producción

**Figura 33.....122**

Variación del precio de venta del cacao afecta a su utilidad neta de producción

**Figura 34.....124**

Estaría usted de acuerdo a venderle su producción de cacao a una empresa en vez de venderle a los pequeños locales de compra y venta de cacao

**Figura 35.....131**

Pasos para la elaboración del chocolate

**Figura 36.....135**

Representación gráfica del Punto de Equilibrio

**Figura 37.....137**

Ubicación Google Maps de la Parroquia Roberto Astudillo

**Figura 38.....138**

Ubicación Satelital de La empresa agroindustrial “La Casa del Chocolate”

**Figura 39.....139**

Dimensión del Local

**Figura 40.....140**

Dimensión de la Fábrica

**Figura 41.....149**

Logo de la empresa agroindustrial que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal

**Figura 42.....151**

Organigrama Estructural	
<b>Figura 43</b> .....	<b>152</b>
Organigrama Funcional	
<b>Figura 44</b> .....	<b>163</b>
Proceso de adquisición de materias primas e insumos	
<b>Figura 45</b> .....	<b>165</b>
Proceso de transformación de materias primas para la obtención de bloques de cacao y cacao en polvo.	
<b>Figura 46</b> .....	<b>166</b>
Proceso de transformación de materias primas para la obtención de bombones	
<b>Figura 47</b> .....	<b>167</b>
Proceso de transformación de materias primas para la obtención de crema de chocolate	
<b>Figura 48</b> .....	<b>168</b>
Análisis de las Fuerzas de Porter	
<b>Figura 49</b> .....	<b>173</b>
Marketing Mix	
<b>Figura 50</b> .....	<b>174</b>
Cajas de Chocolates	
<b>Figura 51</b> .....	<b>175</b>
Producto cacao en polvo	
<b>Figura 52</b> .....	<b>176</b>
Imagen del producto crema de chocolate	

<b>Figura 53.....</b>	<b>177</b>
Imagen del producto de bloques de cacao	
<b>Figura 54.....</b>	<b>179</b>
Anuncios en la prensa	
<b>Figura 55.....</b>	<b>180</b>
Volantes	
<b>Figura 56.....</b>	<b>180</b>
Publicidad a través de Twitter	
<b>Figura 57.....</b>	<b>181</b>
Publicidad a través de Facebook	
<b>Figura 58.....</b>	<b>181</b>
Pancartas	

## RESUMEN

Mediante este trabajo pretendemos dar a conocer la pre-factibilidad de la creación de una empresa que elabore y comercialice productos derivados de cacao de manera artesanal en la Parroquia Roberto Astudillo, fomentando la cultura de los productores de cacao del sector y generando plazas de empleo para los habitantes del mismo.

Para esto se ha desarrollado una extensa información, iniciando con el planteamiento del problema detectado, sus objetivos, delimitación, formulación y justificación; además de esto se desarrolló una breve reseña sobre esta actividad agroindustrial, además de esto se encontrara la información necesaria para una fácil comprensión del trabajo investigativo, cerrando la primera parte de este proyecto se encontraran las hipótesis que corresponderá a la formulación de problema y a sus variables. En el marco metodológico se determinó la población y su respectiva muestra donde se utilizó al herramienta investigativa conocida como encuesta, después de haber obtenido los datos necesarios se realizó la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis, donde se pudo conocer las preferencias de los consumidores del cantón Milagro con respecto a los productos derivados de cacao. Esta información es de gran importancia para plantear la propuesta que posee misión, visión, organigramas y manuales además de incluir el logotipo, y la presentación que tendrán los volantes y pancartas que utilizaremos para dar a conocer nuestros productos. Finalmente se realizó una proyección de ingresos, gastos e inversión, donde se demostró la rentabilidad de la organización a través de los estados financieros y sus respectivos índices como el VAN y el TIR. Para concluir se efectuaron las respectivas conclusiones y recomendaciones, las cuales deben ser tomadas en consideración para conseguir una mayor efectividad de las actividades administrativas.

## **ABSTRACT**

Through this work we intend to publicize the feasibility to setting up a company to develop and market products derived from cocoa handcrafted in the Roberto Astudillo Parish, promoting the culture of cocoa producers sector and generating employment places the inhabitants thereof.

For this we have developed extensive information, starting with the approach of the problem identified, objectives, definition, formulation and justification; besides this developed a summary of this agribusiness activity, in addition to this the necessary information for easy understanding of the research work is found, closing the first part of this project the hypotheses that correspond to the formulation of the problem and its variables are found. In the methodological framework, the population was determined and their respective sample, was used the research tool known as poll after obtaining the necessary data interpretation of the results was performed, this includes ; collection , tabulation and analysis, where it was known consumer preferences to Cantón Milagro regarding products derived from cocoa. This information is very important to raise the proposal which includes: mission, vision, organizational charts and manuals also include the logo, and the presentation will have the flyers and banners we use to present our products. Finally a projection of revenues, expenses and investment, where the profitability of the organization are demonstrated through the financial statements and their respective indices as the NPV and IRR was performed. To conclude the respective conclusions and recommendations were made and these must be taken into consideration to achieve greater effectiveness of administrative activities.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo una crear una empresa que elabore y comercialice productos derivados de cacao de manera artesanal, que promuevan la cultura de los agricultores de cacao del Ecuador, específicamente de los de la Parroquia Roberto Astudillo, ofreciendo una variedad de productos, tales como: cajas de bombones, cacao en polvo, crema de chocolate y bloques de cacao.

A la vez, muestra todos los requisitos legales, logísticos, administrativos y financieros que se deben tomar en cuenta para la factibilidad del estudio para la elaboración y venta de productos derivados de cacao que promuevan la cultura de los agricultores de la Parroquia Roberto Astudillo.

Este proyecto esta dividido en 5 capítulos, en los cuales se sustenta todo el análisis que permitió elaborar una propuesta efectiva y coherente.

El **capítulo I** contiene la descripción del problema, su formulación, los objetivos tanto generales como específicos hasta culminar con su respectiva justificación.

El **capítulo II** contiene el marco teórico con antecedentes y sus fundamentación teórica hasta culminar con las variables tanto dependiente como independiente, y así lograr un trabajo científico.

El **capítulo III** se presenta la metodología con el diseño y la selección de la muestra donde se aplicaron los instrumentos de recopilación de información como la encuesta, donde se pudo ver los resultados positivos para la creación de esta empresa.

El **capítulo IV** es el resultado de la investigación donde se procedió a realizar las tablas y los gráficos estadísticos con sus respectivas preguntas, dando énfasis a aquellos resultados que permitieron verificar las variables de la investigación.



El **capítulo V** hace referencia a la creación de la empresa que elabora y comercializa productos derivados del cacao ecuatoriano promoviendo y resaltando la cultura de los agricultores de la Parroquia Roberto Astudillo. También damos a conocer el propósito que se desea alcanzar con la aplicación de la propuesta, la ubicación a través de un mapa del sector, la creación y la parte administrativa de la empresa y por último la presentación de los estados financieros con sus respectivos análisis.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1.1 Problematicación

En la época comprendida entre finales del siglo XIX y la segunda década del siglo XX se produjo un auge en las exportaciones de cacao en Ecuador, razón por la cual la economía se basó en la exportación de cacao, aportando éstas alrededor del 80% a las exportaciones totales, situación denominada como “boom cacaotero”. Sin embargo, se presentaron algunos problemas tales como la presencia de plagas y la caída de precios en los mercados internacionales, ocasionando que para mediados de los años cuarenta el cacao representara apenas el 20% de las exportaciones del país.<sup>1</sup>

Cabe destacar que la economía ecuatoriana basada en un patrón de especialización primario exportador únicamente exportaba cacao en grano más no elaborados, y es precisamente ésta situación la que el actual gobierno busca revertir puesto que de los dos tipos de cacao que se cultivan en el Ecuador que son el CCN 51 conocido también como Colección Castro Naranjal y el Fino de Aroma conocido también como Criollo o Nacional, éste último gracias a su aroma y sabor único es demandado principalmente por Estados Unidos y algunos países Europeos para producir el exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> CORREA DELGADO, Rafael: Ecuador: *De Banana Republic a la No Republica*

<sup>2</sup> PROECUADOR: *Cacao y Elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cacao-y-elaborados/>, extraído el 13 de diciembre del 2013.

En la Parroquia Roberto Astudillo del Cantón Milagro la mayoría de sus habitantes se dedican a la agricultura, cultivando plátano, comercializando plantas frutales y de jardín con viveros diseminados en toda la vía que lo conecta a Milagro, pero la actividad que principalmente desempeñan es el cultivo de cacao, sin embargo toda su producción se vende esencialmente en grano sin considerar la posibilidad de que sus cultivos pasen por procesos de producción para ser comercializados como productos elaborados. Esta situación ha impedido que el sector cacaotero de esta zona aporte al desarrollo turístico y productivo de la misma.<sup>3</sup>

El escaso desarrollo económico y social que tiene el sector podría estar relacionado con la inexistencia de empresas representativas puesto que la presencia de emprendimientos podría contribuir a que en este sector se mejore la calidad de vida de sus habitantes.

Las escasas fuentes de financiamiento que brinda el gobierno a los cacaoteros de la Parroquia Roberto Astudillo ocasionan que en el sector no existan empresas que se dediquen a elaborar productos a partir del cacao.

Otro factor determinante para que el Ecuador y esencialmente la Parroquia Roberto Astudillo no hayan podido desarrollar productos elaborados a partir del cacao es la cultura de consumo que tiene el país puesto que los ecuatorianos registran una media inferior a la de la región en consumo de chocolate.<sup>4</sup> Lo cual ha traído como consecuencia el impedimento de que este sector pueda contribuir al desarrollo de la matriz productiva que promueve el actual gobierno del Ecuador.

El modelo de especialización que el Ecuador ha adoptado por mucho tiempo ha resultado un impedimento para que se puedan elaborar productos a partir del cacao.

---

<sup>3</sup>MATEAZZI. R.: *“Implementación de un centro de acopio para pequeños productores de cacao de la comunidad “campamento”*, [http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012\\_01.pdf](http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012_01.pdf), extraído el 11 de diciembre del 2013.

<sup>4</sup>ANDES: *Todo el cacao que produce Ecuador se vende*, <http://www.andes.info.ec/es/reportajes/todo-cacao-produce-ecuador-vende.html>, extraído el 11 de diciembre del 2013.

La presencia de plagas que asechan los cultivos de cacao produce que en el sector los niveles de producción sean bajos.

Dada ésta situación es necesario que se comience a procesar el cacao y comercializar sus derivados generando así plazas de trabajo y mayor concurrencia de turistas, aportando significativamente al desarrollo económico del sector.

A fin de que los habitantes de esta parroquia tengan un mejor nivel de vida es necesario que éstos comiencen a tener otra visión y empiecen a elaborar derivados a partir del cacao que cultivan en ésta zona.

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

Este proyecto de investigación se llevará a cabo en el país de Ecuador dentro del Cantón Milagro, Parroquia Roberto Astudillo la misma que fue creada por Ordenanza Municipal el 21 de junio de 1973 y aprobada por el Ministerio de Gobierno el 21 de agosto de 1973, cuya superficie es de 89,47 kilómetros cuadrados. Sus recintos que la conforman son : Cachote, Las Guaijas, Venecia Sector 3, Cáceres, Chaparral, Finca Sánchez 2, Manga de Jején, Manantial, Predio Cinco Hermanos, Galápagos, Papayal, Venecia Central, Nueva Venecia, Linderos de Venecia, Guadalupe, Banco de Beldaco, Cruce Chico, Córdova, Sector Las Palmas, San Francisco de Guabí, El Guabo, El Paraíso, El Guabí 2, Cristo del Consuelo, Campamento, Nueva Esperanza, Flor del Bosque, Barcelona, La Florida, Venecia de Chimbo, Sauces y Chimbo de Venecia.<sup>5</sup>

### **1.1.3 Formulación del Problema**

¿De qué manera incide el modelo económico productivo en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo?

### **1.1.4 Sistematización del Problema**

---

<sup>5</sup>VICUÑA, Hugo: *Historia del Cantón Milagro*, <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/16-division-politica-del-canton-milagro/>, extraído el 21 de enero del 2014.

¿De qué manera afecta la inexistencia de empresas en el desarrollo económico y social del sector?

¿De qué manera incide la ayuda que brinda el Estado a través sus entidades financieras en el establecimiento de empresas que elaboren derivados de cacao?

¿Qué efectos produce el nivel de consumo de derivados de cacao en el nuevo modelo de la matriz productiva que se está enfocando en el Ecuador?

¿De qué manera incide la implementación de la matriz productiva del Ecuador en la elaboración de derivados de cacao?

¿De qué manera afectan las plagas en la producción de cacao en la Parroquia Roberto Astudillo?

#### **1.1.5 Determinación del tema**

Estudio del impacto que genera la industrialización del cacao en el nivel socio económico de la Parroquia Roberto Astudillo del Cantón Milagro en el Periodo 2013-2014.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar qué modelo económico productivo es el más adecuado para el desarrollo de la Parroquia Roberto Astudillo en relación a la producción del cacao a través de un estudio económico que mida el impacto de la industrialización del sector para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Evaluar el nivel de crecimiento que tiene el sector en el implemento de industrias que se dediquen a elaborar derivados de cacao.
- Determinar el número de empresas que se dedican a elaborar productos derivados de cacao y como mejorar su producción con la ayuda de entidades financieras del Estado.
- Determinar la demanda de consumo de derivados de cacao en el Ecuador.
- Evaluar los beneficios de la implementación de la matriz productiva en el Ecuador y las instituciones financieras que apoyan al desarrollo del modelo y como se aplicaría al sector.
- Determinar el impacto que tienen las plagas en los cultivos de cacao de Roberto Astudillo.

### **1.3 Justificación**

Las principales razones por la cual llevaremos a cabo este estudio es debido a que el Ecuador se encuentra actualmente limitado a la producción primaria cacaotera, debido a que no cuenta con industrias tecnificadas para la transformación de materia prima en bien final, por tal motivo Ecuador se ha mantenido como unos de los principales exportadores de cacao en grano teniendo como rubro pendiente la elaboración de derivados a base de cacao.

El impacto que generan los cultivos de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo, al ser comercializados en materia prima ha impedido que el sector cacaotero de esta zona aporte al desarrollo turístico, económico y productivo de la misma.

EL propósito de este estudio es determinar qué modelo económico productivo es el más adecuado para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo en relación a la producción del cacao.

Una de las principales herramientas en la búsqueda de la diversificación de la matriz productiva del Ecuador es la implementación de industrias que conviertan

un bien primario en un bien de valor agregado, con el objetivo de implementar una nueva forma de producción y consumo en nuestro país, el mismo que permita lograr un crecimiento económico sostenible en la Parroquia Roberto Astudillo y en el Ecuador.

## CAPITULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 MARCO TEORICO

##### 2.1.1 Antecedentes históricos

La producción de cacao surge desde hace más de 2500 años. Los aztecas aprendieron de los mayas sobre el cultivo y el uso del cacao, que antes se conocía como cacahuat en lengua maya traducida a lengua española significa (cac: que quiere decir rojo en referencia a la cáscara de la mazorca) y (cau: expresa las ideas de fuerza y fuego).

En esta época los aztecas producían un brebaje amargo y concentrado de la vaina del cacao que se la conocía como techocolat, después a unas religiosas se les ocurrió agregarle azúcar, vainilla y canela el cual se convirtió en una bebida chocolatada de muy buen sabor. Los únicos que tenían el privilegio de consumir esta bebida era la realeza europea la mismo que originó una gran demanda de cacao al aumentar el consumo de la techocolat, en la antigüedad el grano del cacao se lo utilizaba como moneda de intercambio. Hernán Cortes logro que se intercambie el cacao por el oro que fue un metal indiferente para los indígenas.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> GOMEZ LENCINA, Rodrigo: *El cacao*, <http://www.saberesysabores.com.ar/cacao.htm>, extraído el 11 de diciembre del 2013.



## **Inicios del cultivo de cacao**

En el siglo XVI la producción cacaotera era muy rentable, la misma que motivo a los empresarios guayaquileños a cultivar el cacao, pero a pesar de prohibiciones planteadas sobre el cultivo y comercialización en aquel periodo, se informa en 1623 a la Corte de España que existía un gran número de plantaciones de cacao en la provincia. 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**

Entre los años 1600 y 1820 ya existían producción de cacao en las orillas del río Guayas al pasar los años se fue expandiendo hasta orillas del río Daule y Babahoyo río arriba, gracias a la gran variedad del cacao producida en el Ecuador pudo tener una gran acogida en el mercado internacional por su aroma floral y calidad<sup>7</sup>

Entre los años 1880 y 1920, se produjo en el Ecuador un auge de exportaciones de cacao. Esto fue un boom cacaotero medio por el cual se fortalecieron las haciendas y las plantaciones en la costa Ecuatoriana.

## **Agriculturas y Haciendas**

La posesión de tierras fue la base primordial tanto del sector agrícola, de la riqueza nacional y del empleo de mano de obra. La vigencia del latifundio caracterizó a la economía agraria ecuatoriana hasta mediados del siglo XX ya que era el soporte tanto de las plantaciones serranas como de las costeñas.

Las plantaciones de las haciendas serranas se especializaban en la producción de granos, cereales y ganado. En cambio las haciendas costeñas se especializaron

---

<sup>7</sup> SALAZAR GARABI, Melva María y ZAMBRANO PEÑAFIEL, Hortencia Janeth: *Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao en Milagro*, Proyecto de grado previo a la obtención del título de Economista, Unidad académica de ciencias administrativas, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2012.

netamente en la exportación del cacao por tal motivo la costa Ecuatoriana se convirtió en un modelo agroexportador.

### **Los hacendados Gran Cacao**

La ciudad de Guayaquil creció y se convirtió en una ciudad tan dinámica en base a transacciones comerciales que se realizaban mediante el cultivo de cacao.

Durante los 40 años del boom cacaotero Ecuador llegó a sobrepasar el 1 millón de quintales anuales, convirtiéndose en el principal exportador de cacao.

### **Cantón Milagro**

El cantón Milagro se encuentra ubicada en la Provincia del Guayas, exactamente a unos 46 Kilómetros de Guayaquil. Se encuentra conformada por 4 parroquias Chobo, Cinco de Junio, Mariscal Sucre y Roberto Astudillo. Contando con 140.103 Habitantes.

Unos de los mayores productores de piñas en estos años están Francisco Benítez y Blanca Fajardo, son dos milagreños dedicados al expendio de piña desde hace diez años. También contamos con viveros de plantas que se venden en todo el país, la mayoría de estos se encuentran ubicados a 20 minutos de Milagro via Naranjito.

Milagro cuenta con su principal río Milagro que es el que riega los extensos cultivos de caña de azúcar, cacao, viveros de plantas, banano, café, papaya, melón, yuca, etc<sup>8</sup>.

Algunas de las parroquias pertenecientes a este cantón existen varios sectores que se dedican a la agricultura. Uno de estos es la Parroquia Roberto Astudillo que cuenta con 3.500 habitantes que se dedican principalmente al cultivo del cacao, plátano, viveros de plantas y a la producción de plantas frutales.

---

<sup>8</sup> GUAYAS, Prefectura: *Milagro*, <http://www.guayas.gob.ec/cantones/milagro>, extraído el 15 de octubre del 2007.

En la hacienda Gran Venecia se cultiva el banano cuya producción era llevada a través de los ríos Chimbo, Milagro y Amarillo hacia la ciudad de Guayaquil.

Con el pasar de los años los trabajadores se fueron aumentando las plantaciones de banano, en 1973 cuando se dio la Reforma Agraria en Ecuador, la mismo que les otorgo la posesión de las tierras por medio del Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización (IERAC).

Los propietarios de estas tierras poseen entre 0,5 y 6 hectáreas en las cuales siembran una variedad de cultivos, tales como cacao, plátano, frejol, maíz, soya, arroz, hortalizas y piña<sup>9</sup>.

### 2.1.2 Antecedentes referenciales

Título:	Propuesta de organización administrativa y de producción para la micro empresa de derivados de cacao "Buenos Aires" ubicada en la parroquia Sayausi Sector Buenos Aires
Autor:	Ortiz Riera, Luis Alfredo <u>Chimborazo Buestan, Arnulfo Emilio</u>
Director de Tesis:	<u>Idrovo D., Román</u>
Palabras clave:	Microempresas - Administración Administración industrial Procesos de manufactura Productividad industrial Administración de la producción Cambio organizacional
Fecha de	jul-2011

<sup>9</sup> PASTORAL, Social Caritas, [http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012\\_01.pdf](http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012_01.pdf), 2012.

publicación:	
Resumen:	<p>La fábrica se inicia alrededor del 2004. Para entonces en esa época parte del proceso era manual, y a medida que pasaba el tiempo se fueron construyendo algunas máquinas, lo que implicaba el crecimiento de su parte física que fue exigida por creciente demanda. Ya para el año 2009 la fábrica deja de producir por problemas de índole económico y familiar, después de este período de no producir se plantea hacer una remodelación en general de la planta y convertirla en una microempresa seria. En la actualidad la pequeña empresa no está legalizada como microempresa. Se propuso legalizarla como “Comandita simple por acciones” Pues esta permite motivar a las personas que desean invertir o participar de esta sociedad. La ventaja principal es que participan de los resultados (utilidades/quebrantos) en función de su paquete accionario, es decir, quien aporta más, recibe más. El estudio determinó que el producto más comprado es el chocolate en polvo y la marca que reina es Cocoa. Según el resultado del estudio, nos favorece saber que el 86% de los encuestados están de acuerdo en adquirir los productos nuevos que ofrece la fábrica Buenos Aires. Los dos productos que se realizan en la planta son chocolate en polvo, chocolate de cobertura negro y blanco (con leche)...</p>
URI:	<a href="http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1628">http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1628</a>
Aparece en las colecciones:	<u>Ingeniería Industrial CUE - Tesis de Pregrado</u>

Este trabajo nos ayuda para guiarnos y adquirir conocimientos de cómo se debe industrializar y exportar pasta de cacao orgánico fino y de aroma, además de que

cuenta con una certificación orgánica la misma que da un valor agregado al producto.

<b>Título :</b>	Plan de negocio para la industrialización y exportación de pasta de cacao orgánico hacia Alemania
<b>Autor :</b>	<u>Lasso Garzón, Diana Estefanía</u>
<b>Descriptores :</b>	CACAO INDUSTRIALIZACION ECUADOR PLAN DE NEGOCIOS
<b>Fecha de Publicación :</b>	2013
<b>Ciudad: Editorial :</b>	Universidad de las Américas
<b>Cita Sugerida :</b>	Lasso Garzón, D.E. (2013). Plan de negocio para la industrialización y exportación de pasta de cacao orgánico hacia Alemania. Quito: Universidad de las Américas
<b>Resumen / Abstract:</b>	El Ecuador por tradición ha sido productor de cacao y actualmente es reconocido a nivel internacional. De las tendencias mundiales por la preservación y cuidado del medio ambiente, surge la idea de comercializar un producto que permita a los ecuatorianos ampliar su idea de exportar tan solo la materia prima y dejar que otros países sean reconocidos por sus productos finales. Lograr exportar derivados del cacao como la pasta de cacao orgánico y en un futuro ser reconocidos mundialmente también por sus derivados y producto final. Con la inteligencia de mercados realizada, se

	<p>pudo constatar que la demanda de Alemania es alta, y que existe una aceptación del producto; sin embargo la cantidad de cacao orgánico actualmente no alcanza a satisfacer la demanda, lo que representa un gran desafío, sin embargo programas gubernamentales están apoyando con capacitaciones a los agricultores para tener un producto de mejor calidad e incrementar las cosechas, lo que representa una oportunidad de crecimiento para el proyecto. Para el ingreso al mercado alemán se estableció como estrategia central la diferenciación ya que no se exporta un producto que ofrezca iguales beneficios. Se empleará la venta directamente hacia la compañía industrial que lo requiera y venta on-line, así como la participación en ferias internacionales. Se contará con personal clave y capacitado para el desempeño de sus funciones, con planes establecidos para la optimización de recursos de la empresa. Se estima una inversión inicial de USD921.967,29 para la puesta en marcha del proyecto. Bajo un escenario normal, con un nivel de apalancamiento del 46 por ciento, a una tasa del 11,83 por ciento, se obtiene una Tasa Interna de Retorno -TIR del 3 por ciento y un Valor Actual Neto -VAN de USD \$ 90.895,40 lo que demuestra la viabilidad financiera del proyecto</p>
<b>URI :</b>	<a href="http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1210">http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1210</a>
<b>Aparece en las colecciones:</b>	<a href="#">Trabajos de Titulación (TINI)</a>

Este estudio nos es de gran ayuda debido a que analiza la importancia de la implementación de una microempresa de derivados de cacao, analizará los

procesos productivos que se llevan de manera técnica, además vemos como contribuye al desarrollo económico de la zona y aumenta las fuentes de ingresos.

<b>Título :</b>	Diseño de una planta agroindustrial procesadora de cacao para la elaboración de chocolate mezclado con productos elaborados a base de frutas
<b>Autor :</b>	<u>Muñoz Pérez, José Carlos</u>
<b>Descriptores :</b>	INGENIERO AGROINDUSTRIAL Y DE ALIMENTOS CACAO PRODUCTOS DERIVADOS INDUSTRIA Y COMERCIO CHOCOLATE CON FRUTAS
<b>Fecha de Publicación :</b>	2011
<b>Ciudad: Editorial :</b>	Universidad de las Américas
<b>Resumen / Abstract:</b>	El presente trabajo de tesis declara la cadena productiva, procesos, insumos, maquinaria y materia prima necesaria para elaborar tabletas de chocolate y derivados a partir del haba de cacao. Se diseña varias formulaciones de relleno en pasta de mango, borojón, maracuyá y tamarindo, sabores que son evaluados en las encuestas que se utilizaron para sondear el mercado. Se realizan las evaluaciones sensoriales que permiten determinar la aceptación del producto para lo cual se aplica el diseño experimental de bloques completamente al azar, cuyo análisis permite determinar el producto más aceptado. Se propone el diseño de planta que soportará la ejecución de los procesos para mantener una producción eficiente, eficaz y confiable. Se concluye la tesis con el análisis

	<p>financiero del proyecto lo que demuestra que la idea es ejecutable y rentable.</p> <p>This thesis states the supply chain, processes, inputs, machinery and raw materials needed to make chocolate bars and derivatives from the cocoa bean. It is designed several formulations of filling paste with mango, borjón, passion fruit and tamarind flavors are assessed in the surveys that were used to test the market. Also sensory evaluations are conducted for determining the acceptability of the product for which the experimental design applied was completely randomized blocks, the analysis can determine the most accepted product. It is proposed a plant design that supports the execution of processes to maintain efficient and reliable production. It is concluded the thesis with project financial analysis showing that the idea is to run and profitable.</p>
<b>URI :</b>	<a href="http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/517">http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/517</a>
<b>Aparece en las colecciones:</b>	<a href="#">Trabajos de Titulación 2011(TIAG)</a>

Este trabajo va a ser de gran ayuda al momento de realizar nuestra tesis puesto que describe los procesos necesarios para llevar a cabo la industrialización del cacao, los insumos y maquinarias que se requieren para dicho proceso y además en él se ha realizado un estudio en el cual se contempla la posibilidad de producir chocolates rellenos pero en esta ocasión con una pasta no muy usual como son las de frutas tales como: mango, borjón, maracuyá y tamarindo.

<b>Tipo de Material:</b>	Tesis
<b>Título :</b>	APROVECHAMIENTO DE MUCÍLAGO Y MAGUEY DE



	CACAO (Theobroma cacao) FINO
<b>Autor :</b>	Jiménez Gil, Felipe Mauricio Bonilla Culqui, Mariana Del Roció
<b>Director de Tesis:</b>	Solórzano Saltos, Edwin
<b>Descriptores / Subjects :</b>	APROVECHAMIENTO DE MUCÍLAGO Y MAGUEY DE CACAO (Theobroma cacao) FINO DE AROMA PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA
<b>Fecha de Publicación :</b>	2012
<b>Ciudad: Editorial :</b>	GUARANDA / UEB / 2012
<b>Paginación:</b>	113 p.
<b>Colección / Serie :</b>	;0.24 AI
<b>Resumen / Abstract:</b>	<p>“Aprovechamiento de Mucílago y Maguey de cacao (Theobroma cacao) Fino de Aroma Para la Elaboración de Mermelada”, no tradicional utilizando mucílago, maguey y Pectina, determinar las características, físicos, químicas del producto determinado con relación a las mermeladas tradicionales, que se encuentran en el mercado, determinar el mejor tratamiento del producto final, establecer los costos/beneficios que tendrá el desarrollo del proyecto en el Cantón Las Naves Provincia Bolívar; evaluar las características organolépticas de cada uno de los tratamientos, color, textura, sabor, aroma, olor, aceptabilidad de la mermelada elaborada. La materia prima para la elaboración del producto fue el mucílago y maguey de cacao. Se aplicó un diseño completamente al azar</p>

	(DCA) en arreglo bifactorial de 3x3 con 3 repeticiones .para el análisis funcional se basó en una prueba de Tukey al 5 % para comparar promedios de cada uno de los tratamientos. Al realizar la evaluación sensorial de las cara
<b>Descripción :</b>	Tesis en un archivo
<b>URI :</b>	<a href="http://hdl.handle.net/15001/943">http://hdl.handle.net/15001/943</a>
<b>Aparece en las colecciones:</b>	Tesis Ingeniería Agroindustrial

El aprovechamiento del mucílago de cacao que podría ser considerado como desecho en esta ocasión es utilizado para elaborar mermelada, lo cual ha llamado mucha nuestra atención puesto que es posible diversificar los productos que se pueden elaborar a partir del cacao y no solamente centrarse en el procesamiento y comercialización de chocolate sino también obtener de este proceso de industrialización otro tipo de derivados que en este caso nos muestra los costos y beneficios y además el proceso que se lleva a cabo para obtener este producto.

### **Empresas que elaboran y comercializan derivados de cacao tanto a nivel mundial como local**

#### **Mundial**

##### **Nestlé**

En 1866 el químico alemán, radicado en Suiza, Henri Nestlé desarrolló una harina a base de leche de vaca y pan tostado, con el fin de satisfacer las necesidades nutricionales de los niños que no podían ser amamantados y luchar contra la elevada desnutrición de aquéllos años. Esta harina se transformó en el primer

producto fabricado y comercializado por Nestlé, innovación que muy pronto sería conocida en todo el mundo.

Más tarde, en 1905 la compañía se fusionó con la Anglo Swiss Condensed Milk Company, que contaba con una fábrica de leche condensada ubicada en Cham, Suiza. Desde entonces, Nestlé inició su internacionalización y diversificación mediante la fusión y adquisición de diversas empresas.

Es así que Nestlé fue sumando su gama de productos, chocolates, confites, cafés solubles, productos culinarios, lácteos, congelados y refrigerados, cereales para desayunos, helados, aguas minerales, productos oftalmológicos, cosméticos y alimentos para mascotas.

Hoy, Nestlé es la empresa líder mundial de alimentos con presencia en todos los continentes. Posee 480 fábricas distribuidas en más de 86 países y 283 mil trabajadores en todo el mundo. Su casa matriz está ubicada en Vevey, Suiza.<sup>10</sup>

## **Misión**

Brindar mayor bienestar que cualquier otra compañía a más gente en el mundo a través de su amplia variedad de alimentos y bebidas de excelente calidad, sabor, valor agregado, placenteros e innovadores, y obtener una buena rentabilidad para asegurar el crecimiento de la Compañía.

## **Visión**

Evolucionar de una respetada y confiable compañía de alimentos a una respetada y confiable compañía de alimentos, nutrición, salud y bienestar

---

<sup>10</sup> TU BEBE SANO: *Historia de Nestlé*, <http://www.tubebesano.com.ec/historia-de-nestle>, extraído el 03 de febrero del 2014.

## **Países a los que comercializa sus productos**

### **África**

- Ghana
- Sudáfrica

### **América**

- Argentina
- Brasil
- 
- Canadá
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Ecuador
- El Salvador
- Guatemala
- Honduras
- México
- Nicaragua
- Panamá
- Perú
- Estados Unidos
- Uruguay
- Venezuela

### **Asia**

- China
- Hong Kong
- India
- Indonesia
- Irán
- Japón

- Malasia
- Filipinas
- República de Corea
- Singapur
- Taiwán
- Tailandia
- Emiratos Árabes
- Vietnam

### **Oceanía**

- Australia
- Nueva Zelanda

### **Europa**

- Austria
- Bélgica
- Bulgaria
- Croacia
- República Checa
- Dinamarca
- Finlandia
- Francia
- Alemania
- Grecia
- Hungría
- Italia
- Países Bajos
- Nestlé Holanda
- Noruega
- Polonia
- Portugal

- República de Irlanda
- Rusia
- Serbia
- Eslovaquia
- Eslovenia
- España
- Suecia
- Suiza
- Turquía
- Ucrania
- Reino Unido <sup>11</sup>

Nestlé es la empresa que lidera las ventas de productos elaborados de cacao a nivel mundial por lo tanto resulta interesante tomar de ella los aspectos que le han permitido posicionarse en la mente de los consumidores y llegar a comercializar sus productos alrededor del mundo, el análisis de esta empresa aportará con ideas sobre qué tipos de elaborados comercializaremos y a que mercados los destinaremos.

## **Ecuador**

### **La universal**

LA UNIVERSAL es una empresa centenaria, fundada en el año 1889 en la ciudad de Guayaquil en manos de los señores Emilio Segale y Juan Bautista. Fue la empresa pionera en la elaboración de Confites de esta ciudad. En 1911 comenzó a tener posicionamiento del mercado con marcas como: Manicho, Huevitos y Cocoa. Para 1927 esta empresa bajo el mando de Segale empezó a exportar sus productos a Latinoamérica.

---

<sup>11</sup>

## **Misión**

Creamos momentos de placer y diversión, a través de productos confiables y cercanos a nuestros consumidores.

## **Visión**

En el 2017, seremos una empresa de alimentos con presencia nacional e internacional destacada por su innovación, preocupados por la salud de los consumidores, con procesos eficientes soportados en tecnología de punta, con talento altamente calificado y orientados hacia los resultados; generando valor para nuestros accionistas, colaboradores y clientes, con responsabilidad social y ambiental.

## **Exportaciones**

Actualmente LA UNIVERSAL exporta sus productos a los mercados de España y Estados Unidos.<sup>12</sup>

Al analizar la historia, la misión y la visión que tiene LA UNIVERSAL que es una empresa que comercializa entre su gran gama de productos, elaborados de cacao en varias presentaciones utilizando el tipo de cacao Fino o de Aroma que posee el Ecuador.

Podemos darnos cuenta de la importante evolución que ha tenido esta empresa ya que ha llegado inclusive a mercados internacionales, constituyendo así un modelo a seguir que nos ayudará a determinar qué tipo de elaborados comercializaremos y muy posiblemente los mercados en los cuales podríamos colocar nuestros productos.

---

<sup>12</sup> LA UNIVERSAL: *Nosotros*, <http://www.launiversal.com.ec/exportaciones.html>, extraído el 23 de enero del 2014.

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Fundamentación Económica**

##### **Importancia del cacao en la Economía Ecuatoriana**

Durante 1800 y 1822, periodo en el que tuvo lugar la lucha por la Independencia, el cacao representó la fuente más importante de financiamiento del Ecuador, puesto que significó entre el 40 y el 60% del total de las exportaciones ecuatorianas, y cubría hasta el 68% de los impuestos del Estado.

En los primeros años de la República del Ecuador, beneficiadas por las nuevas leyes de concesión de tierras, muchas familias adineradas de la Costa adquirieron grandes propiedades y la destinaron a la siembra y producción de cacao. Debido a esa situación es que a los hacendados propietarios de tierras productoras de cacao se les llamaba “gran cacao”.

Es importante destacar el trabajo que actualmente lleva a cabo el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) junto a Agrocalidad -una de sus entidades adscritas- en la renovación de más de 90 millones de plantas cacaoteras, así como las gestiones para el monitoreo de las plantaciones exportadoras que hay en el país.

En la actualidad el cacao considerado como el producto de exportación más antiguo del Ecuador continúa generando riquezas. Tal es así que: 100.000 familias de agricultores son las que mueven la producción ecuatoriana, estas siembran 490.000 hectáreas que están distribuidas básicamente en las provincias de la Costa y en las estribaciones occidentales de la Región Andina.

Para el año 2011 el cacao ecuatoriano fue exportado a muchos países especialmente a Estados Unidos (50%) y Europa (35%). Dentro de este último bloque destacan Alemania y Holanda como los principales consumidores. El



porcentaje restante (15%) es el que ha sido colocado en nuevos mercados, especialmente de Asia, como es el caso de China y Japón.<sup>13</sup>

**Cuadro 1.** Aporte del Cacao al PIB y PEA “Año 2009”<sup>14</sup>

<b>PIB Y PEA AÑO 2009</b>	
<b>PARTICIPACION</b>	<b>2009</b>
Aporte del cacao al PIB	1,5 %
Aporte del cacao al PIB Agropecuario	12%
Representación del cacao en el PEA total	4%
Representación del cacao en el PEA Agrícola	12%
Exportación de cacao en grano	130.737
Representación del cacao en el total de divisas	8%

**Fuente:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

### **Principales exportadores de cacao y sus derivados a nivel mundial**

Durante el periodo 2008 – 2012 los 5 principales países exportadores de cacao y elaborados fueron: Alemania con un 11.53%, seguido de Países Bajos que representó cerca del 11%, Costa de Marfil, que alcanzó una participación de 10.36%, Bélgica con un 7.10% y Francia con el 5.44% de participación en las exportaciones de este sector en el mismo periodo.

Sin embargo, resulta necesario diferenciar a aquellos países que exportan el cacao en grano de aquellos que exportan sus elaborados y es que los principales países exportadores de cacao y elaborados dependerán del tipo de producto del que se esté hablando, es decir, si hablamos de cacao en grano se identifican a los países en vías de desarrollo, mientras que si es el producto elaborado como el

<sup>13</sup> EL TELÉGRAFO: *Ecuador produce el 62% del cacao fino mundial*, <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-produce-el-62-del-cacao-fino-mundial-fino.html>, extraído el 21 de enero del 2014.

<sup>14</sup> MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA: *Calidad de los alimentos vinculados con el origen y las tradiciones en América Latina*, p.19.

chocolate, los principales exportadores son países desarrollados. Dentro del grupo de los exportadores en el 2012 de cacao en grano, se ubicaron los siguientes países: Costa de Marfil, Ghana, Nigeria, Camerún, Países Bajos y encontrándose Ecuador como el octavo exportador con un monto de exportación de \$339,558 en el mismo año.

Por otra parte, de los principales exportadores de chocolate se ubicaron: Alemania, Bélgica, Países Bajos, Italia y Francia.<sup>15</sup>

**Cuadro 2.** Principales Exportadores de Cacao y Elaborados Periodo 2008- 2012

PRINCIPALES EXPORTADORES DE CACAO Y ELABORADOS							
Miles USD							
Países	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008 - 2012	Partic.
Alemania	3,583,567	3,770,365	4,240,546	5,079,715	4,754,518	7.32%	11.53%
Países Bajos (Holanda)	3,795,606	3,850,173	4,567,730	5,017,859	4,552,166	4.65%	11.04%
Costa de Marfil	2,807,307	3,724,395	3,826,923	4,158,530	4,269,836	11.05%	10.36%
Bélgica	2,739,788	2,614,314	2,674,439	2,994,116	2,926,584	1.66%	7.10%
Francia	2,021,234	1,940,537	2,029,604	2,353,762	2,244,028	2.65%	5.44%
Ghana	1,042,124	1,158,219	975,927	2,294,370	2,040,928	18.30%	4.95%
Estados Unidos de América	1,183,395	1,161,575	1,386,631	1,591,796	1,714,422	9.71%	4.16%
Italia	1,329,996	1,247,110	1,346,409	1,559,735	1,673,110	5.91%	4.06%
Malasia	1,002,713	917,620	1,302,521	1,377,751	1,194,560	4.47%	2.90%
Polonia	691,971	758,586	936,627	1,169,958	1,175,541	14.17%	2.85%
Canadá	829,284	697,967	941,508	1,009,901	1,058,890	6.30%	2.57%
Indonesia	1,268,947	1,413,441	1,643,649	1,345,278	1,053,447	-4.55%	2.56%
Reino Unido	780,823	683,376	708,611	795,704	896,412	3.51%	2.17%
Suiza	785,213	740,916	797,286	908,089	817,952	1.03%	1.98%
Singapur	516,325	524,029	657,483	752,519	703,738	8.05%	1.71%
Ucrania	503,072	448,560	591,611	675,721	662,339	7.12%	1.61%
Nigeria	601,252	1,429,404	1,283,011	1,130,193	641,287	1.62%	1.56%
España	510,946	485,292	658,712	729,722	630,715	5.41%	1.53%
México	263,657	412,578	530,686	631,289	626,762	24.17%	1.52%
Federación de Rusia	346,339	291,092	256,382	327,029	558,420	12.68%	1.35%
Turquía	390,630	371,697	431,034	509,910	550,575	8.96%	1.34%
Camerún	454,430	619,601	717,789	616,624	518,035	3.33%	1.26%
Austria	513,541	435,021	461,499	492,382	448,135	-3.35%	1.09%
Ecuador	288,248	400,331	423,211	582,988	444,796	11.45%	1.08%
Brasil	400,525	352,338	417,312	420,608	379,105	-1.36%	0.92%
China	200,227	129,543	212,617	314,904	332,968	13.56%	0.81%
Demás países	3,712,009	3,585,189	4,151,266	4,668,035	4,357,298	4.09%	10.57%
<b>Total</b>	<b>32,601,277</b>	<b>34,185,055</b>	<b>38,174,308</b>	<b>43,508,746</b>	<b>41,226,567</b>	<b>6.04%</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** TradeMap, Centro de Comercio Internacional.

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

<sup>15</sup> DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES: *Análisis del Sector Cacao y Elaborados*, [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC\\_AS2013\\_CACAO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf), extraído el 21 de enero del 2014.

## Oferta y demanda de cacao fino de aroma

La producción de Cacao Fino o de aroma es de 173.0000 TM, esta producción proviene de 17 países en Suramérica, América Central, Islas del Caribe y Sudeste asiático. La producción de cacao del Ecuador lidera en el mercado mundial con el 61 % debido a las características, aroma y sabor del mismo.<sup>16</sup>

**Cuadro 3.** Oferta y demanda internacional de cacao fino de aroma

### OFERTA Y DEMANDA INTERNACIONAL DE CACAO FINO DE AROMA (MILES DE TM)

	Cacao/ chocolate	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Tasa Crec.
<b>Oferta</b>	Ordinario	3,134	3,605	3,737	3,804	3,841	3,864	3,883	4%
	Fino/Aroma	167	167	167	167	167	167	167	0%
	<b>Total</b>	<b>3,302</b>	<b>3,772</b>	<b>3,904</b>	<b>3,971</b>	<b>4,008</b>	<b>4,031</b>	<b>4,050</b>	<b>4%</b>
<b>Demanda</b>	Leche/otros	3,248	3,291	3,333	3,375	3,415	3,454	3,507	1%
	Oscuros	361	390	421	455	491	530	557	8%
	<b>Fino/ Aroma</b>	<b>180</b>	<b>195</b>	<b>210</b>	<b>227</b>	<b>245</b>	<b>265</b>	<b>279</b>	<b>8%</b>
	<b>Otros</b>	<b>180</b>	<b>195</b>	<b>210</b>	<b>227</b>	<b>245</b>	<b>265</b>	<b>278</b>	<b>8%</b>
	<b>Total</b>	<b>3,609</b>	<b>3,681</b>	<b>3,754</b>	<b>3,829</b>	<b>3,906</b>	<b>3,984</b>	<b>4,064</b>	<b>2%</b>
<b>Bal. O/D</b>	<b>Total</b>	<b>-307</b>	<b>92</b>	<b>150</b>	<b>142</b>	<b>102</b>	<b>47</b>	<b>-14</b>	
	Ordinario	-294	119	193	202	180	145	97	
	Fino/Aroma	<b>-13</b>	<b>-28</b>	<b>-43</b>	<b>-60</b>	<b>-78</b>	<b>-98</b>	<b>-111</b>	

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Responsables: Mirian Castro y Andrea Guevara.

