INTRODUCCIÓN

En nuestro país las exportaciones de productos agrícolas son muy comunes, y representa el tercer rubro del PIB nacional. A pesar de que estas exportaciones aportan un porcentaje muy grande a nuestra economía, se debería enfocar en procesar estos frutos y presentar productos elaborados al mercado nacional e internacional.

Este proyecto nace de la idea de impulsar el procesamiento de los productos agrícolas en nuestro país en especial en el área del cacao, aprovechando el privilegio que tiene el país al cultivar un cacao de tan buena calidad en sabor y aroma, como es el cacao fino de aroma.

Se ha trabajado con la Asociación de Campesinos Valle del Zázara, quienes tienen una microempresa procesadora de polvo de cacao orgánico que está funcionando de una manera no óptima en función a lo manifestado por sus representantes.

Esta investigación se desarrolló en cinco capítulos los cuales se detallan a continuación:

- **Capítulo I.-** Contiene la problemática que se encontró para llevar a cabo esta investigación, y las posibles soluciones que se plantearon para mejorar la situación de la microempresa. Esto conllevó a desarrollar un objetivo general y cuatro específicos con el fin de elaborar este plan enfocando a proponer soluciones.

- **Capítulo II.-** Contiene el marco teórico de la investigación en este se detalla toda la información que se recolectó documentalmente, sobre la producción y comercialización del cacao y sus derivados en el mercado local, nacional e internacional.

- **Capítulo III.**- Este capítulo contempla la metodología que se aplicó en la investigación en especial las herramientas que se utilizaron para la recolección de información y la importancia de esta en la elaboración del plan de comercialización.

- **Capítulo IV.-** Aquí se demuestra el levantamiento del estudio de campo en donde se analizó la situación de la microempresa y se realizó un estudio de mercado que facilitó la elaboración del siguiente capítulo.

- **Capítulo V.**- En este capítulo se desarrolló una propuesta administrativa, productiva y de comercialización en función a los objetivos entre la Asociación Valle del Zázara y la autora.

- **Capítulo VI. -** En este capítulo se detallan todas las conclusiones del presente proyecto y recomendaciones elaboradas bajo la información recolectada con el fin de cumplir con los objetivos planteados.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de la Investigación

Los integrantes de la Asociación Valle del Zázara en el corto tiempo que han venido trabajando como microempresa, esta ha utilizado sus instalaciones de producción por debajo del 100% de su capacidad instalada, entregando directamente su producto ha comercializadoras intermediarias que reducen su margen de utilidad si entregaran directamente al consumidor final.

Debido a que no cuentan con recursos económicos suficientes, esta no ha podido acopiar una mayor cantidad de materia prima, imposibilitándolos a una expansión mayor y que les permita invertir con mayores ingresos en nuevas maquinarias que agiliten el proceso productivo.

La falta de organización dentro de la asociación Valle del Zázara no les ha permitido mejorar sus procesos de producción y comercialización, limitando su margen de utilidad y de crecimiento dentro de nuevos mercados.

Actualmente esta asociación pertenece a UONCRE (Unión de Organizaciones Negras de la Costa de la Rivera del Río Esmeraldas), quien fue la que permitió que ganaran el proyecto de creación de la Microempresa Valle del Zázara y por este antecedente la microempresa tiene una exclusividad de entrega del producto a UONCRE, limitando un crecimiento en otros mercados, dado que su capacidad de producción es 80% superior al pedido de UONCRE y esta le exige que no maquile producto a otros actores de mercado.

1.2. Justificación

Este trabajo pretende realizar una mejora para la actual comercialización nacional de la microempresa Valle del Zázara, formada por agricultores de la Comunidad Zázara, para que crezca y aumente sus plazas de trabajo en la zona a la que pertenecen, además de fomentar la exportación de productos industrializados en el país y dar un incentivo a las demás organizaciones de cacaoteros, a que procesen su producto y no lo comercialicen solo como materia prima.

Con la implementación de esta propuesta se espera generar el aumento de la producción actual, generando beneficios a los agricultores de la zona Centro Sur de la provincia, ya que ellos tendrán la posibilidad de vender su producto directamente a una microempresa y obtener mayor utilidad en sus ventas.