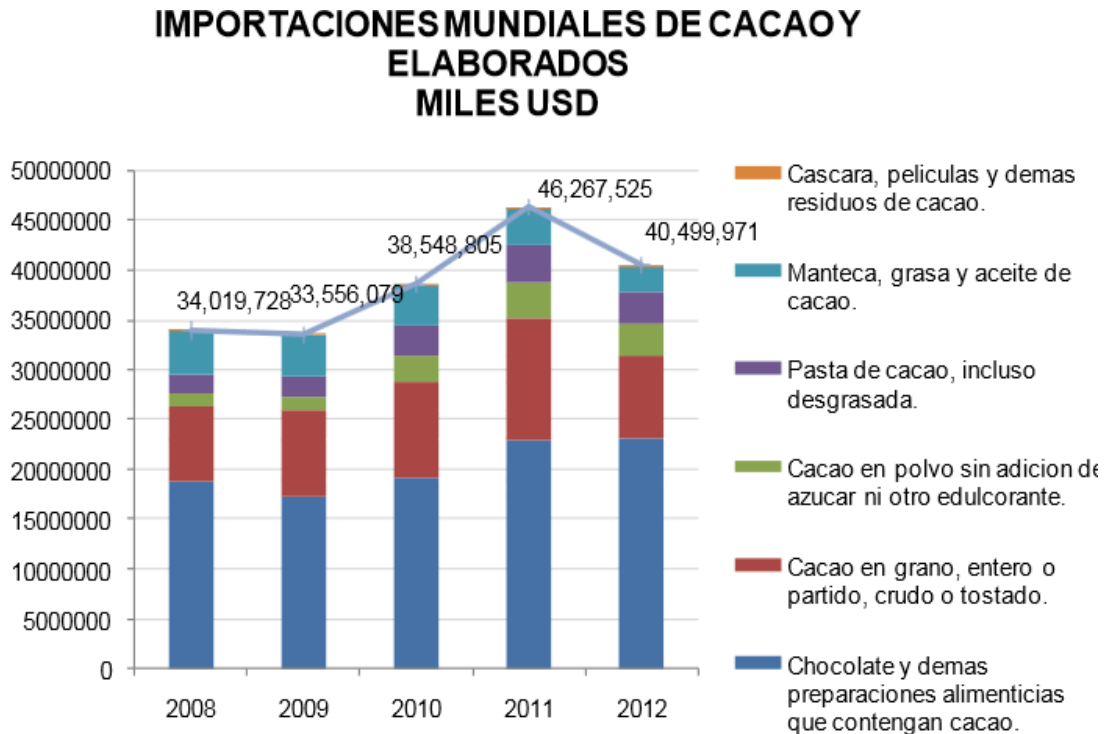
## Importaciones Mundiales del cacao y sus derivados

Las importaciones mundiales de cacao y sus elaborados han presentado una tendencia positiva a partir del 2009, siendo el 2011 el año de mayor crecimiento donde se alcanzó un valor USD de 46,267 millones (un aumento del 20% en relación al 2010); sin embargo al 2012 se da un descenso, y estas importaciones

<sup>16</sup> Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.: Producción de cacao fino o de aroma, p.7,p.9.

de estos productos se reducen a USD 40, 499 millones (-12% en relación al 2011). Durante el periodo 2008-2012, se registró una TCPA de 4,5%.

Con relación a los grupos de productos dentro del sector de cacao y elaborados, los bienes más demandados internacionalmente durante el 2012 fueron: chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao ocupó el 57% de las importaciones y registró una TCPA de 5,3%; a este le sigue cacao en grano entero o partido crudo o tostado, que obtuvo una participación del 20% y una TCPA de 2%; y cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante con una contribución de 8% y una importante TCPA de casi 30%.<sup>17</sup>



**Figura 1.** Importaciones Mundiales de Cacao y elaborados

**Fuente:** TradeMap, Centro de Comercio Internacional.

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

<sup>17</sup> Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, : Análisis del sector cacao y elaborados, p.13, p.14.

## **Principales entidades nacionales relacionadas con la producción de cacao**

Las más importantes son: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), apoyado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) por sus siglas en inglés y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA); AGROCALIDAD, el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), la Federación de Productores de Cacao (FEDECADE); la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE); y, la Asociación de Productores de Cacao Fino de Aroma (APROCAFA).

FEDECADE, la cual agrupa a los más importantes productores de cacao del Ecuador. Se encuentra realizando constantes estudios relacionados con la situación del producto en los mercados internacional y nacional y además presenta atractivas propuestas de política que involucran tanto el cultivo, la producción y la exportación del grano. Una de sus principales limitantes ha resultado ser la baja productividad nacional y es por ello que surge la necesidad de incrementar la producción de cacao fino de aroma.

UNOCACE, cuyo Estatuto se aprobó mediante Acuerdo Ministerial No. 062, del 2 de febrero de 1999, es una organización constituida por pequeños y medianos productores cacaoteros de Los Ríos, Guayas, El Oro, Bolívar y Cañar, poseedores de cacao fino y de aroma tipo nacional "Arriba".

APROCAFA, es una entidad constituida solo por productores de cacao, principalmente de la variedad CCN 51; y se encarga de promover actividades de investigación y transferencia de tecnología. APROCAFA también tiene entre sus funciones reunir el cacao que producen sus socios y estandarizar la calidad para su posterior comercialización.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> LUNA OSORIO, LUIS: *El cacao en el Ecuador*, <http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/07/el-cacao-en-el-ecuador.html>, extraído el 21 de enero del 2014.

## Variación de precio del cacao en el mercado

Los precios, la oferta y la demanda del cacao pueden representar en cualquier momento un determinado equilibrio entre los distintos objetivos económicos que están compitiendo en el mercado mundial.

Es así que por un lado del mercado, los productores de cacao intentan maximizar sus beneficios al destinar la cantidad de trabajo e insumos para el cultivo, la cosecha, la fermentación y el secado del cacao en grano, dependiendo todos estos procesos de su capacidad productiva actual, es decir, la superficie sembrada existente. Al año 2012 según estimaciones de la Organización Internacional del Cacao, ICCO (por sus siglas en inglés), la elasticidad de la oferta mundial de cacao a largo se situó en +0,87 y al corto plazo en +0,06 en función de los precios. Esto quiere decir que un aumento de los precios al productor del 10% origina un incremento de la oferta mundial en alrededor del 0,6% en la misma campaña agrícola, resultado de una mejora en las prácticas agronómicas y a los incentivos para recolectar las mazorcas de los árboles. Es preciso mencionar también que si este incremento del precio se mantiene, por citar un ejemplo, durante un período que supere a los 3 años, el impacto acumulado sobre la oferta mundial sería del 8,7%, puesto que los productores aprovecharían invirtiendo sus ganancias en sus explotaciones, replantando árboles con material genético mejorado, ampliando la superficie destinada al cultivo de cacao, etc.

Por otra parte, los consumidores buscan maximizar la utilidad derivada de su consumo, dentro de los ingresos disponibles. Debido a que no existen sustitutos perfectos para los productos de chocolate, la demanda de cacao se torna relativamente inelástica en función al precio. Es así que se ha observado que un incremento de los precios del cacao en el 10% provoca un descenso del consumo en sólo el 1,1%. Se precisa mencionar además que, la demanda de cacao se muestra muy sensible a las variaciones de los ingresos disponibles de los consumidores. De hecho, un incremento en los ingresos disponibles de los

consumidores en un 10% ocasiona un aumento del consumo en la misma proporción aproximadamente.

Puesto que tanto productores como consumidores se comportan de manera distinta a la variación de los precios del cacao, y dado sobre todo que los productores tardan en adaptar su capacidad productiva a las actuales condiciones del mercado, la oferta y demanda del cacao suelen mostrar un comportamiento de naturaleza cíclica.<sup>19</sup>

### **Consumo de derivados de cacao a nivel nacional e internacional**

A nivel mundial una de las industrias más importantes es la que se deriva del cacao. El cacao de Ecuador fue analizado por maestros chocolateros los cuales representan la máxima autoridad en la materia y el resultado fue el siguiente: el examen auditivo lo calificó como crocante, mientras que el examen visual lo categorizó de lúcido, café oscuro, por otra parte el examen de olfato lo ubica como intenso, equilibrado, el examen del gusto lo calificó como dulce, amargo y ácido a la vez, finalmente fue categorizado como plano y poco dúctil por el examen de tacto.

Las exportaciones de productos elaborados en base al cacao descendieron a menos de la mitad para el primer semestre del año 2009 en relación al mismo periodo del 2008. Este problema aparentemente no tendría ninguna relación con la demanda del producto, se trataría más bien de una jugada oligopólica de las transnacionales chocolateras, que buscan acabar con la industria local comprando los elaborados a precios bajos para desincentivar su fabricación.

En el 2008 los elaborados de cacao que exporta el Ecuador aportaron con 73,8 millones de dólares al total de exportaciones del país, luego de una caída en el año 2009, crecieron a 113 millones en el 2011, mientras que en el 2012

---

<sup>19</sup> ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE CACAO FINO DE COSTA RICA: *Impacto del entorno macroeconómico sobre los precios del cacao*, <http://www.canacacao.org/contenido.item.364/impacto-del-entorno-macroecon%F3mico-sobre-los-precios-del-cacao.html>, extraído el 21 de enero del 2014.

descendieron un poco, año en el que registraron poco menos de 110 millones de dólares.

Los elaborados de cacao ecuatorianos lamentablemente aún no han podido alcanzar los mismos niveles de ventas mundiales que los productos europeos esta situación se da puesto que el Ecuador no toma conciencia de la importancia de perfeccionar el “producto total” y no solo el producto.

Para que los derivados de cacao ecuatoriano puedan alcanzar un gran nivel de aceptación mundial no se necesita solamente de una materia prima de alta calidad, también es necesario que la presentación sea la adecuada y esto implica: el envase, el empaque, la litografía e incluso que la publicidad sea competitiva y que las marcas de los productos se graben en la conciencia e incluso en el subconsciente de los consumidores, para que se demanda sea natural y no inducida.<sup>20</sup>

Por otro lado el sector privado cacaotero analiza el comercio interno y trata de incrementar las variedades de chocolates en las perchas con la intención de elevar la demanda nacional. Los ecuatorianos consumen una media de 0,3 kilos anualmente, muy por debajo a la media de la región que es de 2kg anuales. Consideran que el precio no es el problema, sino a la falta de cultura para el consumo.<sup>21</sup>

### **Exportación del cacao ecuatoriano y sus derivados**

Según el boletín anual del Banco Central del Ecuador para el año 2012, durante el periodo 2002-2011, el cacao representó el cuarto producto de origen agrícola exportable más importante aportando con \$ 2.700 millones, el 79% de éstos corresponde a grano seco y fermentado; y el 21% restante, forma parte de los semielaborados tales como: licor, manteca, polvo, chocolate, etc.

---

<sup>20</sup> LUNA OSORIO, Luis: *El Cacao en el Ecuador*, <http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/07/el-cacao-en-el-ecuador.html>, extraído el 22 de enero del 2014.

<sup>21</sup> AGENCIA DE NOTICIAS ANDES: *Todo el cacao que produce Ecuador se vende*, <http://www.andes.info.ec/es/reportajes/todo-cacao-produce-ecuador-vende.html>, extraído el 22 de enero del 2014.



Respecto al volumen que se exportó en el año 2002, éste corresponde a 72.600 toneladas, siendo el 78% en grano y el 22% restante en semielaborados; mientras que para el año 2011 se exportó 182.000 toneladas, el 87% de las mismas fueron en grano y el 13% restante corresponde a semielaborados. Basándonos en estas cifras podemos mencionar que en Ecuador a un no se ha dado paso al proceso de agro industrialización que tanto se pretende, más bien se ve reflejado que el volumen de cifras exportadas en grano ha aumentado.<sup>22</sup>Situación preocupante puesto que si se exportaran semielaborados e incluso barras de chocolate a mayor escala, el beneficio sería más amplio para el país y los productores. El bajo rendimiento que tiene Ecuador es otro de los problemas que frena el cambio de la matriz productiva debido a que el promedio de cosecha está entre 7 y 8 quintales por hectárea/año, cuando el punto óptimo sería 22 quintales.

Desde marzo del 2013 Ecuador emprende el programa Minga Nacional del Cacao Fino y Aroma, en donde el Ministerio de Agricultura invierte USD 19,2 millones para financiar la instauración de buenas prácticas agrícolas en pequeñas cacaoteras lo cual consiste en realizar podas y dar otra asistencia técnica, para que exista un mejor rendimiento.

El consorcio está conformado por fundaciones como Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos (MCCH) la cual ha venido trabajado durante 20 años con productores de cacao y Conservación & Desarrollo (C&D). Una vez finalizado el programa se espera que exista una mayor oferta en el mercado interno sin que esto llegue a ocasionar una caída de precios o falta de colocación. El déficit mundial del cacao se ubica entre 3,8 a 4% anual y en los últimos 10 años se ha venido acumulando; lo cual ocasiona que existan grandes oportunidades para el mercado ecuatoriano.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> REVISTA EL AGRO: *El cacao en la Economía del Ecuador*, <http://www.revistaelagro.com/2013/03/20/el-cacao-en-la-economia-del-ecuador/>, extraído el 22 de enero del 2014.

<sup>23</sup> EL COMERCIO: *El 5% del cacao tiene valor agregado*, [http://www.elcomercio.com.ec/negocios/cacao-grano-exportaciones-Ecuador-chocolate\\_0\\_982101873.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/cacao-grano-exportaciones-Ecuador-chocolate_0_982101873.html), extraído el 22 de enero del 2014.

## Destino de las exportaciones ecuatorianas

Los principales países de destino de las exportaciones de cacao y elaborados son: Estados Unidos con una participación al 2012 de 26%, Holanda con una participación de 10%, Malasia con una participación de 9% y un crecimiento en el período analizado de 407%, México con una participación de 8% y una tasa promedio anual de crecimiento de 8%, Alemania con participación de 8% y un crecimiento promedio de 10%, Brasil con participación de 7% y crecimiento promedio anual de 40%, Colombia con una disminución en las exportaciones en los últimos años y con una participación en el 2012 de 5%, China con crecimiento anual promedio de 227% y una participación de 3%, España con un crecimiento anual promedio de 39% y una participación de 3%, entre otros, como se detalla en la tabla adjunta:<sup>24</sup> (PROECUADOR, 2013)

**Cuadro 4.** Destino de exportaciones de cacao y elaborados

PRINCIPALES PAISES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y ELABORADOS								
Miles USD FOB								
PAIS	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA (2008-2012)	%Participación (2012)
ESTADOS UNIDOS	114,997	175,399	88,729	232,555	129,936	52,625	3.10%	26.16%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	48,140	68,153	92,832	67,402	47,867	20,321	-0.14%	9.64%
MALASIA	64	460	1,201	0	42,197	27,916	407.47%	8.50%
MEXICO	29,667	26,236	54,145	54,715	40,762	18,699	8.27%	8.21%
ALEMANIA	25,485	45,836	38,860	71,243	37,445	21,120	10.10%	7.54%
BRASIL	8,674	7,999	9,628	23,646	33,449	14,618	40.13%	6.74%
COLOMBIA	30,822	22,777	34,605	34,419	22,604	6,084	-7.46%	4.55%
CHINA	140	56	93	5,685	15,971	2,288	227.08%	3.22%
ESPAÑA	4,128	4,497	10,744	12,104	15,339	3,219	38.84%	3.09%
PERU	12,678	6,574	8,600	8,938	14,689	4,239	3.75%	2.96%
ARGENTINA	6,271	7,934	7,625	13,854	14,647	3,334	23.62%	2.95%
CHILE	6,797	8,371	14,435	17,605	13,937	4,704	19.66%	2.81%
JAPON	10,435	12,017	13,770	15,190	12,237	3,523	4.06%	2.46%
CANADA	1,330	928	229	248	9,397	7,605	63.05%	1.89%
ITALIA	13,532	12,910	13,059	10,695	9,352	5,270	-8.82%	1.88%
BELGICA	6,979	17,088	41,319	25,426	7,474	3,302	1.73%	1.50%
VENEZUELA	1,022	1,121	3,350	13,155	7,310	1,100	63.52%	1.47%
OTROS	26,373	21,439	31,622	25,831	22,013	10,732	-4.42%	4.43%
<b>TOTAL</b>	<b>347,536</b>	<b>439,793</b>	<b>464,845</b>	<b>632,710</b>	<b>496,627</b>	<b>210,699</b>	<b>9.33%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Responsables: Mirian Castro y Andrea Guevara

<sup>24</sup> INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES,: *Análisis del sector cacao y elaborados*, p.13.

## Descripción del producto o servicio

“El cacao es un árbol originario de las selvas de América Central y del Sur, su nombre científico es Theobroma, cacao en griego significa comida de los dioses. Crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 –28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción, esto dependerá de tipo de cacao y las condiciones de la zona.”

Sus frutos aparecen sobre la copa de los árboles y debajo de sus ramas, estos frutos, dependiendo el tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo, que oscurece al madurar. La fruta mide entre 10 y 32 cm. de largo y entre 7 y 10 cm. de ancho y pesa entre 200 gr. y 1 kg. En su interior contiene entre 20 y 60 semillas dispuestas en 5 filas rodeadas con una pulpa gelatinosa y azucarada.

Cuando el fruto está maduro, se corta y se extraen sus semillas, se las fermenta retirando la baba de la semilla y se seca. El color interno de grano es marrón oscuro y tiene un agradable sabor. El cacao es un alimento muy interesante por su valor nutricional (22 % de proteína) y por la gran variabilidad en su utilización. Los ecologistas deben ser los más adeptos a éste cultivo, en razón de que una zona sembrada de ésta planta, estará verdaderamente protegida de gran parte de los problemas ecológicos que padece el planeta.

Se conoce que existe 3 variedades de cacao: los Criollos, en la actualidad existen muy pocos árboles criollos puros; los Forasteros, que es un amplio grupo que contiene variedades cultivadas, semi-silvestres y silvestres, entre las cuales el Amelonado es la variedad más cultivada. Y también el cacao Nacional de Ecuador. Los Trinitarios, son una mezcla de los Criollos y Forasteros.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> UNIVERSIDAD DE CUENCA,; *Descripción del producto o servicio*, pp.29-30.

## **Ubicación geográfica de las principales zonas productoras de cacao en el Ecuador**

Como podemos ver en la Figura, podemos ver que la región costa registra la mayor cosecha con el 80% de la superficie total a nivel nacional en el año 2009, en comparación con las otras regiones.

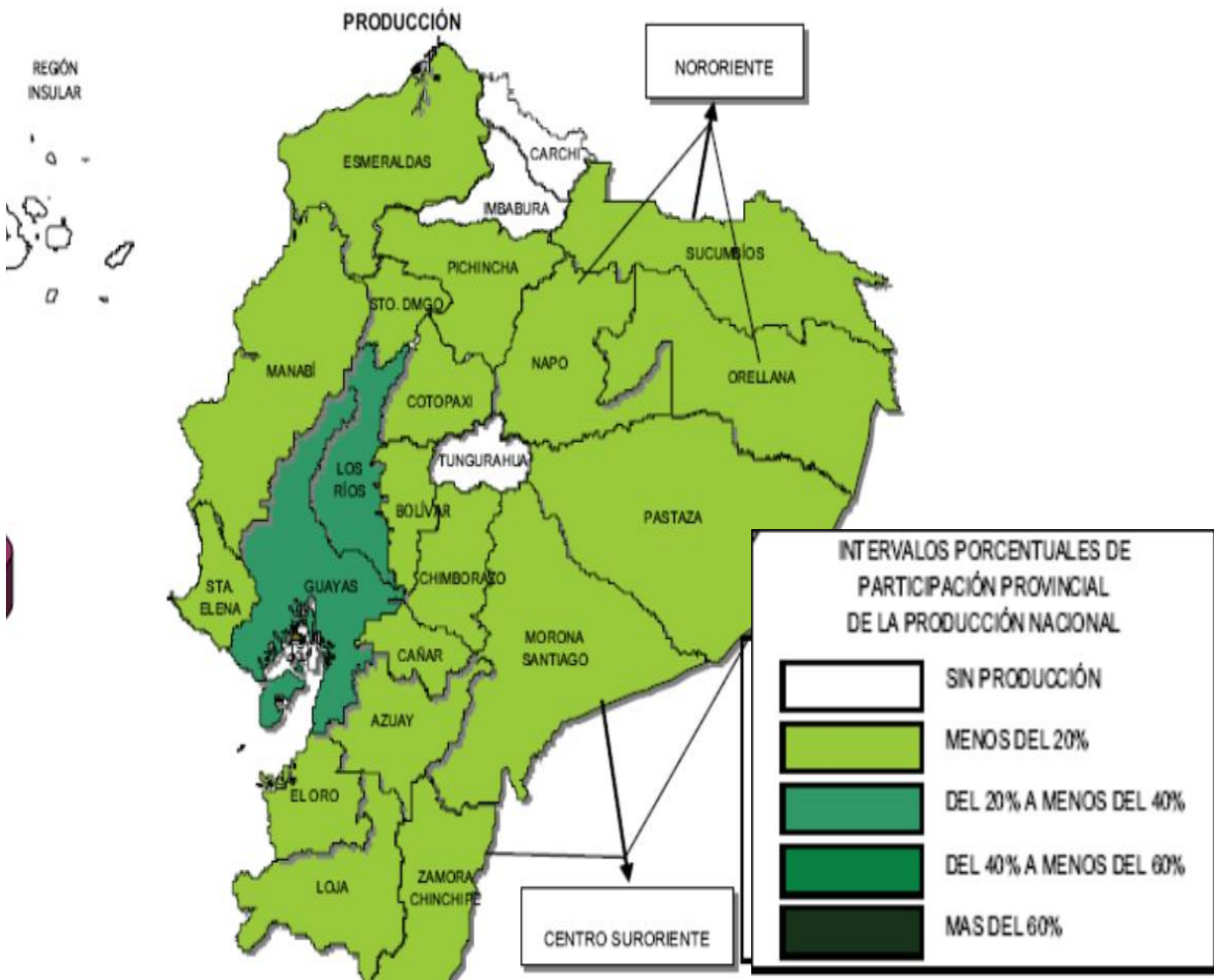
Las provincias que cuentan con una mayor superficie cosechada de cacao son Manabí, Los Ríos y Guayas, también Esmeraldas, el Nororiente, El Oro, pero con una menor participación. Las principales provincias de la región Sierra son Cotopaxi, Bolívar, Cañar, pero en menor porcentaje.

En el Ecuador existen sembríos de cacao debido a las diversas características de cada suelo y a la hidratación de diversos tipos de cacao, los aromas y sabores de la fruta presenta variaciones según donde se cultiva.

Según el mapa de sabores de cacao de ANECACAO, la distribución es la siguiente:

- ✓ Norte y oriente de Esmeraldas registra una hibridación de cacao Criollo con Nacional.
- ✓ En occidente, centro y sur de Esmeraldas existe perfil plano. Leves sabores a flores con especias, nueces y almendras. Cuerpo de baja intensidad.
- ✓ Norte de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas, fuerte sabor de almendras y nueces, en ocasiones a frutas frescas.
- ✓ Occidente de Pichincha, La Concordia y norte de Santo Domingo débiles notas de flores y frutas.
- ✓ Oriente y sur de Manabí, Los Ríos, norte de Guayas y estribaciones de la Cordillera Occidental: fuerte perfil floral. Notas de rosas, jazmín, azahares, yerbaluisa, bergamota y cítricos.
- ✓ Amazonía: fuerte perfil de frutas tropicales.

- ✓ Sur del Guayas, El Oro, occidente de Cañar y Azuay: ligera fragancia de flores.<sup>26</sup>

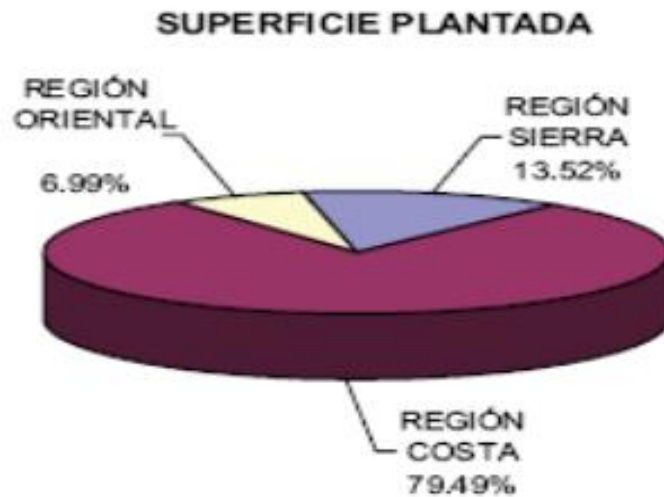


**Figura 2.** Participación Provincial de la producción nacional

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos, Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2009

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara

<sup>26</sup> INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: *Análisis del sector cacao y elaborados*, p.5.



**Figura 3.** Porcentaje de superficie plantada y producción, según región y provincia

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos, Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2009

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Como se muestra en la Figura 3, la región costa en el 2009 registra la mayor superficie cosechada de cacao con el 80% de la superficie total a nivel nacional. Los Ríos, Manabí y el Guayas son las regiones que tienen una mayor superficie cosechada de cacao. Las principales provincias de la región sierra que cultivan cacao pero en menos participación son Cotopaxi, Bolívar, Cañar.

### **Fundamentación Técnica**

#### **Tipos de cacao en Ecuador**

La división antigua del cacao en el mundo se centraba en tres tipos: criollo y forastero y de la mezcla de estos nacieron los trinitarios.

El cacao nacional, cultivado en Ecuador, era considerado dentro de los forasteros amazónicos, pero en el 2008 estudios científicos determinaron que ya no se puede hablar de esos tres.

En su reemplazo se identificaron 10 tipos genéticos y el nacional es uno de ellos. Una reseña fue publicada por la investigadora Maricel Presilla, cubano-estadounidense, en su libro 'The new taste of chocolate. Historia natural y cultura del cacao'.

Ella estuvo presente en la reunión 85 de la Organización Internacional del Cacao (ICCO, siglas en inglés), allí destacó las bondades del grano ecuatoriano, también conocido como cacao 'arriba' (llamado así porque históricamente se sembró río arriba del Guayas).

Para Presilla, el penetrante aroma floral y sabor frutal del cacao ecuatoriano es único. Ella prepara una segunda edición, que será publicada en el 2013, donde dedicará un capítulo a Ecuador. Jaime Freire, consultor y parte del programa nacional del Cacao, que emprende el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap), destacó que Ecuador tiene las dos mejores variedades del mundo: el nacional y el CCN 51.

El primero es indispensable en la elaboración de los mejores y más finos chocolates del mundo,

Bélgica, por ejemplo, en su códex alimentario dice que para que un chocolate sea considerado 'premium' debe tener un mínimo de 12% de cacao 'arriba'.

El CCN 51 es un cacao clonal creado por el agrónomo ambateño Homero Castro Zurita en 1965 y que significa Colección Castro Naranjal. Es el más productivo del mundo.

Está presente en Perú con un rendimiento de 70 quintales por hectárea al año, Colombia (52qq/ha/año), Brasil (48qq/ha/año) y todo Centroamérica (más de 40qq/año).

Esos resultados en el extranjero, incluso, son mejores que en el mismo Ecuador: 18 quintales por hectárea al año en los pequeños productores o de 50 quintales en las grandes plantaciones, manifestó Freire.

Aunque no existe un 'ranking' de productores por superficie, el CCN 51 es cultivado por unas 30 familias que tienen grandes propiedades de más de 100 hectáreas, según el Magap.

En cuanto al cacao nacional, salvo pocos casos, no hay grandes extensiones. Aquello podría ser una fortaleza, porque está en manos de alrededor de 100 000 familias lo que constituye un capital humano de singular valor.

Hay recientes inversiones para su cultivo en grandes extensiones. Pero también hay proyectos. Uno es de la empresa Cacaoing Ecuador que operará en los próximos meses. Esta firma ha planificado sembrar 1 000 hectáreas en Manabí.

Ante el nuevo 'boom' del cacao en Ecuador, las asociaciones se organizan, para protagonizar el nuevo marco jurídico. Hace tres años se creó la Asociación Ecuatoriana del Cacao Nacional Fino o de Aroma, que está por obtener su personería jurídica. "Nos dimos cuenta que el Gobierno no nos 'cobijaba' en sus planes, porque estábamos desorganizados, ahora vamos a liderar el buen manejo del sector", sostuvo Wilfrido Riera, secretario de la asociación. Esta abarca a 30 000 productores de 441 organizaciones que trabajan en 10 mesas provinciales.<sup>27</sup>

### **Insectos o plagas del cacao**

El cacao es una de las plantas económicas que, al mismo tiempo que pueden sufrir daños considerables a causa de los insectos, también necesita de algunos de ellos en ciertos procesos reproductivos; por ello, un abuso en el uso indiscriminado de insecticidas puede conducir a posteriores fracasos económicos.

---

<sup>27</sup> EL COMERCIO: *Ecuador tiene dos tipos de cacao*, <http://elcomercio.xalok.com/es/EC0519201201501>



Además de los insectos dañinos en los cacaotales, existen insectos beneficiosos como los polinizadores, predadores y parásitos de otros insectos nocivos. Los insectos dañinos son muchos, pero son combatidos por sus predadores.

Existen también insectos que transmiten enfermedades; tal es el caso de los pequeños abejones (*Xyleborus*), que pueden transmitir o propagar la enfermedad llamada "Mal de Machete". En África, algunos de los chinches harinosos (*Pseudococcus*) o cochinillas transmiten algunos tipos de virus.

**Las plagas más importantes son:**

1. Áfidos
2. Ácaros
3. Cápsidos de Cacao o Monalonion (*Monalonion braconoides*)
4. Salivazo (*Clastoptera globosa*)
5. Chinches
6. Barrenador del tallo (*Cerambycidae*)
7. Gusanos medidores o gusanos defoliadores
8. Zompopas y hormigas
9. Trips
10. Barrenadores del fruto del grupo *Marmara*
11. Crisomélidos
12. Escolitidos
13. Joboto (*Phyllophaga sp.*)

**Desarrollo Industrial**

El Ministerio de Industrias y Productividad, busca fortalecer al sector industrial ayudando con mayores garantías la creciente competencia externa de países con una estructura productiva similar, y como responsable de la definición de planes, propuestas y mecanismos para fomentar el desarrollo del sector manufacturero ecuatoriano.

Desde finales de la década del 80, al momento que la ley de fomento industrial quedo insubsistente no ha existido una política pública explícita de desarrollo industrial, pero a pesar de ello, el sector ha sido dinámico. El producto interno bruto total y no petrolero no registró cambios durante el período 2000 – 2006.

En el 2006, el principal mercado de destino de las exportaciones del sector fue América Latina y el Caribe; a la Comunidad Andina se exportaron 1.020 millones de dólares, mientras que al resto de América Latina y el Caribe, algo más de 693 millones de dólares. La Unión Europea fue el segundo gran mercado de exportación, superando los 473 millones de dólares, 57 millones más a las cifras de exportación hacia Estados Unidos.<sup>28</sup>

### **Industrialización del cacao**

Desde principios del siglo XIX, con el prensado del cacao para obtener manteca y polvo de cacao. Desde ese tiempo el procedimiento de derivados de cacao ha permanecido inalterada dada la falta de implementación de tecnología actualizada.

El proceso de transformación de cacao sigue una secuencia de pasos entre ellos tenemos la selección y la limpieza del cacao en grano, la tostada y trituración, la separación de la cascarilla y otros residuos. Seguido se realiza el proceso de refinación llamado conchado y aplicación de aditivos para obtener el licor o la pasta de cacao, el cual se utiliza para la elaboración del chocolate.<sup>29</sup>

En el Ecuador existen grandes industrias dedicadas a la producción de torta, pasta o licor, manteca, polvo y elaborados de cacao y que destinan su producto básicamente al mercado internacional.

---

<sup>28</sup> SENPLADES,; *Proceso participativo*, [http://plan.senplades.gob.ec/industrias#\\_ftnref3](http://plan.senplades.gob.ec/industrias#_ftnref3), 2007.

<sup>29</sup> MORENO GONZAGA, Jessenia Susana y RIOS CORREA, Jimmy Guido: *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de matas de cacao a través de nuevos métodos y técnicas que Favorecerán al sector km 4 1/2 vía naranjito hasta la parroquia Roberto Astudillo*, Proyecto de grado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, Unidad académica de ciencias administrativas y comerciales, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2012.

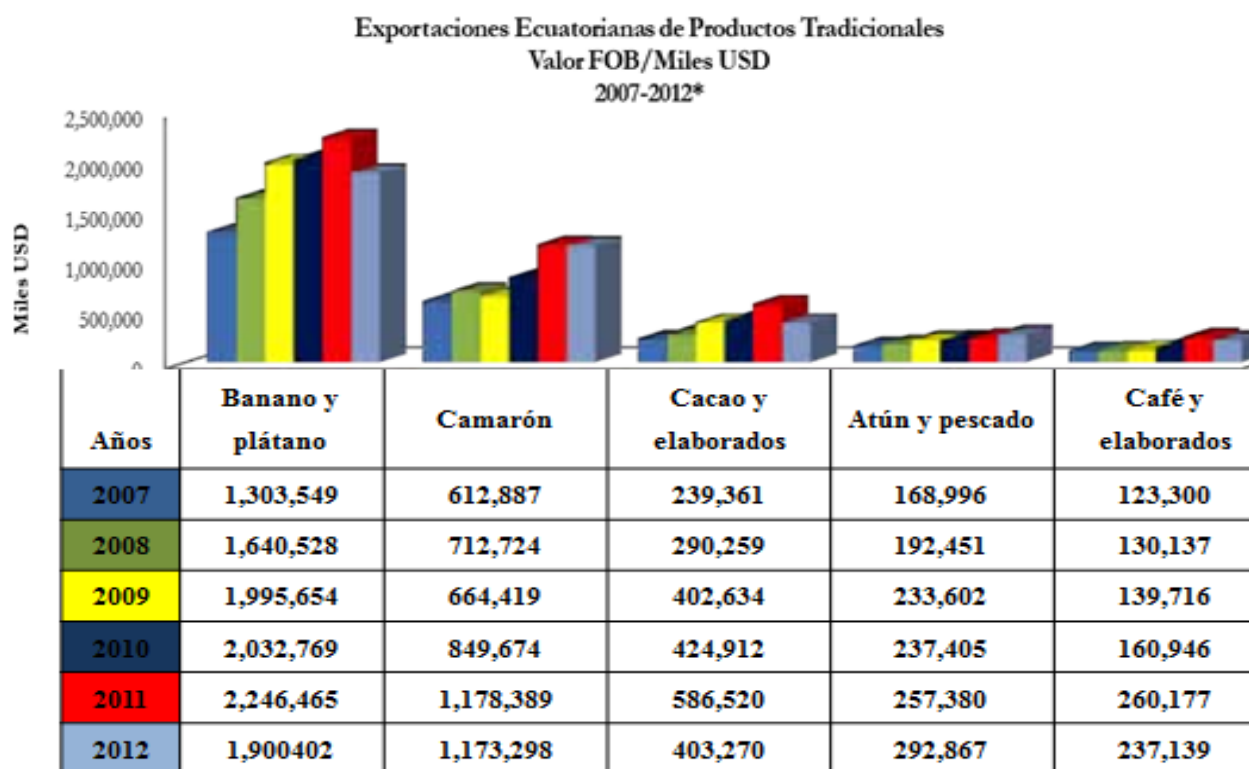
Las industrias pequeñas se dedican a la producción de chocolates, caramelos y bombones. Las principales industrias son: La Universal S.A, Nestlé-Ecuador S.A, Indexa, Confiteca, ECUACOCOA, TRIAIRIS.A y Navolli S.A.; Ecuatoriana de Chocolates, entre otras.<sup>30</sup>

### **Exportaciones No Petroleras "Productos Tradicionales"**

- ✓ Los productos que tradicionalmente ha exportado el Ecuador al mundo, han tenido una tendencia creciente en los últimos cinco años, así es como, banano y plátano de USD 1,302 millones en el 2007, para el 2011 se exportaron USD 2,246 millones. Para noviembre del 2012 se han exportado USD 1,900 millones.
  
- ✓ Para el caso de camarones ha habido una tendencia similar, de USD 612 millones en el 2007 para el 2011 se exportó USD 1,178 millones. Las exportaciones registradas en noviembre del 2012 son de USD 1,173 millones.
  
- ✓ Cacao y elaborados ha tenido un crecimiento gradual de sus exportaciones, para el 2007 se exportó USD 239 millones y para el 2011 se exportó USD 586 millones. Para noviembre del 2012 las exportaciones de este rubro son de USD 403 millones.
  
- ✓ Atún y pescado representa uno de los principales productos de exportación del Ecuador de USD 169 millones en el 2007, para el 2011 las exportaciones alcanzaron los USD 257 millones y para noviembre de 2012 fueron de USD 293 millones.
  
- ✓ Café y elaborados también ha tenido una tendencia creciente de sus exportaciones en estos últimos cinco años, de USD 123 millones en el 2007, para el 2011 se exportaron USD 260 millones y para noviembre del 2012 de USD 237 millones.

---

<sup>30</sup> Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, : Industrialización del cacao, p.12.



**Figura 4.** Exportaciones Ecuatorianas de Productos Tradicionales

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## Productos derivados de cacao

### Manteca de Cacao

Es la grasa natural comestible procedente del grano del cacao, la cual se extrae durante el proceso de fabricación del chocolate y que se separa de la masa de cacao mediante presión. Uno de los beneficios que tiene este producto es que ayuda a la prevención de escaras y cualquier otro tipo de lesión que afecte a la piel debido a que es un lubricante natural. Contiene vitamina E la cual ayuda a evitar el envejecimiento prematuro de la piel y es por ello que se la recomienda para eliminar marcas y cicatrices ya que ayuda a la regeneración celular, es usada también para disminuir las estrías que suelen aparecer durante el embarazo.

Gracias a su agradable fragancia, es posible elaborar con ella productos de belleza e higiene. Existen muchos productos elaborados a partir de la manteca de cacao tales como: bronceadores, cremas corporales, aceites y jabones, los cuales dejan una apariencia de una piel lisa y suave, con destellos luminosos naturales.<sup>31</sup>

### **Cacao en polvo**

Este producto es el resultado de la pasta oscura y amarga que se obtiene de la molienda de las semillas de cacao una vez que ya se han retirado las tres cuartas partes de su manteca. Mayoritariamente los cacaos en polvo contienen materia grasa en un porcentaje no superior al 22% y es por esta razón que gran parte de postres de chocolate bajos en grasa están elaborados a partir de este producto.

En el mercado podemos encontrar dos tipos de cacao en polvo que son: natural y alcalizado o alcalinizado. La alcalinización se refiere al proceso con el que es posible neutralizar los ácidos del cacao en polvo natural y rebajarle un punto su amargura.

Las características del cacao en polvo natural son que este tiene un sabor más amargo y es de color marrón claro. Mientras que el cacao en polvo alcalinizado tiene un sabor más delicado y es de color marrón oscuro con tonos rojizos.<sup>32</sup>

### **Licor de cacao**

El licor de cacao es en realidad chocolate puro en forma líquida y está compuesto de dos ingredientes que son la grasa del cacao y el cacao seco. Constituye la base para elaborar todo tipo de chocolates y es importante mencionar además que, a pesar de su nombre, no contiene alcohol. Este producto se obtiene luego de la fermentación, tostado y refinado de las semillas de cacao.

---

<sup>31</sup> ECUADOR ECOLÓGICO.COM: *Manteca de Cacao y sus beneficios para piel*, <http://ecuadorecologico.com/blog/manteca-de-cacao-y-sus-beneficos-para-piel/>, extraído el 22 de enero del 2014.

<sup>32</sup> DENIKATESSEN: *Sobre el cacao en polvo- Tipos de cacao en polvo*, [http://denikatessen.blogspot.com/2009/07/cacao-en-polvo\\_25.html](http://denikatessen.blogspot.com/2009/07/cacao-en-polvo_25.html), extraído el 22 de enero del 2014.

Para poder tener el control de la calidad y sabor del producto, el licor de cacao se obtiene en las propias fábricas de chocolate. Una vez fabricado el licor, se prensa y se separa la grasa del polvo. Los ingredientes separados se pueden entonces mezclar en diferentes cantidades con otros ingredientes, como el azúcar y la leche para hacer tabletas de chocolate o por separado para elaborar el polvo de cacao y el chocolate blanco.<sup>33</sup>

## Chocolate

Al mezclar azúcar con dos de los productos derivados de la manipulación de los granos del cacao que son: la pasta del cacao y la maneca de cacao tendremos como resultado el chocolate. Es a partir de esta combinación que se elaboran los distintos tipos de chocolate que encontramos en el mercado, cada una de las presentaciones va a depender de la proporción entre estos elementos y de las mezclas que se puedan hacer con otros productos tales como leche y frutos secos.

Entre los distintos tipos de chocolate podemos encontrar:

- **Chocolate negro:** Se caracteriza porque tiene un sabor amargo pues las proporciones de pasta de cacao con la que se elabora este producto deben ser superiores al 50% del producto en sí debido a que, es a partir de ese porcentaje que la amargura del cacao es perceptible al gusto. En el mercado existen presentaciones que llegan a tener hasta el 99% de pasta de cacao en su composición. Este producto es el chocolate propiamente dicho, puesto que es el resultado de la mezcla de la pasta y manteca del cacao con azúcar, sin añadirle ningún otro producto.
- **Chocolate de cobertura:** este tipo de chocolate es utilizado como materia prima por chocolateros y pasteleros debido a que con él se puede conseguir un alto brillo al templar el chocolate y porque es muy fácil de moldear. Se puede utilizar tanto chocolate negro o con leche, pero la

---

<sup>33</sup> AGROTERRA: *Licor de cacao*, <http://www.agroterra.com/blog/actualidad/licor-de-cacao/63049/>, extraído el 22 de enero del 2014.

característica más importante que posee este tipo de chocolate es que contiene alrededor del 30% de manteca de cacao, lo cual representa el doble de proporción que tienen los otros tipos de chocolate.

- **Chocolate con leche:** Considerado como el derivado más popular del cacao. Este tipo de chocolate está compuesto por menos del 40% de pasta de cacao mezclado con leche ya sea en polvo o condensada, razón por la cual es categorizado como un dulce. Sin embargo, muchas de las marcas más importantes de chocolates producen tabletas de chocolate con leche que contienen proporciones de hasta más del 50% de cacao.
- **Chocolate blanco:** Carece en su composición de pasta de cacao razón por la cual no se lo puede catalogar como un chocolate. Para su composición se utiliza manteca de cacao en por lo menos un 20%, leche ya sea en polvo o condensada y azúcar. Este producto es altamente energético y dulce. Muy usado en la repostería puesto que visualmente muy atractivo.
- **Chocolate relleno:** Este tipo de chocolate está compuesto por frutos secos, licores y pastas que son cubiertas por chocolate en cualquiera de sus variantes y con un peso superior al 25% de la totalidad del producto.<sup>34</sup>

Es importante mencionar que existen también derivados del mucílago que es aquella sustancia viscosa, generalmente hialina, que contiene el cacao y que es considerado como un producto orgánico de origen vegetal. Uno de los derivados que se puede obtener a partir del mucílago de cacao es vinagre y puede también ser usado en la elaboración de postres.<sup>35</sup> Las Mermeladas<sup>36</sup> y vinos<sup>37</sup> son otros de los productos que se pueden elaborar a partir de esta sustancia.

---

<sup>34</sup> TARINGA: *Chocolate, mitos y verdades*, [www.taringa.net/posts/info/1020731/Chocolate-mitos-y-verdades.html](http://www.taringa.net/posts/info/1020731/Chocolate-mitos-y-verdades.html), extraído el 22 de enero del 2014.

<sup>35</sup> ALANIZ ZELEDÓN, Esmeralda Yesarelis, ARVIZÚ ARÁUZ, Seydi Gissel y GONZÁLEZ URRUTIA, Katy Ivett: "Producción de postres y vinagres a partir de exudado de cacao en la cooperativa de servicios múltiples "Ríos de agua viva, 21 de Junio, municipio Rancho Grande Matagalpa", <http://avdiaz.files.wordpress.com/2012/08/protocolo-cacao.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014.

## Proceso de obtención de la manteca de cacao



**Figura 5.** Esquema de las etapas del proceso industrial del cacao

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

**PASO 1:** Primero se realiza la recolección de los frutos maduros del árbol se los cortan y se los abren a golpes de machete para luego sacar los granos separándolos de la pulpa.

**PASO 2:** Se limpian los granos del cacao eliminando los materiales extraños.

**PASO 3:** Se deja fermentar los granos de 2 o 3 días, se envuelve la pulpa y los granos en hojas de banano.

**PASO 4:** Se dejan secar los granos a sol aproximadamente durante una semana para que se elimine la humedad y se obtenga una mejor conservación.

**PASO 5:** Se tuestan los granos para liberar el sabor y el color del chocolate.

<sup>36</sup> VILLACÍS SANTOS, Janeth Aracelly y PERALTA SALTOS, Jenny Mariela: *“Estudio De Viabilidad Para La Producción De La Mermelada De Mucílago De Cacao”*, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Comercial, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, 2012.

<sup>37</sup> MARCILLO BRAVO, Miguel Ángel; MEZA HIDALGO, Ramón Gabriel y REYES SOLÓRZANO, Javier: *VINO A PARTIR DEL MUCÍLAGO DE CACAO (Theobroma Cacao L.) EN LOS LABORATORIOS DE LA ESPAM- MFL*, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Agroindustrial, Escuela de Agroindustria, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”, Calceta, Ecuador, 2013.



**PASO 6:** Los granos se trituran y en un ciclón<sup>38</sup> se eliminan las cáscaras.

**PASO 7:** El cacao ya sin cáscara sufre una alcalinización<sup>39</sup>, usualmente con carbonato de potasio, para realzar el sabor y el color.

**PASO 8:** Para obtener el cacao descascarillado se muele groseramente y se separan de la cáscara.

**PASO 9:** Para obtener la pasta o licor de cacao se realiza una molturación fina. En esta fase radica el secreto de las chocolateras: el producto final dependerá de la selección y combinación de las semillas.<sup>40</sup>

**PASO 10:** La pasta de cacao puede prensarse para extraer parte de la materia grasa y así obtener la torta de cacao. Si la grasa residual de la torta de cacao se extrae con solventes, se obtiene el cacao desmantecado o desgrasado. La materia grasa extraída es lo que se conoce como manteca de cacao.