Además, esta investigación contribuirá a que las organizaciones pequeñas como la antes mencionada se desarrollen e independicen de organizaciones mucho más grandes que muchas veces limitan el trabajo que desean realizar, también se pretende motivar a los socios del Valle del Zázara para que trabajen en unión, y mejoren su integración, para que juntos perfeccionen su producción y obtengan mayores beneficios.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Diseñar un plan de comercialización para los cacaoteros del Valle del Zázara, del cantón Quinindé.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la situación actual en que se encuentra la agremiación, revisando los procesos productivos existentes para potenciar o corregir los mismos si fuera necesario.

- Identificar los potenciales clientes mediante una investigación de mercado.

- Definir las estrategias de comercialización para los cacaoteros del Valle del Zázara.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

2.1.1 Cacao.

El cacao es originario de zonas tropicales, su árbol tiene flores pequeñas y pétalos largos, su fruto aparece en la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Dependiendo del tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo. El grano está cubierto de una pulpa rica en azúcar con la que se puede hacer jugo y el grano transformado en chocolate tiene un agradable sabor (PRO ECUADOR, 2015).

2.1.2 Tipos de cacao producidos en el Ecuador



Figura 1: Cacao Fino de Aroma

Cacao Fino de Aroma (Fig.1), conocido también como Criollo o Nacional cuyo color característico es el amarillo, debido al aroma y sabor único que posee es de uso esencial para la producción del exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial (PRO ECUADOR, 2015). Es conocido como el mejor chocolate del mundo por su sabor y aroma.



Figura 2: Cacao CCN-51

Cacao CCN-51 (Fig. 2), conocido también como Colección Castro Naranjal cuyo color característico es el rojo. Además es reconocido por sus características de alto rendimiento para la extracción de semielaborados, ingredientes esenciales para la producción a escala de chocolates y otros (PRO ECUADOR, 2015).

En nuestro país el cacao es uno de los productos agrícolas más importantes debido a que este es considerado el mejor cacao del mundo.

2.1.3 Producción del cacao Nacional

(Quingaísa, 2007) Manifiesta que "en el Ecuador existe un tipo de cacao único en el mundo conocido con el nombre de Nacional. Este se caracteriza por tener una fermentación muy corta y dar un chocolate suave de buen sabor y aroma" (p.4). Este tipo de cacao se lo utiliza para la elaboración de chocolates finos, revestimientos y coberturas y es mejor conocido como "Cacao Fino de Aroma".

(Rosero J. L., 2002) Señala que "el cacao requiere un clima constantemente lluvioso. Las zonas con estaciones secas y lluviosas muy marcadas no le son propicias. Necesita precipitaciones no inferiores a los 1.500 milímetros anuales lo mejor distribuidas posible" (p.7). Es por esto que en nuestro país su principal zona productora es la costa destacando las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Esmeraldas.

Según el III Censo Nacional Agropecuario, realizado en el 2012, la provincia de Esmeraldas cuenta con una superficie de 54.987 hectáreas plantadas de cacao de las cuales en el cantón Quinindé se encuentra 21.480. Lo que nos indica que casi el cincuenta por ciento de la producción agrícola de cacao, de la provincia, está asentada en el cantón Quinindé. Según estadísticas del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), cada hectárea de cacao en perfecto estado produce entre 10 y 12 quintales del producto en grano, al año, dando un equivalente en el cantón Quinindé de 214.800 quintales al año.

Esta producción en su mayoría va a dar a centros de acopio de la zona, los cuales revenden a empresas productoras o exportadoras del grano. Si bien es cierto que la comercialización de materias primas es una opción rentable en el ámbito de negocios internacionales, resultaría más rentable, y a la vez competitivo, darles a los productos de exportación un valor agregado, que ayudará a obtener mejores utilidades y beneficiar a toda la cadena de comercializadores que intervienen en el proceso.

Desde hace algunos años la cabecera parroquial de Viche se ha convertido en un punto importante de la comercialización de cacao; a este lugar llegan agricultores de la zona centro-sur; conformada por las parroquias Majua, Chinca, Viche, Chura, Cube; a vender sus productos.