**PASO 11:** Para obtener el chocolate debemos utilizar el producto obtenido por un proceso adecuado de elaboración a partir de uno o más de los siguientes ingredientes: granos de cacao descascarillado, cacao en pasta, torta de prensado de cacao, cacao en polvo, cacao parcialmente desgrasado, manteca de cacao, con edulcorantes (azúcar blanco, glucosa, azúcar invertido o sus mezclas).

**PASO 12:** De acuerdo a su contenido de edulcorantes, el chocolate se puede dividir en dulce, semi amargo o amargo. El chocolate podrá ser adicionado de leche, crema, semillas enteras o fraccionadas de almendras, avellanas, nueces, maní tostado y descascarillado, cereales, frutas confitadas o miel.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> Es un dispositivo usado con mucha frecuencia en la industria, y también en la vida doméstica, para separar las partículas sólidas que son arrastradas por una corriente gaseosa.

<sup>39</sup> Puede llevarse a cabo durante el procesamiento de los granos de cacao. Durante este proceso, un alcaloide suspendido en agua es utilizado, generalmente carbonato de potasio o carbonato de sodio, para neutralizar los ácidos y alterar el grado de pH en las almendras de cacao.

<sup>40</sup> CODINI Melina: DIAZ, Florencia: GHIRARDI, Marina: VILLAVICENCIO, Inés: *Obtención y utilización de la manteca de cacao*, p.143-144.

<sup>41</sup> QUIROZ, Sandra: *Proceso industrial del cacao*, <http://crandoaevaesposible.blogspot.com/> extraído el 18 de enero del 2014

## Proceso para obtener la mermelada del mucílago

1. Recepción de materia prima mucílago 6000 gr y maguey 9000 gr, se descascara las mazorcas de buena calidad, para mejorar la calidad del producto.
2. Se recolecta el cacao en baldes y en fundas plásticas grandes, para que el líquido no se desperdicie, luego se pone en saco de yute y en una tina, hasta que drene todo el mucílago del cacao.
3. Se guarda en pomos plásticas el mucilago para ser congelado.
4. El maguey lo seleccionamos, recogemos el cacao en baldes, para después separar las almendras de cacao del maguey y colocarlo en fundas para después congelarlo.
5. Troceado, pesado y congelado, para la primera mezcla de materia prima en porcentajes (250 gr de mucílago y 250 gr de maguey) para realizar los tres tratamientos se pica el maguey en pequeño trozos de 1 cm por 1 cm y si puede a menos tamaño, para facilitar el trabajo en el momento de licuado, pesamos el mucílago y maguey, se utilizó una balanza digital para obtener las cantidades en estudio, luego procedimos a su congelación para evitar la fermentación.
6. Se procedió a descongelar el mucílago y maguey, estando descongelado completamente se realizó el licuado del mucílago y maguey de cacao con un pequeño porcentaje de azúcar.
7. Se sometió a cocción la pulpa (mucílago y maguey) en un recipiente de bronce es decir una paila, a fuego lento dando movimientos continuos con una pala de madera para que no se adhiera o se quemara.
8. Se adicionó el porcentaje restante de azúcar y el porcentaje correspondiente de pectina, ácido cítrico, hasta encontrar una cocción de 65 grados Brix.
9. El envasado se lo realizó en caliente a una temperatura no menor de 85 grados centígrados, para generar vacío en envases de vidrio de 250 gr cada uno.

10. Se cerró y esterilizó inmediatamente los frascos a baño maría durante 15 minutos con el fin de eliminar el aire en el interior de los frascos.
11. El enfriamiento lo realizamos al ambiente colocando los frascos en un mesón.
12. Luego se colocó las etiquetas, una vez que los frascos se encuentren a temperatura ambiente, y se almacenó en cartones.<sup>42</sup>

### **Especialización de los sectores productivos y su influencia en el desarrollo de los países**

La especialización productiva juega un papel importante en el crecimiento económico de un país, así como puede ser una de las causas fundamentales del desarrollo regional, de tal manera que cuando la economía nacional crece, la mayoría de las regiones también lo hacen, aunque no en forma homogénea.

La evolución de la economía ecuatoriana ha determinado la importancia de los sectores productivos en cada una de las etapas de su historia, debido a que el dinamismo que tiene cada uno de ellos revela la especialización productiva que mantiene el país, puesto que la capacidad de producción y eficiencia de cada uno de los sectores le permite generar divisas y empleo lo cual trae como consecuencia dinamizar su economía.

Gracias a las condiciones geográficas y climáticas con las que cuenta el Ecuador posee una gran riqueza de recursos naturales, y es precisamente por este motivo que desde sus inicios se ha caracterizado por ser un país altamente dependiente de los recursos que brinda la naturaleza, adoptando así un patrón de especialización primario- exportador, y que como consecuencia del boom petrolero que tuvo lugar en los años 70 se transformó en un patrón primario- extractivo-exportador con un bajo nivel de diversificación de su oferta productiva.

---

<sup>42</sup> JIMÉNEZ, Felipe y BONILLA, Mariana: Aprovechamiento de mucílago y maguey de cacao, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Agroindustrial, Escuela de Ingeniería Industrial, Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda 2012.

A pesar de que el sector servicios ha sido el más importante para el PIB ecuatoriano, es el sector primario el cual ha presentado un mayor crecimiento en el periodo 1997-2012 ya que creció aproximadamente en un 6,7% frente al 4,74% y 3,36% correspondientes al sector terciario y secundario respectivamente. La rama de actividad más representativa dentro del sector primario a nivel nacional ha sido la extracción de petróleo y gas natural, seguido por “otros cultivos” y los cultivos de banano, café y cacao evidenciando así la importancia del petróleo en la economía ecuatoriana.

La participación del sector secundario la cual abarca la transformación de la materia prima en productos elaborados, se ha incrementado en los últimos años pero a un ritmo moderado lo cual da como resultado el lento proceso de industrialización en el país. Sin embargo, se espera que según el objetivo planteado por el actual gobierno éste proceso experimente un fuerte crecimiento de tal manera que impulse al cambio de matriz productiva incentivando a invertir en industrias que comercialicen productos elaborados generando así plazas de trabajo y divisas necesarias para el desarrollo económico del país.<sup>43</sup>

## **Fundamentación Administrativa**

### **Matriz productiva del Ecuador 2013**

La matriz productiva del Ecuador se encuentra determinada por los sectores destinados a la producción de bienes y servicios ayudando al desarrollo nacional, generando inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología.

---

<sup>43</sup> ARMIJOS RIVERA, Nohemí Katherine: “Análisis comparativo de la especialización productiva de los sectores económicos en las provincias del Ecuador y su incidencia en la ocupación de la mano de obra, en el periodo 2001-2007”, <http://dspace.utpl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/7937/3/Armijos%20Rivera,%20Noemi%20Katherine.pdf>, extraído el 22 de enero del 2014.

Durante muchos años la matriz productiva del Ecuador fue agrícola, primero con la producción del cacao y después con la del banano, desde 1972 la matriz pasó a ser petrolera y agrícola, pero con predominio del petróleo; en la actualidad la matriz es petrolera, agrícola y marginalmente industrial.<sup>44</sup>

**Cuadro 5.** Crecimiento entre los años 2000 – 2011

Sector de Comunicaciones	280 %
Construcciones	165 %
Sector Financiero	114 %
Sector de Petróleo y Minas	55 %
Sector Agropecuario	48 %
Sector de Transporte	47 %
Sector de Industrias	42 %

**Fuente:** El cambio de la matriz productiva

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

**Cuadro 6.** Representación del PIB 2011

La Industria	13,40 %
El comercio	11,00 %
La Construcción y el sector de Minas e Hidrocarburos	9,70 %
El sector agropecuario	8,6 0%

**Fuente:** El cambio de la matriz productiva

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## **El cambio de la matriz productiva del Ecuador**

La transformación de la matriz productiva implica el paso de un patrón de especialización primario exportador y extractivista a uno que privilegie la producción diversificada, eco eficiente y con mayor valor agregado, así como los servicios basados en la economía del conocimiento y la biodiversidad.

<sup>44</sup> LUNA OSORIO, Luis: *El cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior*, <http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>, extraído el jueves, 25 de abril de 2013.

Con el objetivo de poder generar riquezas no solo en base a la explotación de los recursos naturales con los cuenta Ecuador, sino también utilizando las capacidades y los conocimientos que tiene la población. (Véase Figura 5).



**Figura 6.** El cambio de la matriz productiva nacional

**Fuente:** Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Tal como se muestra en la figura anterior tomando como referencia el caso del cacao se busca añadirle valor agregado a este producto de tal manera que en lugar de seguir exportando el cacao fino de aroma que produce Ecuador éste se procese para comenzar a exportar derivados en base a este grano mediante la implementación de tecnología dejando de lado la imagen de mono exportador de materias primas que tiene el país la cual ha impedido su desarrollo y generando más plazas de empleo para toda la población.

**Los objetivos para la transformación de la matriz productiva son:**

1. La diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura,

biocombustibles, productos forestales las misma que ayudaran a la ampliación de productos ecuatorianos ofertados.

2. La agregación de valor en la producción existente, incorporando tecnología y conocimiento en los procesos productivos de biotecnología, servicios ambientales y energías renovables.
3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya se estén produciendo actualmente.
4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos.<sup>45</sup>

### **El Sector Agroindustrial**

Este sector podría definirse como el conjunto de procesos de transformación que sufren las materias primas procedentes del sector agropecuario y forestal, el cual comprende desde su primera agregación de valor hasta cuándo se ha obtenido productos finales con mayor grado de elaboración. Podría decirse que éste sector es uno de los más relevantes dentro de un país puesto que se encuentra estrechamente relacionado con los demás sectores de la actividad económica.

Además es importante mencionar que al incorporar a la agricultura al proceso de agro industrialización existe una tendencia a modificar el uso del suelo e influye a en la composición de la fuerza de trabajo agrícola.

El sistema de desarrollo agroindustrial trae como consecuencia la integración vertical desde el campo hasta el consumidor final. Se trata de integrar bajo un poder decisorio los cuatro elementos básicos del sistema agroindustrial:

- Abastecimiento de insumos al agro.
- La producción pecuaria.
- La transformación o procesamiento del producto agropecuario.
- El mercado de productos.

---

<sup>45</sup> SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, *Transformación de la Matriz Productiva*, p.11

## La producción agroindustrial se clasifica en:

- **Producción con poco valor agregado:** Se refiere a la producción de un bien primario no diferenciado sin relación entre la producción y sus características de uso para el consumidor final. Ejemplos: trigo, soja, maíz, etc.
- **Productos con algún valor agregado:** Es la producción de un bien primario diferenciado donde puede existir algún enlace entre la producción, el procesamiento y sus características de uso para el consumidor final. Ejemplo: frutas, vegetales, etc.
- **Productos con alto valor agregado:** Transformación de bienes primarios en productos semi-elaborados para el consumo final. Ejemplo: aceites vegetales, carnes, harinas, etc.
- **Productos con muy alto valor agregado:** Transformación de productos primarios y semi-elaborados listos para el consumo final. Ejemplo: vinos, cigarrillos, mermeladas, chocolates, etc.<sup>46</sup>

## Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter

Elaborado por Michael Porter, el análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter constituyen una herramienta estratégica la cual permite calcular la rentabilidad de un sector, teniendo en cuenta el valor actual y la proyección de los emprendedores / pymes en el mismo. Al momento de analizar el mercado de un proyecto empresarial y establecer la mejor estrategia esta técnica es una de las más útiles.

A continuación veremos a que se refieren cada una de estas fuerzas competitivas:

La primera tiene que ver con la existencia o entrada de productos sustitutos. Puesto que la sensibilidad del cliente a sustituir el producto y la diferenciación de

---

<sup>46</sup> OLIMPIADAS NACIONALES DE CONTENIDOS EDUCATIVOS EN INTERNET: *Agroindustria*, [http://www.oni.escuelas.edu.ar/2002/santiago\\_del\\_estero/madre-fertil/agroind.htm#arriba](http://www.oni.escuelas.edu.ar/2002/santiago_del_estero/madre-fertil/agroind.htm#arriba), extraído el 22 de enero del 2014.



los productos y/o precio del resto de productos sustitutivos constituyen los principales factores que provocan mayor competitividad y disminuyen la rentabilidad del sector

La segunda de las fuerzas competitivas es la rivalidad entre los competidores. Las barreras de salida del mercado, el nivel de crecimiento del mercado, la sobrecapacidad industrial y/o el poder de los competidores / proveedores son factores que determinan la rivalidad entre los competidores. Es así que a medida que haya menos empresas compitiendo en el sector, menor rivalidad existirá y mayor será la rentabilidad del mismo.

Otra de las fuerzas competitivas es la amenaza de nuevos competidores. Para que el mercado se vuelva más atractivo y de mayor rentabilidad existen algunos factores que influyen y éstos son los siguientes: Existencia de barreras de entrada y economías de escalas, el acceso a los canales de distribución, las necesidades de calidad o las ventajas en la curva de aprendizaje.

La cuarta fuerza competitiva es el poder de negociación de los proveedores. Algunos de los principales factores que se encargan de determinar la rentabilidad de un sector son: el grado de concentración, el impacto del coste de los proveedores en el coste total del producto y/o las características específicas del producto.

Por último, la quinta fuerza competitiva es el poder de negociación de los clientes. Algunos de los factores que definen esta fuerza competitiva son: el volumen de compra de los clientes, el grado de dependencia de los canales de distribución y/o la sensibilidad del cliente al precio.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> EMPRENDE PYMES: *Las cinco fuerzas competitivas de Porter*, <http://www.emprendepymes.es/las-cinco-fuerzas-competitivas-de-porter/>, extraído el 20 de enero del 2014.

## **Análisis FODA**

El análisis FODA constituye una herramienta que permite obtener un diagnóstico preciso de una persona, empresa u organización mediante la elaboración de un cuadro en el cual se muestra la situación actual del objeto en estudio, permitiendo de esta manera tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Debido a que las condiciones tanto externas como internas se modifican a través del paso del tiempo y ocasionan que algunos factores se alteren se aconseja que luego de haber realizado este análisis por primera vez posteriormente se sigan realizando diagnósticos para comprobar si se está cumpliendo con los objetivos al inicio. Se deberá tener muy en cuenta el tipo de estudio del que se esté tratando y en qué contexto lo estemos analizando para poder determinar con qué frecuencia se realizarán estos análisis.

Esta herramienta representa el nexo que nos permite pasar del análisis de los ambientes interno y externo de la empresa para posteriormente formular y seleccionar las estrategias a seguir en el mercado. El primer objetivo de este análisis consiste en sacar conclusiones con respecto a la forma en que el objeto estudiado es capaz de afrontar los cambios y las turbulencias frente a las oportunidades y amenazas que se le presenten a partir de sus fortalezas y debilidades internas. Una vez que se haya cumplido con este primer objetivo es posible determinar las estrategias a seguir.

Como primer paso en el análisis FODA se distingue a cada una de las cuatro variables por separado y determinar qué elementos le corresponden a cada una de ellas. Las fortalezas y las debilidades son factores internos que pueden beneficiar o afectar a la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. Por otro lado las oportunidades y las amenazas corresponden a factores externos, y solo se puede tener inferir sobre las ellas modificando algunos aspectos internos.

A continuación se detallará a que se refieren cada una de estas variables:

- **Fortalezas:** constituyen aquellas capacidades especiales que le permiten a la empresa tener una posición privilegiada frente a sus competidores y entre ellas podemos encontrar: recursos que se pueden controlar, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.
- **Oportunidades:** son aquellos factores externos que resultan favorables, positivos y explotables que se deben ser descubiertos en el entorno en el que se desenvuelve la empresa y que podrían ocasionar ventajas competitivas para la misma.
- **Debilidades:** son aquellos aspectos internos que están provocando un efecto negativo a la empresa frente a sus competidores, entre ellos podríamos mencionar a los recursos de los cuales no se dispone, a las habilidades que no se tienen, actividades que no se desarrollan de manera positiva, etc.
- **Amenazas:** son todas aquellas situaciones que se encuentran en el entorno y que podrían llegar incluso a afectar la permanencia de la organización en él.<sup>48</sup>

## 2.2 MARCO LEGAL

### Tipos de Empresa Clasificados Según Diversos Criterios:

#### 1. Según el Sector de Actividad:

- ✓ **Empresas del Sector Primario:** son las que realizan sus actividades en base a la naturaleza: agricultura, ganadería, minerales, petróleo, etc.
- ✓ **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima.

---

<sup>48</sup> MATRIZ FODA: ¿Qué es la Matriz FODA?, <http://www.matrizfoda.com/>, extraído el 20 de enero del 2014.

- ✓ **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales.

## 2. Según el Tamaño:

- ✓ **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares
- ✓ **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
- ✓ **Pequeñas Empresas:** son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen.

3. **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas.

4. **Según la Propiedad del Capital:** Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

- ✓ **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.
- ✓ **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- ✓ **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

## 5. Según el Ámbito de Actividad:

- ✓ **Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio
- ✓ **Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.

- ✓ **Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.
- ✓ **Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.
- ✓ **Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

**6. Según el Destino de los Beneficios:** Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- ✓ **Empresas con Ánimo de Lucro:** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.
- ✓ **Empresas sin Ánimo de Lucro:** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

**7. Según la Forma Jurídica:**

- ✓ **Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
- ✓ **Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
- ✓ **Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
- ✓ **Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- ✓ **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una

responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

- ✓ **Sociedad Anónima:** Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan<sup>49</sup>.

## Como crear una empresa

1. **Darle un nombre a la empresa.** Después de elegir el nombre de la empresa se dirige a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, o enterarte de que ya está ocupado. En caso de que no esté registrado por otra persona tienes un plazo de 30 días de reserva, si lo necesitas puedes ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después tienes que acercarte a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio.
2. **Escritura de la Constitución de la Compañía.** Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.
3. **Registro mercantil.** Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.

---

<sup>49</sup> THOMPSON, Iván: *Tipos de empresas*, <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>, extraído el 20 de Enero del 2014.

4. **Súper de compañías.** Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.
5. **Crear el RUC de tu empresa como último paso.**<sup>50</sup>

## Requisitos para sacar el RUC para Sociedades

### Sociedades públicas:

- ✚ Formulario RUC - 01- A y RUC - 01- B suscritos por el agente de retención.
- ✚ Copia del registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública, o copia del decreto, ordenanza o resolución que apruebe la creación de la institución.
- ✚ Entregar una copia del nombramiento del agente de retención de dicha entidad o institución.
- ✚ Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o del pasaporte del agente de retención.
- ✚ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del agente de retención.
- ✚ Copia del documento que declara a la sociedad como ente contable independiente señalando la fecha de constitución y de inicio de actividades.

### Sociedades privadas:

- ✚ Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal
- ✚ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- ✚ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil

---

<sup>50</sup> EL EMPRENDEDOR,; *Como crear una empresa en Ecuador*, <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>, extraído el 20 de enero del 2014.

- ✚ Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- ✚ Copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro.
- ✚ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✚ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- ✚ Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- ✚ Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper. de Compañías

### **Identificación del representante legal y gerente general:**

- ✚ Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.
- ✚ Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.
- ✚ Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.<sup>51</sup>

### **Requisitos para exportar cacao en grano**

- 1. Verificar estatus Fitosanitario:** Verificar si el país de destino ha levantado las restricciones sanitarias de acceso a los productos de origen vegetal ecuatorianos a través del Estatus Fitosanitario<sup>52</sup>.

---

<sup>51</sup> SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: *Requisitos para sacar el RUC*, <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/254-requisitos-para-sacar-el-ruc>, Extraído el 20 de enero del 2013.



- 2. Registrarse en Agrocalidad:** Solicitar el registro de operador en la página web de Agrocalidad<sup>53</sup> según si el usuario es Exportador, Productor, Productor-Exportador.

Documentos requeridos: Ruc, copia de cedula, constitución de le empresa y nombramiento del representante legal (persona juridica)

- 3. Inspección y certificado de calidad:** El exportador debe solicitar la inspección del lote o lotes por exportar a AGROCALIDAD, setenta y dos horas previas a la exportación.

Luego, AGROCALIDAD dispone a una verificadora externa a realizar la inspección. La verificadora emite un informe, el cual es analizado por técnicos de AGROCALIDAD. Si los parámetros están acordes con las normas del tipo de cacao, se emite el Certificado de calidad previo el pago de 0.25 % del valor FOB en las cuentas de AGROCALIDAD en el Banco Nacional del Fomento, Banco del Pacifico o Banco de Guayaquil. Una vez aprobado el reporte se emite al usuario un certificado de registro y un código de registros los cuales confirman el registro de operador en Agrocalidad (Reconocidos Internacionalmente).

- 4. Solicitar certificado fitosanitario:** El certificado Fitosanitario se lo requiere por cada exportación y se lo debe solicitar máximo dos días antes del despacho de la misma. Se solicita una inspección o pre-inspección<sup>54</sup> esto se realiza en el punto de control o en las coordinaciones provinciales de Agrocalidad en el caso de una pre-inspección.

Documentos requeridos: Registro como operador, copia del manifiesto de embarque, factura proforma u otro documento que indique información del envió.

En el caso de pre-inspección se emitirá un certificado provisional que se canjeara por el certificado Fitosanitario en el punto de control. En el caso de

---

<sup>52</sup> Consiste en la información que detalla la situación sanitaria y fitosanitaria del cacao en el Ecuador para revisión y aprobación del país de destino.

<sup>53</sup> AGROCALIDAD: [www.agrocalidad.gob.ec](http://www.agrocalidad.gob.ec)

<sup>54</sup> Esta inspección es para ver si el lugar de acopio o cultivo sea fuera del lugar de salida de la carga.

una inspección una vez aprobada se otorgara el certificado Fitosanitario para el envío a realizarse.<sup>55</sup>

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**Boom cacaotero:** Época comprendida entre 1880 y 1920, caracterizada por el gran auge de las exportaciones del cacao ecuatoriano hacia Europa y Estados Unidos que permitió el crecimiento económico del país donde la región Costa fue la más beneficiada.<sup>56</sup>

**Modelo de especialización primario exportador:** Es un modelo económico que surge cuando una economía se basa en las exportaciones fundamentalmente de minerales, y de productos provenientes de actividades agrícolas.<sup>57</sup>

**Cacao CCN51:** Es un tipo de cacao clonado que tiene origen en Ecuador y que para el 22 de junio del 2005 fue declarado, mediante acuerdo ministerial, un bien de alta productividad. El clon CCN-51 cultivado en el Ecuador, es considerado como un cacao ordinario, corriente o común.<sup>58</sup>

**Cacao Fino de Aroma:** Este tipo de cacao se caracteriza por tener aromas frutales, florales y de nueces y es catalogado por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) como un cacao de exquisito aroma y sabor. A nivel mundial este tipo de cacao representa alrededor del 8% de la producción. En países como Colombia, Ecuador, Venezuela y Perú se produce el 76% del Cacao Fino de Aroma del mundo.<sup>59</sup>

---

<sup>55</sup> INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES,: *Requisitos para exportar cacao*, <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-exportar-cacao/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>56</sup> PAZ Y MIÑO CEPEDA, Juan J.: *La época cacaotera en Ecuador*, [http://the.pazymino.com/JPyM-Epoca\\_Cacaotera\\_Ecuador.pdf](http://the.pazymino.com/JPyM-Epoca_Cacaotera_Ecuador.pdf), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>57</sup> UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO: *Antecedentes de la apertura comercial y los primeros acuerdos comerciales a partir de la implantación del modelo neoliberal*, <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/2.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>58</sup> CORPORACIÓN MARKBAR: *El cacao CCN-51*, <http://agromarkbar.com/?p=169>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>59</sup> CASA LUKER: *Cacao Fino de Aroma*, <http://www.lukeringredients.com/index.php/es/>, extraído el 20 de enero del 2014.

**Desarrollo económico:** Es aquel proceso mediante el cual se pasa de un nivel económico concreto a uno superior, el cual se logra mediante la transformación estructural del sistema económico a largo plazo.<sup>60</sup>

**Modelo económico:** Se puede definir como aquel proceso que está dirigido por un gobierno para organizar las actividades económicas y buscar un vínculo armónico entre las empresas y el resto de actores sociales.<sup>61</sup>

**Entidades financieras:** Son instituciones que representan una figura de intermediación financiera, realizando operaciones tales como: concesión de préstamos y créditos, negociación de efectivos comerciales, inversión de capitales, aseguramiento, etc.

**Matriz productiva:** Es el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas incluyendo además los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos.<sup>62</sup>

**Valor agregado:** Es una característica o servicio extra que se le añade a un producto o servicio con el fin de que el consumidor perciba un mayor valor en el producto. Generalmente se trata de una característica que los productos competidores no poseen o no es muy común.<sup>63</sup>

**Producción:** Se refiere a todo mediante el cual un objeto, ya sea en estado natural o con algún grado de elaboración, es transformado en un producto útil para el consumo o para iniciar otro proceso productivo.<sup>64</sup>

---

<sup>60</sup> ECO-FINANZAS: *Desarrollo Económico*, [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DESARROLLO\\_ECONOMICO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DESARROLLO_ECONOMICO.htm), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>61</sup> DEFINICION.DE: *Modelo Económico*, <http://definicion.de/modelo-economico/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>62</sup> SENPLADES: *Transformación de la Matriz Productiva*, [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>63</sup> CRECE NEGOCIOS: *Valor Agregado*, <http://www.crecenegocios.com/valor-agregado/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>64</sup> APOCATASTASIS: *Diccionario de Marxismo*, <http://www.apocatastasis.com/diccionario-glosario-marxismo-marxista.php#produccion>, extraído el 20 de enero del 2014.

**Modelo agroexportador:** Es aquel que se basa en la exportación de materia prima de origen agrícola. Según este modelo el mundo queda dividido en dos grandes bloques: los países centrales e industrializados y los periféricos, los cuales son proveen de materias primas a los primeros.<sup>65</sup>

**Reforma Agraria:** Constituyó un proceso de cambio equilibrado y ordenado en la estructura agraria y sus aspectos económico, cultural, social y político, por medio de operaciones planificadas de afectación y redistribución de la tierra, así como de los recursos de crédito, educación y tecnología.<sup>66</sup>

**IERAC:** Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización, creado en 1962, era una institución dedicada a legalizar las tierras de los colonos que fueron víctimas de la sequía y llegaban de todas las provincias de Ecuador, especialmente de Loja y Manabí.<sup>67</sup>

**MAGAP:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, es el encargado de desarrollar los lineamientos de las áreas relacionadas con la agricultura, pesca, ganadería y forestación. Ejecuta los lineamientos de fomento a la actividad agrícola, ganadera, de pesca y acuacultura a través de planes y programas como el Seguro Agrícola, Innovación Agrícola, Plan Tierras, entre otros.<sup>68</sup>

**PIB:** Producto Interno Bruto, es el valor monetario de todos los bienes y servicios finales que se producen en una economía durante un período determinado. Además representa un indicador que sirve para medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada

---

<sup>65</sup> MODELO AGROEXPORTADOR: *Definición*, <http://modeloagroexportador.blogspot.com/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>66</sup> VITERI DIAZ, Galo: *Reforma agraria en el Ecuador*, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/298/ley-1973.htm>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>67</sup> DIARIO LA HORA: *Entre la Reforma agraria y Colonización*, [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/898781/-1/Entre\\_reforma\\_agraria\\_y\\_colonizaci%C3%B3n.html#.UtzXrdLv7Mw](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/898781/-1/Entre_reforma_agraria_y_colonizaci%C3%B3n.html#.UtzXrdLv7Mw), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>68</sup> ACTIVATE.EC: *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)*, <http://www.activate.ec/content/ministerio-de-agricultura-ganaderia-acuacultura-y-pesca-magap>, extraído el 20 de enero del 2014.

país dentro de su territorio con el objetivo de determinar la competitividad de las empresas.<sup>69</sup>

**PEA:** Es la fuerza laboral efectiva de un país y está integrada por las Personas en Edad de Trabajar (PET) que ya tienen un trabajo o están en busca de él. Dicho de otra manera, son todos los individuos que participan del mercado de trabajo, ya sea que hayan encontrado un empleo o no.<sup>70</sup>

**FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, es una organización intergubernamental la cual está constituida por 191 países, además de la Unión Europea y los países que la integran pagan cuotas de participación para pertenecer a esta organización, sus contribuciones varían de acuerdo a la riqueza del país y con esos fondos, esta organización realiza actividades en beneficio de sus miembros.<sup>71</sup>

**IICA:** Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, es la institución perteneciente al Sistema Interamericano y provee cooperación técnica, innovación y conocimiento especializado para el desarrollo competitivo y sustentable de la agricultura de las Américas y el mejoramiento de la vida de los habitantes del campo en los países miembros.

**Agro calidad:** La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional.<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> ECONOMIA.COM.MX: *Producto Interno Bruto*, [http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>70</sup> UNIVERSIDAD ICESI: *Población Económicamente activa (PEA)*, <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/poblacion-economicamente-activa.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>71</sup> OFICINA REGIONAL DE LA FAO PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: *¿Qué es la FAO?*, <http://www.rlc.fao.org/es/conozca-fao/que-es-fao/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>72</sup> AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD DEL AGRO: *La Institución*, <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>, extraído el 20 de enero del 2014.

**INIAP:** Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, está encargado de proporcionar la tecnología y los servicios especializados para impulsar la innovación agropecuaria del Ecuador.<sup>73</sup>

**UNOCACE:** Es una organización ecuatoriana de productores de cacao fino o de aroma que fue creada el 2 de febrero de 1999. Actualmente agrupa a 1730 pequeños productores de cacao nacional fino o de aroma, ubicados en las provincias de Guayas, Los Ríos, El Oro y Bolívar con 10.400 hectáreas de cacao.<sup>74</sup>

**APROCAFA:** Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma de Ecuador, es un gremio constituido por agricultores cacaoteros fundado en 1996 y que utiliza Alta Tecnología en las haciendas de sus asociados.<sup>75</sup>

**Productividad:** Es la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo. Permite determinar la eficiencia de producción por factor utilizado, que es por unidad de trabajo o capital utilizado.<sup>76</sup>

**ICCO:** Organización Internacional de Cacao, es una organización global establecida en Londres, 1973 para implementar los acuerdos negociados por la industria y países en Ginebra, en el marco de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Cacao. Está compuesta por países productores y consumidores de cacao, de forma asociada.<sup>77</sup>

---

<sup>73</sup> INSTITUTO NACIONAL AUTÓNOMO DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS: *La Institución*, <http://www.iniap.gob.ec/la-institucion/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>74</sup> UNOCACE: *Reseña Histórica*, <http://www.unocace.com/quienes-somos/resena-historica>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>75</sup> ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE CACAO FINO DE COSTA RICA: *Nueva Página Web de APROCAFA*, <http://www.canacacao.org/contenido.item.112/nueva-p%E1gina-web-de-aprocafa.html>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>76</sup> EL BLOG SALMÓN: *¿Qué es la Productividad?*, <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>, extraída el 20 de enero del 2014.

<sup>77</sup> ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE CACAO FINO DE COSTA RICA: *ICCO*, <http://www.canacacao.org/investigacion/icco/>, extraído el 20 de enero del 2014.

**Elasticidad:** Permite medir la variación que experimenta una variable en función de otra. Generalmente estas variables son, variables cuantitativas que cambian (las dependientes) cuando otras (las independientes) sufren cambios. El concepto fue acuñado por Alfred Marshall, y se recurre a él para examinar la relación entre precios y demanda, o entre diversos factores que conciernen y afectan a la producción.<sup>78</sup>

**Oligopolio:** Pertenece a lo generalmente se ha catalogado como imperfecta, en la cual una cantidad limitada de vendedores se dirige a una multitud de compradores. Describe un mercado cuya principal característica es que unas pocas empresas llevan a cabo la producción de un bien o servicio, lo que ocasiona un alto grado de interdependencia entre las decisiones de las mismas.<sup>79</sup>

**MCCH:** Maquita Cushunchic “Comercializando como Hermanos”, es una fundación cuyo objetivo es trabajar para modificar e incidir con equidad en la estructura y las relaciones de la sociedad y la economía en favor de las familias, comunidades y organizaciones de menos recursos del Ecuador, mediante procesos asociativos y productivos-comerciales estratégicos de Economía Social y Solidaria para mejorar su calidad de vida con valores humanos y cristianos.<sup>80</sup>

**C&D:** Fundación Conservación y Desarrollo, es una organización no gubernamental, autónoma de derecho privado, con finalidad social y ambiental. Tiene como objetivo trabajar en la promoción del respeto a la vida y el desarrollo sustentable, a través del uso racional de los recursos naturales generando conciencia pública en el buen uso de los mismos.<sup>81</sup>

**FOB:** Se utiliza para valorar las Exportaciones y se define como "libre a bordo". Se refiere al Valor de Venta de los productos en su lugar de origen más el Costo de

---

<sup>78</sup> GERENCIE.COM: *Elasticidad de la demanda*, <http://www.gerencie.com/elasticidad-de-la-demanda.html>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>79</sup> ECONOMIA48: *Oligopolio*, <http://www.economia48.com/spa/d/oligopolio/oligopolio.htm>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>80</sup> FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Nuestra Misión*, <http://www.fundmcch.com.ec/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>81</sup> CONSERVACIÓN Y DESARROLLO: *Historia*, <http://www.ccd.ec/es/historia/historia.php>, extraído el 20 de enero del 2014.

los fletes, seguros y otros Gastos necesarios para hacer llegar la Mercancía hasta la Aduana de salida.<sup>82</sup>

**Industria agroalimentaria:** Está conformada por aquellas empresas o actividades en las que se produce una transformación de las materias primas agrícolas o ganaderas, además de distribuirla, incorporando en el proceso un valor añadido y dando lugar a productos elaborados o semielaborados.<sup>83</sup>

**Pro Ecuador:** Es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador, forma parte del Ministerio de Comercio Exterior, y es el encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.<sup>84</sup>

**Comercio justo:** Conocido también como comercio alternativo, constituye un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte, con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional.<sup>85</sup>

**Balanza Comercial:** Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones.<sup>86</sup>

---

<sup>82</sup> ECO-FINANZAS: *Valor FOB*, [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR\\_FOB.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR_FOB.htm), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>83</sup> CAJA DE AHORROS DE LA INMACULADA DE ARAGÓN: *El Sector Agroalimentario. Evolución Reciente*, <http://www.cai.es/sestudios/pdf/sector%20evolucion.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014

<sup>84</sup> PRO ECUADOR: *Quiénes Somos*, <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>85</sup> PORTAL DE ECONOMÍA SOLIDARIA: *Comercio Justo*, [http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>86</sup> PRO ECUADOR: *Balanza Comercial*, <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>, extraído el 20 de enero del 2014.



**A.S.E:** Es una calidad del cacao, que se caracteriza por tener pesos mínimos de sus almendras entre 105-110 gr. los 100 granos, tiene un porcentaje de fermento (bueno y ligero), entre el 50-60%, las impurezas no deben pasar del 4,0% , el porcentaje de moho no excede del 3% y la humedad al 7% (cero relativo para cacao), como máximo, su precio varía de acuerdo a la bolsa de Nueva York y al momento se encuentra por los 50 sobre NYB.<sup>87</sup>

**A.S.S:** Es una calidad de cacao, esta tiene característica tales como: pesos mínimos de sus almendras entre 120-125 gr. los 100 granos, tiene un porcentaje de fermento (bueno y ligero), entre el 65-75%, las impurezas no deben pasar del 2,5% , el porcentaje de moho no excede del 2% y la humedad al 7% (cero relativo para cacao), como máximo, su precio varía de acuerdo a la bolsa de Nueva York y al momento se encuentra por los 100-150 sobre NYB.<sup>88</sup>

**A.S.S.S:** Es una calidad de cacao, que se encuentra con pesos mínimos de sus almendras entre 125-130 gr. las 100 pepas, tiene un porcentaje de fermento (bueno y ligero), entre el 75-85%, las impurezas no deben pasar del 1,5% , el porcentaje de moho no excede del 1% y la humedad al 7% (cero relativo para cacao), como máximo, su precio varía de acuerdo a la bolsa de Nueva York y al momento se encuentra por los 150-200 sobre NYB.<sup>89</sup>

**ANECACAO:** Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, es una asociación sin fines de lucro con personería jurídica, la cual vela por el bienestar y el desarrollo del sector productor y exportador de Cacao del país.<sup>90</sup>

**Comunidad Andina de Naciones:** Es una comunidad de países unidos voluntariamente con el objetivo de alcanzar un desarrollo integral, más equilibrado

---

<sup>87</sup> FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Parámetros de Calidad*, <http://www.fundmcch.com.ec/cacao/cacao.php>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>88</sup> FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Parámetros de Calidad*, <http://www.fundmcch.com.ec/cacao/cacao.php>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>89</sup> FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Parámetros de Calidad*, <http://www.fundmcch.com.ec/cacao/cacao.php>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>90</sup> ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CACAO: *Quienes Somos*, <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/>, extraído el 20 de enero del 2014.

y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana. Integrada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.<sup>91</sup>

**Unión Europea:** Es una comunidad constituida por veintisiete estados europeos, que fue establecida el 1 de noviembre de 1993, los países que la integran son: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, la República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia y el Reino Unido.<sup>92</sup>

**CRIG:** Es el Instituto de Investigación del Cacao de Ghana y se estableció en Tafo en junio de 1938 como la Estación del Departamento de Agricultura de Oro de la Costa Central de Investigación del Cacao en la recomendación de la Consejera de Agricultura al Ministro de Estado británico para las Colonias, Sir Frank Stockdale.<sup>93</sup>

**Ecoeficiencia:** Es una cultura administrativa que trata de inferir en todos los sectores de la sociedad para asumir su responsabilidad con la sustentabilidad y además motiva a que las actividades productivas sean más competitivas, adaptando y readecuando los sistemas productivos existentes a las necesidades del mercado y del ambiente, impulsando niveles más altos de desarrollo económico, social y ambiental.<sup>94</sup>

**Integración vertical:** Consiste en una estrategia en la que un mismo propietario dispone de actividades en distintas fases de esa industria. Puede darse en tres niveles: Integración vertical compensada: la compañía establece empresas que le suministran materiales y distribuyen los productos. Integración vertical hacia delante: la compañía crea empresas que distribuyen o venden producto. Integración vertical hacia atrás: la compañía crea empresas que satisfacen

---

<sup>91</sup> COMUNIDAD ANDINA: *Somos Comunidad Andina*, <http://www.comunidadandina.org/Quienes.aspx>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>92</sup> LOS HISPANOABLANTES EN LA UE: La Unión Europea, <http://hispanohablantes-eu-unioneeuropea.blogspot.com/>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>93</sup> GHANA COCOA BOARD: *Instituto de Investigación del Cacao de Ghana (CRIG)*, [http://www.cocobod.gh/cocoa\\_research.php](http://www.cocobod.gh/cocoa_research.php), extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>94</sup> VITALIS: *Ecoeficiencia*, <http://www.vitalis.net/recursos/ecoefficiencia/>, extraído el 20 de enero del 2014.

algunos o todos sus insumos de producción con el fin de asegurar el suministro materiales y la calidad del producto final.<sup>95</sup>

**Curva de aprendizaje:** es un registro gráfico que muestra la relación que existe entre el tiempo o costo de producir una unidad y el número de unidades producidas, esencialmente representa las mejoras que se producen en los costos a medida que los productores ganan experiencia y aumenta el número total de unidades producidas.<sup>96</sup>

**Ingreso disponible:** Es el resultado del ingreso total una vez disminuido los impuestos y en macroeconomía este término es utilizado para referirse a la base sobre la cual se calcula y se mide determinados comportamientos de una nación como el nivel de ahorro junto con la propensión marginal al ahorro y el nivel de consumo con la propensión marginal al consumo.<sup>97</sup>

**Ventajas Competitivas:** Son aquellas ventajas que le permiten a una empresa destacar o sobresalir y tener una posición competitiva ante otras que pertenecen al mismo mercado o sector y estas se pueden encontrar en diferentes aspectos de la empresa, por ejemplo, puede existir ventaja competitiva en el producto, en la marca, en el servicio al cliente, en los costos, en la tecnología, en el personal, en la logística, en la infraestructura, en la ubicación, etc.<sup>98</sup>

---

<sup>95</sup> FLORES CHOPERENA, Oscar Everardo: *Integración Horizontal, vertical, hacia adelante y hacia atrás*, <http://floreschoperena.blogspot.com/2009/08/ntegracion-horizontal-vertical-hacia.html>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>96</sup> SLIDESHARE: *La Curva de Aprendizaje*, <http://www.slideshare.net/andrearagones/curva-de-aprendizaje>, extraído el 20 de enero del 2014.

<sup>97</sup> ENCICLOPEDIA FINANCIERA: *Ingreso Disponible*, <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-ingreso-disponible.html>, extraído el 23 de enero del 2014.

<sup>98</sup> CRECE NEGOCIOS: *Ventajas Competitivas*, <http://www.crecenegocios.com/ventajas-competitivas/>, extraído el 23 de enero del 2014.

## 2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 2.4.1 Hipótesis general

Un impulso al desarrollo productivo del sector industrializando áreas como la obtención de derivados de cacao mejorara el nivel de vida de los habitantes del sector.

### 2.4.2 Hipótesis particulares

- ✓ La industrialización del cacao para la obtención de derivados aumenta el desarrollo socioeconómico del sector.
- ✓ La ayuda financiera y técnica de parte del estado impulsara al desarrollo de nuevas industrias que se dedique a la elaboración de derivados de cacao.
- ✓ Al determinar los tipos de derivados de cacao que demanda el mercado se definirá cuáles de ellos se ofertará.
- ✓ El apoyo que brinden las instituciones financieras potencializará la producción de derivados de cacao.
- ✓ El nivel de producción de cacao que tiene el sector ayudará a determinar la producción de derivados que se coloque en el mercado.

### 2.4.3 Declaración de Variables

**Cuadro 7.** Declaración de variables

VARIABLE DEPENDIENTE.	VARIABLE INDEPENDIENTE.
Nivel de vida de los habitantes del sector	Desarrollo productivo
Desarrollo socioeconómico	Industrialización del cacao
Desarrollo de industrias que elaboren derivados de cacao	Entidades Financieras
Tipos de derivados que se ofertará	Tipos de derivados de cacao que demandan los consumidores
Producción de derivados de cacao	Apoyo de las instituciones financieras
Cantidad de producción de derivados de cacao que se ofertará	Nivel de producción de cacao que existe en el sector

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

## 2.4.4 Operacionalización de Variables

**Cuadro 8.** Operacionalización de variables

Variable	Tipo	Concepto	Indicador
Nivel de vida de los habitantes del sector	Dependiente	Grado de bienestar material que ha logrado un determinado individuo	1.- Bienestar material. 2.- Ingreso mensual 3.- Bienestar físico
Desarrollo socioeconómico	Dependiente	Conforman 4 ejes importantes, la riqueza, evolución, progreso y crecimiento	1.- Cantidad de producción de derivados de cacao por año. 2.- Calidad de vida de los habitantes del sector. 3.- Ingreso Mensual de cada habitante del sector.
Desarrollo de industrias que elaboren derivados de cacao	Dependiente	Evolución de empresa que se dediquen a la elaboración de derivados de cacao.	1.- Numero de industrias que elaboran derivados de cacao. 2.- Capital Financiero con el que se debe contar para implementar industrias que elaboren derivados de cacao. 3.- Conocimiento para implementar unas industrias que elaboren derivados de cacao.
Tipos de derivados que se ofertará	Dependiente	Variación de derivados de cacao que serán ofertados al mercado.	1.- Costos de producción de los diferentes tipos de derivados de cacao. 2.- Precios de los diferentes tipos de derivados de cacao. 3.- Cantidad demandada de los diferentes tipos de derivados de cacao.
Producción de derivados de cacao	Dependiente	Elaboración de productos terminados en base al cacao.	1.- Cantidad de producción de derivados de cacao por año. 2.- Producción de cacao / producción de derivados de cacao. 3.- Número de empresas que elaboren derivados de cacao en el sector.
Cantidad de producción de derivados de cacao que se ofertará	Dependiente	Valor numérico de producción de derivados de cacao que los productores estarán dispuestos a vender a los distintos precios del mercado.	1.- Costos de producción de los diferentes tipos de derivados de cacao. 2.- Precios de los diferentes tipos de derivados de cacao. 3.- Nivel de consumo de los diferentes tipos de derivados de cacao en el sector.

Desarrollo productivo	Independiente	Ayuda a conseguir el desarrollo humano y crecimiento económico en base a la producción.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Producto interno bruto del sector.</li> <li>2.- Inversión</li> <li>3.- Producción.</li> </ol>
Industrialización del cacao	Independiente	Proceso por el cual pasa el cacao para obtener derivados del mismo.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Procesos de obtención de derivados de cacao.</li> <li>2.- Variedad de productos derivados del cacao.</li> <li>3.- Costos de producción de los diferentes tipos de derivados de cacao.</li> </ol>
Entidades Financieras	Independiente	Son aquellas que se encargan de facilitar financiación a los que necesitan recursos sean sociedades o particulares.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Número de entidades financieras.</li> <li>2.- Tipos de beneficios que brindan las entidades financieras.</li> <li>3.- Como obtener ayuda financiera y técnica a través de entidades financieras.</li> </ol>
Tipos de derivados de cacao que demandan los consumidores	Independiente	Diferentes productos obtenidos en base al cacao que desean comprar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Variedad de productos derivados de cacao que más se consume.</li> <li>2.- Cantidad de los diferentes tipos de derivados de cacao que consume en el mes.</li> <li>3.- Precio de los diferentes tipos de derivados de cacao.</li> </ol>
Apoyo de las instituciones financieras	Independiente	Ayuda que brindan las instituciones al facilitar créditos u otros beneficios.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Nivel de inversión requerida para producción de derivados de cacao / financiamiento obtenido.</li> <li>2.- Tipos de créditos que ofrecen las entidades financieras.</li> <li>3.- Número de créditos obtenidos para desarrollo productivo.</li> </ol>
Nivel de producción de cacao que existe en el sector	Independiente	Volumen de producción de cacao que existe en un cierto sector.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- % de productividad por hectárea de cacao.</li> <li>2.- Cantidad de hectáreas en producción.</li> <li>3.- Número de agricultores que se dedican a la producción de cacao en el sector.</li> </ol>

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

##### **Campo**

Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación.<sup>99</sup>

En el caso de nuestro estudio tenemos que realizar una investigación de campo debido a que ésta se efectuará recolectando datos tanto en el lugar donde están presentes los cultivos de cacao y también en donde se pretende vender los productos resultantes de la industrialización de estos cultivos.

##### **Documental**

Se refiere a la investigación social basada en documentos se dedica a reunir, seleccionar y analizar datos que están en forma de “documentos” producidos por

---

<sup>99</sup> RED ESCOLAR NACIONAL: *Investigación de Campo*, <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/HT4a.html>, extraído el 5 de febrero del 2014.

la sociedad para estudiar un fenómeno determinado. También se conoce como investigación basada en fuentes secundarias.<sup>100</sup>

Utilizamos este tipo de investigación puesto que nos ayudó a incorporar toda la información que necesitamos para llevar a cabo nuestro proyecto de grado, información que se obtuvo de varios textos y fuentes de internet que ayudaron a constituir y ampliar el marco teórico, referencial y conceptual.

### **Aplicada**

También conocida como práctica o empírica, busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren, depende de los avances y resultados de la investigación básica, lo que le interesa al investigador son las consecuencias prácticas.<sup>101</sup>

Esta investigación es utilizada por nosotras debido a que mediante los resultados de las encuestas que realizaremos podremos obtener información que nos permita conocer si la industrialización de los cultivos de cacao nos va a incidir en la mejora de los niveles de vida de los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo.

### **Cuantitativa**

Es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables.<sup>102</sup>

En el presente trabajo utilizamos también investigación cuantitativa debido a que hemos establecido indicadores tales como ingresos mensuales, número de empresas que se dedican a la fabricación de derivados de cacao, número de hectáreas que se destinan a la producción de cacao, entre otros.

---

<sup>100</sup> OPEN COURSE WARE: Técnicas cualitativas de investigación social, [http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema\\_6\\_investigacion\\_documental.pdf](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema_6_investigacion_documental.pdf), extraído el 10 de febrero del 2014.

<sup>101</sup> SCRIBD: *Investigación Aplicada*, <http://es.scribd.com/doc/39143338/Investigacion-Aplicada>, extraído el 5 de febrero del 2014.

<sup>102</sup> FISTERRA: *Investigación cuantitativa y cualitativa*, [http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali.asp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp), extraído el 5 de febrero del 2014.



## **3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la Población**

La población de este estudio está conformada por todos los habitantes del Cantón Milagro y también se considera a los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo.

### **3.2.2 Delimitación de la Población**

Contamos con dos poblaciones finitas:

- ✓ La primera población objetivo es finita, con un tamaño de 166.634 individuos, de ambos sexos, considerando a todos los habitantes del Cantón Milagro.<sup>103</sup>
- ✓ La segunda población objetivo es finita con un tamaño de 103 individuos, de ambos sexos, considerados como productores de cacao pertenecientes a la Parroquia del Cantón Milagro.<sup>104</sup>

### **3.2.3 Tipo de la Muestra**

La muestra que se va a determinar para el caso de los consumidores cae en la tipificación probabilística debido a que todos los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

En el caso de los productores debido a que el número de individuos que conforman la población es muy pequeño se utilizará el universo.

### **3.2.4 Tamaño de la Muestra**

Para llevar a cabo esta investigación es necesario realizar el cálculo de una muestra la cual se utilizará para encuestar a los habitantes del Cantón Milagro.

---

<sup>103</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS: *Población de 10 y más años por condición de actividad, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento*, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>, extraído el 5 de febrero del 2014.

<sup>104</sup> Información proporcionada por la Asociación de Cacaoteros “Nuevos horizontes” de la Parroquia Roberto Astudillo.

Para el cálculo de esta muestra, conociendo que 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

$$n_1 = \frac{166.634(0.5)(0.5)}{\frac{(166.634-1)(0.05)^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n_1 = \frac{41.658,5}{\frac{(166.633)(0.0025)}{(3,8416)} + (0.5)(0.5)}$$

$$n_1 = \frac{41.658,5}{\frac{416,5825}{3,8416} + 0.25}$$

$$n_1 = \frac{41.658,5}{108,439843 + 0.25}$$

$$n_1 = \frac{41.658,5}{108,689843}$$

$$n_1 = 383,278684$$

$$n_1 = 383$$

Luego de aplicar la fórmula anterior hemos encontrado que la muestra para los consumidores está compuesta por 383 individuos, habitantes del Cantón Milagro.

En el caso de los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo tomaremos al total de los mismo debido a que la población es muy pequeña, N=103.

### **3.2.5 Proceso de Selección**

En el caso de la muestra correspondiente a los consumidores de derivados de cacao del Cantón Milagro utilizaremos un muestreo probabilístico denominado aleatorio simple debido a que todos los individuos que conforman la población total del Cantón Milagro tienen la misma opción de ser escogidos.

En el caso de los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo todos los individuos de la población serán objeto de estudio puesto que si calculamos la muestra esta no sería representativa.

## **3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS**

### **3.3.1 Métodos Teóricos**

#### **Analítico-Sintético**

Método filosófico dualista por medio del cual se llega a la verdad de las cosas, primero se separan los elementos que intervienen en la realización de un fenómeno determinado, después se reúnen los elementos que tienen relación lógica entre sí (como en un rompecabezas) hasta completar y demostrar la verdad del conocimiento. Hay quienes lo manejan como métodos independientes.<sup>105</sup>

Este método se va a aplicar luego de recopilar y procesar la información ya que nos permite analizar e interpretar la información para obtener conclusiones.

---

<sup>105</sup> NIVEL DOSTIC BLOG: *Técnicas de Investigación de Campo*, <http://niveldostic.blogspot.com/2009/06/metodo-analitico-sintetico.html>, extraído el 5 de febrero del 2014.

## **Inductivo-Deductivo**

El método inductivo y deductivo es el modo de razonar que nos permite generar una conclusión general, este es un método racional que ayuda a unir partes conocidas de una investigación para obtener una conclusión general.

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**

El método hipotético-deductivo es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica.

El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

Este método obliga al científico a combinar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico (la observación y la verificación).<sup>106</sup>

Este método se aplica en el momento en el que se formulan las hipótesis que representan supuestos que luego del análisis de los datos recolectados va a ser posible determinar si éstos supuestos se cumplen o no.

---

<sup>106</sup> DICCIONARIO DE PSICOLOGÍA CIENTÍFICA Y FILOSÓFICA: *Método Hipotético- Deductivo*, <http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm>, extraído el 5 de febrero del 2014.

### **3.3.2 Métodos Empíricos**

#### **La Observación**

La observación, como procedimiento, puede utilizarse en distintos momentos de una investigación más compleja: en su etapa inicial se usa en el diagnóstico del problema a investigar y es de gran utilidad en el diseño de la investigación.

En el transcurso de la investigación puede convertirse en procedimiento propio del método utilizado en la comprobación de la hipótesis. Al finalizar la investigación la observación puede llegar a predecir las tendencias y desarrollo de los fenómenos, de un orden mayor de generalización.<sup>107</sup>

Se utiliza esta técnica porque primero se va a observar el sector donde se van a realizar las encuestas para la recolección de información que luego de ser tratada nos va a ayudar a determinar si las hipótesis planteadas se aceptan o se rechazan.

### **3.3.3 Técnicas e Instrumentos**

#### **La Encuesta**

La encuesta es un método previamente establecido y estructurado para recabar información de primera mano para un estudio. En este caso se la realizará a la muestra que ya se ha determinado para los habitantes del Cantón Milagro y a los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo perteneciente al Cantón Milagro, con el fin de obtener información que corrobore o rechace las hipótesis planteadas.

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

En la presente investigación se tabulará toda la información recogida en Excel, presentando los resultados en gráficos tales como pasteles y barras, utilizando la frecuencia como herramienta estadística.

---

<sup>107</sup> CONCEPTOS BÁSICOS DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: *Métodos de la Investigación*, <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>, extraído el 5 de febrero del 2014.

## **CAPÍTULO IV**

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

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

Con el objetivo de comprobar la factibilidad de la realización de nuestro proyecto hemos utilizado como herramienta de trabajo las encuestas, en este caso este instrumento está dirigido tanto a los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo del Cantón Milagro como a los habitantes del mismo cantón, estos últimos considerados consumidores. Toda la información recolectada nos es de gran ayuda para obtener conocimientos indispensables para la elaboración de nuestra propuesta.

Toda la información que obtuvimos con la utilización de los instrumentos de investigación tuvo un proceso sistemático de selección, tabulación y análisis de resultados y para ello seguimos los siguientes pasos:

- Aplicación de los instrumentos
- Recolección de datos
- Selección de la información
- Tabulación de la información
- Diseño de cuadros, gráficas y tablas estadísticas
- Análisis e interpretación de resultados

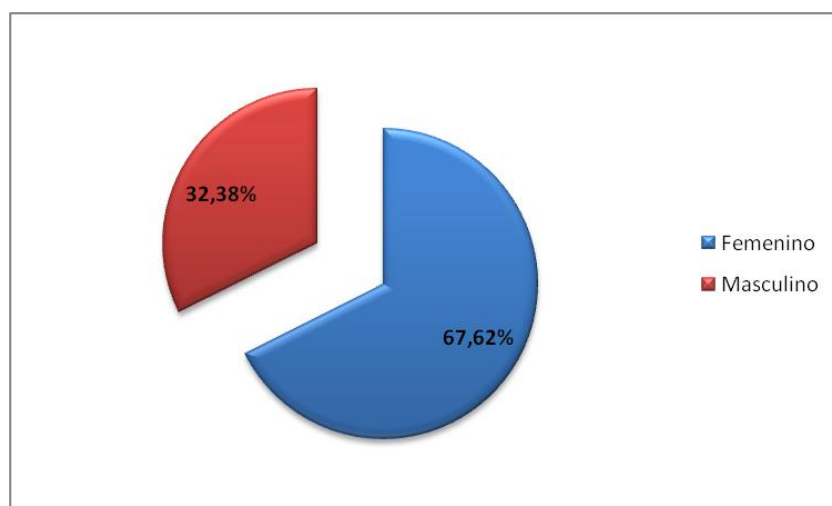
## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO:

**Cuadro 9.** Datos demográficos “sexo”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	259	67,62%
Masculino	124	32,38%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 7.** Datos demográficos “sexo”

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

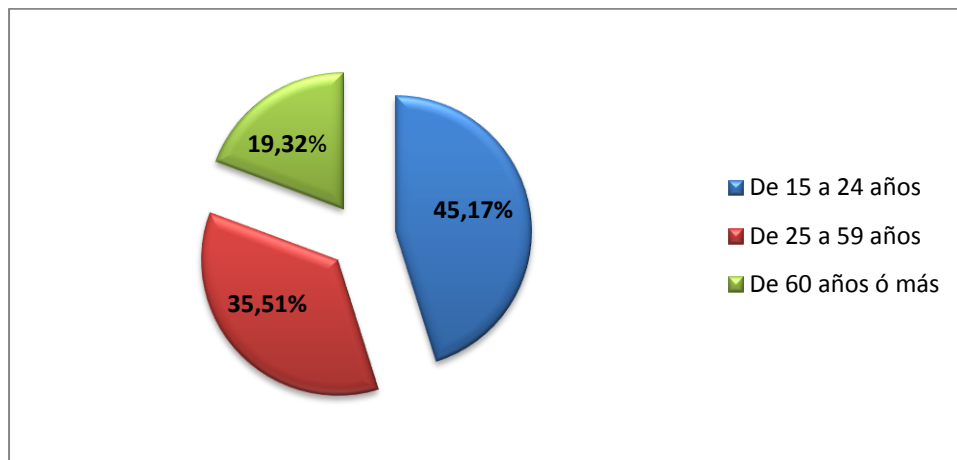
Como podemos observar existe la tendencia a que la mayor parte de los consumidores de derivados de cacao sean de sexo femenino representando alrededor del 67,62% mientras que el 32,38% son de sexo masculino esta situación se da debido a que según estudios científicos el chocolate regula los estados de ánimos puesto que está compuesto por sustancias como la teobromina a la cual el cerebro de las mujeres resulta ser más sensible.

**Cuadro 10.** Datos demográficos “Edad”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 24 años	173	45,17%
De 25 a 59 años	136	35,51%
De 60 años ó más	74	19,32%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 8.** Datos demográficos “Edad”

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Alrededor del 45,17% de los consumidores de derivados de cacao son personas con edades comprendidas entre los 15 y 24 años de edad, seguidos de grupos de entre 25 y 59 años de edad que representan el 35,51%, y finalmente el 19,32% está representado por personas de 60 años o más, ésta situación se da debido a que entre los jóvenes es más común este tipo de alimentos puesto que la mayor parte de ellos no presentan problemas de salud tales como la diabetes que a diferencia de las personas adultas si la padecen.

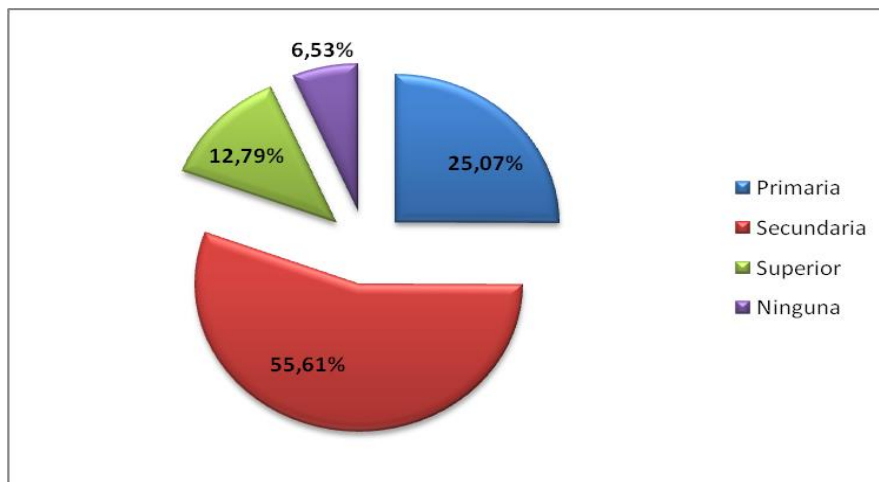


**Cuadro 11.** Datos demográficos “Nivel de instrucción”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	96	25,07%
Secundaria	213	55,61%
Superior	49	12,79%
Ninguna	25	6,53%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 9.** Datos demográficos “Nivel de Instrucción”

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Según la gráfica anterior el 55,61% de los encuestados cuentan con un nivel de instrucción secundario, mientras que el 25,07% tienen un nivel de instrucción primaria, seguido por el 12,79% que cuentan con educación superior y finalmente el 6,53% no cuenta con ningún tipo de instrucción.

## PREGUNTAS:

### Pregunta N°1

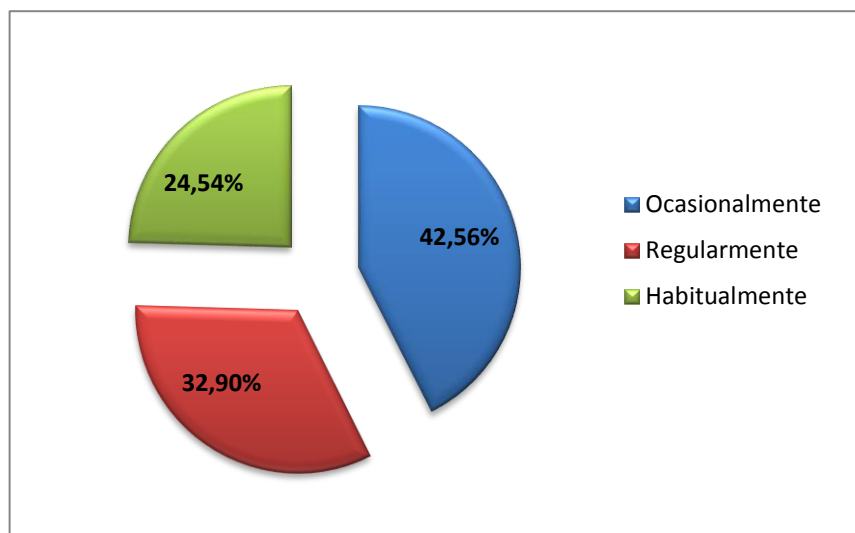
¿Con qué regularidad consume usted derivados de cacao?

**Cuadro 12.** Regularidad del consumo de derivados de cacao

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ocasionalmente	163	42,56%
Regularmente	126	32,90%
Habitualmente	94	24,54%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 10.** Regularidad del consumo de derivados de cacao

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

En base a los datos recolectados podemos mencionar que alrededor del 42,56% del total de encuestados consumen derivados de cacao ocasionalmente, mientras que el 32,90% lo hace con regularidad y finalmente el 24,54% señaló que lo hace

de manera habitual. El consumo de este tipo de productos no se da de manera habitual puesto que gran parte de las personas que se encuestaron desconoce sus beneficios.

## Pregunta N°2

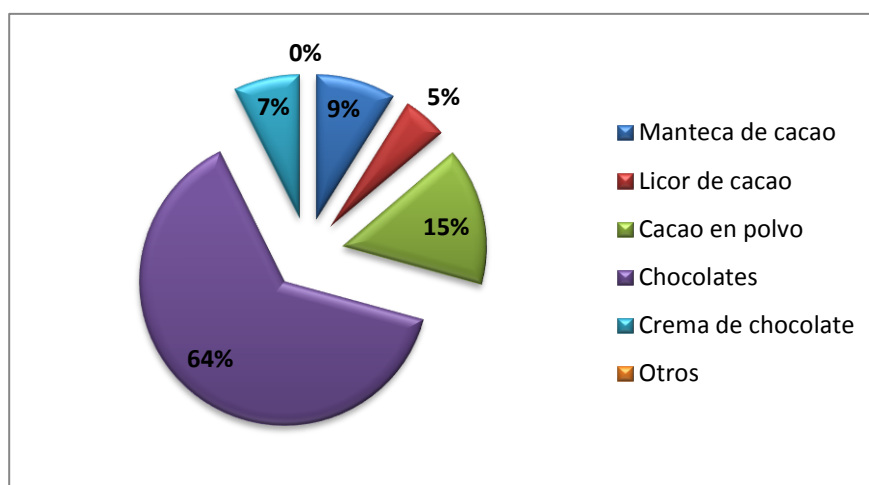
¿Cuáles de los siguientes derivados usted consume?

**Cuadro 13.** Consumo de derivados de cacao

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Manteca de cacao	34	8,88%
Licor de cacao	19	4,96%
Cacao en polvo	59	15,40%
Chocolates	243	63,45%
Crema de chocolate	28	7,31%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 11.** Consumo de derivados de cacao

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Según la gráfica podemos observar que el derivado de cacao que más consumen los encuestados son: chocolates con el 63,45%, seguido por cacao en polvo con el 15,40%, luego se ubica la manteca de cacao con un 8,88% y finalmente la crema de chocolate y el licor de cacao con el 7,31% y 4,96% respectivamente. Es importante mencionar también que ninguna persona manifestó haber consumido otro tipo de derivados de cacao.

El alto nivel de consumo de chocolates se presenta debido a que es el derivado de cacao más conocido y además se venden en diversas presentaciones con precios accesibles para todas las clases sociales.

### Pregunta N°3

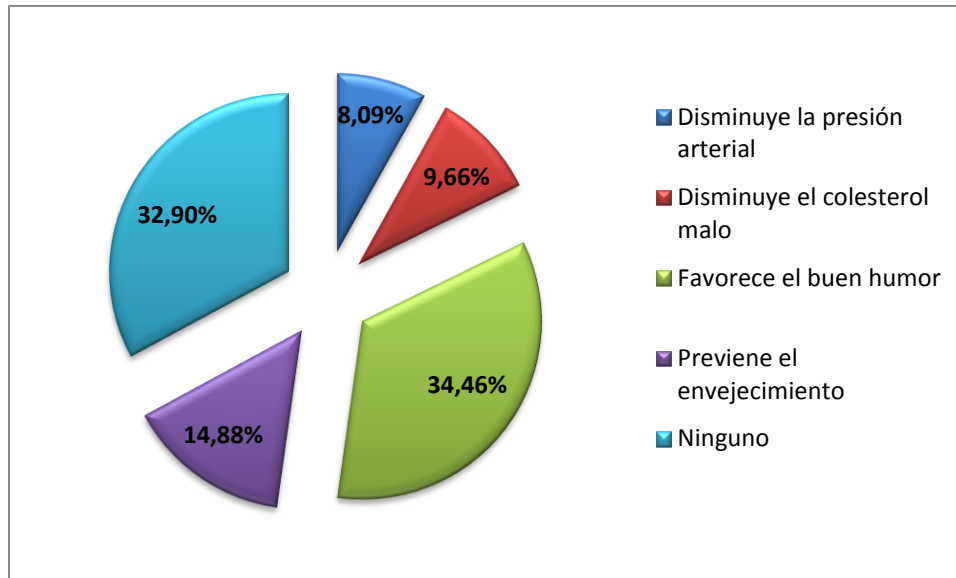
**¿Por cuáles de los siguientes beneficios usted consume este tipo de productos?**

**Cuadro 14.** Beneficios de consumir derivados de cacao

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Disminuye la presión arterial	31	8,09%
Disminuye el colesterol malo	37	9,66%
Favorece el buen humor	132	34,46%
Previene el envejecimiento	57	14,88%
Ninguno	126	32,90%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 12.** Beneficios de consumir derivados de cacao

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Según la información obtenida el 34,46% de los encuestados manifestó que consume este tipo de productos porque favorece al buen humor, seguido por un 32,90% que menciona que los consume sin conocer ninguno de estos beneficios, mientras que 14,88% menciona que previene el envejecimiento, el 9,66% dice consumir este tipo de productos debido a que disminuye el colesterol malo y finalmente el 8,09% mencionó que estos productos ayudan a disminuir la presión arterial.

Gran parte de las personas encuestadas desconoce los beneficios que tiene el consumo de derivados de cacao pues no existen campañas que informen a la ciudadanía los beneficios que traen el consumo de este tipo de productos.

#### Pregunta N°4

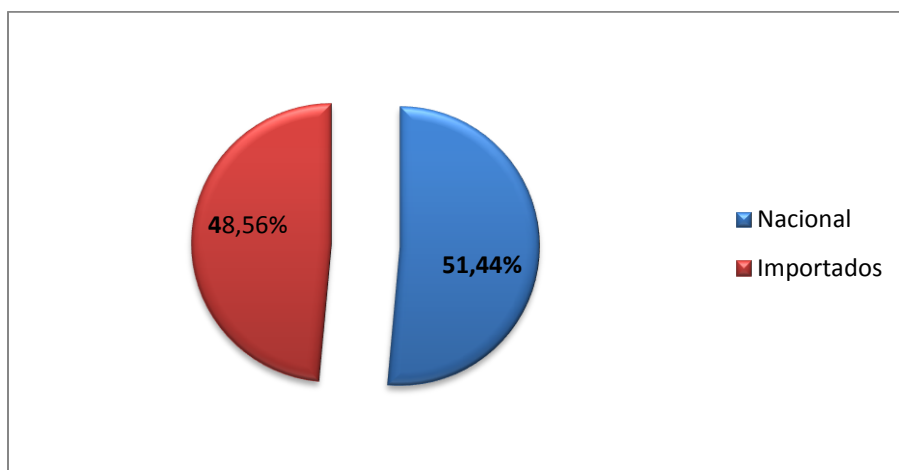
¿Los productos derivados de cacao que usted consume son de procedencia?

**Cuadro 15.** Procedencia de los derivados de cacao que usted consume

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	197	51,44%
Importados	186	48,56%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 13.** Procedencia de los derivados de cacao que usted consume

**Fuente:** Responsables de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Alrededor del 51,44% de los encuestados manifestó que prefería consumir derivados de cacao de origen nacional mientras que el 48,56% prefiere consumir productos importados. Esta situación es muy favorable puesto que podemos observar que el nivel de consumo de productos nacionales es muy elevado, los encuestados manifestaron que el producto nacional goza de una buena presentación y calidad.

## Pregunta N°5

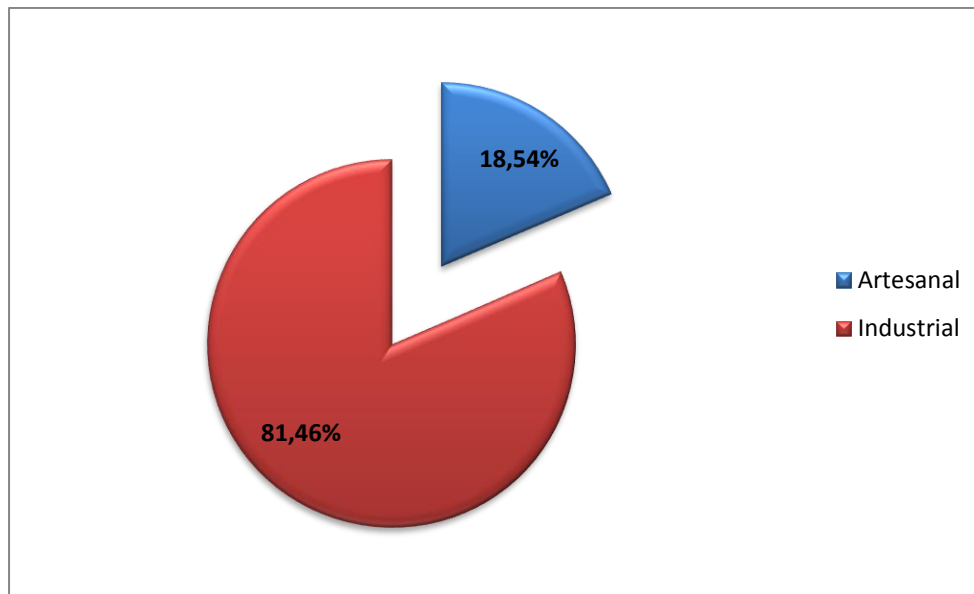
### Usted prefiere consumir derivados de cacao de producción

**Cuadro 16.** Preferencia de consumir derivados de cacao

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	71	18,54%
Industrial	312	81,46%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultado de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 14.** Preferencia de consumir derivados de cacao

**Fuente:** Resultado de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Por otro lado el 81,46% prefiere consumir derivados de cacao de producción industrial mientras que tan sólo el 18,54% consume este tipo de productos elaborados de manera artesanal. Esta situación se produce debido a que generalmente los derivados de cacao de producción industrial gozan de una mejor presentación de aquellos que pasan por un proceso de elaboración artesanal.

## Pregunta N°6

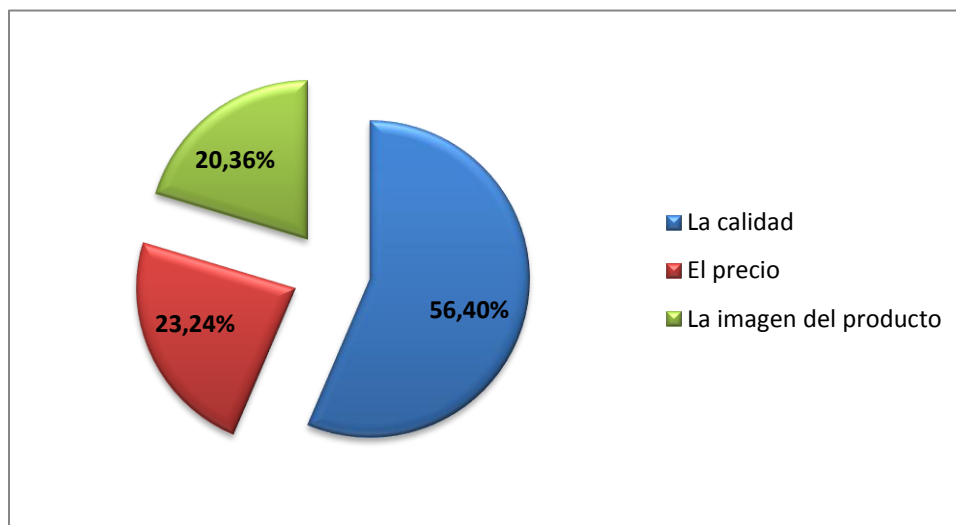
**Al momento de adquirir este tipo de productos usted considera importante:**

**Cuadro 17.** Al momento de adquirir este tipo de productos usted considera importante

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
La calidad	216	56,40%
El precio	89	23,24%
La imagen del producto	78	20,36%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 15.** Al momento de adquirir este tipo de productos usted considera importante

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Según la gráfica podemos mencionar que el 56,40% de los encuestados al momento de consumir este tipo de productos considera importante la calidad, mientras que el 23,24% tiene en cuenta el precio y el 20,36% se fija en la imagen



que tiene producto. El hecho de que las personas valoren más la calidad al momento de adquirir este tipo de productos se da puesto que éstos están destinados a ser degustados por lo tanto, deben de tener un agradable sabor y olor para ser ingeridos.

### **Pregunta N°7**

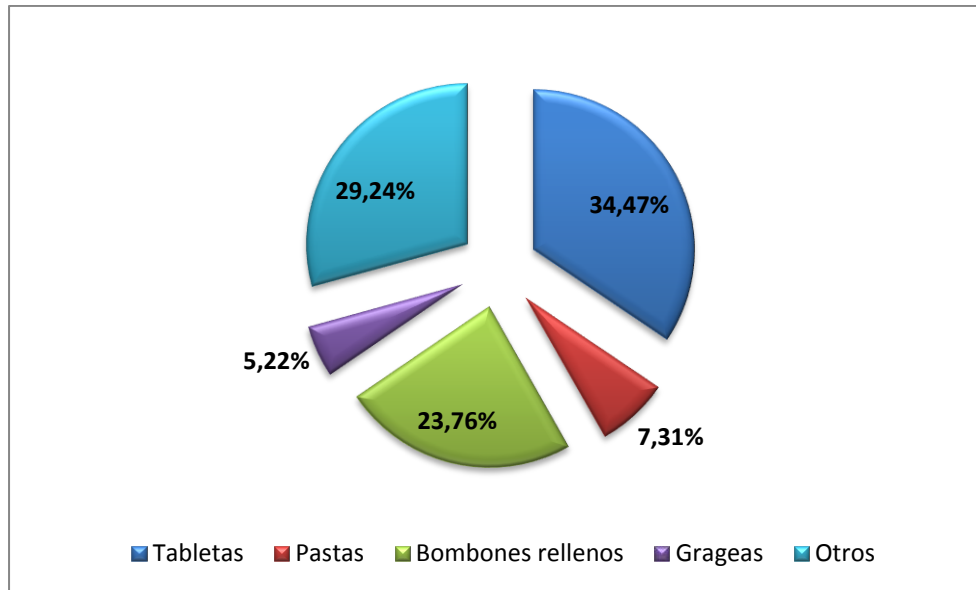
**En relación a la imagen, ¿En qué presentaciones usted prefiere consumir este tipo de productos?**

**Cuadro 18.** En qué presentaciones usted prefiere consumir este tipo de productos

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Tabletas	132	34,47%
Pastas	28	7,31%
Bombones rellenos	91	23,76%
Grageas	20	5,22%
Otros	112	29,24%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 16.** En qué presentaciones usted prefiere consumir este tipo de productos

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

En cuanto a la imagen que tienen las presentaciones de este tipo de productos los encuestados, con un 34,47% han manifestado que prefieren consumirlos en tabletas, seguido por otras presentaciones con un 29,24% es necesario mencionar que estas otras presentaciones hacen referencia al cacao en polvo, la manteca de cacao y el licor de cacao, el 23,76% mencionó que prefería consumir bombones rellenos, mientras que el 7,31% prefiere consumirlos en pastas y el 5,22% mencionó que consume grageas.

La razón por la cual se dieron este tipo de resultados podría ser porque las tabletas son presentaciones más económicas que los bombones rellenos que generalmente se venden en cajas para regalos.

### Pregunta N°8

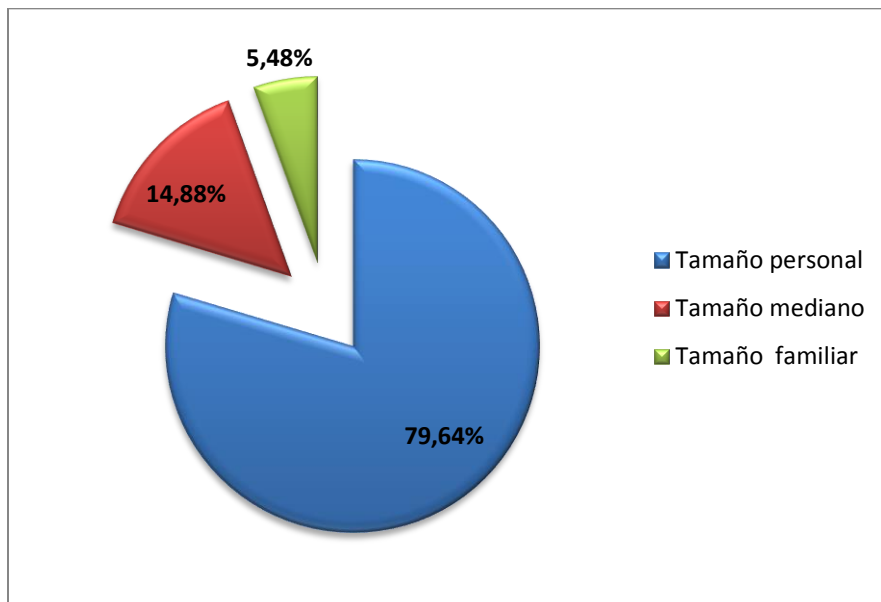
En relación al contenido, ¿En qué presentaciones usted consume este tipo de productos?

**Cuadro 19.** En qué presentaciones usted consume este tipo de productos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Tamaño personal	305	79,64%
Tamaño mediano	57	14,88%
Tamaño familiar	21	5,48%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Responsable de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 17.** En qué presentaciones usted consume este tipo de productos

**Fuente:** Resultado de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Según la información recolectada podemos darnos cuenta que el 79,64% de los encuestados consume este tipo de productos en presentaciones de tamaño personal, mientras que el 14,88% en tamaño mediano y el 5,48% prefiere consumirlos en tamaño familiar.

El hecho de que la mayoría de los encuestados prefiera consumir este tipo de productos en presentaciones de tamaño pequeño es porque resultan ser más económicas que las demás presentaciones.

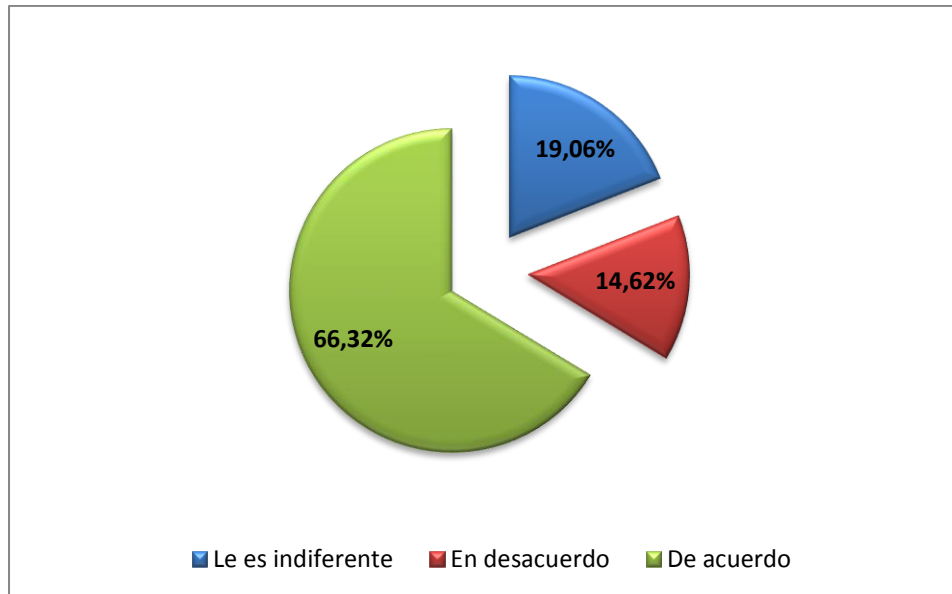
### **Pregunta N°9**

**¿Estaría usted de acuerdo en que una empresa del sector elabore y comercialice este tipo de productos?**

**Cuadro 20.** Estaría usted de acuerdo en que una empresa del sector elabore y comercialice este tipo de productos

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Le es indiferente	73	19,06%
En desacuerdo	56	14,62%
De acuerdo	254	66,32%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultado de las encuestas  
**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 18.** Estaría usted de acuerdo en que una empresa del sector elabore y comercialice este tipo de productos

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Según el gráfico anterior el 66,32% de los encuestados manifestó que estaría de acuerdo en que una empresa del sector elabore y comercialice derivados de cacao, mientras que el 19,06% mencionó que le resulta indiferente esta situación y el 14,62% no está de acuerdo.

La mayor parte de los encuestados manifestaron que esta situación provocaría que se genere fuentes de trabajo lo cual sería beneficioso para el desarrollo socioeconómico de la población milagreña.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CACAO DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO:

### Pregunta N°1

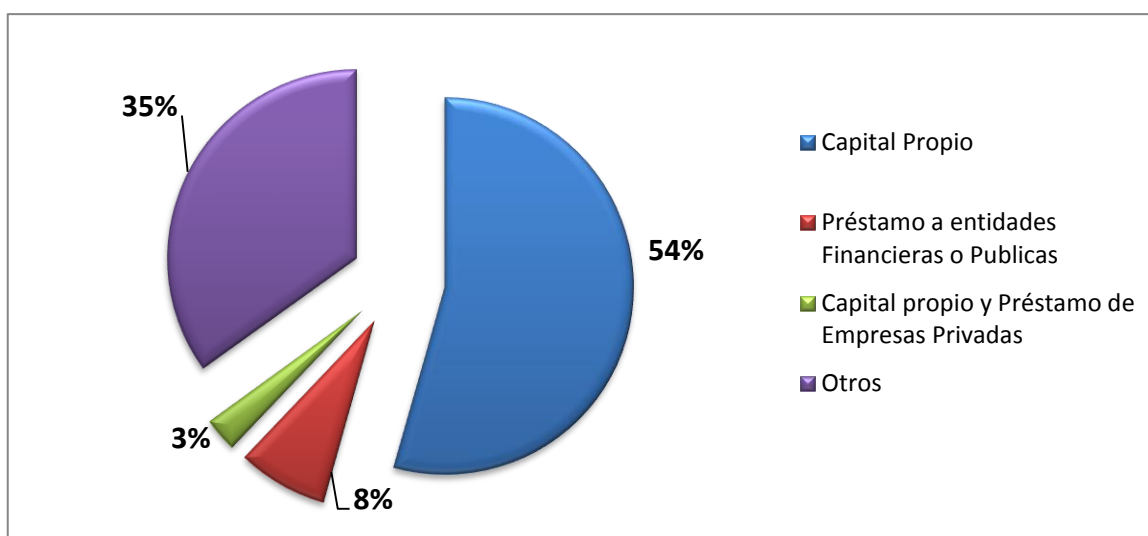
**Al empezar usted con los sembríos de cacao ¿Usted con que capital conto?**

**Cuadro 21. Usted con que capital conto**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Capital Propio	56	54%
Préstamo a entidades Financieras o Publicas	8	8%
Capital propio y Préstamo de Empresas Privadas	3	3%
Otros	36	35%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultado de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 19. Usted con que capital conto**

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

El 54% de los encuestados informaron que al empezar con los sembríos de cacao contaron con capital propio, no así el 8% expreso que contaron con préstamos a entidades Financieras o públicas, el 3% afirmo que conto con capital propio y préstamo de empresas privadas, como complemento el 35% de las personas encuestadas dijeron que contaron con otros prestamos como por ejemplo préstamos a familiares o amigos etc. ya que se sienten en mayor confianza de pago.

## Pregunta N°2

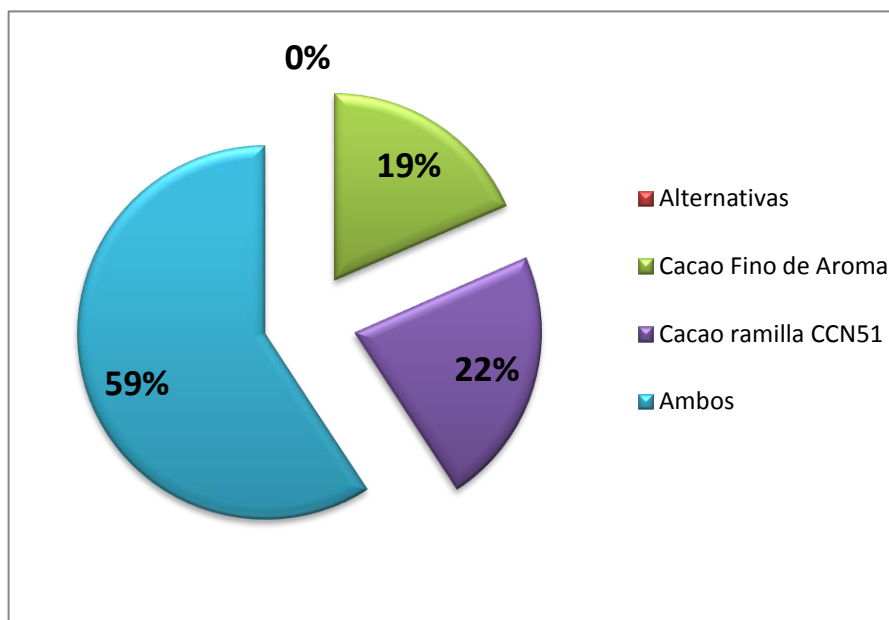
¿Qué tipo de variedad de cacao produce usted?

**Cuadro 22.** Variedad de cacao que se produce

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Cacao Fino de Aroma	19	19%
Cacao ramilla CCN51	23	22%
Ambos	61	59%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 20.** Variedad de cacao que se produce

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

En la gráfica se observa que de los 103 productores de cacao encuestados, el 19% producen solo cacao Fino de Aroma, el 22 % producen solo cacao Ramilla CCN51, mientras que el 59% producen de ambos tipos de cacao ya que prefieren sembrar de diferentes tipos de cacao.



### Pregunta N°3

¿Con cuantas hectáreas de sembrío de cacao cuenta usted?