En Viche existen cuatro centros de acopio los cuales comercializan un promedio de 150 toneladas al mes, siendo su principal destino empresas industriales y exportadoras de cacao de Manta y el Guayas.

No existen datos estadísticos del promedio de cultivo y comercialización de cacao en la parroquia Viche, pero como promedio general se considera que la producción de las comunidades de la parroquia es del cinco por ciento de la producción total del cantón Quinindé, por lo que se piensa que existe un valor referencial de 1.074 hectáreas plantadas de cacao y acoplándonos al promedio referente del MAGAP del 2012, se cosechan 10.740 quintales de cacao en grano al año.

2.1.4 Asociaciones campesinas en el Ecuador

Como indica (ONU PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA, 2015), las asociaciones de campesinos son agrupaciones de base, formales o informales, voluntarias, democráticas, cuyo fin primario es promover los objetivos económicos o sociales de sus miembros. Independientemente de su situación jurídica o grado de formalización.

Como solución a problemas de comercialización y procesamiento de productos agrícolas los campesinos de nuestro país optan por asociarse para así poder tener beneficios para sus cultivos. Las asociaciones de cacaoteros en nuestro país tratan de mejorar el precio de compra de la materia prima y en ciertos casos fomentar el procesamiento de sus derivados.

2.1.5 Exportación de cacao en el Ecuador

(Bayas M., 2009) Afirma "que el cacao representa el tercer rubro de exportación agrícola del país y constituye una fuente de ingreso para más de 100.000 pequeños productores de Esmeraldas, la Amazonía, Los Ríos, Guayas y Manabí". Logrando no solo que el Ecuador sea reconocido internacionalmente como un productor importante de cacao, sino también ayudando a incrementar el PIB nacional y mejorando la calidad de vida de sus ciudadanos.

A pesar de la satisfacción que los ecuatorianos deben sentir por la calidad de cacao que se cultiva en el Ecuador, no solo hay que conformarse con decir que Ecuador es el primer productor de cacao fino y de aroma, hay que enfocarse en tratar de exportar la mayor parte de cacao ya procesado porque según estadísticas del Centro de Inteligencia e Información Comercial (CICO) y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI); el 85% de exportaciones de cacao es en grano, 7% en manteca de cacao, 5% en pasta de cacao, 2% cacao en polvo, 1% chocolate, y en mínimas cantidades cáscara y residuos.

En el primer trimestre del año 2015, Ecuador exportó 76.080 toneladas de cacao de las cuales 69.999 toneladas eran en grano; indicaron las estadísticas del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR). Lo que indica que en el país no se le da un valor agregado a un producto tan importante para su economía, y a la vez internacionalmente no figura como un país competitivo.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Plan de Comercialización

El plan de comercialización es un documento compuesto por un análisis de la situación de comercialización actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos y estrategias de comercialización, los programas de acción y los ingresos proyectados (Thompson, 2012).

Por todo ello, resulta muy conveniente que todas las personas relacionadas con el área de comercialización conozcan en qué consiste el plan de comercialización y cuál es su cobertura, alcance, propósitos y contenido, para que, de esa manera, estén mejor capacitados para comprender la utilidad y el valor de este instrumento.

2.2.2 Investigación de Mercado

La investigación de mercados es la herramienta necesaria para el ejercicio del marketing. Se puede decir que este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas (FODA) de una organización. (Arinze, 2014); es por esto que el levantamiento de información comercial, administrativa y de producción es fundamental en este tipo de trabajos.

2.2.3 Plan de Marketing

(Muñiz Gonzalez, 2006) En su publicación Marketing siglo XXI indica que:

> "El Plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. Este no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados".

El Plan de Marketing es una planificación que permite mejorar la situación de la empresa en el área comercial, es por esto que este plan debe elaborarse teniendo como base una investigación minuciosa de la situación actual de la empresa.

2.2.4 Realce mundial del cacao ecuatoriano

(Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2008) Destaca la importancia que tiene el cacao en Ecuador, señalando que es uno de los principales productores de "Cacao Arriba" a escala mundial ya que produce en la actualidad aproximadamente el 60% de la producción mundial de esta variedad.