**Cuadro 23.** Con cuantas hectáreas de sembrío de cacao cuenta usted

Intervalos	Frecuencia absoluta	Marca de Clase (I1+I2)/2	Frecuencia acumulada	Marca de clase - Media	Frecuencia Absoluta *(marca de clase-media)	(marca de clase-media)^2	Frecuencia absoluta(marca de clase-media)^2	Frecuencia acumulada porcentual
De 1 a 3 hectáreas	58	2	58	2,01	116,58	4,04	234,3258	56,31%
De 4 a 6 hectáreas	27	5	85	0,99	26,74	0,98	26,47827316	82,52%
De 7 a 9 hectáreas	12	8	97	3,99	47,88	15,92	191,0690923	94,17%
Entre 10 a 12 hectáreas o más.	6	11	103	6,99	41,94	48,86	293,1850316	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>				233,14		745,058197	

Fuente: Resultados de las encuestas

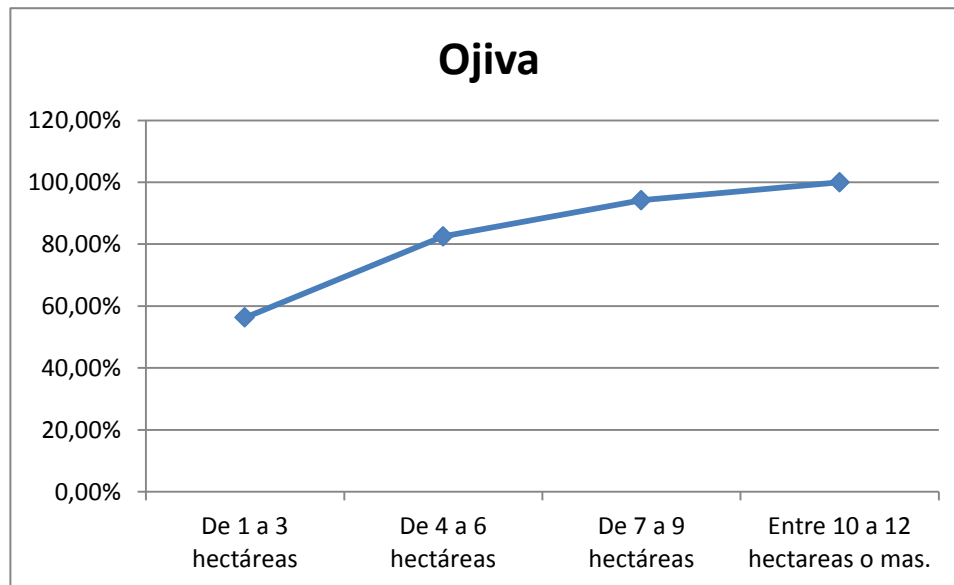
Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

**Cuadro 24.** Datos Estadísticos

<b>DATOS ESTADÍSTICOS</b>	
<b>MEDIA</b>	4,01
<b>MODA</b>	2,30
<b>MEDIANA</b>	1,78
<b>DESVIACIÓN MEDIA</b>	2,26
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	2,69
<b>VARIANZA</b>	7,23
<b>RANGO</b>	11

**Fuente:** Resultados de las encuestas

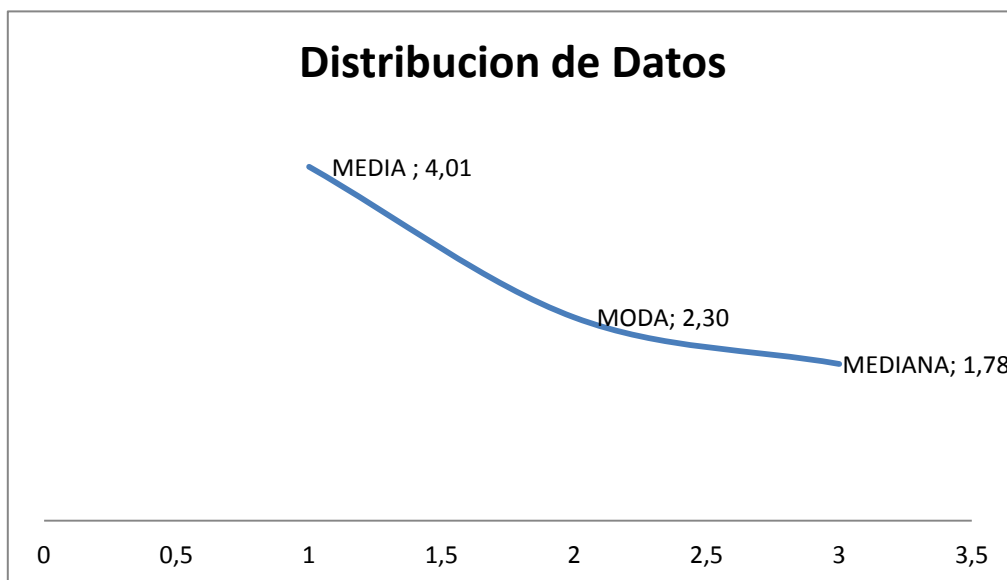
**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 21.** Ojiva

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 22.** Distribución de Datos

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Estos datos podemos decir que: los productores de cacao de la parroquia Roberto Astudillo poseen en promedio 4 hectáreas de producción de cacao, es decir que; si se repartiría el total de hectáreas entre todos los productores a cada uno le correspondería aproximadamente 4 hectáreas, por otro lado podemos observar que la mayoría de los productores cuentan con aproximadamente 2 hectáreas, según lo que nos indica la moda obtenida en este caso.

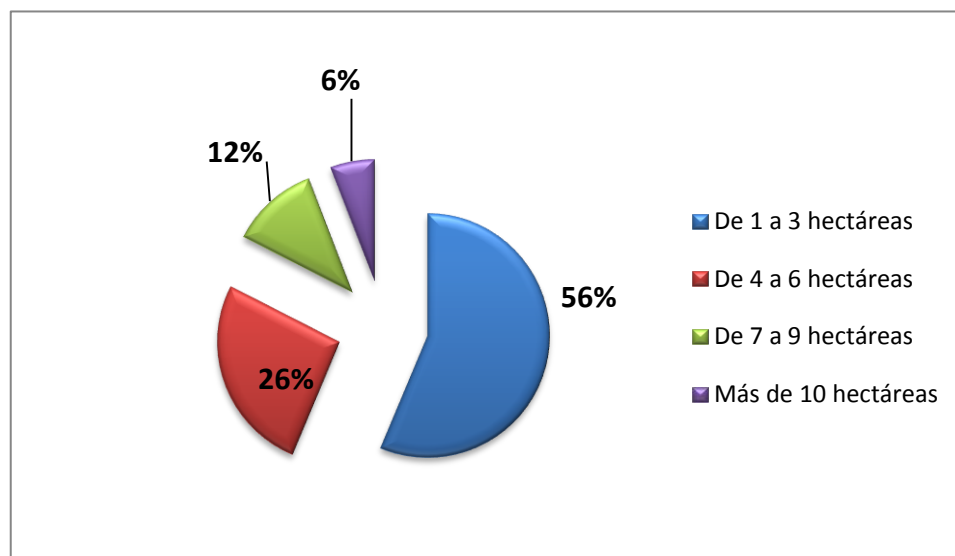
También podemos mencionar que el 50% de los productores de cacao poseen menos 1,78 hectáreas de cacao, según lo que nos indica la mediana. La tendencia a variar es de 2,69 hectáreas de cacao en relación a la media. Con respecto al análisis de la Ojiva podemos decir que al rededor del 56,31% poseen menos de 3hectareas.

### Cuadro 25. Cuadro Estadístico

3. ¿Con cuantas hectáreas de sembrío de cacao cuenta usted?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 hectáreas	58	56%
De 4 a 6 hectáreas	27	26%
De 7 a 9 hectáreas	12	12%
Más de 10 hectáreas	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 23.** Con cuantas hectáreas de sembrío de cacao cuenta usted

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

Se puede decir que los productores de cacao poseen entre 1 a 3 hectáreas, se puede corroborar esto con un porcentaje del 56%, el 26% de la población encuestada posee entre 4 a 6 hectáreas, contamos con un 12% correspondiente a que los productores son dueños de 7 a 9 hectáreas, por ultima el 6% poseen más de 10 hectáreas.

#### Pregunta N°4

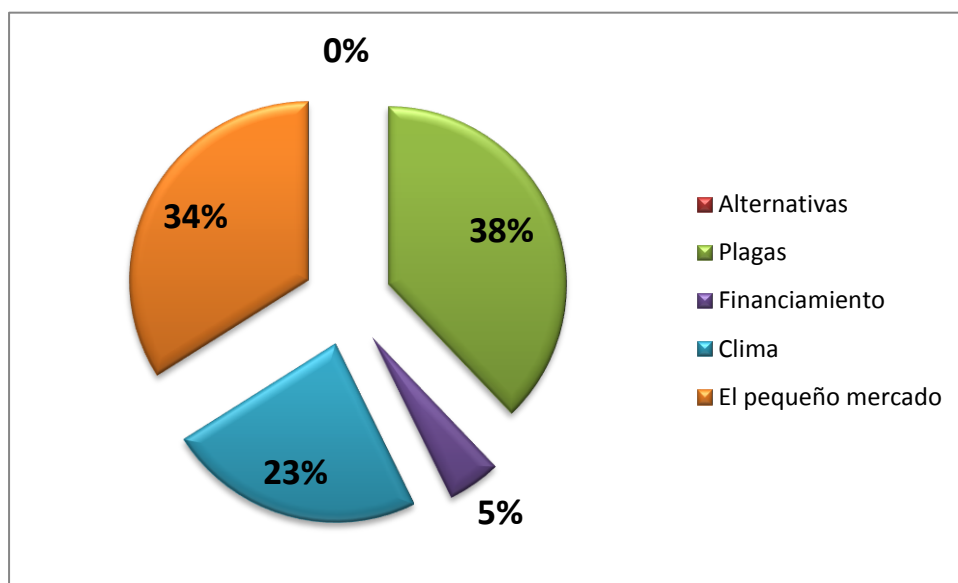
#### ¿Qué problemas afectan a su producción de cacao?

**Cuadro 26.** Qué problemas afectan a su producción de cacao

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Plagas	39	38%
Financiamiento	5	5%
Clima	24	23%
El pequeño mercado	35	34%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 24.** Qué problemas afectan a su producción de cacao

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

El resultado que deja esta estadística es que los problemas que afectan a la producción de cacao son las plagas con el 38%, el pequeño mercado con el 34%, también influye el clima con el 23%, y por último problema el financiamiento con el 5%. El de mayor rango es el de las plagas debido al cambio de clima.

## Pregunta N°5

Usted cuenta con trabajadores para sus cultivos de cacao ¿Cuántos?

**Cuadro 27.** Usted cuenta con trabajadores para sus cultivos de cacao

Intervalos	Frecuencia absoluta	Marca de Clase (I1+I2)/2	Frecuencia acumulada	Marca de clase - Media	Frecuencia Absoluta *(marca de clase-media)	(marca de clase-media)^2	Frecuencia absoluta(marca de clase - media)^2	Frecuencia acumulada porcentual
Entre 1 a 3 trabajadores	69	2	69	1,54	106,26	2,37	163,6404	66,99%
Entre 4 a 6 trabajadores	19	5	88	1,46	27,67	2,12	40,29597512	85,44%
Entre 7 a 9 trabajadores	11	8	99	4,46	49,02	19,86	218,4457536	96,12%
Entre 10 y 12 trabajadores o más.	4	11	103	7,46	29,83	55,60	222,3862758	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>				212,77		644,7684045	

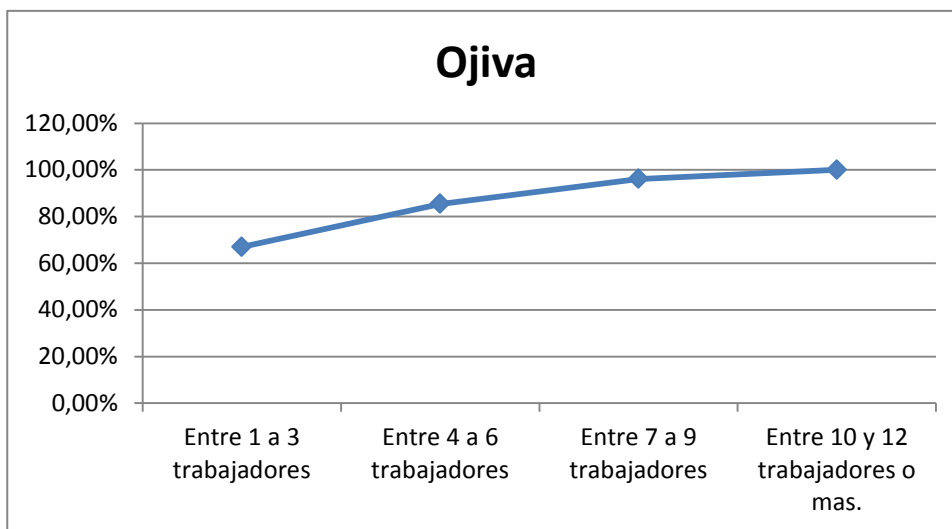
Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

**Cuadro 28.** Datos Estadísticos

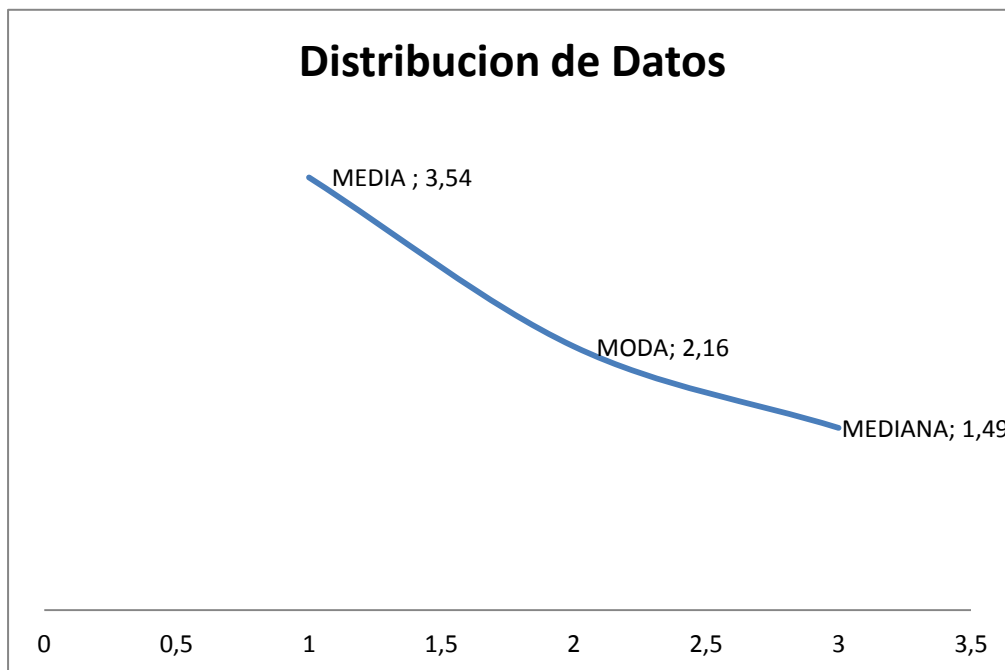
<b>DATOS ESTADÍSTICOS</b>	
<b>MEDIA</b>	3,54
<b>MODA</b>	2,16
<b>MEDIANA</b>	1,49
<b>DESVIACIÓN MEDIA</b>	2,07
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	2,50
<b>VARIANZA</b>	6,26
<b>RANGO</b>	11

**Fuente:** Resultados de las encuestas  
**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 25.** Ojiva

**Fuente:** Resultados de las encuestas  
**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 26.** Distribución de Datos

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Según los datos obtenidos los productores de cacao de la parroquia Roberto Astudillo cuentan con 3 trabajadores aproximadamente, esto quiere decir que; en promedio por cada productor de cacao se emplea a 3 trabajadores, según la moda obtenida la mayoría de los productores de cacao emplean a 2 trabajadores. La mediana de este análisis nos indica que el 50% de los productores de cacao emplean al menos a 1 trabajador. El dato con respecto a la media podría variar aproximadamente entre 2 ó 3 trabajadores. En relación al análisis de la Ojiva podemos mencionar que al rededor del 67% de los productores de cacao poseen menos de 3 trabajadores.

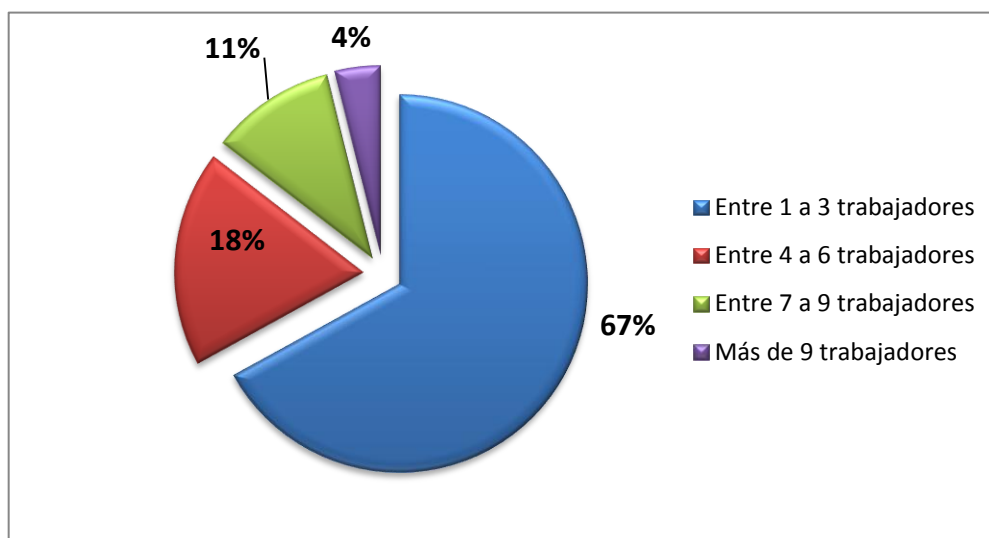


**Cuadro 29.** Cuadro Estadístico

<b>5. Usted cuenta con trabajadores para sus cultivos de cacao ¿Cuántos?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre 1 a 3 trabajadores	69	67%
Entre 4 a 6 trabajadores	19	18%
Entre 7 a 9 trabajadores	11	11%
Más de 9 trabajadores	4	4%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 27.** Usted cuenta con trabajadores para sus cultivos de cacao

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Se puede decir que el 67% de los productores de cacao encuestados de la parroquia Roberto Astudillo cuentan con 1 a 3 trabajadores para el trabajo diario de su producción, el 18% con 4 a 6 trabajadores, el 11% con 7 a 9 trabajadores debido a que cuentan con más plantaciones de cacao y por ultimo el 4% con más de 9 trabajadores.

## Pregunta N°6

¿Cuántas libras o quintales de cacao vende usted semanalmente?

**Cuadro 30.** Cuántas libras o quintales de cacao vende usted semanalmente

Intervalos	Frecuencia absoluta	Marca de Clase $(I_1+I_2)/2$	Frecuencia acumulada	Marca de clase - Media	Frecuencia Absoluta $*(marca\ de\ clase - media)$	$(marca\ de\ clase - media)^2$	Frecuencia absoluta $(marca\ de\ clase - media)^2$	Frecuencia acumulada porcentual
De 1 a 50 libras	46	25,5	46	30,52	1403,92	931,47	42847,6384	44,66%
De 51 a 100 libras	27	75,5	73	19,48	525,84	379,30	10241,20765	70,87%
De 101 a 150 libras	12	125,5	85	69,48	833,71	4826,88	57922,52163	82,52%
De 151 a 200 libras	6	175,5	91	119,48	716,85	14274,45	85646,69771	88,35%
De 201 a 250 libras o más.	12	225,5	103	169,48	2033,71	28722,02	344664,2692	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>				3480,33		541322,3346	

Fuente: Resultados de las encuestas

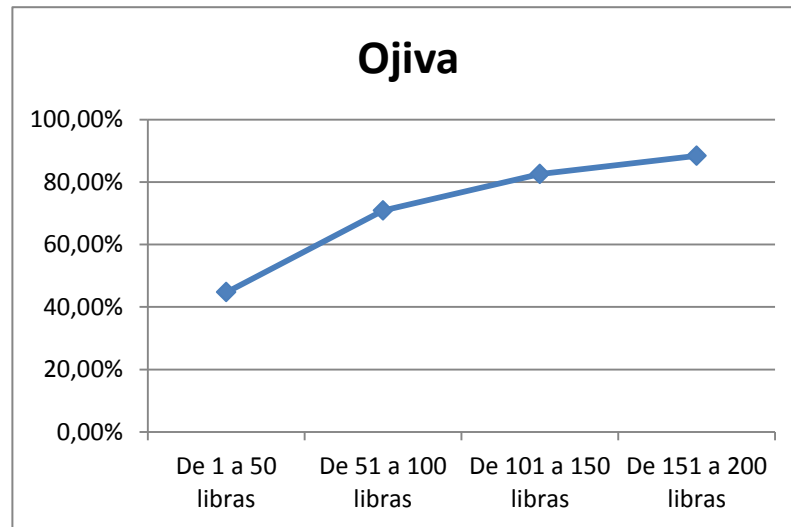
Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

**Cuadro 31. Datos Estadísticos**

<b>DATOS ESTADÍSTICOS</b>	
<b>MEDIA</b>	56,02
<b>MODA</b>	35,68
<b>MEDIANA</b>	54,86
<b>DESVIACIÓN MEDIA</b>	33,79
<b>DESVIACIÓN ESTÁNDAR</b>	72,50
<b>VARIANZA</b>	5255,56
<b>RANGO</b>	249

**Fuente:** Resultados de las encuestas

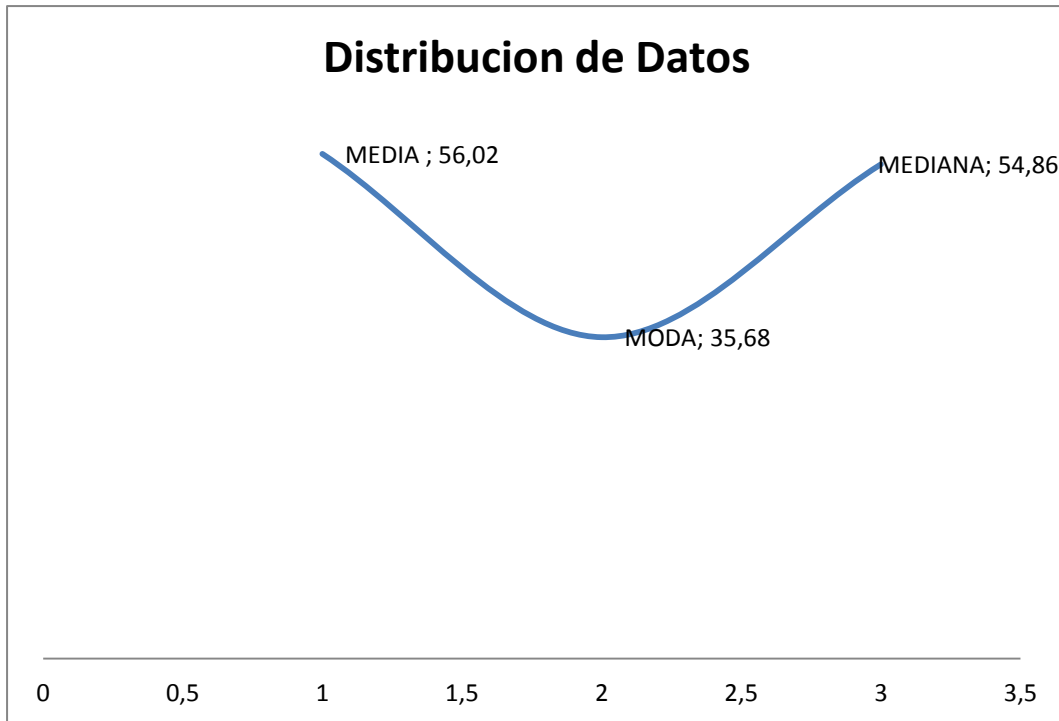
**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 28. Ojiva**

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 29.** Distribución de Datos

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

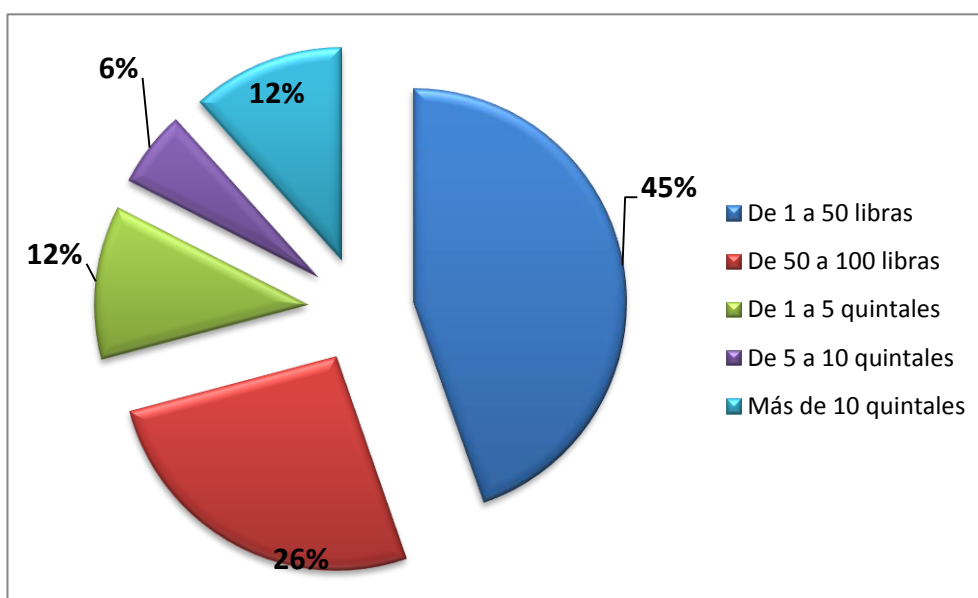
Según los resultados obtenidos, los productores de cacao de la parroquia Roberto Astudillo venden en promedio 56 libras de cacao a la semana, es decir que; por cada productor de cacao se venden aproximadamente 56 libras de cacao a la semana. Sin embargo, la mayoría de los productores venden aproximadamente 36 libras de cacao. Podemos mencionar también que, el 50% de los productores de cacao venden menos de 55 libras de cacao a la semana. Los datos con respecto al promedio de ventas semanales podrían variar en 72,5 libras. Respecto al análisis de la Ojiva, el 45% de los productores de cacao vende menos de 50 libras de cacao a la semana.

**Cuadro 32.** Cuadro Estadístico

<b>6. ¿Cuántas libras o quintales de cacao vende usted semanalmente?</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De 1 a 50 libras	46	45%
De 50 a 100 libras	27	26%
De 1 a 5 quintales	12	12%
De 5 a 10 quintales	6	6%
Más de 10 quintales	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 30.** Cuántas libras o quintales de cacao vende usted semanalmente

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Se puede analizar que el 45% de los productores de cacao encuestados venden entre 1 a 50 libras de cacao semanalmente, el 26% entre 50 a 100 libras, por otro lado tenemos el 12% con una venta semanalmente de 1 a 5 quintales, el 6% de 5 a 10 quintales y por último el 12% con un promedio de más de 10 quintales semanales.

### Pregunta N°7

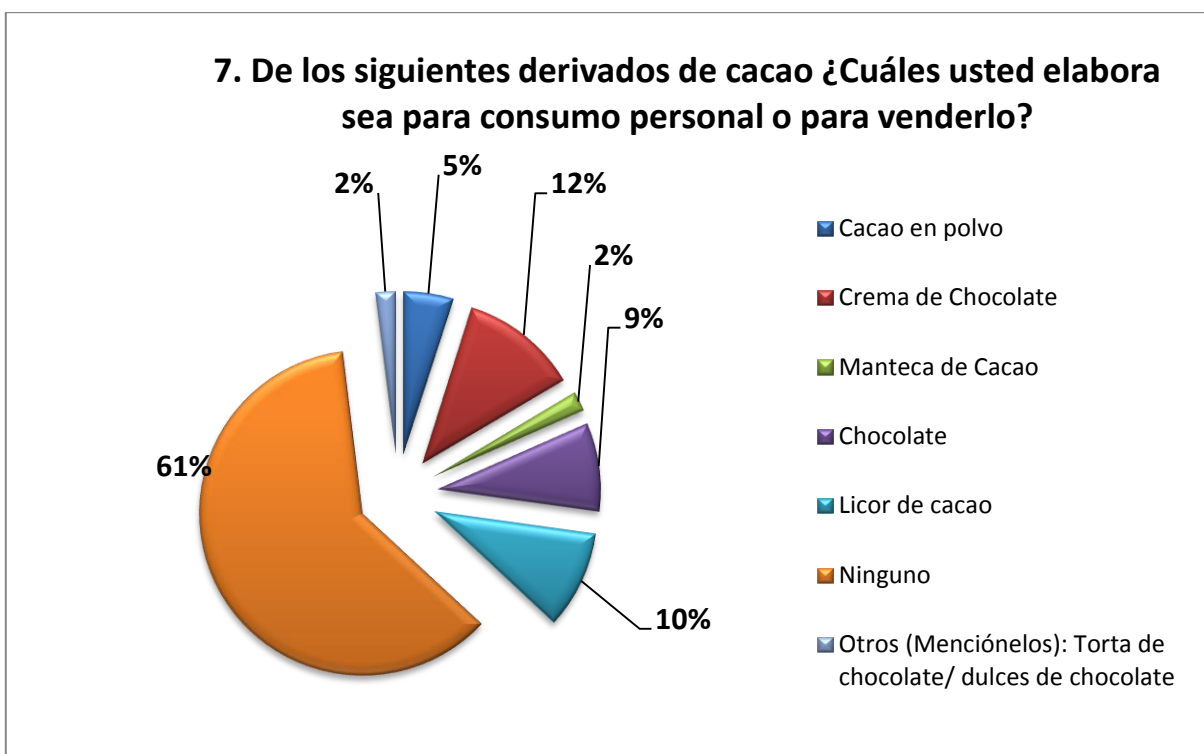
De los siguientes derivados de cacao ¿Cuáles usted elabora sea para consumo personal o para venderlo?

**Cuadro 33.** Cuáles usted elabora sea para consumo personal o para venderlo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cacao en polvo	5	5%
Crema de Chocolate	12	12%
Manteca de Cacao	2	2%
Chocolate	9	9%
Licor de cacao	10	10%
Ninguno	63	61%
Otros (Menciónelos): Torta de chocolate/ dulces de chocolate	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



### Figura 31. Cuáles usted elabora sea para consumo personal o para venderlo

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

El 61% de los productores no elabora ningún tipo de derivado de cacao, el 12% elabora crema de chocolate sea para consumo personal o para venderlo, el 10% licor de cacao, mientras que el 9% elabora chocolates, el 5% cacao en polvo, el 2% de manteca de cacao. Además el 2% de los encuestados expresaron que elaboran otros tipos de derivados de cacao como por ejemplo tortas y dulces de chocolate pero la mayoría los elaboran para consumo personal.

### Pregunta N°8

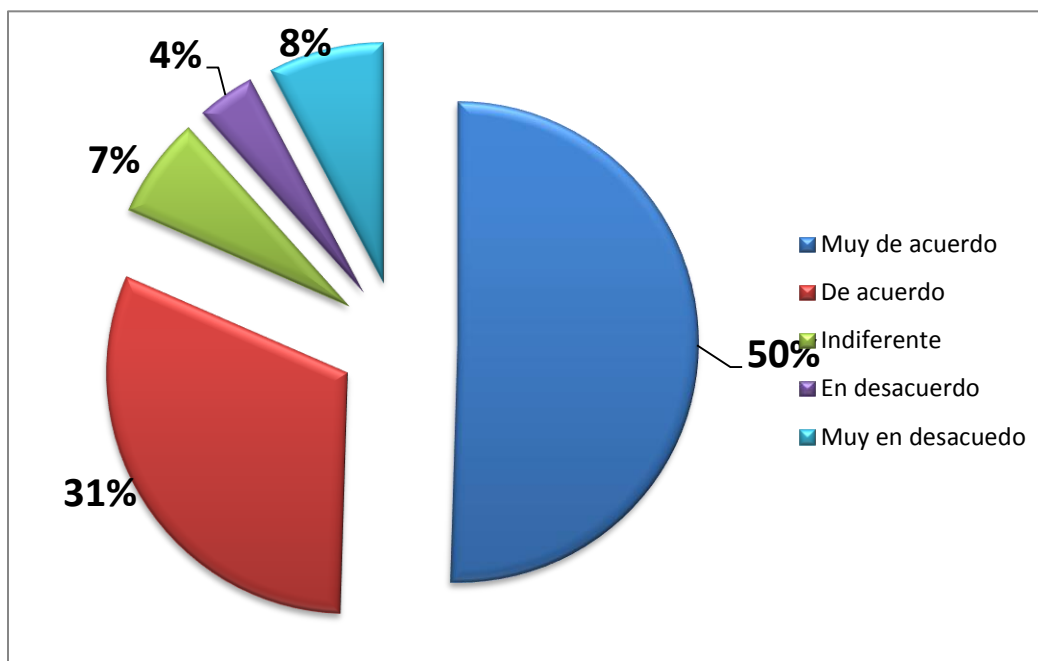
¿Considera usted que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao mejoraría sus niveles de producción?

**Cuadro 34.** Considera usted que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao mejoraría sus niveles de producción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	52	50%
De acuerdo	32	31%
Indiferente	7	7%
En desacuerdo	4	4%
Muy en desacuerdo	8	8%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 32.** Considera usted que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao mejoraría sus niveles de producción

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

De los productores de cacao encuestados el 50% mencionaron que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao mejoraría sus niveles de producción, Un porcentaje considerable de encuestados, el 31% dijeron que están de acuerdo a que la implementación de la industria va a mejorar sus niveles de producción, el 7% de las personas encuestadas les parece indiferente la implementación de la empresa ya que no sabe si podría o no mejorar sus niveles de producción, también contamos con un 4% de personas en desacuerdo ya que considera que al implementar la empresa no le va a brindar ningún beneficio, además contamos con un 8% de personas muy en desacuerdo ya que no ven viable implementar una empresa que elabore derivados de cacao por el pequeño mercado con el que se cuenta.



## Pregunta N°9

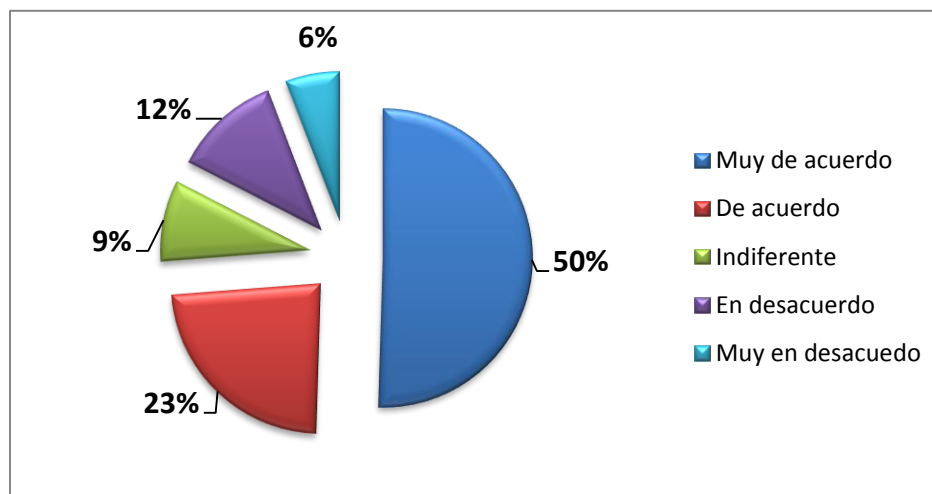
¿Usted considera que la variación del precio de venta del cacao afecta a su utilidad neta de producción?

**Cuadro 35.** Variación del precio de venta del cacao afecta a su utilidad neta de producción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	52	50%
De acuerdo	24	23%
Indiferente	9	9%
En desacuerdo	12	12%
Muy en desacuerdo	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 33.** Variación del precio de venta del cacao afecta a su utilidad neta de producción

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

De los productores de cacao encuestados el 50% mencionaron que están muy de acuerdo a que la variación del precio de venta del cacao afecta a su utilidad neta de producción. Un porcentaje considerable de encuestados, el 23% dijeron que están de acuerdo a que la variación del precio del cacao afecta a su utilidad, el 9% de las personas encuestadas les parece indiferente la variación del precio, también contamos con un 12% de personas en desacuerdo ya que considera que la mayoría de veces la variación del precio del cacao es al alza esto quiere decir que obtendrán mayor utilidad, además contamos con un 6% de personas muy en desacuerdo ya que dicen que mientras la variación del precio de venta del cacao sea al alza no tienen ningún problema.

### Pregunta N°10

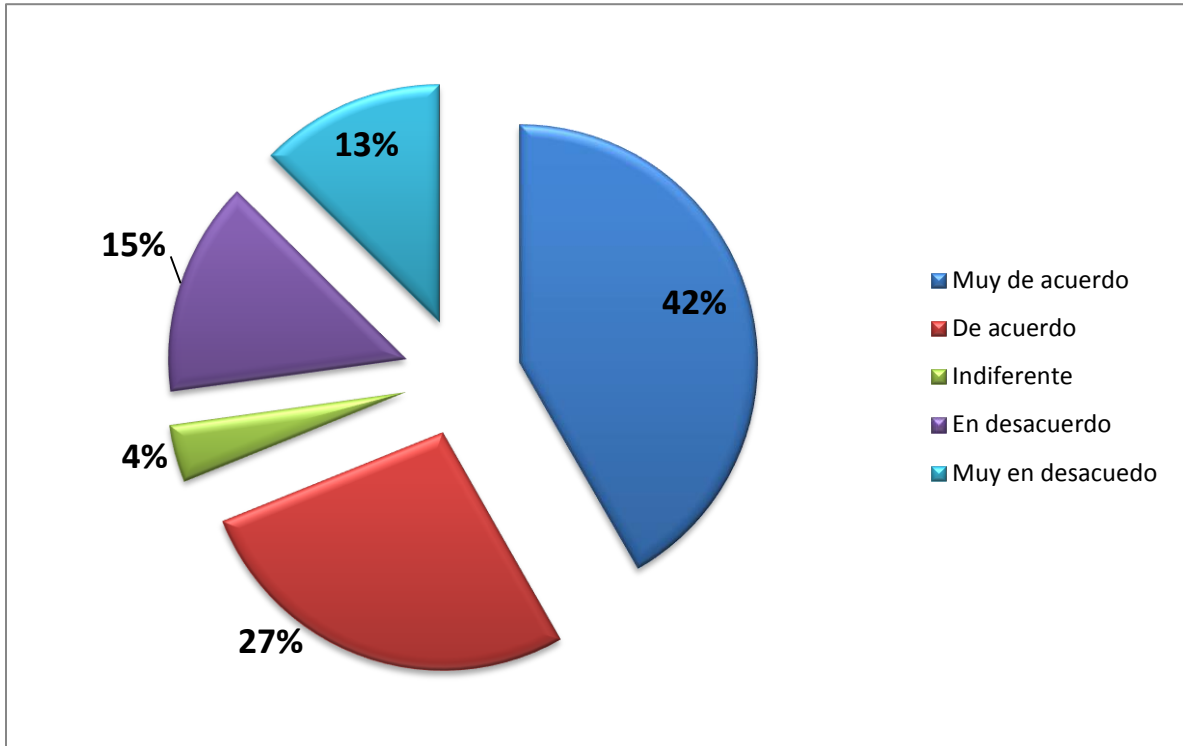
**¿Estaría usted de acuerdo a venderle su producción de cacao a una empresa en vez de venderle a los pequeños locales de compra y venta de cacao?**

**Cuadro 36.** Estaría usted de acuerdo a venderle su producción de cacao a una empresa en vez de venderle a los pequeños locales de compra y venta de cacao

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	43	42%
De acuerdo	28	27%
Indiferente	4	4%
En desacuerdo	15	15%
Muy en desacuerdo	13	13%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 34.** Estaría usted de acuerdo a venderle su producción de cacao a una empresa en vez de venderle a los pequeños locales de compra y venta de cacao

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

El 42% de los encuestados informaron que estarían muy de acuerdo vender su producción de cacao a una empresa en vez de venderle a los pequeños locales de compra y venta de cacao, también contamos con el 27% de las personas encuestadas que están de acuerdo a venderle a la empresa, un 4% de los encuestados les parece indiferente no consideran todavía la posibilidad de vender a la empresa, no así el 15% está en desacuerdo y el 13% muy desacuerdo ya que no saben si sería viable cambiar el destino de venta de su producción.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS.**

### **Análisis Comparativo**

Al crear una empresa que elabore y comercialice derivados de cacao legalmente constituida y reconocida tanto en el ámbito local como nacional, se verán beneficiados todos los habitantes del Cantón Milagro y además los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo quienes tendrán a quien vender su producción sin necesidad de recurrir a ningún intermediario y sobre todo a vender su producción a precio justo, lo cual les resulta beneficioso puesto que esta situación les ahorraría tiempo y a su vez los incentivaría a seguir trabajando..

### **Evolución**

La creación de una empresa que elabore y comercialice derivados de cacao en el sector generará nuevas fuentes de trabajo en la zona y a su vez añadirá valor al grano de cacao, permitiendo que los derivados de este proceso de transformación sean comercializados al por mayor y menor. Además no debemos olvidar que la implementación de este proyecto no puede estancarse debido a que se debe trabajar a la par con los avances tecnológicos, también es importante tomar en cuenta cómo evolucionan las preferencias de los consumidores debido a que estos factores nos van a permitir ser competitivos en el mercado y poder crecer como empresa.

### **Tendencias y perspectivas**

La implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao incide positivamente en el desarrollo socioeconómico de la parroquia Roberto Astudillo fue la opinión del 50% de los encuestados, ellos atribuyen esta incidencia al aumentar sus niveles de producción, razón por la cual estarían dispuestos el 42% de los encuestados a vender su producción de cacao a la nueva empresa, ya que obtendrán un mejor precio de venta.

### 4.3 RESULTADOS

La información recolectada mediante la aplicación de encuestas a los habitantes del cantón Milagro nos indica que la mayor parte de la población de este lugar consume derivados de cacao de manera ocasional, siendo sus preferidos los chocolates y el cacao en polvo, manifestando además que consumen este tipo de productos puesto que les favorece al buen humor.

Podemos mencionar también que más de la mitad de las personas encuestadas prefieren consumir productos de origen nacional, pero de producción industrial. Al momento de adquirir este tipo de productos el factor que determina la compra es la calidad, las presentaciones en que los habitantes prefieren consumir este tipo de productos son en tabletas y de tamaño personal.

Gran parte de los encuestados estaría de acuerdo en que una empresa en el sector se dedique a la elaboración y comercialización de este tipo de productos.

### 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

**Cuadro 37.** Verificación de hipótesis

<b>Hipótesis General</b>	<b>Verificación de Hipótesis General</b>
Un impulso al desarrollo productivo del sector industrializando áreas como la obtención de derivados de cacao mejorara el nivel de vida de los habitantes del sector.	Se pudo verificar la hipótesis mediante la pregunta 7 de la encuesta aplicada a los productores de cacao ya que la mayoría de ellos producen algunos tipos de derivados sea para consumo personal o para venderlos.
<b>Hipótesis Particulares</b>	<b>Verificación de Hipótesis Particulares</b>
La industrialización del cacao para la obtención de derivados aumenta el desarrollo socioeconómico del sector.	Se pudo verificar la hipótesis mediante la pregunta 7 de la encuesta aplicada a los productores de cacao ya que la mayoría de ellos producen algunos

	tipos de derivados sea para consumo personal o para venderlos. Ya que ellos conocen la industrialización del cacao para obtener derivados del mismo.
La ayuda financiera y técnica de parte del estado impulsara al desarrollo de nuevas industrias que se dedique a la elaboración de derivados de cacao.	Se pudo verificar la hipótesis mediante la pregunta 8 de la encuesta aplicada a los productores de cacao ya que el 50% consideran que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao aumentara su nivel de producción.
Al determinar los tipos de derivados de cacao que demanda el mercado se definirá cuáles de ellos se ofertará.	Damos esta hipótesis por aceptada puesto que realizando las respectivas preguntas 2, 4, 5, 7 y 8 de las encuestas dirigidas a los posibles consumidores de derivados de cacao hemos podido determinar el tipo de derivados de cacao que más se consume, las preferencias al momento de consumir en cuanto al lugar de procedencia del producto, el modo de producción que debemos aplicar, las presentaciones en cuanto a imagen que tendrán nuestros productos y los tamaños en los cuales se ofertarán al mercado.
El apoyo que brinden las instituciones financieras potencializará la producción de derivados de cacao.	Se pudo verificar la hipótesis mediante la pregunta 10 de la encuesta aplicada a los productores de cacao ya que el 42% de los productores están muy de acuerdo en vender su producción a la

	<p>empresa de derivados de cacao, al obtener un mayor precio de venta y al mismo tiempo potencializara la producción de derivados de cacao.</p>
<p>El nivel de producción de cacao que tiene el sector ayudará a determinar la producción de derivados que se coloque en el mercado.</p>	<p>Se pudo verificar la hipótesis mediante la pregunta 6 de la encuesta aplicada a los productores de cacao ya que en ella analizamos cuantas libras o quintales de cacao se vende semanalmente. En base a este nivel de producción que tiene el sector determinaremos que cantidad de derivados de cacao se colocara al mercado.</p>

**Fuente:** Resultados de las encuestas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa agroindustrial que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal en la Parroquia Roberto Astudillo del Cantón Milagro en el Periodo 2013-2014.

#### **5.2 JUSTIFICACIÓN**

En base a los resultados obtenidos, los productores de cacao de la parroquia Roberto Astudillo poseen limitados mercados para poder vender su producción, además actualmente en el sector no hay un lugar donde se pueda vender productos derivados del cacao.

La Parroquia Roberto Astudillo posee muchas variedades de cultivos entre los cuales se encuentra el cultivo del cacao, cuyo fruto es un producto de exportación y unas de las principales fuentes de ingresos de nuestro país.

Por consiguiente, es oportuna y justificada la necesidad de realizar un estudio de Factibilidad para la creación de una empresa agroindustrial que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal, al crear este centro se va ayudar al desarrollo socioeconómico del sector a través de la comercialización de derivados de cacao.



También se va analizar si la creación de la empresa agroindustrial va a aportar al plan del buen vivir y a la Matriz productiva del Ecuador, planteada por el actual Gobierno.

El mismo que va ayudar a obtener nuevos nichos de mercado, impulsando el desarrollo de sectores vulnerables como son el sector agrícola, también se promocionará la cultura montubia.

### **5.3 FUNDAMENTACIÓN**

#### **Fundamentación técnica**

El cacao, es el componente fundamental del chocolate, es un cultivo originario de América. Fue cultivado en grandes números por los mayas antes de la conquista española del siglo XVI.

El cultivo y consumo del cacao fueron realizados por los indígenas Toltecas, Aztecas y Mayas por más de un milenio antes del descubrimiento de América, ellos descubrieron que cuando se tuestan las semillas del cacao producen un aroma tan espectacular que creían que el árbol era un regalo del dios Quetzalcóatl.

En la actualidad, la mayor parte del cacao exportado por Ecuador corresponde a una mezcla de Nacional y trinitarios introducidos después del año 1920, la cual se define por el término complejo tradicional. Sin embargo, el sabor sigue permaneciendo ya que el Ecuador tiene las condiciones agro-climáticas para el desarrollo del cultivo. Existen dos variedades de cacao en el mundo, estas variedades son conocidas como Criollo y Forastero, existiendo una tercer grupo denominado Trinitarios, que son una mezcla de las dos anteriores.<sup>108</sup>

---

<sup>108</sup> ROBERTO: Historia del cacao, <http://agricultura-tropical-ecuador.blogspot.com/2010/11/historia-del-cacao.html>, extraído el 09 de abril del 2014.



**Figura 35.** Pasos para la elaboración del chocolate

**Fuente:** IDCRESA.

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

### Pasos para elaboración del Chocolate<sup>109</sup>

1. Primero se realiza la recolección de los frutos maduros del árbol se los cortan y se los abren a golpes de machete para luego sacar los granos separándolos de la pulpa.
2. Se limpian los granos del cacao eliminando los materiales extraños.

<sup>109</sup> IDCRESA: Proceso del cacao, <http://www.indcresa.com/proceso>, extraído el 27 de febrero del 2014.

3. Se deja fermentar los granos de 2 o 3 días, se envuelve la pulpa y los granos en hojas de banano.
4. Se dejan secar los granos a sol aproximadamente durante una semana para que se elimine la humedad y se obtenga una mejor conservación.
5. Se tuestan los granos para liberar el sabor y el color del chocolate.
6. Los granos se trituran y en un ciclón se eliminan las cáscaras.
7. El cacao ya sin cáscara sufre una alcalinización, usualmente con carbonato de potasio, para realzar el sabor y el color.
8. Para obtener el cacao descascarillado se muele groseramente y se separan de la cáscara.
9. Para obtener la **pasta** o licor de cacao se realiza una molturación fina. En esta fase radica el secreto de las chocolateras: el producto final dependerá de la selección y combinación de las semillas.
10. **La pasta de cacao también conocida como bloque de cacao** se puede prensarse para extraer parte de la materia grasa y así obtener la torta de cacao. Si la grasa residual de la torta de cacao se extrae con solventes, se obtiene el cacao desmantecado o desgrasado. La materia grasa extraída es lo que se conoce como manteca de cacao
11. Para obtener el chocolate debemos utilizar el producto obtenido por un proceso adecuado de elaboración a partir de uno o más de los siguientes ingredientes: granos de cacao descascarillado, cacao en pasta, torta de prensado de cacao, **cacao en polvo**, cacao parcialmente desgrasado, manteca de cacao, con edulcorantes (azúcar blanco, glucosa, azúcar invertido o sus mezclas).
12. De acuerdo a su contenido de edulcorantes, el chocolate se puede dividir en dulce, semi amargo o amargo.  
El chocolate podrá ser adicionado de leche, crema, semillas enteras o fraccionadas de almendras, avellanas, nueces, maní tostado y descascarillado, cereales, frutas confitadas o miel.<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> QUIROZ, Sandra: *Proceso industrial del cacao*, <http://crandoaevaesposible.blogspot.com/> extraído el 18 de enero del 2014

## **Pasos para obtener la crema de chocolate**

### **Ingredientes**

1. Se necesita cacao en polvo
2. 4 Yemas de huevo
3. Leche condensada
4. Mantequilla.

Se pone en una cazuela a fuego lento, se le agrega un vaso de leche condensada, dos cucharadas de mantequilla y las cuatro yemas de huevo. Se va incorporando cacao en polvo poco a poco mientras se remueve.

Se le echa hasta conseguir una crema del espesor deseado.

## **Fundamentación en marketing y ventas**

### **Como ingresar a un nuevo mercado**

1. **Estudiar el mercado.-** Es imprescindible comprender el mercado donde vamos a competir. Nos ayuda a concebir negocios más fuertes y competitivos con un menor riesgo inicial.
2. **Definir el posicionamiento estratégico:** Definir que ofrecemos y a quien le vamos a vender. Definir qué beneficios (tangibles e intangibles) vamos a ofrecer, a través de qué productos (definir gama y líneas), a qué precios.
3. **Definir la estrategia de marca y la imagen.-** Crear una marca para la línea de productos, operar con marca única para toda la gama de Nuevo Mundo
4. **Definir los canales de venta.-** El posicionamiento elegido nos ayuda a elegir los canales de venta. Los canales actuales de Nuevo Mundo pueden ser adecuados o no en función del tipo de cliente al que se dirijan.
5. **Lanzamiento y expansión del negocio.-** Antes de lanzar el nuevo negocio a todo el mercado es más interesante y menos arriesgado realizar una prueba de mercado. Una prueba limitada nos proporciona información sobre la reacción de los distribuidores y de los consumidores.

6. **Definir las herramientas y acciones de marketing.-** Debemos evitar gastos innecesarios y que no aporten valor para el objetivo de testar rápido y validar el negocio en el mercado.
7. **Plan de acción, seguimiento y control.-** Disciplina en la ejecución: Seguimiento de avances y logros en la ejecución mes a mes. <sup>111</sup>

## Fundamentación Económica

### Punto de Equilibrio de una empresa

Se puede decir que el punto de equilibrio de una empresa se denota en lo que la empresa produce y vende quiere decir un volumen exactamente necesario, el cual solo le permitirá cubrir la totalidad de sus costos y gastos, esto quiere decir que la empresa no obtendrá ni ganancias ni pérdidas. De tal manera si la empresa logra producir y vender un volumen superior al de su punto de equilibrio, obtendrá ganancias, caso contrario obtendrá pérdidas.

Para la determinación del PEQ se requiere los siguientes datos: los ingresos, margen de contribución, los costos variables y los costos fijos.

$$\text{PEQ (Unidades)} = \frac{\text{CF}}{\text{MC}} \qquad \text{PEQ (Valores)} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PV}}}$$

**CF** = Costos fijos

**MC**= Margen de contribución

**PV**= Precio de venta

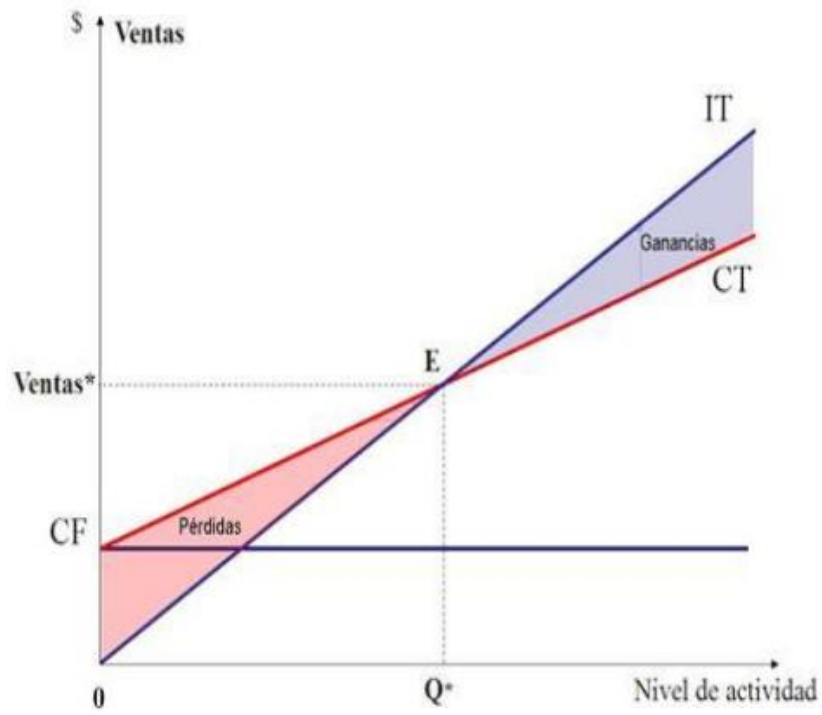
**CFT**= Costos fijos totales

**MC**= PV - CV

**CV**= Costo variable <sup>112</sup>

<sup>111</sup> GONZÁLEZ, Javier: *Crece en un nuevo mercado: ¿Cómo lo hacemos?*, <http://www.puromarketing.com/13/13735/crecer-nuevo-mercado-como-hacemos.html>, extraído el 05 de marzo del 2014.

<sup>112</sup> Punto de Equilibrio, <http://sesionesdeclases.files.wordpress.com/2013/05/punto-de-equilibrio.pdf>.



**Figura 36.** Representación gráfica del Punto de Equilibrio

**Fuente:** PYMESFUTURO

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## **Glosario**

**Alcalinización:** Dar carácter alcalino a una disolución

**Testar:** eliminar acciones que no aporten al objetivo planteado

**Margen de contribución:** El margen de contribución es la diferencia entre el volumen de ventas y los costes variables o para decirlo de otra manera: El margen de contribución son los beneficios de una compañía, sin considerar de los costes fijos.

**Costos Variables:** Son aquellos que evolucionan en paralelo con el volumen de actividad de la compañía. De hecho, si la actividad fuera nula, estos costes serían prácticamente cero.

**Costos Fijos:** Son aquellos que no dependen del nivel de actividad de la empresa, sino que son una cantidad determinada, independiente del volumen de negocio.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General**

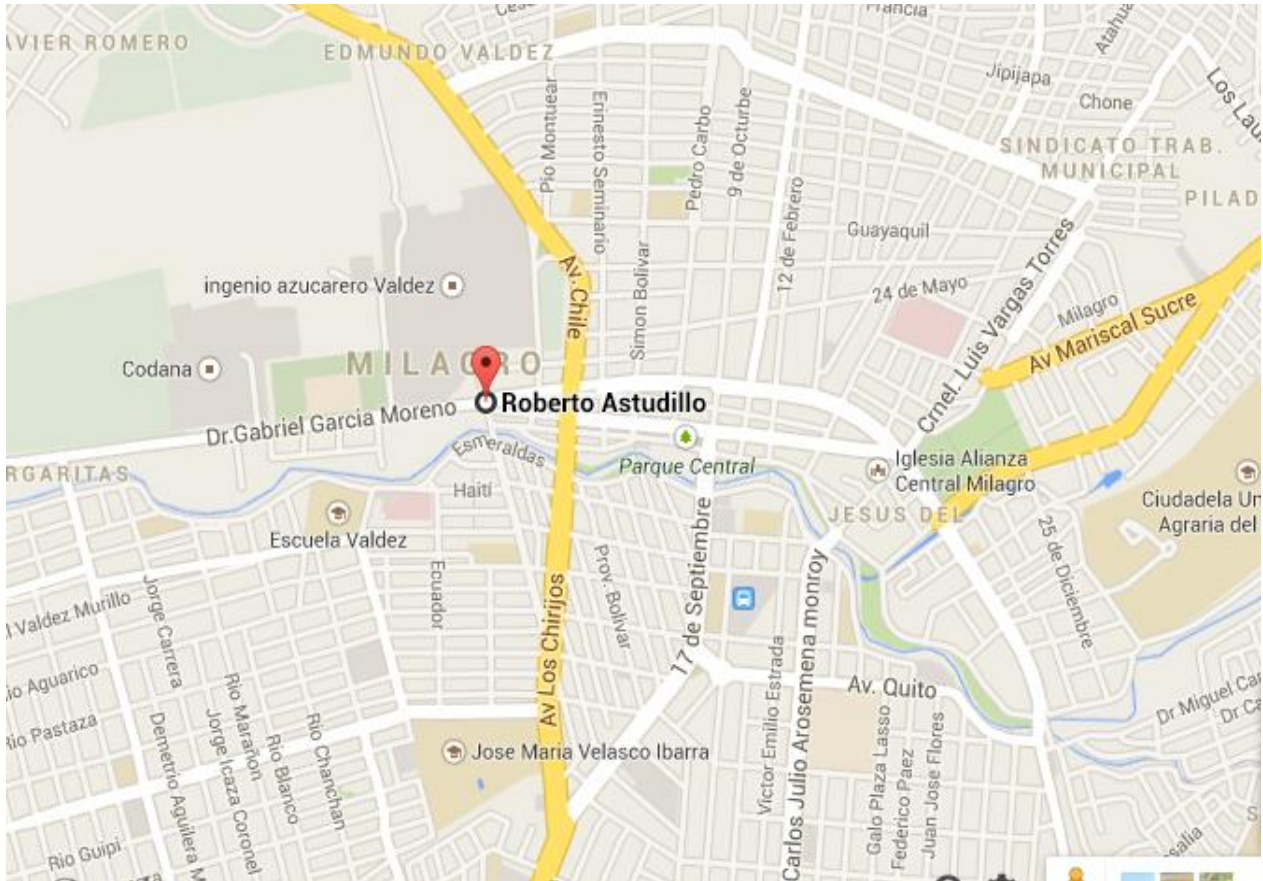
Crear una Empresa Agroindustrial que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal en la Parroquia Roberto Astudillo utilizando la materia prima del sector para contribuir al desarrollo económico del mismo.

### **5.4.2 Objetivos Específicos**

- Impulsar el desarrollo de sectores vulnerables como el sector agrícola.
- Desarrollar nuevos nichos de mercados para la empresa agroindustrial.
- Generar fuentes de empleo a otros sectores y promover la cultura montubia.
- Conocer el nivel de aceptación de los productos de la empresa agroindustrial en el Cantón Milagro y los turistas de la Parroquia Roberto Astudillo.

- Realizar la evaluación del proyecto desde el punto de vista económico, financiero, social y ambiental para determinar si es viable la creación de la empresa agroindustrial que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal.

## 5.5 UBICACIÓN



**Figura 37.** Ubicación Google Maps de la Parroquia Roberto Astudillo

**Fuente:** Google Maps.

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

La empresa agroindustrial LA CASA DEL CHOCOLATE que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal, se encontrara ubicado en el centro de la Parroquia Roberto Astudillo, Cantón Milagro en el País Ecuador. Debido a la



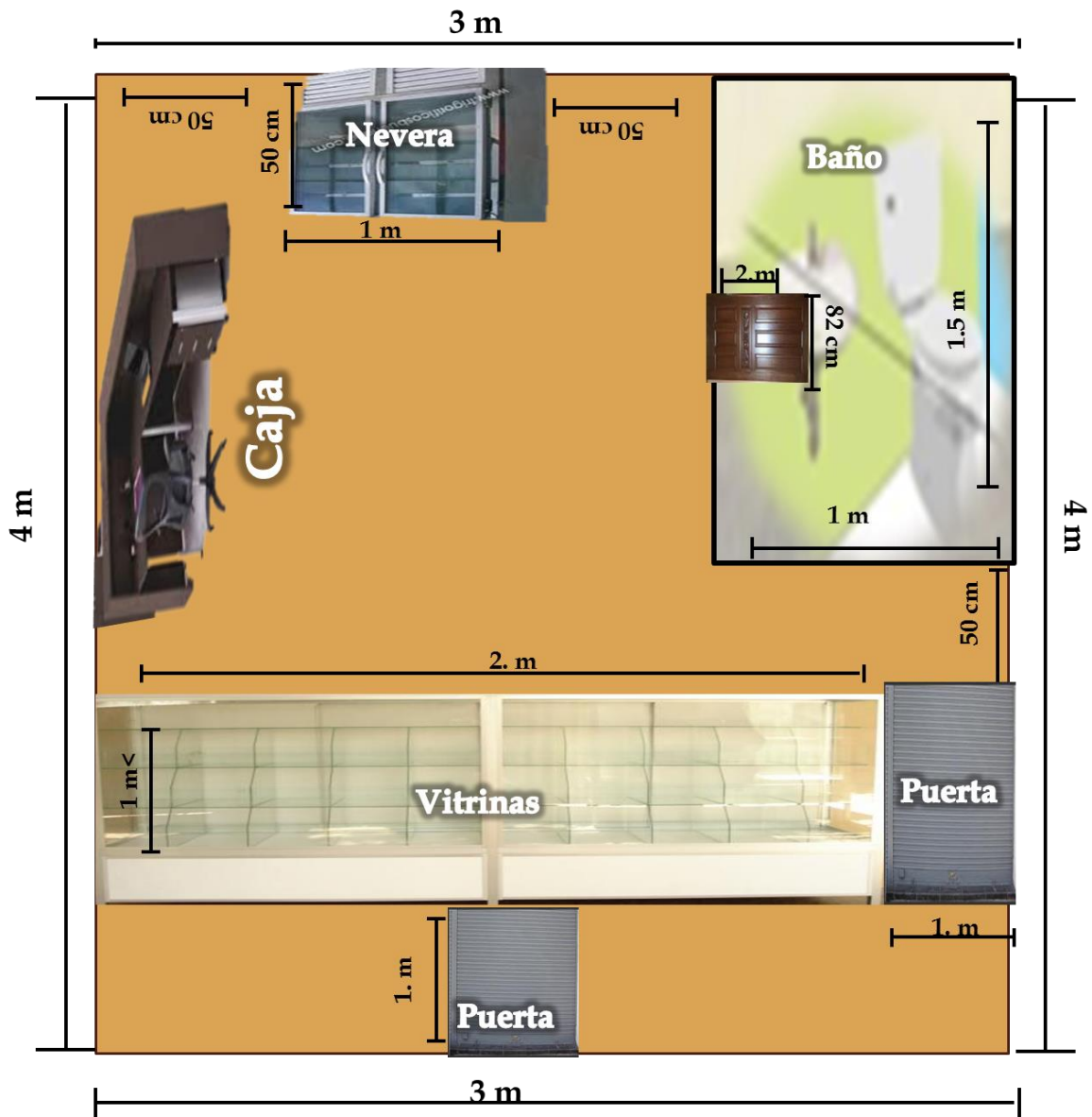
aproximación para la obtención de la materia prima y los clientes futuros, escogeremos un local céntrico debido a la visibilidad del local, y al tránsito peatonal.



**Figura 38.** Ubicación Satelital de La empresa agroindustrial “La Casa del Chocolate”

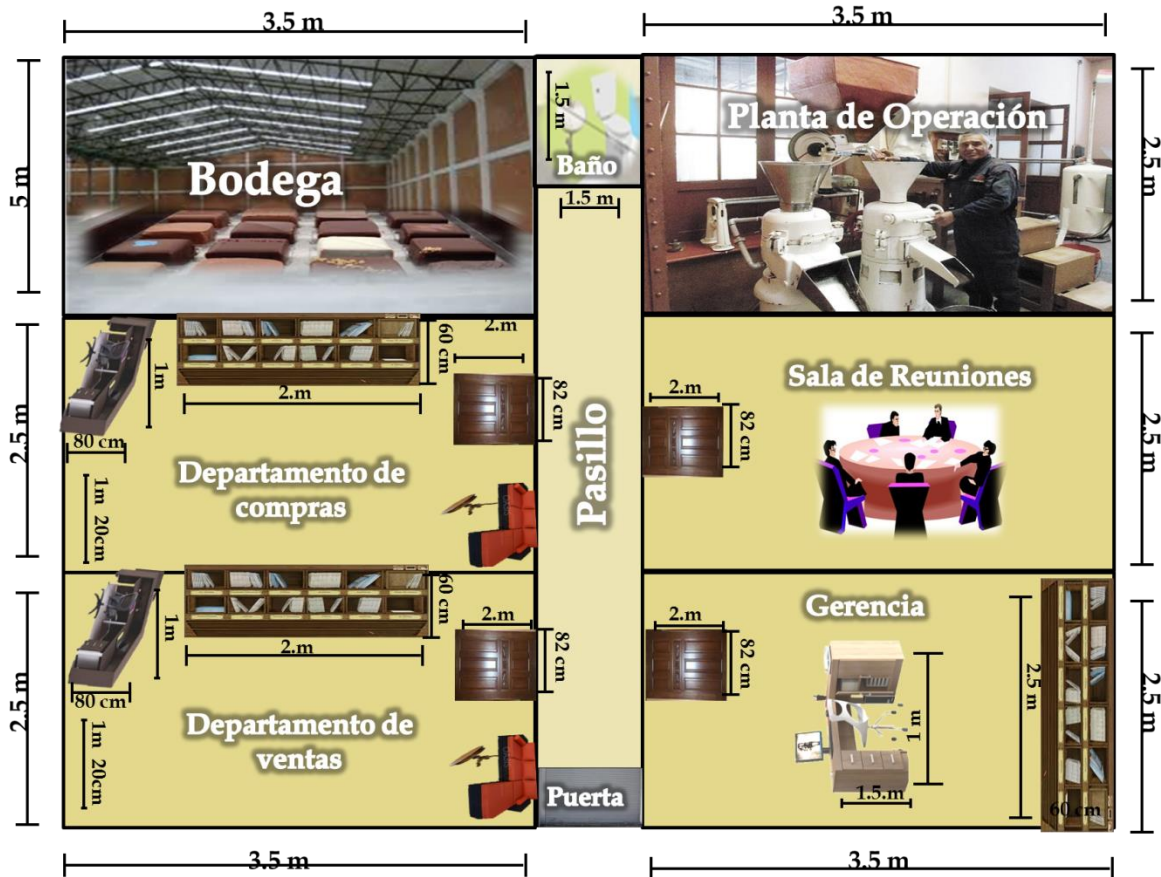
**Fuente:** Google Maps.

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 39.** Dimensión del Local

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 40.** Dimensión de la Fábrica

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

## 5.6 FACTIBILIDAD

### Factibilidad Legal

#### Cómo obtener un certificado de calidad INEN

Para obtener un certificado de calidad INEN se debe acudir al Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Después de un proceso que dura aproximadamente seis meses, las marcas pueden incluir en su publicidad que cuentan con este certificado.

## **Requisitos**

Para obtener el Certificado INEN para un producto, se deben cumplir con los parámetros establecidos para su área en: Sistema de gestión de calidad; calidad del producto; y competencia técnica.

La calidad del producto se verifica por seis meses, pues deben comprobar que cumpla con la norma técnica de referencia. Mientras la competencia técnica se otorga si el personal técnico de la empresa posee el Certificado de Aprobación del Test INEN.

## **Pasos a seguir**

1. La persona, natural o jurídica, que desee obtener este certificado, deberá enviar una solicitud al Director Ejecutivo del INEN, bajo un formato establecido. Este documento debe incluir: nombre del producto, marca comercial, modelo (tipo o serie cuando corresponda), razón social del fabricante, dirección de oficinas y de la planta; nombre del representante legal de la empresa, norma técnica de referencia del producto, entre otros datos.
2. Auditores de la Dirección Técnica de Validación y Certificación del INEN realizarán una evaluación inicial de la empresa, en la que se verificará: disponibilidad de un laboratorio de control de calidad, registros de la calibración de los equipos, registros de inspección y ensayo de conformidad con la Norma Técnica de Referencia del producto a certificar, documentación del registro de la marca de producto y constitución legal de la empresa.
3. Si la empresa cumple los criterios previamente establecidos, el INEN y la empresa suscribirán el Convenio para la obtención del Certificado de INEN, caso contrario, el INEN notificará a la empresa solicitante los incumplimientos encontrados en la evaluación, a fin de que se superen las

deficiencias detectadas. Atendidas éstas, la empresa puede reiniciar el trámite (paso 1).<sup>113</sup>

## **Requisitos para constituir una compañía Anónima**

### **1. Aprobación del nombre de la Compañía**

**Trámite.-** Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

**Documentación.-** Copia de cédula.

### **2. Apertura cuenta de Integración de Capital**

**Trámite.-** Se debe apertura una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

#### **Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de los socios.
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
4. El valor del depósito \$ 800 dependiendo del banco.

#### **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud apertura cuenta de Ingración de Capital Sociedad Anónima.

---

<sup>113</sup> EL UNIVERSO: *¿Cómo obtener el sello de calidad INEN?*, <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/07/09/nota/1142281/como-obtener-sello-calidad-inen,extraido> el 01 de marzo del 2014.

### **3. Celebrar la Escritura Pública**

#### **Trámite**

- Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

#### **Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de los 2 socios.
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la Compañía
5. Pago derechos Notaría

#### **Descarga de Documentos**

- Modelo Minuta Constitución Compañía Anónima.

### **4. Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución**

#### **Trámite**

- Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías

#### **Documentación**

1. Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
2. Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía

## **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud aprobación Escrituras.

## **5. Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras**

### **Trámite**

- La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

### **Documentación**

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

## **6. Cumplir con las disposiciones de la Resolución**

### **Trámite**

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

### **Documentación**

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.

2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

## **7. Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil**

### **Trámite**

- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

### **Documentación**

1. Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

## **8. Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía**

### **Trámite**

- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

### **Documentación**

- Ninguna

### **Descarga de Documentos**

- Modelo Nombramiento Gerente.



- Modelo Nombramiento Presidente.

## **9. Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil**

### **Trámite**

- Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

### **Documentación**

1. Tres copias de cada Nombramiento
2. Copia de las Escrituras de Constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

## **10. Obtener el RUC**

### **Trámite**

- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

### **Documentación**

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.

6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

### **Descarga de Documentos**

- Modelo de Autorización para obtener el RUC por una tercera persona.
- Modelo carta SRI para uso gratuito de oficina.

## **11. Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía**

### **Trámite**

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

### **Documentación**

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejarán la cuenta.
3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo de \$800 dependiendo de la institución bancaria.

## **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.

## **12. Obtener permiso para imprimir Facturas**

### **Requisitos para obtener patente municipal anual**

- Personas jurídicas o sociedades de hecho
- Comprar solicitud de patente (valor\$1)
- Copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal de la empresa
- Copia del registro único de contribuyentes
- Copia del acta o resolución de constitución de la compañía
- Balance Inicial
- Uso de suelo (valor\$2)

### **Requisitos para la otorgación del certificado de uso de suelo**

- Comprar tasa administrativa llenarla y adjuntar
- Certificado de no adeudar al municipio
- Copia de cedula y certificado de votación
- Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos
- Entregar en secretaria de alcaldía con copia para su recibo

### **Requisitos para obtener certificación por el Cuerpo de Bomberos**

- Solicite inspección de Establecimiento Comercial
- Original o copia de cedula del propietario o representante legal
- Original o copia de carnet de Junta Nacional Defensa de Artesanos si es afiliado
- Realizada la inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por lo señores inspectores y agregar los siguientes requisitos.
- Presentar informe de la inspección

- Original y copia de factura de compra o recarga de extintores y otros.

#### **Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud**

- Cedula
- Certificado
- Ruc actualizado
- Permiso de cuerpo de bomberos
- Certificado de salud ocupacional del dueño o trabajador
- Croquis de ubicación, plano de establecimiento

#### **5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**



**Figura 41.** Logo de la empresa agroindustrial que produzca y venda derivados de cacao en forma artesanal

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

#### **Misión**

Somos una empresa dedicada a la elaboración y comercialización artesanal de productos a base de cacao, trabajamos en conjunto con los productores de cacao

de la Parroquia Roberto Astudillo utilizando ingredientes cuidadosamente seleccionados para brindar a nuestros clientes una experiencia inolvidable.

### **Visión**

Ser una empresa que lidere la elaboración y comercialización de derivados del cacao ecuatoriano tanto a nivel local como nacional resaltando la cultura de los agricultores de la costa ecuatoriana.

### **Objetivo General**

Ofrecer productos derivados de cacao de excelente calidad y que además exalten la cultura de la población costeña logrando así una gran aceptación en el mercado tanto a nivel local como nacional mediante herramientas de publicidad y promoción que ayudara a alcanzar nuestras metas.

### **Objetivos Específicos**

- Ofrecer productos de calidad a precios competitivos que satisfagan plenamente las necesidades de nuestros clientes
- Producir derivados de cacao, de alta calidad, exquisito sabor y menor costo con el propósito de ser reconocidos a nivel local, nacional e internacional.
- Tener los mejores estándares de calidad.
- Ser una marca líder en el mercado.

### **Valores corporativos**

#### **Identidad**

Desarrollar la identidad de los agricultores del sector

#### **Excelencia**

Desarrollar de la mejor manera todas las actividades que se llevan a cabo en la empresa.

#### **Innovación**

Buscar la innovación de los productos que ofrecemos a nuestros clientes.

### **Responsabilidad**

Ser responsables con cada una de las actividades que llevamos a cabo para ofrecerles un producto de calidad a nuestros clientes. Además de ser responsables también con el pago de un precio justo a los agricultores que nos venden el cacao para poder producir nuestros productos.

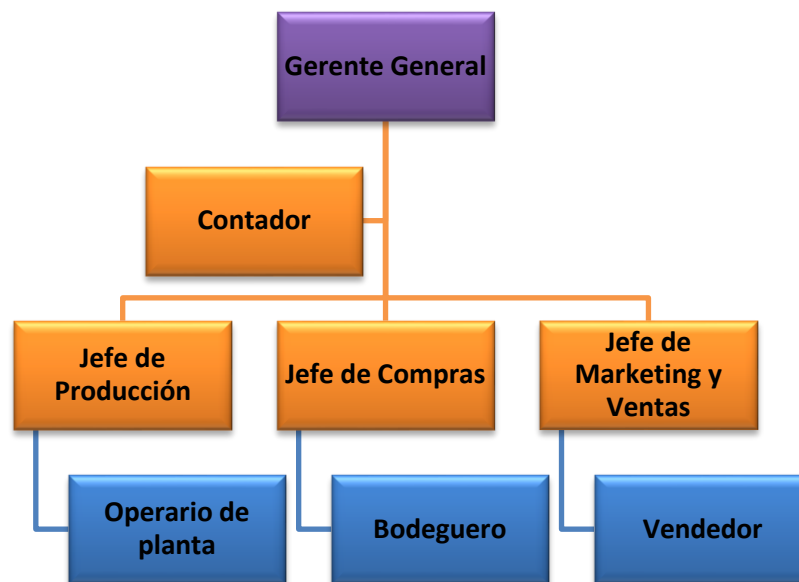
### **Perseverancia**

Ser constantes en la lucha por conseguir cada uno de los objetivos que nos hemos planteado.

### **Calidad**

La calidad de nuestros productos va a ser un factor que nos identifique como empresa y además calidad en la atención a nuestros clientes.

### **Organigrama Estructural**



**Figura 42.** Organigrama Estructural

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## Organigrama Funcional

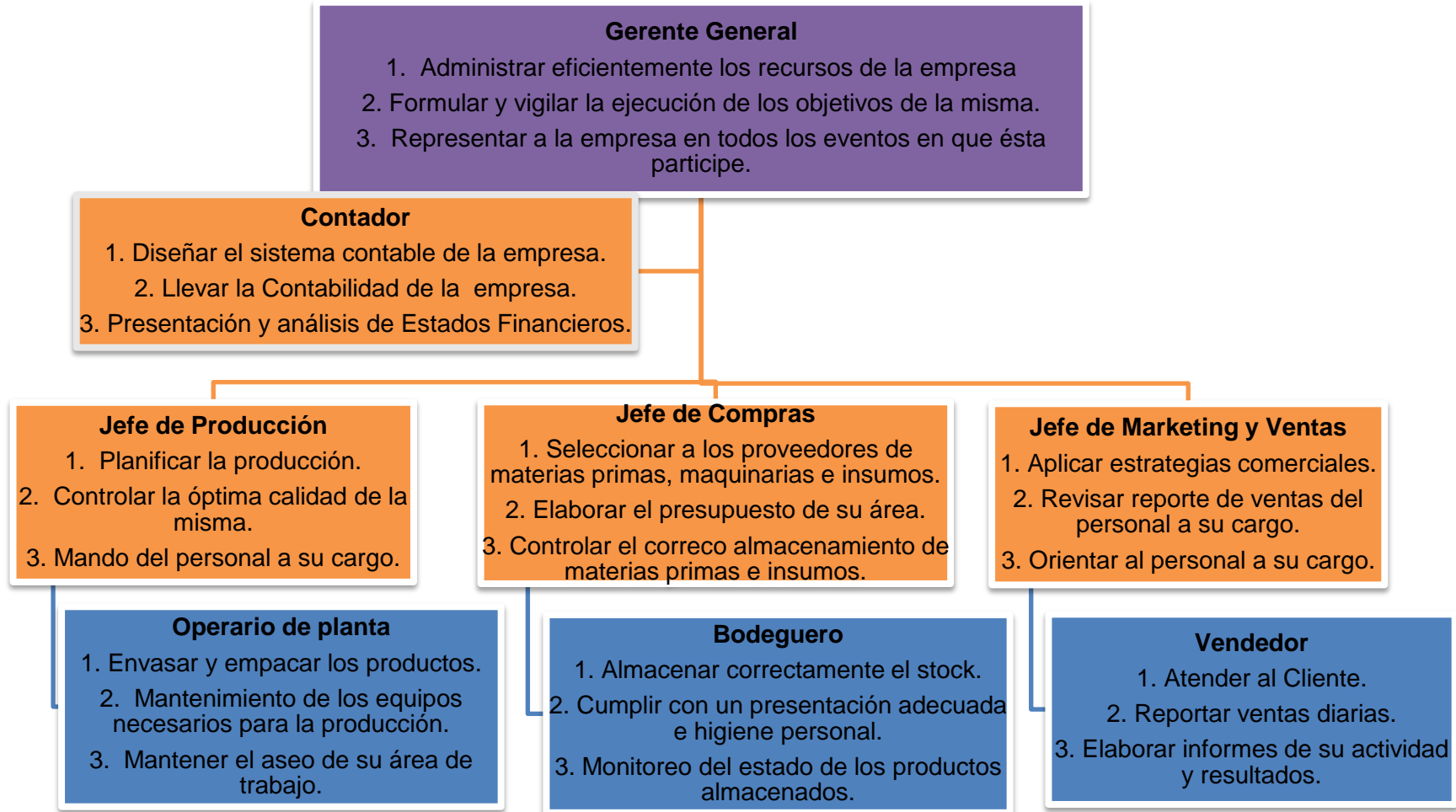


Figura 43. Organigrama Funcional

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

## **Manual de funciones y Perfil de Competencias**

### **Perfil del Puesto**

#### **Cargo: Gerente General**

#### **Descripción General**

Analizar toda la información relevante referente a la organizar a fin de que le permita cumplir con los objetivos propuestos para que la misma logre posicionarse en el mercado como una de las empresas líderes en la elaboración y comercialización de productos derivados del cacao,

#### **Funciones**

- Elaborar y controlar el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Administrar de manera eficiente los recursos de la empresa.
- Vigilar las actividades que se realizan en la empresa.
- Autorizar el pago de sueldos, proveedores e impuestos.
- Emisión de certificados, cheques, autorización de permisos, etc.
- Elaborar y ejecutar el presupuesto mensual y anual de la empresa.
- Controlar y autorizar las compras que se realicen.
- Representar a la empresa en todos los eventos en que ésta participe.
- Elaborar y hacer cumplir el reglamento interno de la empresa.



**Cuadro 38.** Perfil de competencias Gerente General

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Título Superior en Economía o carreras afines.
FORMACIÓN	Conocimientos de Word, Excel, Power Point, Internet, Mercado nacional e internacional, Marketing y Seminarios de Recursos Humanos, liderazgo y Contabilidad General.
EXPERIENCIA	Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere de liderazgo y autoridad para la toma de decisiones que permitan cumplir los objetivos planteados por la organización.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

**Área:** Financiera

**Cargo:** Contador

**Descripción General**

Desarrollar el sistema contable idóneo para la organización y llevar a cabo la contabilidad de la misma bajo las políticas, principios y normas generalmente aceptados.

## Funciones

- Definir el sistema contable de la empresa.
- Llevar la contabilidad de la empresa de acuerdo al sistema establecido.
- Realizar los pagos autorizados por el gerente general.
- Presentación y análisis de Estados Financieros.
- Cálculo de impuestos.
- Pago de impuestos y tributos.
- Realizar las transacciones adecuadas para que exista fluidez en las cuentas bancarias.
- Presentar la información oportuna cuando el Gerente General lo solicite.

**Cuadro 39.** Perfil de competencias Contador

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Título Superior en Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría y ser calificado por el Colegio de Contadores.
FORMACIÓN	Conocimientos de Word, Excel, Power Point, Internet, conocimiento de la ley Tributaria Actual y Ley de Compañías
EXPERIENCIA	Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere de destreza para la utilización de equipo informático, responsabilidad, agilidad numérica y agudeza visual.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## **Área: Producción**

### **Cargo: Jefe de Producción**

#### **Descripción General**

Diseñar y supervisar la ejecución de los diferentes procedimientos para llevar a cabo el proceso de producción de manera eficiente.

#### **Funciones**

- Planificar la producción.
- Controlar la Calidad de la producción.
- Prevención de riesgos laborales.
- Mando del personal a su cargo.
- Orientar los procesos de producción para los diferentes productos que oferta la empresa.
- Aprueba que los productos que se elaboren cuenten con las condiciones idóneas para ser lanzados al mercado.
- Vigilar que el proceso de producción se desarrolle de acuerdo a la normativa industrial.

**Cuadro 40.** Perfil de Competencias Jefe de producción

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Título Superior en Ingeniería Alimentaria.
FORMACIÓN	Conocimientos sobre los programas de mantenimiento y manipulación de los diferentes equipos utilizados en el proceso de producción.
EXPERIENCIA	Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere destreza y don de mando para orientar al personal a su cargo sobre la manipulación de los diferentes equipos y procedimientos necesarios para el proceso de producción.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

**Área:** Producción

**Cargo:** Operario de planta

**Descripción General**

Conocer los procedimientos adecuados para que los productos que salen al mercado sean de óptima calidad.

## Funciones

- Encargarse del aseo de los diferentes equipos y herramientas indispensables para el proceso de producción.
- Llevar a cabo el proceso de empaque de cada uno de los productos.
- Asegurarse de que el proceso de envasado y empaque sea el adecuado.
- Realizar el mantenimiento de los diferentes equipos utilizados en el proceso de producción.

**Cuadro 41.** Perfil de Competencias Operario de planta

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS FORMACIÓN	Bachiller técnico industrial. Conocimientos sobre la manipulación y mantenimiento de los diferentes equipos utilizados en el proceso de producción.
EXPERIENCIA	Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere capacidad para manipular las diferentes herramientas que le permitan el ahorro de tiempo en los procesos de producción y el aumento de la productividad.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## Área: Compras

### Cargo: Jefe de Compras

#### Descripción General

Encargarse de la adquisición de materias primas, equipos y herramientas necesarias para el proceso de producción.

#### Funciones

- Adquisición de materias primas, insumos y maquinarias.
- Controlar el correcto almacenamiento de las materias primas que se utilizan en el proceso de producción.
- Seleccionar a los proveedores.
- Elaborar el presupuesto de su área.
- Mantenerse en constante comunicación con los proveedores.
- Coordinar con el área financiera el pago de proveedores.

**Cuadro 42.** Perfil de Competencias de Jefe de Compras

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Título Superior en Administración de empresas o carreras afines.
FORMACIÓN	Conocimientos acerca de la industria y el mercado en donde se desenvuelve la organización.
EXPERIENCIA	Experiencia de 1 año mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere capacidad para negociar además de habilidad analítica y trabajo en equipo.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

**Área: Bodega**

**Cargo: Bodeguero**

### Descripción General

Encargado del stock permanente de los productos que la empresa ofertará, despachar y mantener un claro registro de las existencias.

### Funciones

- Almacenar correctamente el stock.
- Cumplir con una adecuada presentación e higiene personal.
- Clasificar la materia prima y los insumos de una manera adecuada.
- Reportar las existencias de materias primas y productos finales.
- Monitoreo del estado de los productos almacenados.

**Cuadro 43.** Perfil de Competencias Bodeguero

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Bachiller Contable.
FORMACIÓN	Conocimientos acerca del correcto almacenamiento de las materias primas e insumos necesarios para la producción.
EXPERIENCIA	Experiencia de 1 año mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere tener un buen estado físico que le permita cumplir con todas las actividades exigidas durante su jornada de trabajo.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## Área: Marketing y Ventas

### Cargo: Jefe de Marketing y Ventas

#### Descripción General

Formula estrategias para promocionar y vender los productos que elabora la empresa con el fin de cumplir con los objetivos planteados.

#### Funciones

- Revisión de reporte de ventas del personal a su cargo.
- Aplicar estrategias comerciales.
- Definir un plan de marketing acorde a los objetivos que pretende alcanzar la empresa.
- Analizar el comportamiento de la demanda de los diferentes productos que ofrece la empresa.
- Se encarga de supervisar las actividades realizadas por el vendedor.
- Orienta el personal a su cargo.

**Cuadro 44.** Perfil de competencias Jefe de Ventas

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Título Superior en Ingeniería en Marketing o carreras afines.
FORMACIÓN	Capacidad para formular estrategias que permitan posicionar a la empresa como una de las líderes en el mercado en donde se desenvuelve y conocimiento en ventas de productos de consumo masivo.
EXPERIENCIA	Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere Don de mando, liderazgo participativo, espíritu creativo y crítico.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



## Área: Ventas

### Cargo: Vendedor

#### Descripción General

Encargado de atender al cliente de una manera cordial y brindar toda la información que éste solicite con respecto al producto.

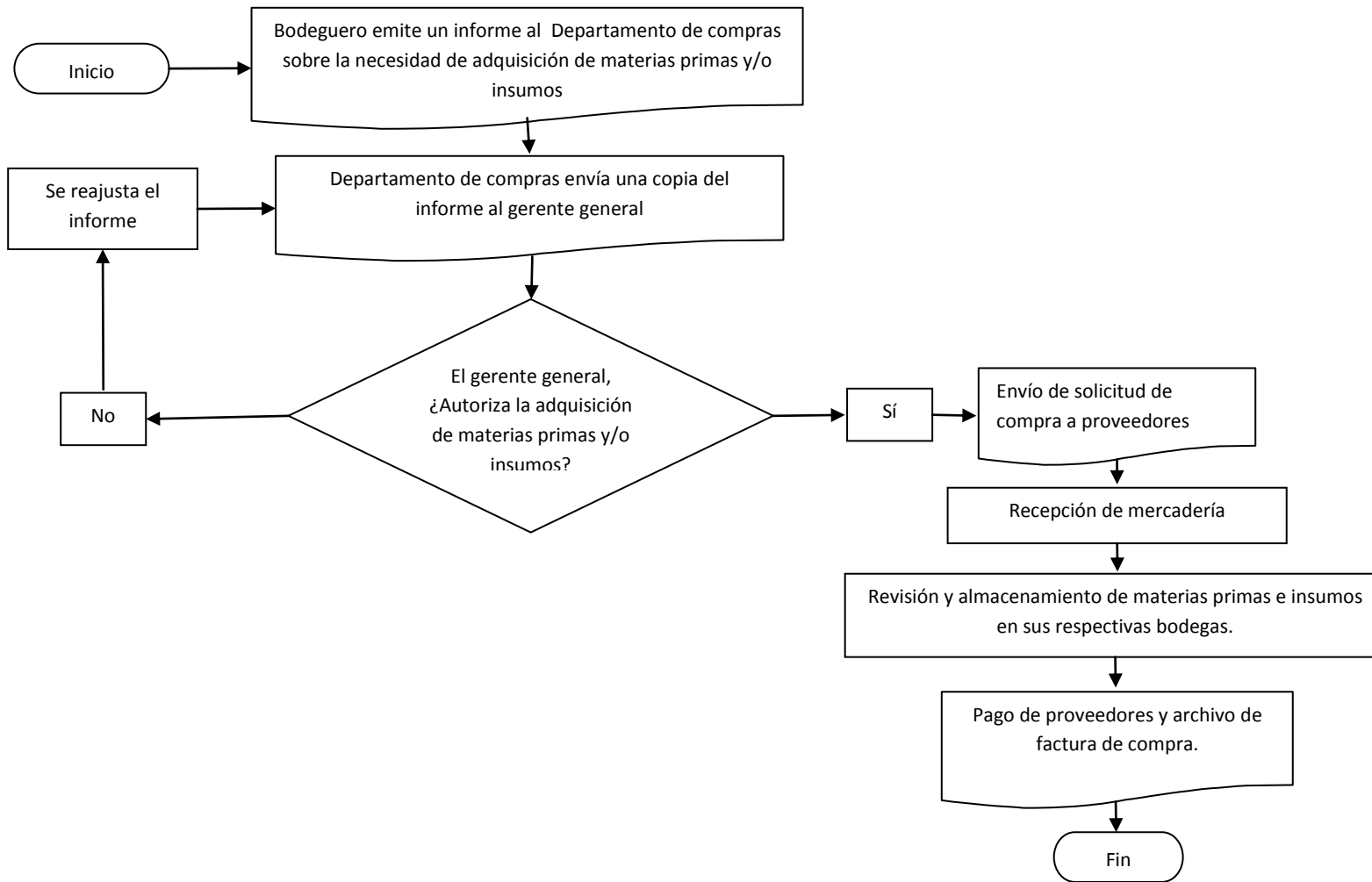
#### Funciones

- Brindar una adecuada atención al cliente.
- Reporte de ventas diarias.
- Elaboración de informes cuantitativos que recogen su actividad y resultados.
- Atención al cliente en ferias y exposiciones

#### Cuadro 45. Perfil de Competencias Vendedor

PERFIL DE COMPETENCIAS	
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Estudiante de Marketing o Carreras afines.
FORMACIÓN	Cursos o seminarios de atención al cliente y conocimiento en venta de productos de consumo masivo. Licencia de Conducir tipo B
EXPERIENCIA	Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS	Se requiere de buena presencia, personalidad atrayente y fluidez verbal.
MÉTODO DE SELECCIÓN	Se recibirá y analizará la hoja de vida de cada uno de los postulantes al cargo con el fin de seleccionar al más idóneo.