Además, los editores de este libro en su investigación señalan que "el 50% de los productores cuentan con superficies menores a 10 hectáreas de cacao, es decir, la mayoría de la producción está en sus manos, quienes suman aproximadamente 90 mil registrados en Ecuador". Estos pequeños agricultores son de escasos recursos económicos, no cuentan con un buen servicio de transferencia de tecnología y solamente cultivan un poco más de una hectárea dentro de sus fincas.

Los dueños de las fincas mayores de 50 hectáreas, manejan de manera más adecuada el cacao, cultivan en promedio 14 hectáreas de cacao por unidad productiva, mientras el resto son otros tipos de cultivos anuales o de temperatura.

Los productores ecuatorianos han obtenido un producto con características únicas en el mundo dado su manejo de la cosecha y post-cosecha, cuidando los tiempos de fermentación y el secado. Básicamente, utilizan métodos y materiales naturales como herramientas de madera de la zona, sacos de yute y la luz solar.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

- ✓ Los productos alimenticios procesados deberán obtener un registro sanitario que lo otorgará el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarias y las Direcciones Provinciales y a través del Instituto Nacional de Higiene. Según lo indica el Código de Salud en el título 11 (Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP), 2013).

- ✓ Los artículos industriales, provenientes de productos agrícolas, para su exportación deberán contar con el certificado fitosanitario otorgado por AGROCALIDAD. Según lo indica la Decisión 515 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), en el Capítulo III, Instrumentos del Sistema Andino de Sanidad Agropecuaria, y la Ley de Sanidad Vegetal del Ecuador (Comunidad Andina de Naciones (CAN), 2002).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Se escogió el método inductivo ya que el estudio realizado se basa en analizar y encontrar nuevas estrategias en la producción y venta de los derivados del cacao que procesa la industria Valle del Zázara.

Además, se utilizó este método debido a que se necesitaba generar conclusiones que permitirían solucionar la problemática expuesta anteriormente.

3.2 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo se ha desarrollado conforme a los parámetros que establece la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación de mercado.

3.2.1. Nivel de la investigación

El presente proyecto se lo efectuó por medio del tipo de investigación descriptiva, ya que se llevó a cabo un estudio minucioso de la problemática que afecta actualmente a la microempresa Valle Del Zázara. Con este tipo de estudio se realizó una investigación muy amplia para así identificar de manera más precisa, las amenazas y oportunidades para esta microempresa.

3.3 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

El marco teórico ha sido elaborado bajo información recolectada por medio de investigación de campo y bibliográfica. Tomando en cuenta las características del sector en donde está ubicada la microempresa, y las estadísticas de comercialización del cacao tanto en esta zona como a nivel nacional.

3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA

Para el desarrollo de este estudio se tomaron en cuenta como medio de recolección las técnicas documentales y de campo, además del instrumento de la entrevista.

3.4.1 Información primaria

La información primaria del proyecto se obtuvo por medio de entrevistas e investigación de campo aplicando el método de la observación. A continuación, se detalla la información recolectada con cada técnica.

- **Observación. -** Por medio de esta técnica se realizaron visitas en la microempresa para constatar el sistema productivo y administrativo que se lleva a cabo y analizar la situación actual de la microempresa.

- **Entrevistas. -** Esta técnica se aplicó para obtener información de los clientes actuales de la microempresa, y medir el nivel de satisfacción del producto.

Estas fueron herramientas esenciales en la investigación ya que la información recolectada fue muy importante para poder entender la situación actual de la empresa.

3.4.2 Información secundaria

La información secundaria se recopiló a través de libros, documentos, leyes y páginas web. Esto con el fin de conocer minuciosamente las alternativas que existen para poder mejorar la situación de la Microempresa, y poder desarrollar sus actividades de manera legal y efectiva.