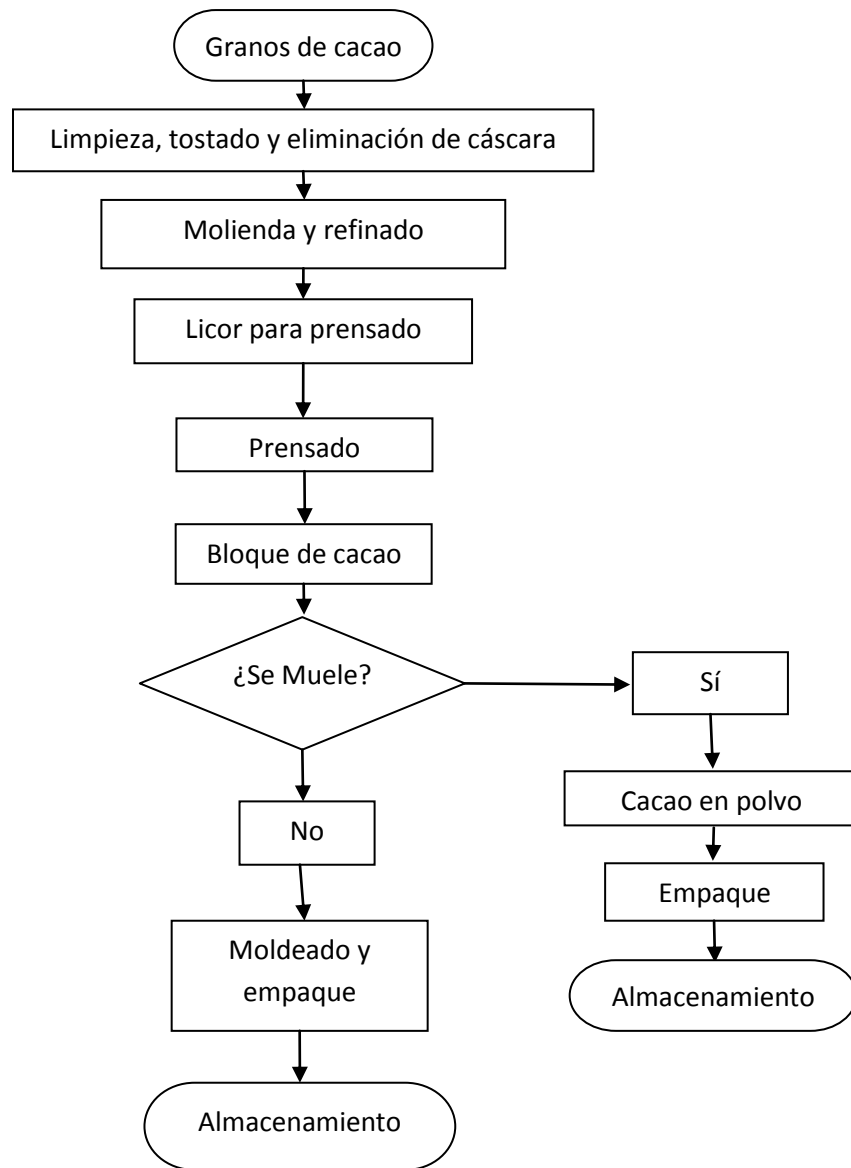
**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 44.** Procesos de adquisición de materias primas e insumos

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Para la adquisición de materias primas e insumos el proceso a realizar es el siguiente: una vez que el encargado de bodega realice un informe de las materias primas e insumos que hacen falta para continuar con los procesos de producción éste debe ser chequeado por el jefe compras quien enviará una copia de ésta solicitud al gerente general para que apruebe o desapruebe la adquisición de materias primas y/o insumos; si la respuesta es negativa ésta orden deberá ser ajustada para su aprobación y continuar con el debido proceso, caso contrario se enviará una solicitud de compra a los diferentes proveedores, cuando la mercadería llegue a la fábrica deberá ser revisada y almacenada en su respectiva bodega, una vez realizado éste proceso se realizará el pago a proveedores y el archivo de la factura de la compra realizada.

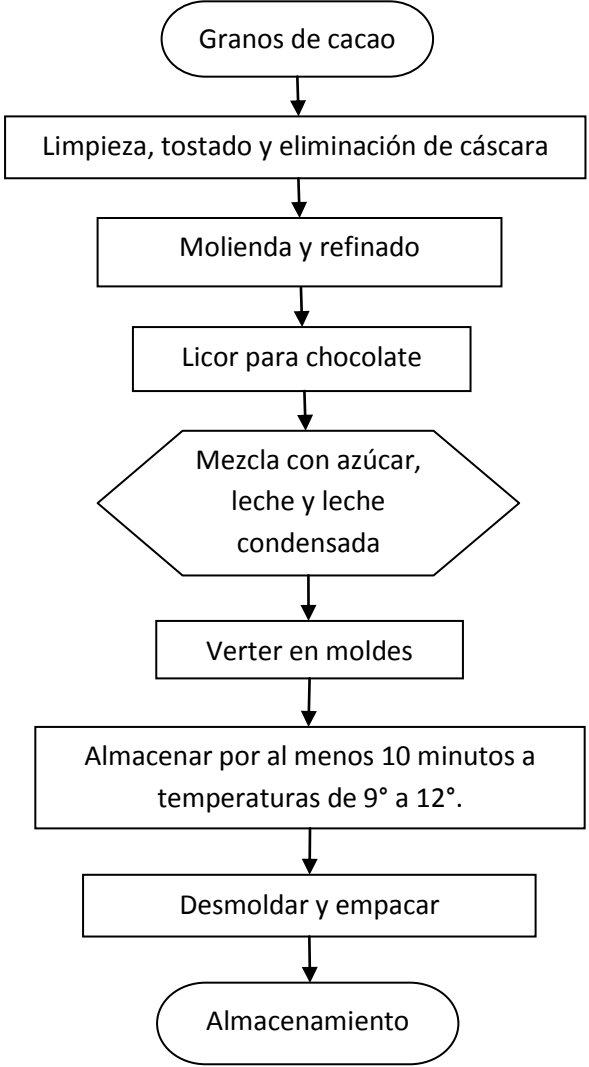


**Figura 45.** Proceso de transformación de materias primas para la obtención de bloques de cacao y cacao en polvo.

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Para la obtención de los bloques de cacao y cacao en polvo, el procedimiento a llevar a cabo es el siguiente: una vez que se tienen los granos de cacao y demás materias primas e insumos en sus respectivas bodegas, se procederá a limpiar, tostar y eliminar la cáscara de los granos de cacao para que luego éstos pasen por un proceso de molienda y refinado mediante el cual se obtiene licor de cacao, el mismo que será prensado, es decir; separado de la manteca de cacao,

realizado este procedimiento obtenemos una pasta que en el caso de ser molida se convertirá en cacao en polvo y de no ser así pasaría directamente a una fase de moldeado que se empacará y almacenará correctamente.

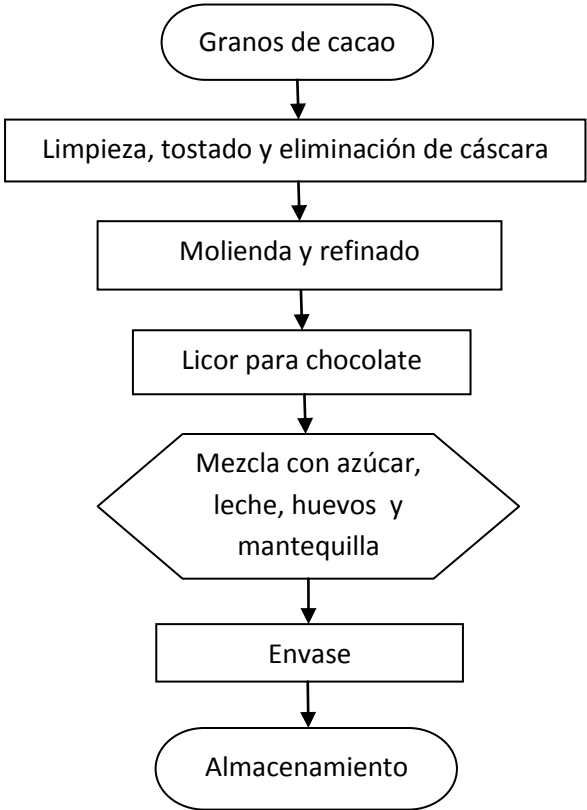


**Figura 46.** Proceso de transformación de materias primas para la obtención de bombones

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

En el caso de los bombones se empezará por limpiar, tostar y eliminar la cáscara de los granos de cacao, los mismos que pasarán luego por un proceso de molienda y refinado mediante el cual se obtendrá licor para chocolate que una vez mezclado con azúcar, leche y leche condensada dará como resultado una pasta

que deberá ser fundida para luego ser vertida en los moldes y almacenada durante 10 minutos a temperaturas de 9° a 12°. Luego de haber transcurrido ese lapso de tiempo se deberán desmoldar los bombones para ser empacados y almacenados correctamente.

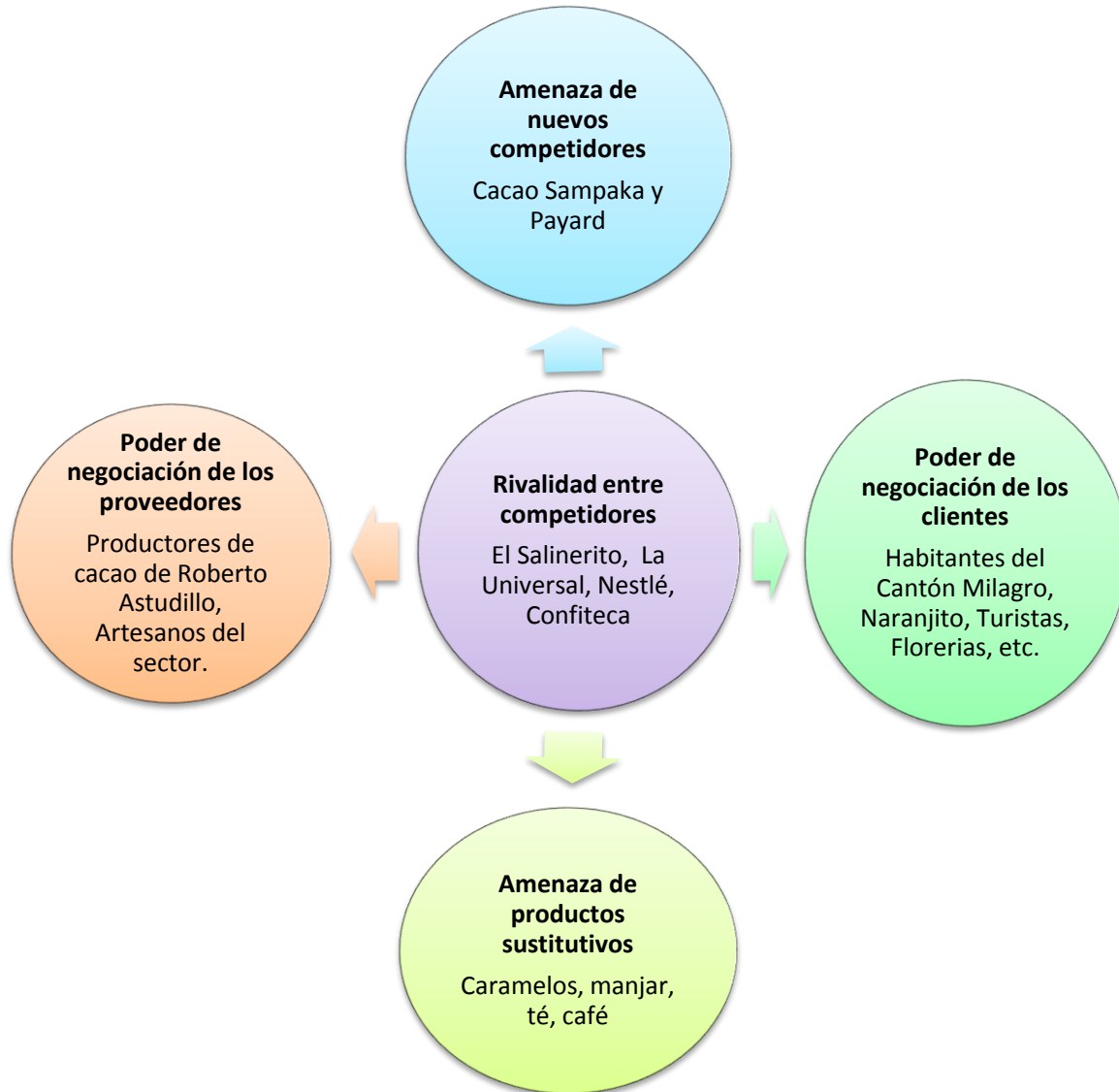


**Figura 47.** Proceso de transformación de materias primas para la obtención de crema de chocolate

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Para la obtención de la crema de chocolate primero se deberán limpiar, tostar y descascarillar los granos de cacao, realizado ese procedimiento estos granos deberán pasar un proceso de molienda y refinado que dará como resultado licor de chocolate que al ser mezclado con azúcar, leche, huevos y mantequilla, darán como resultado la crema de chocolate que deberá ser envasada y almacenada en su respectiva bodega.

## Análisis de Porter



**Figura 48.** Análisis de las Fuerzas de Porter

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## **Amenaza de nuevos Competidores**

En este mercado si existe la posibilidad de que nuevos competidores ingresen, sin embargo es necesario mencionar que también existen barreras de entrada para acceder a este mercado entre las cuales podemos mencionar que: las empresas que lo conforman están ya posicionadas y al tener altos niveles de producción dificultan la entrada a nuevos competidores que al no producir en la misma magnitud no pueden abaratar costos al igual que éstas.

Algunas empresas que posiblemente podrían entrar a competir al mercado ecuatoriano puesto que han tenido una fuerte expansión en estos últimos años son: Payard, una empresa estadounidense que ha ganado premios internacionales por la excelente calidad de sus productos y Cacao Sampaka, empresa española que ha ganado un gran prestigio en los últimos años.

## **Rivalidad entre competidores**

En este caso los competidores que existen se encuentran ya posicionados por lo cual tendremos algo de dificultad al momento de competir con ellos, pero es necesario mencionar también que nuestro producto va a entrar a competir con ellos en lo que se refiere a innovación y calidad, además de que tendremos que utilizar de manera eficiente los recursos para poder abaratar costos sin desmejorar la calidad de los productos y de esta manera poder competir en el mercado.

Entre los principales competidores que existen en el mercado tenemos a El Salinerito un competidor directo, Nestlé, La Universal, Confiteca, empresa que se dedica a la elaboración de derivados de cacao, producto muy similar al que comercializaremos.



### **Poder de negociación de los proveedores**

Las materias primas nos serán suministradas por los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo, los mismos que se encuentran organizados en diferentes grupos, esta situación también resultaría ser beneficiosa puesto que podríamos acordar con ellos determinados términos para adquirir la materia prima a precio justo. En cuanto a los insumos, las cajas de madera nos serán suministradas por el taller de ebanistería Reyes de la ciudad de Milagro, los jarros de cerámica por el taller Mendieta, los frascos de vidrio serán adquiridos a la empresa Eco envases de Guayaquil y las fundas de yute que utilizaremos para envasar la crema de chocolate las compraremos en la ciudad de Milagro y serán ajustadas por un artesano de la Parroquia Roberto Astudillo.

### **Poder de negociación de los compradores**

En este mercado el poder de negociación de los compradores que serían los habitantes del Cantón Milagro no representaría un impedimento para nuestra empresa, debido a que estos no se encuentran organizados y por lo tanto acceder a este mercado resulta atractivo.

Sin embargo, colocaremos también nuestros productos en pequeños supermercados del sector, por lo tanto, éstos también formarían parte de nuestra clientela.

### **Amenaza de productos sustitutos**

La amenaza de productos sustitutos existe principalmente debido a que en mercado ya compiten marcas reconocidas no solo a nivel local sino también mundial, esto es en cuanto a marcas.

Sin embargo, es importante mencionar también que los caramelos, manjares, el té y el café también podrían afectar nuestras ventas debido a que muchas personas preferirían comer caramelos en lugar de chocolate, manjar en lugar de crema de chocolate, té y café en lugar de cocoa.

## Análisis FODA

**Cuadro 46.** Análisis FODA

<b>Análisis FODA</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Adecuado talento humano</li><li>➤ Productos con presentaciones originales.</li><li>➤ Calidad de los productos.</li><li>➤ Ubicación de nuestra empresa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Empresa nueva en el mercado.</li><li>➤ Inexistencia de sucursales repartidas en diferentes puntos del Cantón.</li><li>➤ Los productos que se comercializan no son de primera necesidad.</li><li>➤ Inexistencia de posicionamiento de la imagen y marca en el mercado</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Alianzas estratégicas con pequeñas y medianas empresas (método de distribución).</li><li>➤ Materia prima a precio conveniente.</li><li>➤ Inexistencia de una empresa igual a la nuestra en el sector.</li><li>➤ Accesibilidad a préstamos bancarios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Competencia de productos similares.</li><li>➤ Ingreso de productos extranjeros al mercado ecuatoriano.</li><li>➤ Plagas.</li><li>➤ Variación de precios de la materia prima.</li></ul>

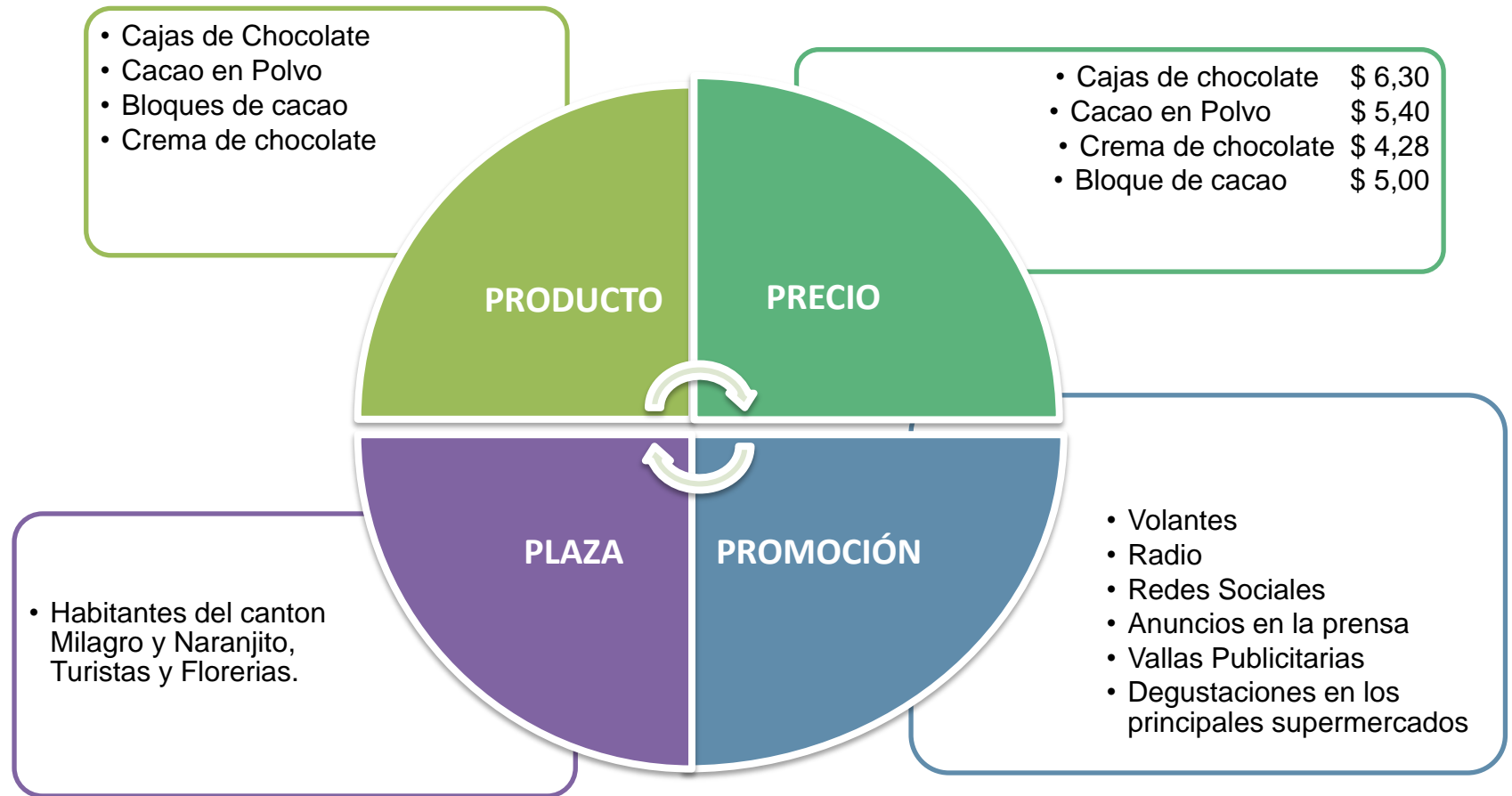
**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

**Cuadro 47. Matriz de estrategias FO, FA, DO, DA**

La casa del Chocolate	Oportunidades (O)	Amenazas (A)
		1.- Alianzas estratégicas con pequeñas y medianas empresas (método de distribución). 2.- Materia prima a precio conveniente. 3.- Inexistencia de una empresa igual a la nuestra en el sector. 4.- Accesibilidad a préstamos bancarios.
Fortalezas (F)	Estrategias (FO)	Estrategias (FA)
1.- adecuado talento humano 2.- Productos con presentaciones originales. 3.- Calidad de los productos.                      4.- Ubicación de nuestra empresa.	1.- realizar alianzas estratégicas con supermercados para que distribuyan nuestros productos. (F2, F3,O1). 2.- Aprovechar la atractiva ubicación de la empresa, y aunque se encuentra lejana a la competencia y cercana a los productores de cacao en Milagro	1.-Capacitar al talento humano para que puedan ser más eficientes en sus procesos y mediante esto competir en el mercado. (F1,A1,A2) 2.- Utilizar la calidad y la excelente presentación de nuestro producto para convertirnos en un fuerte rival de los productos extranjeros,. (F2, F3, A2)
Debilidades (D)	Estrategias (DO)	Estrategias (DA)
1.- Empresa nueva en el mercado. 2.- Inexistencia de sucursales repartidas en diferentes puntos del Cantón. 3.- Los productos que se comercializan no son de primera necesidad. 4.- Inexistencia de posicionamiento de la imagen y marca en el mercado.	1.- Elaborar un esquema financiero mostrando la rentabilidad de la empresa que le permita recurrir a préstamos bancarios para la adquisición de maquinarias, insumos, materias primas y demás gastos.(D1, D4, O4). 2.-Contratar pautas publicitarias en medios de comunicación de locales y nacionales , mediante esto informar de la existencia de esta empresa posicionando la imagen de nuestros productos, (D1,D4,O3)	1.- brindar programas de capacitación para evitar que las plagas destruyan las cosechas de los productores.(D3, A3, A4) 2.- Establecer controles adecuados que permita evolucionar económicamente a la empresa, permitiendo establecer sucursales en lugares estratégicos. (D2,A1,A2)

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## Marketing Mix



**Figura 49.** Marketing Mix

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## Producto

Los productos que distribuirá la casa del chocolate gozarán de una excelente calidad puesto que van a ser elaborados con uno de los mejores cacaos del mundo como lo es el cacao ecuatoriano resaltando la cultura de los agricultores de la Costa Ecuatoriana con innovadoras presentaciones, entre los productos que se van a elaborar y comercializar se encuentran los siguientes:

- Cajas de chocolates



**Figura 50.** Cajas de Chocolates

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Esta presentación en una elegante caja de madera contiene nuestra más fina creación que son 9 bombones rellenos de diferentes sabores elaborados con el mejor cacao del mundo como lo es el cacao ecuatoriano.

- Cacao en polvo



**Figura 51.** Producto cacao en polvo

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Esta jarra de cerámica le da al producto una novedosa presentación, contendrá 400 gramos de delicioso cacao el polvo que puede ser utilizado para preparar deliciosos postres.

- **Crema de Chocolate**



**Figura 52.** Imagen del producto crema de chocolate

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Esta bolsa de yute la cual contendrá un frasco de vidrio de deliciosa crema de chocolate para untar, la cual puede ser degustada sola o con galletas, panes e incluso ser usada en la repostería.

- Bloques de Cacao



**Figura 53.** Imagen del producto de bloques de cacao

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara



Esta elegante caja de madera contendrá un delicioso bloque de cacao que al ser rayado y disuelto en leche se podrá degustar como un delicioso chocolate caliente.

## **Precio**

Para poder establecer el precio de los diferentes productos que lanzaremos al mercado tomamos en cuenta las tendencias del mercado, además éste precio debe ser accesible para nuestros clientes.

**Cuadro 48.** Precios de los productos

<b>Producto</b>	<b>Precio Unitario</b>
Caja de Bombones (9 unidades)	\$6,30
Cacao en polvo 400gr	\$5,40
Crema de Chocolate 300gr	\$4,28
Bloques de Cacao	\$5,00

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

## **Plaza**

Arrendaremos un local en el centro de la Parroquia Roberto Astudillo daremos a conocer nuestro producto a los Habitantes del cantón Milagro, Naranjito, Turistas y Florerías.

## Promoción

Ofertaremos nuestros productos realizando publicidad de la siguiente manera

- Anuncios en la prensa



**Figura 54.** Anuncios en la prensa

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

- Radio

“Invitamos a todos los habitantes del Cantón Milagro a la apertura de “La Casa del Chocolate” para el día sábado 23 de mayo, ven y disfruta degustando nuestros deliciosos bombones, cacao en polvo, crema de chocolate y bloques de cacao. Estamos ubicados en la zona céntrica de la Parroquia Roberto Astudillo”.

- Volantes



Figura 55. Volantes

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara

- Redes sociales



Figura 56. Publicidad a través de Twitter

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



**Figura 57.** Publicidad a través de Facebook

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara.

- Degustaciones en principales supermercados
- Vallas Publicitarias



**Figura 58.** Pancartas

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Puesto que somos una empresa nueva en el mercado un factor determinante será las promociones que brindemos para de esta manera atraer a nuestros clientes, es así que entre las diferentes promociones que ofreceremos tenemos:

- Ofrecer el 5% de descuento en la compra del segundo producto. Esta promoción aplica a todos nuestros productos.
- Por la compra de una caja de chocolates nuestros clientes recibirán una muestra gratis de nuestra deliciosa crema de chocolate.

## 5.7.1 RECURSOS, ANALISIS FINANCIERO

**Cuadro 49.** Estado de resultados

<i>% Incremento Anual</i>	<b>10,0%</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total</b>	
Ventas	\$291.502	\$320.652	\$352.718	\$387.989	\$426.788	\$1.779.650	
(Costos Directos)	\$173.994	\$180.954	\$188.192	\$195.720	\$203.549	\$942.408	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$117.508</b>	<b>\$139.698</b>	<b>\$164.526</b>	<b>\$192.270</b>	<b>\$223.240</b>	<b>\$837.242</b>	
(Costos Indirectos)	\$64.732	\$67.322	\$70.015	\$72.815	\$75.728	\$350.612	
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$52.776</b>	<b>\$72.377</b>	<b>\$94.511</b>	<b>\$119.455</b>	<b>\$147.512</b>	<b>\$486.630</b>	
(Depreciación)	\$6.714	\$6.714	\$6.714	\$5.647	\$5.647	\$31.435	
(Amortización gastos preoperativos)	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$1.500	
(Gastos Financieros)	\$4.337	\$3.564	\$2.698	\$1.727	\$638	\$12.964	
<b>Utilidad antes de Participación e Impuestos</b>	<b>\$41.425</b>	<b>\$61.799</b>	<b>\$84.799</b>	<b>\$111.780</b>	<b>\$140.927</b>	<b>\$440.731</b>	
(Participación de los trabajadores en las utilidades)	\$6.214	\$9.270	\$12.720	\$16.767	\$21.139	\$66.110	
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$35.211</b>	<b>\$52.529</b>	<b>\$72.079</b>	<b>\$95.013</b>	<b>\$119.788</b>	<b>\$374.621</b>	
(Impuesto a la renta 22%)	\$7.747	\$11.556	\$15.857	\$20.903	\$26.353	\$82.417	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$27.465</b>	<b>\$40.973</b>	<b>\$56.222</b>	<b>\$74.110</b>	<b>\$93.435</b>	<b>\$292.204</b>	

**Responsables:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Dados los resultados anteriores podemos darnos cuenta de que nuestro proyecto es factible puesto que a partir del primer año obtendremos utilidad gracias al resultado de nuestras operaciones, además pronosticando un incremento del

10% en las ventas de cada uno de los años posteriores considerando el factor de la inflación en los costos, el negocio continúa generando utilidad.

**Cuadro 50. Balance General**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos Corrientes</b>	<b>\$87.139</b>	<b>\$134.849</b>	<b>\$197.826</b>	<b>\$277.997</b>	<b>\$377.132</b>
Caja – Bancos	\$55.444	\$103.154	\$166.132	\$246.302	\$345.437
Inventarios	\$31.695	\$31.695	\$31.695	\$31.695	\$31.695
<b>Activos Fijos Netos</b>	<b>\$33.556</b>	<b>\$26.543</b>	<b>\$19.529</b>	<b>\$13.582</b>	<b>\$7.635</b>
Activos Fijos	\$39.070	\$39.070	\$39.070	\$39.070	\$39.070
Gastos preoperacionales	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500
(Depreciación acumulada)	-\$6.714	-\$13.427	-\$20.141	-\$25.788	-\$31.435
(Amortización acumulada)	-\$300	-\$600	-\$900	-\$1.200	-\$1.500
<b>Total Activos</b>	<b>\$120.695</b>	<b>\$161.391</b>	<b>\$217.355</b>	<b>\$291.579</b>	<b>\$384.767</b>
<b>Pasivos</b>	<b>\$48.160</b>	<b>\$47.883</b>	<b>\$47.626</b>	<b>\$47.739</b>	<b>\$47.492</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>\$72.535</b>	<b>\$113.508</b>	<b>\$169.730</b>	<b>\$243.840</b>	<b>\$337.275</b>
Capital Social	\$45.070	\$45.070	\$45.070	\$45.070	\$45.070
Utilidad del Ejercicio	\$27.465	\$40.973	\$56.222	\$74.110	\$93.435
Utilidades Retenidas	\$0	\$27.465	\$68.438	\$124.659	\$198.770
<b>Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$120.695</b>	<b>\$161.391</b>	<b>\$217.355</b>	<b>\$291.579</b>	<b>\$384.767</b>

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

**Cuadro 51. Flujo de Efectivo**

<b>Descripción</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>
Ventas		\$291.502	\$320.652	\$352.718	\$387.989	\$426.788	<b>\$1.779.650</b>
(Costos Directos)		\$205.689	\$180.954	\$188.192	\$195.720	\$203.549	<b>\$974.103</b>
(Costos Indirectos)		\$64.732	\$67.322	\$70.015	\$72.815	\$75.728	<b>\$350.612</b>
<b>Flujo Operativo</b>	<b>\$0</b>	<b>\$21.081</b>	<b>\$72.377</b>	<b>\$94.511</b>	<b>\$119.455</b>	<b>\$147.512</b>	<b>\$454.935</b>
<b>Ingresos no operativos</b>	<b>\$85.640</b>						
Crédito Aporte Propio	\$40.570 \$45.070						
<b>Egresos no operativos</b>	<b>\$40.570</b>	<b>\$10.707</b>	<b>\$24.667</b>	<b>\$31.533</b>	<b>\$39.284</b>	<b>\$48.377</b>	<b>\$154.568</b>
<b>Inversiones</b>	\$40.570	\$10.707	\$24.667	\$31.533	\$39.284	\$48.377	\$154.568
<i>Activos Fijos</i> <i>Capital de Trabajo</i>	\$40.570						
Pago de capital		\$6.370	\$7.143	\$8.009	\$8.980	\$10.069	<b>\$40.570</b>
Pago de intereses		\$4.337	\$3.564	\$2.698	\$1.727	\$638	<b>\$12.964</b>
Impuestos		\$0	\$7.747	\$11.556	\$15.857	\$20.903	<b>\$56.063</b>
Pago de participación de trabajadores		\$0	\$6.214	\$9.270	\$12.720	\$16.767	<b>\$44.971</b>
<b>Flujo No Operativo</b>	<b>\$45.070</b>	<b>-\$10.707</b>	<b>-\$24.667</b>	<b>-\$31.533</b>	<b>-\$39.284</b>	<b>-\$48.377</b>	<b>-\$154.568</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$45.070</b>	<b>\$10.374</b>	<b>\$47.710</b>	<b>\$62.978</b>	<b>\$80.170</b>	<b>\$99.135</b>	<b>\$300.367</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$45.070</b>	<b>\$55.444</b>	<b>\$103.154</b>	<b>\$166.132</b>	<b>\$246.302</b>	<b>\$345.437</b>	

Elaborado por: Mirian Castro y Andrea Guevara



**SITUACIÓN FINANCIERA:**

**ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD**

**Cuadro 52. Índices Financieros**

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujos Netos</b>	<b>-\$85.640</b>	<b>\$10.374</b>	<b>\$47.710</b>	<b>\$62.978</b>	<b>\$80.170</b>	<b>\$99.135</b>
<b>Flujo Acumulado</b>		<b>\$55.444</b>	<b>\$103.154</b>	<b>\$166.132</b>	<b>\$246.302</b>	<b>\$345.437</b>
<b>Flujos Descontados</b>		-\$76.336	-\$33.547	\$22.935	\$94.837	\$425.608

**ÍNDICES NOMINALES**

<b>Payback (Recuperación de la Inversión)</b>	<b>(Menor al plazo)</b>		
<b>Año de Recuperación de la Inversión</b>	<b>Año</b>	<b>3</b>	
<b>Diferencia con Inversión Inicial</b>	\$85.640	<b>\$103.154</b>	<b>-\$17.514</b>
<b>Flujo Mensual Promedio Año Siguiente</b>	<b>\$166.132</b>	12	<b>\$13.844</b>
<b>Número de Meses</b>	-\$17.514	\$13.844	<b>-1</b>

<b>PAYBACK</b>	<b>3</b>	<b>Año (s)</b>	<b>-1</b>	<b>Mes(es)</b>
----------------	----------	----------------	-----------	----------------

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Tal como nos indican los cuadros anteriores, podemos darnos cuenta que la inversión podrá ser recuperada en un periodo de 2 años y 11 meses porque es precisamente en ese periodo en el cual los flujos de nuestra empresa traídos al periodo cero comienzan a volverse positivos.

**Cuadro 53. Índices Descontados**

<b>Suma Flujos Descontados</b>	<b>\$202.506</b>
--------------------------------	------------------

<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>POSITIVO</b>	<b>\$116.866</b>
<b>Índice de Rentabilidad (IR)</b>	<b>(Mayor a 1)</b>	<b>2,36</b>
<b>Rendimiento Real (RR)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>136%</b>
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>44%</b>

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

Basándonos en los índices anteriores podemos decir que nuestro proyecto es rentable y por lo tanto puede llevarse a cabo, puesto al sumar los flujos de caja traídos a valor presente y restándoles la inversión inicial obtuvimos un VAN superior a 0, es decir positivo. El índice de rentabilidad nos indica que por cada dólar invertido recuperaremos 2,36 extra, por lo tanto existe un rendimiento muy atractivo. Además el proyecto genera un incremento real del 136% sobre la inversión. Por otra parte, el TIR del proyecto que es el que nos indica el tipo de interés en el que el VAN se hace 0, es de 44% mucho mayor a la tasa de descuento y por lo tanto podemos mencionar que nos encontramos frente a un proyecto muy rentable.

**Cuadro 54.** Ratios, Riesgos, Razones Financieras

<b>Punto de Equilibrio</b>	<i>En U\$</i>	<b>\$141.530</b>
	<i>En %</i>	<b>44%</b>
<b>Valor Agregado sobre Ventas</b>	<b>(Menor a 50%)</b>	<b>21%</b>
<b>Índice de Empleo</b>	<b>(Mayor al 50%)</b>	<b>242%</b>
<b>Riesgo de Iliquidez</b>	<b>(Menor a 50%)</b>	<b>16%</b>
<b>Margen Neto de Utilidad</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>13%</b>
<b>Rotación de Activos</b>	<b>(Mayor a 1)</b>	<b>2,0</b>
<b>Apalancamiento Financiero</b>		<b>1,4</b>
<b>Dupont</b>	<b>Aprox. al 100%</b>	<b>36%</b>

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

El punto de equilibrio de este proyecto nos quiere decir que debemos vender exactamente \$141.530 ó el 44% de la producción para poder cubrir nuestros costos de producción, es decir que la venta del 56% restante de nuestra producción nos genera utilidad.

La participación de los empleados en la generación de bienes es del 21%, eso es lo que nos indica el índice de valor agregado sobre ventas.

Tenemos un riesgo de iliquidez del 16%, indicador que se muestra por debajo del 50%, lo cual nos hace notar que disponemos del 84% de la capacidad para poder responder a nuestras obligaciones financieras tanto a corto, mediano y largo plazo.

Nuestro proyecto genera un 13% de utilidad sobre las ventas lo cual resulta beneficioso. En cuanto a la rotación de activos podemos mencionar que, en un año los activos rotan 2 veces o lo que es lo mismo cada 181 días aproximadamente. Con respecto al Dupont este índice bordea el 36% y nos indica que la rentabilidad que tiene el proyecto se debe principalmente por el margen de utilidad que generan las ventas.

## **5.7.2 Impacto**

### **Impacto cultural**

Este plan tendrá efecto en la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo, mediante los productos que vamos a comercializar se exaltara las tradiciones del pueblo montubio de la Parroquia Roberto Astudillo.

### **Impacto Económico**

La implementación de la Empresa que se dedique a vender derivados de cacao en forma artesanal, generara plazas de empleo en, otro efecto que tendrá la transformación del cacao en grano a producto terminado será que contribuirá al cambio de la matriz productiva del Ecuador planteada por el actual gobierno.

### **Impacto Ecológico.**

Nuestra empresa generara un impacto ecológico debido a que los productos son elaborados bajo procesos artesanales por tal motivo no hay desperdicios que afecten al medio ambiente, además la producción es netamente orgánica, cabe recalcar que las presentaciones que tienen los empaques de nuestros productos son reutilizables.

### **5.7.3 Actividades**

- Iniciar con los trámites para la obtención del financiamiento necesario.
- Empezar con las adecuaciones a la oficina.
- Selección de medios publicitarios a ser utilizados
- Reclutamiento y selección del personal
- Publicidad
- Capacitación del personal
- Adquisición de equipos de oficinas, materiales e insumos
- Contactar a proveedores
- Reunión con los interesados en distribuir nuestro producto en los supermercados y tiendas.
- Repartición de volantes y afiches en las calles del cantón, en los lugares más frecuentados.
- Dar a degustar nuestro producto en los diferentes supermercados cercanos a nuestra fabrica, invitar al público a la apertura de nuestro local.
- Inauguración de la empresa.
- Inicio de actividades

## 5.7.4 CRONOGRAMA

**Cuadro 54. Cronograma**

ACTIVIDADES	Comienzo	Fin	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Iniciar con los trámites para la obtención del financiamiento necesario.	05/01/2015	27/02/2015					
Empezar con las adecuaciones a la oficina.	28/02/2015	09/03/2015					
Selección de medios publicitarios a ser utilizados	10/03/2015	13/03/2015					
Reclutamiento y selección del personal	16/03/2015	30/03/2015					
Publicidad	31/03/2015	11/04/2015					
Capacitación del personal	13/04/2015	24/04/2015					
Adquisición de equipos de oficinas, materiales e insumos	27/04/2015	30/04/2015					
Contactar a proveedores	04/05/2015	08/05/2015					
Reunión con los interesados en distribuir nuestro producto en los supermercados y tiendas.	11/05/2015	15/05/2015					
Repartición de volantes y afiches en las calles del cantón, en los lugares más frecuentados.	18/05/2015	22/05/2015					
Dar a degustar nuestro producto en los diferentes supermercados cercanos a nuestra fabrica, invitar al público a la apertura de nuestro local.	23/05/2015	26/05/2015					
Inauguración de la empresa	27/05/2015	27/05/2015					
Inicio de actividades	27/05/2015						

**Elaborado por:** Mirian Castro y Andrea Guevara

### **5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta**

Se va a evaluar si la propuesta aporta al Plan del desarrollo del Buen vivir y a los cuatro ejes fundamentales de la matriz productiva del Ecuador, los mismos que nos permitirán la diversificación de la producción, poder darle un valor agregado a la materia prima antes de ser exportada, la sustitución selectiva de importaciones y poder obtener mayor productividad, utilizando los recursos naturales, capacidades y conocimientos de la población

Para poder formar una adecuada propuesta se procuró utilizar óptimas herramientas investigativas para recaudar información veraz sobre el tema planteado, mediante la cual se pudo conocer de forma directa la preferencia de los consumidores con respecto a los productos derivados del cacao. Cuando se obtuvo la información se procedió a analizar la información sobre la empresa con instrumentos como el FODA para lograr operar con mayor eficacia y eficiencia, con el fin de lograr posicionarse en el sector agroindustrial de la Parroquia Roberto Astudillo.



## CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos de la investigación, muestran que la mayor parte de los habitantes del cantón Milagro esta en acuerdo en que se establezca una empresa que elabore y comercialice productos derivados de cacao de forma artesanal, puesto que no existe una empresa similar en el sector.
- La creación de una empresa que elabore y comercialice productos derivados de cacao de forma artesanal ayudara a la transformación de la matriz productiva del Ecuador, debido a que se transformara la materia prima para venderlo como un producto final.
- Al implementar esta empresa que se dedique a elaborar y comercializar productos derivados de cacao de manera artesanal estaremos generando fuentes de empleo en el sector.
- Los índices Financieros que obtuvimos nos indican que el negocio es rentable y por lo tanto es factible ejecutar el proyecto.

## RECOMENDACIONES

- Realizar futuras alianzas estratégicas con las diferentes tiendas y supermercados del sector a fin de que distribuyan nuestro producto.
- Elaborar y comercializar los productos en las presentaciones que se muestran en este proyecto o a su vez en alguna similar debido a que es este agregado de valor el que precisamente permitirá captar ese porcentaje de consumidores que actualmente no se encuentran satisfechos puesto que demandan productos elaborados en forma artesanal y éstos no son comercializados en los diferentes supermercados del sector.
- Los productos que mayor rentabilidad le dan al proyecto son la caja de chocolate de 9 unidades y la crema de chocolate de 300gr, por lo tanto se sugiere aumentar la producción de estos productos puesto que son los que mayor utilidad le generan a la empresa.
- Realizar constantemente promociones que permitan capturar mayor mercado y además fomentar la cultura de consumo para productos elaborados de manera artesanal.

## BIBLIOGRAFÍA

- CORREA DELGADO, Rafael: Ecuador: De Banana Republic a la No República.
- SALAZAR GARABI, Melva María y ZAMBRANO PEÑAFIEL, Hortencia Janeth: *Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de comercialización interna y exportación de cacao en Milagro*, Proyecto de grado previo a la obtención del título de Economista, Unidad académica de ciencias administrativas, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2012.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA: *Calidad de los alimentos vinculados con el origen y las tradiciones en América Latina*, p. 19.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca,: Producción de cacao fino o de aroma, p.7,p.9.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones,: Análisis del sector cacao y elaborados, p.13, p.14.
- UNIVERSIDAD DE CUENCA: *Descripción del producto o servicio*, pp.29-30.
- INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: *Análisis del sector cacao y elaborados*, p.5.
- MORENO GONZAGA, Jessenia Susana y RIOS CORREA, Jimmy Guido: *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de matas de cacao a través de nuevos métodos y técnicas que Favorecerán al sector km 4 1/2 vía naranjito hasta la parroquia Roberto Astudillo*, Proyecto de grado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, Unidad académica de ciencias administrativas y comerciales, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2012.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: Industrialización del cacao, p.12.
- VILLACÍS SANTOS, Janeth Aracelly y PERALTA SALTOS, Jenny Mariela: *“Estudio De Viabilidad Para La Producción De La Mermelada De Mucílago De Cacao”*, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Comercial, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador, 2012.

- MARCILLO BRAVO, Miguel Ángel; MEZA HIDALGO, Ramón Gabriel y REYES SOLÓRZANO, Javier: VINO A PARTIR DEL MUCÍLAGO DE CACAO (*Theobroma Cacao L.*) EN LOS LABORATORIOS DE LA ESPAM-MFL, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Agroindustrial, Escuela de Agroindustria, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”, Calceta, Ecuador, 2013.
- CODINI Melina: DIAZ, Florencia: GHIRARDI, Marina: VILLAVICENCIO, Inés: *Obtención y utilización de la manteca de cacao*, p.143-144.
- JIMÉNEZ, Felipe y BONILLA, Mariana: *Aprovechamiento de mucílago y maguay de cacao*, Tesis de grado para optar al título de Ingeniero Agroindustrial, Escuela de Ingeniería Industrial, Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda 2012.
- SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, *Transformación de la Matriz Productiva*, p.1.
- BERNAL TORRES, Cesar: *Metodología de la Investigación*, Pearson Prentice Hall, México, 2006.
- FRED R, DAVID: *Conceptos de administración estratégica*, p.98.
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS,: *Como obtener el RUC*, p.25.
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS,: *Requisitos para constituir una compañía Anónima*, p.24.
- VARGAS CUEVAS, Luís: *Principio de Administración*, Editorial: Facultad de Ciencias Económicas.
- BERNAL TORRES, Cesar: *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*, Pearson Prentice Hall, Colombia, 2000.
- VILLALBA Carlos: *Guía de elaboración de anteproyecto y proyectos*, Editorial Sur Editores.
- PHILIP KOTLER Dirección de marketing duodécima edición.
- TELLIS, GERARD J: *Estrategias de Publicidad y Promoción – 2002*
- BASTO, ISABEL : *Promoción y publicidad en el punto de Venta*, Boubeta – 2010

## LINCOGRAFIA

- PROECUADOR: *Cacao y Elaborados*, <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cacao-y-elaborados/>, extraído el 13 de diciembre del 2013.
- MATEAZZI. R.: *“Implementación de un centro de acopio para pequeños productores de cacao de la comunidad “campamento”*, [http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012\\_01.pdf](http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012_01.pdf), extraído el 11 de diciembre del 2013.
- ANDES: *Todo el cacao que produce Ecuador se vende*, <http://www.andes.info.ec/es/reportajes/todo-cacao-produce-ecuador-vende.html>, extraído el 11 de diciembre del 2013.
- VICUÑA, Hugo: *Historia del Cantón Milagro*, <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/16-division-politica-del-canton-milagro/>, extraído el 21 de enero del 2014.
- GOMEZ LENCINA, Rodrigo: *El cacao*, <http://www.saberesysabores.com.ar/cacao.htm>, extraído el 11 de diciembre del 2013.
- GUAYAS, Prefectura: *Milagro*, <http://www.guayas.gob.ec/cantones/milagro>, extraído el 15 de octubre del 2007.
- PASTORAL, Social Caritas, [http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012\\_01.pdf](http://microproyectos.s3.amazonaws.com/sync2/Yagu2012_01.pdf), 2012.
- TU BEBE SANO: *Historia de Nestlé*, <http://www.tubebesano.com.ec/historia-de-nestle>, extraído el 03 de febrero del 2014.
- ECOTEC: *Nestlé*, <http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiant es%5Ctrabajos de clases/24946 2011 CEE DBAQUERIZO 25 DIAORG ANIZACION.ppt>, extraído el 23 de enero del 2014.

- LA UNIVERSAL: *Nosotros*, <http://www.launiversal.com.ec/exportaciones.html>, extraído el 23 de enero del 2014
- EL TELÉGRAFO: *Ecuador produce el 62% del cacao fino mundial*, <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-produce-el-62-del-cacao-fino-mundial-fino.html>, extraído el 21 de enero del 2014.
- DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA COMERCIAL E INVERSIONES: *Análisis del Sector Cacao y Elaborados*, [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC\\_AS2013\\_CACAO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf), extraído el 21 de enero del 2014.
- LUNA OSORIO, LUIS: *El cacao en el Ecuador*, <http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/07/el-cacao-en-el-ecuador.html>, extraído el 21 de enero del 2014.
- ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE CACAO FINO DE COSTA RICA: *Impacto del entorno macroeconómico sobre los precios del cacao*, <http://www.canacacao.org/contenido.item.364/impacto-del-entorno-macroecon%F3mico-sobre-los-precios-del-cacao.html>, extraído el 21 de enero del 2014.
- LUNA OSORIO, Luis: *El Cacao en el Ecuador*, <http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/07/el-cacao-en-el-ecuador.html>, extraído el 22 de enero del 2014.
- AGENCIA DE NOTICIAS ANDES: *Todo el cacao que produce Ecuador se vende*, <http://www.andes.info.ec/es/reportajes/todo-cacao-produce-ecuador-vende.html>, extraído el 22 de enero del 2014.
- REVISTA EL AGRO: *El cacao en la Economía del Ecuador*, <http://www.revistaelagro.com/2013/03/20/el-cacao-en-la-economia-del-ecuador/>, extraído el 22 de enero del 2014.
- EL COMERCIO: *Ecuador tiene dos tipos de cacao*, <http://elcomercio.xalok.com/es/EC0519201201501>

- SENPLADES,; *Proceso participativo*, [http://plan.senplades.gob.ec/industrias#\\_ftnref3](http://plan.senplades.gob.ec/industrias#_ftnref3), 2007.
- ECUADOR ECOLÓGICO.COM: *Manteca de Cacao y sus beneficios para piel*, <http://ecuadorecologico.com/blog/manteca-de-cacao-y-sus-beneficos-para-piel/>, extraído el 22 de enero del 2014.
- DENIKATESSEN: *Sobre el cacao en polvo- Tipos de cacao en polvo*, [http://denikatessen.blogspot.com/2009/07/cacao-en-polvo\\_25.html](http://denikatessen.blogspot.com/2009/07/cacao-en-polvo_25.html), extraído el 22 de enero del 2014.
- AGROTERRA: *Licor de cacao*, <http://www.agroterra.com/blog/actualidad/licor-de-cacao/63049/>, extraído el 22 de enero del 2014.
- TARINGA: *Chocolate, mitos y verdades*, [www.taringa.net/posts/info/1020731/Chocolate-mitos-y-verdades.html](http://www.taringa.net/posts/info/1020731/Chocolate-mitos-y-verdades.html), extraído el 22 de enero del 2014.
- ALANIZ ZELEDÓN, Esmeralda Yesarelis, ARVIZÚ ARÁUZ, Seydi Gissel y GONZÁLEZ URRUTIA, Katy Ivett: "Producción de postres y vinagres a partir de exudado de cacao en la cooperativa de servicios múltiples "Ríos de agua viva, 21 de Junio, municipio Rancho Grande Matagalpa", <http://avdiaz.files.wordpress.com/2012/08/protocolo-cacao.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014.
- QUIROZ, Sandra: *Proceso industrial del cacao*, <http://crandoaevaesposible.blogspot.com/> extraído el 18 de enero del 2014
- ARMIJOS RIVERA, Nohemí Katherine: "Análisis comparativo de la especialización productiva de los sectores económicos en las provincias del Ecuador y su incidencia en la ocupación de la mano de obra, en el periodo 2001-2007", <http://dspace.utpl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/7937/3/Armijos%20Rivera,%20Noemi%20Katherine.pdf>, extraído el 22 de enero del 2014.
- LUNA OSORIO, Luis: *El cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior*,

<http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>, extraído el jueves, 25 de abril de 2013.

- OLIMPIADAS NACIONALES DE CONTENIDOS EDUCATIVOS EN INTERNET: *Agroindustria*, [http://www.oni.escuelas.edu.ar/2002/santiago\\_del\\_estero/madre-fertil/agroind.htm#arriba](http://www.oni.escuelas.edu.ar/2002/santiago_del_estero/madre-fertil/agroind.htm#arriba), extraído el 22 de enero del 2014.
- EMPRENDE PYMES: *Las cinco fuerzas competitivas de Porter*, <http://www.emprendepymes.es/las-cinco-fuerzas-competitivas-de-porter/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- MATRIZ FODA: *¿Qué es la Matriz FODA?*, <http://www.matrizfoda.com/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- THOMPSON, Iván: *Tipos de empresas*, <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>, extraído el 20 de Enero del 2014.
- EL EMPRENDEDOR,: *Como crear una empresa en Ecuador*, <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS,: *Requisitos para sacar el RUC*, <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/254-requisitos-para-sacar-el-ruc>, Extraído el 20 de enero del 2013.
- AGROCALIDAD: [www.agrocalidad.gob.ec](http://www.agrocalidad.gob.ec)
- INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES,: *Requisitos para exportar cacao*, <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-exportar-cacao/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- PAZ Y MIÑO CEPEDA, Juan J.: *La época cacaotera en Ecuador*, [http://the.pazymino.com/JPyM-Epoca\\_Cacaotera\\_Ecuador.pdf](http://the.pazymino.com/JPyM-Epoca_Cacaotera_Ecuador.pdf), extraído el 20 de enero del 2014.}
- UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO: *Antecedentes de la apertura comercial y los primeros acuerdos comerciales a partir de la implantación del modelo neoliberal*,



<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/2.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014.

- CORPORACIÓN MARKBAR: *El cacao CCN-51*, <http://agromarkbar.com/?p=169>, extraído el 20 de enero del 2014.
- CASA LUKER: *Cacao Fino de Aroma*, <http://www.lukeringredients.com/index.php/es/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- ECO-FINANZAS: *Desarrollo Económico*, <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DESARROLLO ECONOMICO.htm>, extraído el 20 de enero del 2014.
- DEFINICION.DE: *Modelo Económico*, <http://definicion.de/modelo-economico/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- SENPLADES: *Transformación de la Matriz Productiva*, [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf), extraído el 20 de enero del 2014.
- CRECE NEGOCIOS: *Valor Agregado*, <http://www.crecenegocios.com/valor-agregado/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- APOCATASTASIS: *Diccionario de Marxismo*, <http://www.apocatastasis.com/diccionario-glosario-marxismo-marxista.php#produccion>, extraído el 20 de enero del 2014.
- MODELO AGROEXPORTADOR: *Definición*, <http://modeloagroexportador.blogspot.com/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- VITERI DIAZ, Galo: *Reforma agraria en el Ecuador*, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/298/ley-1973.htm>, extraído el 20 de enero del 2014.
- DIARIO LA HORA: *Entre la Reforma agraria y Colonización*, [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/898781/-1/Entre\\_reforma\\_agraria\\_y\\_colonizaci%C3%B3n.html#.UtzXrdLv7Mw](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/898781/-1/Entre_reforma_agraria_y_colonizaci%C3%B3n.html#.UtzXrdLv7Mw), extraído el 20 de enero del 2014.

- ACTIVATE.EC: *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)*, <http://www.activate.ec/content/ministerio-de-agricultura-ganaderia-acuacultura-y-pesca-magap>, extraído el 20 de enero del 2014.
- ECONOMIA.COM.MX: *Producto Interno Bruto*, [http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm), extraído el 20 de enero del 2014.
- UNIVERSIDAD ICESI: *Población Económicamente activa (PEA)*, <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/poblacion-economicamente-activa.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014
- OFICINA REGIONAL DE LA FAO PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: *¿Qué es la FAO?*, <http://www.rlc.fao.org/es/conozca-fao/que-es-fao/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA: *¿Qué es el ICCA?*, <http://www.iica.int/Esp/infoinstitucional/Documents/Que%20es%20el%20IICA.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014.
- AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD DEL AGRO: *La Institución*, <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- INSTITUTO NACIONAL AUTÓNOMO DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS: *La Institución*, <http://www.iniap.gob.ec/la-institucion/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- UNOCACE: *Reseña Histórica*, <http://www.unocace.com/quienes-somos/resena-historica>, extraído el 20 de enero del 2014.
- ASOCIACIÓN CÁMARA NACIONAL DE CACAO FINO DE COSTA RICA: *Nueva Página Web de APROCAFA*, <http://www.canacacao.org/contenido.item.112/nueva-p%E1gina-web-de-aprocafa.html>, extraído el 20 de enero del 2014.
- EL BLOG SALMÓN: *¿Qué es la Productividad?*, <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>, extraída el 20 de enero del 2014. ASOCIACIÓN CÁMARA

- NACIONAL DE CACAO FINO DE COSTA RICA: *ICCO*, <http://www.canacacao.org/investigacion/icco/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- GERENCIE.COM: *Elasticidad de la demanda*, <http://www.gerencie.com/elasticidad-de-la-demanda.html>, extraído el 20 de enero del 2014.
  - ECONOMIA48: *Oligopolio*, <http://www.economia48.com/spa/d/oligopolio/oligopolio.htm>, extraído el 20 de enero del 2014.
  - FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Nuestra Misión*, <http://www.fundmcch.com.ec/>, extraído el 20 de enero del 2014.
  - CONSERVACIÓN Y DESARROLLO: *Historia*, <http://www.ccd.ec/es/historia/historia.php>, extraído el 20 de enero del 2014.
  - ECO-FINANZAS: *Valor FOB*, [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR\\_FOB.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR_FOB.htm), extraído el 20 de enero del 2014.
  - CAJA DE AHORROS DE LA INMACULADA DE ARAGÓN: *El Sector Agroalimentario. Evolución Reciente*, <http://www.cai.es/sestudios/pdf/sector%20evolucion.pdf>, extraído el 20 de enero del 2014
  - PRO ECUADOR: *Quienes Somos*, <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>, extraído el 20 de enero del 2014.
  - PORTAL DE ECONOMÍA SOLIDARIA: *Comercio Justo*, [http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo), extraído el 20 de enero del 2014.
  - PRO ECUADOR: *Balanza Comercial*, <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>, extraído el 20 de enero del 2014.

- FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Parámetros de Calidad*, <http://www.fundmcch.com.ec/cacao/cacao.php>, extraído el 20 de enero del 2014.
- FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Parámetros de Calidad*, <http://www.fundmcch.com.ec/cacao/cacao.php>, extraído el 20 de enero del 2014.
- FUNDACIÓN MAQUITA CUSHUNCHIC “COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS”: *Parámetros de Calidad*, <http://www.fundmcch.com.ec/cacao/cacao.php>, extraído el 20 de enero del 2014.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CACAO: *Quienes Somos*, <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- COMUNIDAD ANDINA: *Somos Comunidad Andina*, <http://www.comunidadandina.org/Quienes.aspx>, extraído el 20 de enero del 2014.
- LOS HISPANOHABLANTES EN LA UE: *La Unión Europea*, <http://hispanohablantes-eu-unioneeuropea.blogspot.com/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- GHANA COCOA BOARD: *Instituto de Investigación del Cacao de Ghana (CRIG)*, [http://www.cocobod.gh/cocoa\\_research.php](http://www.cocobod.gh/cocoa_research.php), extraído el 20 de enero del 2014.
- VITALIS: *Ecoeficiencia*, <http://www.vitalis.net/recursos/ecoefficiencia/>, extraído el 20 de enero del 2014.
- FLORES CHOPERENA, Oscar Everardo: *Integración Horizontal, vertical, hacia adelante y hacia atrás*, <http://floreschoperena.blogspot.com/2009/08/ntegracion-horizontal-vertical-hacia.html>, extraído el 20 de enero del 2014.

- SLIDESHARE: *La Curva de Aprendizaje*, <http://www.slideshare.net/andrearagones/curva-de-aprendizaje>, extraído el 20 de enero del 2014.
- ENCICLOPEDIA FINANCIERA: *Ingreso Disponible*, <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-ingreso-disponible.html>, extraído el 23 de enero del 2014.
- CRECE NEGOCIOS: *Ventajas Competitivas*, <http://www.crecenegocios.com/ventajas-competitivas/>, extraído el 23 de enero del 2014.
- RED ESCOLAR NACIONAL: *Investigación de Campo*, <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/HT4a.html>, extraído el 5 de febrero del 2014.
- OPEN COURSE WARE: *Técnicas cualitativas de investigación social*, [http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema 6 investigacion documental.pdf](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema%206%20investigacion%20documental.pdf), extraído el 10 de febrero del 2014.
- SCRIBD: *Investigación Aplicada*, <http://es.scribd.com/doc/39143338/Investigacion-Aplicada>, extraído el 5 de febrero del 2014.
- FISTERRA: *Investigación cuantitativa y cualitativa*, [http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali.asp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp), extraído el 5 de febrero del 2014.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS: *Población de 10 y más años por condición de actividad, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento*, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>, extraído el 5 de febrero del 2014.
- NIVEL DOSTIC BLOG: *Técnicas de Investigación de Campo*, <http://niveldostic.blogspot.com/2009/06/metodo-analitico-sintetico.html>, extraído el 5 de febrero del 2014.
- DICCIONARIO DE PSICOLOGÍA CIENTÍFICA Y FILOSÓFICA: *Método Hipotético-Deductivo*, <http://www.e->

[torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm](http://torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm),  
extraído el 5 de febrero del 2014.

- CONCEPTOS BÁSICOS DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: *Métodos de la Investigación*, <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>, extraído el 5 de febrero del 2014.
- IDCRESA: Proceso del cacao, <http://www.indcresa.com/proceso>, extraído el 27 de febrero del 2014.
- QUIROZ, Sandra: *Proceso industrial del cacao*, <http://crandoaevaesposible.blogspot.com/> extraído el 18 de enero del 2014
- EL UNIVERSO: *¿Cómo obtener el sello de calidad INEN?*, <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/07/09/nota/1142281/como-obtener-sello-calidad-inen,extraido> el 01 de marzo del 2014.
- GONZÁLEZ, Javier: *Crecer en un nuevo mercado: ¿Cómo lo hacemos?*, <http://www.puromarketing.com/13/13735/crecer-nuevo-mercado-como-hacemos.html>, extraído el 05 de marzo del 2014.
- Punto de Equilibrio, <http://sesionesdeclases.files.wordpress.com/2013/05/punto-de-equilibrio.pdf>.

# ANEXOS

# ANEXO 1 FORMATO DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

## UNIDAD ACDEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Encuesta dirigida a los productores de cacao de la Parroquia Roberto Astudillo para recolectar información útil que ayude a determinar el grado de aceptación con respecto a la propuesta  
Solicitamos por favor llene el cuestionario, su ayuda es clave para

Sexo	<input type="text"/>	Edad:	<input type="text"/>	Nivel de Instrucción:	<input type="text"/>	
<b>1. Al empezar usted con los sembríos de cacao ¿Usted con que capital conto?</b>  Capital Propio <input type="checkbox"/> Préstamo a entidades Financieras o Publicas <input type="checkbox"/> Capital propio y Préstamo de Empresas Privadas <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>		<b>4. ¿Qué problemas afectan a su producción de cacao?</b>  Plagas <input type="checkbox"/> Financiamiento <input type="checkbox"/> Clima <input type="checkbox"/> El pequeño mercado <input type="checkbox"/>		<b>7. De los siguientes derivados de cacao ¿Cuáles usted elabora sea para consumo personal o para venderlo?</b>  Cacao en polvo <input type="checkbox"/> Crema de Chocolate <input type="checkbox"/> Manteca de Cacao <input type="checkbox"/> Chocolate <input type="checkbox"/> Licor de cacao <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> Otros (Menciónelos) <input type="checkbox"/>		<b>10. ¿Estaría usted de acuerdo a venderle su producción de cacao a una empresa en vez de venderle a los pequeños locales de compra y venta de cacao?</b>  Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/>
<b>2. ¿Qué tipo de variedad de cacao produce usted?</b>  Cacao Fino de Aroma <input type="checkbox"/> Cacao ramilla <input type="checkbox"/> CCN51 <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>		<b>5. Usted cuenta con trabajadores para sus cultivos de cacao ¿Cuántos?</b>  Entre 1 a 3 trabajadores <input type="checkbox"/> Entre 4 a 6 trabajadores <input type="checkbox"/> Entre 7 a 9 trabajadores <input type="checkbox"/> Más de 9 trabajadores <input type="checkbox"/>		<b>8. ¿Considera usted que la implementación de una empresa que se dedique a elaborar derivados de cacao mejoraría sus niveles de producción?</b>  Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/>		
<b>3. ¿Con cuantas hectáreas de sembrío de cacao cuenta usted?</b>  De 1 a 3 hectáreas <input type="checkbox"/> De 4 a 6 hectáreas <input type="checkbox"/> De 7 a 9 hectáreas <input type="checkbox"/> Más de 10 hectáreas <input type="checkbox"/>		<b>6. ¿Cuántas libras o quintales de cacao vende usted semanalmente</b>  De 1 a 50 libras <input type="checkbox"/> De 50 a 100 libras <input type="checkbox"/> De 1 a 5 quintales <input type="checkbox"/> De 5 a 10 quintales <input type="checkbox"/> Más de 10 quintales <input type="checkbox"/>		<b>9. ¿Usted considera que la variación del precio de venta del cacao afecta a su utilidad neta de producción?</b>  Muy de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/>		



## Anexo 2: Formato de Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACDEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Milagro para recolectar información útil que ayude a determinar el grado de aceptación con respecto a la propuesta  
Solicitamos por favor llene el cuestionario, su ayuda es clave para nosotros. Marque con un "x" una sola alternativa

Sexo:	Edad:	Nivel de Instrucción:
<b>1. ¿Con qué regularidad consume usted derivados de cacao?</b>  Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Regularmente <input type="checkbox"/> Habitualmente <input type="checkbox"/>	<b>2. ¿Cuáles de los siguientes derivados usted consume?</b>  Manteca de cacao <input type="checkbox"/> Licor de cacao <input type="checkbox"/> Cacao en polvo <input type="checkbox"/> Chocolates <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Especifique: _____	<b>3. ¿Por cuáles de los siguientes beneficios usted consume este tipo de productos?</b>  Disminuye la presión arterial <input type="checkbox"/> Disminuye el colesterol malo <input type="checkbox"/> Favorece el buen humor <input type="checkbox"/> Previene el envejecimiento <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>
<b>4. Los productos derivados de cacao que usted consume son de procedencia:</b>  Nacional <input type="checkbox"/> Importados <input type="checkbox"/>	<b>5. Usted prefiere consumir derivados de cacao de producción:</b>  Artesanal <input type="checkbox"/> Industrial <input type="checkbox"/>	<b>6. Al momento de adquirir este tipo de productos usted considera importante:</b>  La calidad <input type="checkbox"/> El precio <input type="checkbox"/> La imagen del producto <input type="checkbox"/>
<b>7. En relación a la imagen, ¿En qué presentaciones usted prefiere consumir este tipo de productos?</b>  Tabletas <input type="checkbox"/> Pastas <input type="checkbox"/> Bombones rellenos <input type="checkbox"/> Grageas <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	<b>8. En relación al contenido, ¿En qué presentaciones usted consume este tipo de productos?</b>  Tamaño personal <input type="checkbox"/> Tamaño mediano <input type="checkbox"/> Tamaño familiar <input type="checkbox"/>	<b>9. ¿Estaría usted de acuerdo en que una empresa del sector elabore y comercialice este tipo de productos?</b>  Le es indiferente <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/>

**Anexo 3: Aplicación de Encuesta**



## Anexo 4: Permiso del cuerpo de bomberos

**CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTON EL TRIUNFO**  
 R.U.C.: 096851820001  
 Dirección: Av. 10 de Agosto / Telmo Tejada Av. 8 de Abril  
 RUC: 0968518200001

**DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS**  
**CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO** No: 00004036  
**TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS**

CONTRIBUYENTE Valor: 25.00

VEINTE Y CINCO 00/100 DOLARES

Rep Legal: ORTEGA ROGELIO  
 Nombre Comercial:  
 Dirección: CALLE 25 DE AGOSTO #715 Fecha de Emisión:

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN.  
 Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido.


CONCEPTO	Actividad	Año	Factor	Valor
		2011		23.00
		2011		2.00

Adnagación y Disciplina Fecha: 24/05/11 11:35:14

Jefe de Prevención Tasador

EMISION  
 SIEMPRE EN SU SERVICIO  
 El Triunfo - Ecuador  
 Emergencia: 2010-116 / Teléfono: 2011-381

## Anexo 5: Permiso municipal

 GOBIERNO MUNICIPAL AUTÓNOMO DEL CANTON EL TRIUNFO IMPUESTOS SOBRE LA PROPIEDAD DEPARTAMENTO FINANCIERO RUC: 0960000650001		DIA-MES-ANO	Cajero Comprobante	
			61	41343
Cod Contribuyente	C.I.	Codigo Catastral	Cod. Contr	Trans
812	GODOY YANEZ LUISA CATALINA	01 01 105 19 00		1
Emisión	Avaluo Catastral	Avaluo Imponible	Dirección	
	5,845.87	3,507.52	CALLE 9 E/AV. 8 DE ABRIL Y 10	
CONCEPTO PREDIOS URBANOS		Año	Efectivo	
TITULO DE CREDITO No. 19889 Q			109.03	
Rubro	Valor		Cheque	0.00
IMPUESTO PREDIAL	107.10		Tarjeta	0.00
EMISION	3.00		Nota	0.00
			SPI	0.00
Nominal	Descuentos	Interes	Punitorio	
110,1	1.07	0.00	0.00	
Coactiva	Ley Anciano	Mora	Liquidación	
0.00	0.00	0.00	41361	
			Valor Recibido	109.03
Director Financiero	Tesorero Municipal	Jefe de Rentas	Sello y Firma Cajero	
			VERÓNICA CARPIO 12/31/14	

CONTRIBUYENTE

**Anexo 6: Tramite del SRI**

**SRI**  
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES**  
**PERSONAS NATURALES**

**NUMERO RUC:** 0926848300001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** PERALTA REVELO EDISON FERNANDO

**NOMBRE COMERCIAL:**

**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:**

**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** **NUMERO:**

---

**FEC. NACIMIENTO:** 28/08/1988 **FEC. ACTUALIZACION:**

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

**FEC. INSCRIPCIÓN:** **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

null

**DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL:**

Provincia: GUAYAS Cantón: EL TRIUNFO Parroquia: EL TRIUNFO Calle: SIN NOMBRE Número: S/N  
Intersección: A1 Referencia: A UNA CUADRA DE LA ESCUELA ANTONIO NEUMANE Teléfono: 095712482

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

\* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:** del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1

**JURISDICCIÓN:** 1 REGIONAL LITORAL SUR: GUAYAS **CERRADOS:** 0

FECHA	ESTADO	TIPO	DESCRIPCIÓN	VALOR	IMPORTE
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			
01/01/2008	ABIERTO	OTROS			

**FIRMA DEL CONTRIBUYENTE**

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

**Usuario:** CYRG180598 **Lugar de emisión:** AZOGUES/AV. ALFONSO **Fecha y hora:** 15/10/2008

Página 1 de 2

sri.gov.ec

## Anexo 7: Permiso Municipal

ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE EL TRIUNFO		MES	DIA	AÑO	CAJA No.	No. Comprobante
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA					69	25748
CONTRIBUYENTE ORTEGA MORENO ROGELIO . .		CEDULA-RUC 1741591453001			CODIGO TRANSACC 2	
TASAS Y CONTRIBUCIONES TASAS GENERALES PERMISO, LICENCIAS Y PATENTES					VALOR RECIBID	
[Redacted]					EFFECTIVO	150
[Redacted]					CHEQUES	0
[Redacted]					TARJ. CRED	0
[Redacted]					NOTA. CRED	0
[Redacted]					COMPENS.	0
[Redacted]					TOTAL RECIBIDO	150
[Signature]		[Signature]		[Signature]		CONTRIBUYENTE MARITZA GOYES 09:46:41 SELLO Y FIRMA DEL CAJE
DIRECTOR FINANCIER	TESORERO MUNICIPAL	JEFE DE RENTAS				

## Anexo 8: Molino de granos



**Anexo 9: Mezcladora**



**Anexo 10: Prensa**



**Anexo 11: Tostadora**



**Anexo 12: Balanza**



### Anexo 13: Refrigerador



### Anexo 14: Horno





## Anexo 15: Segmentación de Mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO			
	Porcentajes	Cantidades	Unidad de medida
Población objetivo total (Habitantes del Cantón Milagro)	100%	166.634	
Población mayor a 3 años y menores a 65	83%	137.640	
Población consumidora descartando problemas de obesidad, alergias, etc.	65%	89.466	
Población consumidora final (están en condiciones de consumir y efectivamente consumen)	80%	71.573	
Cantidad de consumo per cápita anual para derivados de cacao	600	42.943.581	gramos al año
		42.944	kilos
		43	toneladas
Captación de mercado por demanda insatisfecha	20%	8.588.716	gramos al año
		8.589	kilos
		8,6	toneladas
Cobertura de mercado por nuestro proyecto	15%	6.441.537	gramos al año
		6.442	kilos
		6,442	toneladas

**Anexo 16: Peso de producción de cada producto**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>PESO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Variable</b>	<b>Unidades</b>
CAJA DE BOMBONES (9 UNIDADES) (112,5 gramos totales)	73,45%	4.731.309	42.056
CACAO EN POLVO (400 GR)	15,40%	991.997	2.480
CREMA DE CHOCOLATE (200 GR)	7,31%	470.876	2.354
BLOQUES DE CACAO (400 GR)	3,84%	247.355	618

**Anexo 17: Precio de cada uno de los productos**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>P.V.P MERCADO</b>	<b>P.V.P PROYECTO</b>
<b>CAJA DE BOMBONES (9 UNIDADES)</b>	\$ 7,00	\$ 6,30
<b>CACAO EN POLVO (400 GR)</b>	\$ 6,00	\$ 5,40
<b>CREMA DE CHOCOLATE (300 GR)</b>	\$ 4,75	\$ 4,28
<b>BLOQUES DE CACAO (400 GR)</b>	-	\$ 5,00

**Anexo 18: Ventas anuales por producto**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	VENTAS ANUALES
CAJA DE BOMBONES (9 UNIDADES)	3.505	42.056	\$ 6,30	\$ 264.953,31
CACAO EN POLVO (400 GR)	207	2.480	\$ 5,40	\$ 13.391,96
CREMA DE CHOCOLATE (200 GR)	196	2.354	\$ 4,28	\$ 10.064,98
BLOQUES DE CACAO (400 GR)	52	618	\$ 5,00	\$ 3.091,94
<b>TOTALES</b>	<b>3.959</b>	<b>47.509</b>		<b>\$ 291.502,18</b>

**Costos Directos**

**Anexo 19: Materia Prima**

RESUMEN MATERIA PRIMA/MERCADERIA/COSTO PROMEDIO X UNID.				
PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Cacao (QUINTALES)	12	144	\$ 295,25	\$ 42.516,00
Azúcar (QUINTALES)	4	48	\$ 40,36	\$ 1.937,28
Leche (LITROS)	360	4321	\$ 0,56	\$ 2.419,76
Leche condensada (KILOS)	1	10	\$ 8,58	\$ 85,80
Huevos (DECENAS)	4	47	\$ 10,00	\$ 470,00
Mantequilla (KILOS)	4	48	\$ 3,51	\$ 168,48
<b>TOTAL COSTOS DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 47.597,32</b>

**Anexo 20: Detalle de materias primas por producto**

<b>MATERIA PRIMA/MERCADERIA/COSTO PROMEDIO X UNID.</b>				
<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>UNIDADES ANUALES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>CAJA DE BOMBONES (9 UNIDADES)</b>				
Cacao (QUINTALES)	11	126	\$ 295,25	\$ 37.201,50
Azúcar (QUINTALES)	4	42	\$ 40,36	\$ 1.695,12
Leche (LITROS)	350	4203	\$ 0,56	\$ 2.353,68
Leche condensada (KILOS)	1	10	\$ 8,58	\$ 85,80
<b>CACAO EN POLVO (400GR)</b>				
Cacao (QUINTALES)	0,83	10	\$ 295,25	\$ 2.952,50
Azúcar (QUINTALES)	0,25	3	\$ 40,36	\$ 121,08
<b>CREMA DE CHOCOLATE (300GR)</b>				
Cacao (QUINTALES)	0,42	5	\$ 295,25	\$ 1.476,25
Azúcar (QUINTALES)	0,25	3	\$ 40,36	\$ 121,08
Huevos (DECENAS)	4	47	\$ 10,00	\$ 470,00
Mantequilla (KILOS)	4	48	\$ 3,51	\$ 168,48
Leche (LITROS)	10	118	\$ 0,56	\$ 66,08
<b>BLOQUES DE CACAO (400GR)</b>				
Cacao (QUINTALES)	0,25	3	\$ 295,25	\$ 885,75
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>				<b>\$ 47.597,32</b>

**Anexo 21: Insumos Directos**

<b>RESUMEN INSUMOS DIRECTOS</b>				
<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>UNIDADES ANUALES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Cajas de madera	3.505	42.056	\$3,00	\$126.168,24
Etiquetas	4.155	49.863	\$0,04	\$1.994,53
Papel para envoltura de bombones	31.542	378.505	\$0,01	\$3.785,05
Jarras de Cerámica	207	2.480	\$1,25	\$3.099,99
Frascos de Vidrio	196	2.354	\$0,70	\$1.648,07
Fundas de Yute	196	2.354	\$0,18	\$423,79
Cajas de madera para bloques	52	618	\$2,50	\$1.545,97
Rallador	52	618	\$1,25	\$772,98
Papel para envoltura	52	618	\$0,02	\$12,37
Luz	1	12	\$170,00	\$2.040,00
Agua	1	12	\$40,00	\$480,00
Teléfono	1	12	\$50,00	\$600,00
<b>TOTAL INSUMOS INDIRECTOS</b>				<b>\$142.570,99</b>

**Anexo 22: Detalle de Insumos Directos por Producto**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>UNIDADES ANUALES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>CAJA DE BOMBONES (9 UNIDADES)</b>				<b>\$133.927,17</b>
Cajas de madera	3.505	42.056	\$3,00	\$126.168,24
Etiquetas	3.505	42.056	\$0,04	\$1.682,24
Papel para envoltura de bombones	31.542	378.505	\$0,01	\$3.785,05
Luz	1	12	\$124,87	\$1.498,38
Agua	1	12	\$29,38	\$352,56
Teléfono	1	12	\$36,73	\$440,70
<b>CACAO EN POLVO (400GR)</b>				<b>\$3.679,67</b>
Jarras de Cerámica	207	2.480	\$1,25	\$3.099,99
Etiquetas	207	2.480	\$0,04	\$99,20
Luz	1	12	\$26,18	\$314,16
Agua	1	12	\$6,16	\$73,92
Teléfono	1	12	\$7,70	\$92,40
<b>CREMA DE CHOCOLATE (300GR)</b>				<b>\$2.488,28</b>
Fracos de Vidrio	196	2.354	\$0,70	\$1.648,07
Fundas de Yute	196	2.354	\$0,18	\$423,79
Etiquetas	392	4.709	\$0,04	\$188,35
Luz	1	12	\$12,43	\$149,12
Agua	1	12	\$2,92	\$35,09
Teléfono	1	12	\$3,66	\$43,86
<b>BLOQUES DE CACAO (400GR)</b>				<b>\$2.475,86</b>
Cajas de madera	52	618	\$2,50	\$1.545,97
Rallador	52	618	\$1,25	\$772,98
Papel para envoltura	52	618	\$0,02	\$12,37
Etiquetas	52	618	\$0,04	\$24,74
Luz	1	12	\$6,53	\$78,34
Agua	1	12	\$1,54	\$18,43
Teléfono	1	12	\$1,92	\$23,04
<b>TOTAL INSUMOS INDIRECTOS</b>				<b>\$142.570,99</b>

**Anexo 23: Mano de Obra Directa**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>DESCRIPCION</b>			
<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	1	\$759,72	\$ 9.116,68
<b>OPERARIO DE PLANTA</b>	1	\$533,66	\$ 6.403,89
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 15.520,57</b>

**Anexo 24: Total Costos Directos**

<b>RESUMEN</b>	<b>TOTALES</b>
<b>Materia Prima</b>	\$ 47.597,32
<b>Insumos Directos</b>	\$ 142.570,99
<b>Mano de Obra Directa</b>	\$ 15.520,57
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 205.688,87</b>

## Costos Indirectos

### Anexo 25: Gastos Administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
GERENTE GENERAL	1	\$ 919,30	\$ 11.031,59
CONTADOR	1	\$ 586,85	\$ 7.042,19
JEFE DE COMPRAS	1	\$ 759,72	\$ 9.116,68
BODEGUERO	1	\$ 533,66	\$ 6.403,89
JEFE DE MARKETING Y VENTAS	1	\$ 693,23	\$ 8.318,80
VENDEDOR	1	\$ 560,25	\$ 6.723,04
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 4.053,02</b>	<b>\$ 48.636,19</b>

### Anexo 26: Insumos Indirectos

<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Mascarillas (CENTENA)	1	\$ 6,00	\$ 72,00
Gorros para el cabello (CENTENA)	1	\$ 5,35	\$ 64,20
Guantes (CENTENA)	1	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 21,35</b>	<b>\$ 256,20</b>



**Anexo 27: Gastos Generales**

<b>GASTOS GENERALES</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
ARRIENDO LOCAL	\$150	\$1.800
ARRIENDO PLANTA	\$200	\$2.400
INTERNET	\$30	\$360
PUBLICIDAD	\$250	\$3.000
SUMINISTROS DE OFICINA	\$80	\$960
COMBUSTIBLE	\$100	\$1.200
MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO	\$150	\$1.800
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	\$300	\$3.600
MATERIALES DE LIMPIEZA	\$60	\$720
<b>TOTAL</b>		<b>\$15.840</b>

**Anexo 28: Total Costos Indirectos**

<b>RESUMEN</b>	<b>TOTALES</b>
Gastos Administrativos	\$48.636
Insumos Indirectos	\$256
Gastos Generales	\$15.840
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$64.732</b>

## Anexo 29: Inversiones del proyecto

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$4.110</b>
Muebles	\$ 900,00	
Escritorios	\$ 800,00	
Sillas	\$ 200,00	
Archivadores	\$ 160,00	
Aire acondicionado	\$ 1.200,00	
Perchas	\$ 450,00	
Exhibidores	\$ 400,00	
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$540</b>
Teléfonos	\$ 90,00	
Caja registradora	\$ 450,00	
<b>MAQUINARIAS</b>		<b>\$9.550</b>
Molino de granos	\$ 700,00	
Mezcladora	\$ 3.200,00	
Refrigerador	\$ 1.200,00	
Prensa	\$ 1.800,00	
Tostadora	\$ 1.700,00	
Balanza	\$ 250,00	
Horno	\$ 700,00	
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>		<b>\$3.200</b>
Computadoras	\$ 2.800,00	
Impresoras	\$ 400,00	
<b>VEHÍCULO</b>		<b>\$20.600</b>
Camioneta	\$ 20.000,00	
Cúpula para camioneta	\$ 600,00	
<b>EXTINTORES</b>		<b>\$300</b>
<b>HERRAMIENTAS</b>		<b>\$100</b>
Moldes y utensilios	\$ 100,00	
<b>ADECUACIONES</b>		<b>\$670</b>
Cuadros	\$ 270,00	
Pinturas	\$ 400,00	
<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>		<b>\$1.500</b>
Gastos de Constitución	\$ 1.500,00	
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$40.570</b>

### Anexo 30: Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>APORTE SOCIOS</b>		\$ 45.070,21
Materia prima (2 meses)	\$ 7.932,89	
Insumos Directos (2 meses)	\$ 23.761,83	
Mano de Obra Directa (2 meses)	\$ 2.586,76	
Gastos Administrativos (2 meses)	\$ 8.106,03	
Insumos Indirectos (2 meses)	\$ 42,70	
Gastos Generales (2 meses)	\$ 2.640,00	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$45.070</b>

### Anexo 31: Total de la Inversión

<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$85.640</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$40.570
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$45.070

### Depreciación de Activos Fijos

#### Anexo 32: Porcentaje de depreciación de Activos Fijos

EDIFICIO	5%
MUEBLES Y ENSERES	10%
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10%
HERRAMIENTAS	10%
VEHICULOS	20%
EQUIPOS DE COMPUTO	33%
ADECUACIONES	10%
EXTINTORES	10%
GASTOS PREOPERATIVOS	20%

**Anexo 33: Depreciación Anual de Activos Fijos y Amortización de Gastos Per operativos**

ACTIVOS	COSTO	% DEPREC.	TOTAL ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$4.110	10,0%	\$411
EQUIPOS DE OFICINA	\$540	10,0%	\$54
MAQUINARIAS	\$9.550	10,0%	\$955
EQUIPOS DE COMPUTO	\$3.200	33,3%	\$1.067
VEHICULO	\$20.600	20,0%	\$4.120
EXTINTORES	\$300	10,0%	\$30
HERRAMIENTAS	\$100	10,0%	\$10
ADECUACIONES	\$670	10,0%	\$67
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 39.070</b>		<b>\$ 6.714</b>
<b>AMORTIZACIONES</b>			
GASTOS PREOPERATIVOS	\$1.500	20,0%	\$300
			<b>\$ 300,00</b>

**Anexo 34: Depreciación de Activos Fijos para los cinco primeros años**

DEPRECIACIONES						
Depreciación años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	SALDO RESIDUAL
10	\$411	\$411	\$411	\$411	\$411	\$2.055
10	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$270
10	\$955	\$955	\$955	\$955	\$955	\$4.775
3	\$1.067	\$1.067	\$1.067	\$0	\$0	\$0
5	\$4.120	\$4.120	\$4.120	\$4.120	\$4.120	\$0
10	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$150
10	\$10	\$10	\$10	\$10	\$10	\$50
10	\$67	\$67	\$67	\$67	\$67	\$335
	<b>\$6.714</b>	<b>\$6.714</b>	<b>\$6.714</b>	<b>\$5.647</b>	<b>\$5.647</b>	<b>\$7.635</b>
<b>Amortización de Gastos Pre operativos</b>						
	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$0
	<b>\$300</b>	<b>\$300</b>	<b>\$300</b>	<b>\$300</b>	<b>\$300</b>	<b>\$0</b>

### Anexo 35: Financiamiento del Proyecto

<b>Inversión Total</b>	<b>\$ 85.640,21</b>
Activos Fijos	\$40.570
Capital de Trabajo	\$45.070

<b>Inversión Total</b>	<b>\$ 85.640,21</b>	<b>100%</b>
Financiamiento	\$40.570	47%
Aporte Propio	\$45.070	53%

### Anexo 36: Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
	Capital		<b>\$40.570</b>	
	Tasa de interés mensual		<b>0,96%</b>	<b>11,50%</b>
	Plazo en años		5	
	Forma de Pago		<b>MENSUAL</b>	
	Total Periodos		60	
	Periodos de Gracia		0	
	Periodos Normales		60	
	Valor Dividendo		<b>\$892</b>	
No. de Dividendos	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				\$40.570
1	\$389	\$503	\$892	\$40.067
2	\$384	\$508	\$892	\$39.558
3	\$379	\$513	\$892	\$39.045
4	\$374	\$518	\$892	\$38.527
5	\$369	\$523	\$892	\$38.004
6	\$364	\$528	\$892	\$37.476
7	\$359	\$533	\$892	\$36.943
8	\$354	\$538	\$892	\$36.405
9	\$349	\$543	\$892	\$35.861
10	\$344	\$549	\$892	\$35.313

11	\$338	\$554	\$892	\$34.759
12	\$333	\$559	\$892	34.200
13	\$328	\$564	\$892	33.635
14	\$322	\$570	\$892	33.065
15	\$317	\$575	\$892	32.490
16	\$311	\$581	\$892	31.909
17	\$306	\$586	\$892	31.323
18	\$300	\$592	\$892	30.731
19	\$295	\$598	\$892	30.133
20	\$289	\$603	\$892	29.530
21	\$283	\$609	\$892	28.920
22	\$277	\$615	\$892	28.305
23	\$271	\$621	\$892	27.684
24	\$265	\$627	\$892	27.057
25	\$259	\$633	\$892	26.424
26	\$253	\$639	\$892	25.785
27	\$247	\$645	\$892	25.140
28	\$241	\$651	\$892	24.489
29	\$235	\$658	\$892	23.831
30	\$228	\$664	\$892	23.167
31	\$222	\$670	\$892	22.497
32	\$216	\$677	\$892	21.821
33	\$209	\$683	\$892	21.137
34	\$203	\$690	\$892	20.448
35	\$196	\$696	\$892	19.752
36	\$189	\$703	\$892	19.049
37	\$183	\$710	\$892	18.339
38	\$176	\$716	\$892	17.622
39	\$169	\$723	\$892	16.899
40	\$162	\$730	\$892	16.169
41	\$155	\$737	\$892	15.431
42	\$148	\$744	\$892	14.687
43	\$141	\$751	\$892	13.936
44	\$134	\$759	\$892	13.177
45	\$126	\$766	\$892	12.411
46	\$119	\$773	\$892	11.638
47	\$112	\$781	\$892	10.857
48	\$104	\$788	\$892	10.069
49	\$96	\$796	\$892	9.273
50	\$89	\$803	\$892	8.470

51	\$81	\$811	\$892	7.659
52	\$73	\$819	\$892	6.840
53	\$66	\$827	\$892	6.013
54	\$58	\$835	\$892	5.178
55	\$50	\$843	\$892	4.336
56	\$42	\$851	\$892	3.485
57	\$33	\$859	\$892	2.626
58	\$25	\$867	\$892	1.759
59	\$17	\$875	\$892	884
60	\$8	\$884	\$892	-0
<b>Totales</b>	<b>\$12.964</b>	<b>\$40.570</b>	<b>\$53.534</b>	

**Anexo 37: Nómina de Empleados**

	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte Personal</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>13ero.</b>	<b>14to.</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>F. Reserva</b>	<b>Total</b>
<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	550,00	51,98	66,83	45,83	28,33	22,92	45,82	759,72
<b>OPERARIO DE PLANTA</b>	380,00	35,91	46,17	31,67	28,33	15,83	31,65	533,66
<b>GERENTE GENERAL</b>	670,00	63,32	81,41	55,83	28,33	27,92	55,81	919,30
<b>CONTADOR</b>	420,00	39,69	51,03	35,00	28,33	17,50	34,99	586,85
<b>JEFE DE COMPRAS</b>	550,00	51,98	66,83	45,83	28,33	22,92	45,82	759,72
<b>BODEGUERO</b>	380,00	35,91	46,17	31,67	28,33	15,83	31,65	533,66
<b>JEFE DE MARKETING Y VENTAS</b>	500,00	47,25	60,75	41,67	28,33	20,83	41,65	693,23
<b>VENDEDOR</b>	400,00	37,80	48,60	33,33	28,33	16,67	33,32	560,25
<b>Total</b>	<b>3.850,00</b>	<b>363,83</b>	<b>467,78</b>	<b>320,83</b>	<b>226,67</b>	<b>160,42</b>	<b>320,71</b>	<b>5.346,40</b>