3.5 DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Como se ha detallado anteriormente las fuentes de recolección de información fueron primarias y secundarias. Para el desarrollo de las primarias se necesitó trasladarse varias veces hasta la microempresa, ubicada en el Recinto Zázara, de la parroquia Chura, cantón Quinindé, para observar y analizar todo el proceso que ellos realizan para la industrialización del cacao, además se entrevistó al Sr. Hermes Rivera, Presidente de la asociación, para constatar la situación administrativa (Figura #3). Otra visita se la realizó en la oficina de comercialización ubicada en el cantón Quinindé donde se dialogó con la Ing. Martha Chávez para conocer la situación comercial de la microempresa (Figura #4). Además, también se visitaron las tiendas de ventas a las que se distribuye el producto, haciéndoles entrevistas a los encargados de la compra del polvo de cacao UONCRE, y midiendo el nivel de satisfacción del producto (Figura #5, Figura #6). Todas estas visitas acompañadas por entrevistas sirvieron para conocer las variantes internas de la asociación.

Figura # 3: Visita a la Microempresa Valle del Zázara



Figura # 4: Visita a la Ing. Martha Chávez



Figura # 5: Visita a Camaris



Figura # 6: Visita a Galería Ecuador



La información secundaria fue resultado de la recolección documentaria que se realizaron en libros, documentos y páginas web; referentes a normativas, cultivos y procesos productivos del cacao. Esta información sirvió para el desarrollo del plan preliminar al proyecto, conocimientos generales de normativas que se aplican en el mercado del cacao, y determinación del mercado y competencia de la microempresa.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados de la metodología implementada en la investigación han servido para desarrollar todo el presente proyecto; se recolecto información del mercado que permitió determinar la proyección de la demanda, en base al promedio histórico de ventas de los últimos 5 años.

Las recomendaciones de los entrevistados han permitido desarrollar estrategias de mercadeo para aumentar su demanda tanto con los clientes actuales como para la captación de nuevos clientes.

4.2 ENTREVISTAS DE CAMPO REALIZADAS

En este trabajo investigativo se utilizó la técnica de entrevista para evidenciar aspectos de la situación actual de la microempresa Valle del Zázara realizadas a funcionarios de esta como también a comerciantes de su producto, dichas entrevistas están respaldadas en videos.

Dentro de la información recolectada por medio de las entrevistas se obtuvo lo siguiente:

- Entrevista al Sr. Hermes Rivera, Presidente de la Asociación, que manifestó lo siguiente:

> "La asociación no cuenta con financiamiento por parte de una institución financiera. En caso de necesitar algún crédito lo solicitan a la UONCRE. Actualmente no mantiene ningún crédito. Los socios no mantienen una buena relación debido a la falta de predisposición de mucho de ellos para trabajar en la planta".

- Entrevista a la Ing. Martha Chávez, Vendedora, quien opinó lo siguiente:

  "La microempresa no cuenta con un sistema de gestión de calidad, tampoco con certificados orgánico y sanitario que garantice la calidad del sistema de producción. Hay propuestas de ampliación de mercado, pero debido a la poca capacidad de producción que tiene la planta se han rechazado".

- Entrevista al Ing. Gonzalo Merchán, Encargado de Pakta Mintalay, quien indico lo siguiente:

  "La microempresa tiene 10 años trabajando con la comercializadora Pakta Mintalay quien exporta para Andines en Francia. Es la única microempresa que les provee de polvo de cacao orgánico, se encuentra satisfecho con la calidad del producto. Pretenden ampliar su mercado hacia España".

- Entrevista al Ing. Diego Castillo, Departamento de Adquisiciones Galería Ecuador, cuya opinión fue la siguiente:

  "Galería Ecuador maneja entre sus productos los de la marca Fino de Aroma para los que maquila la microempresa, ellos compran polvo de cacao a la microempresa desde hace 10 años, es el único proveedor de polvo de cacao que manejan, sus principales clientes son turistas extranjeros y se encuentran satisfechos con el producto. La microempresa provee de muestras del producto para hacer degustaciones a los clientes de Galería Ecuador. Existe un proyecto de expansión de mercado en el cual se implementarán dos tiendas más, una en Galápagos y la otra en el aeropuerto internacional de Madrid – España".

- Entrevista a la Sra. Ximena Freire, vendedora del CAMARI, quien manifestó lo siguiente:

  "La asociación vende al CAMARI desde hace 12 años bajo su propia marca, Cocoa UONCRE. Es el único proveedor de polvo de cacao en la tienda de Quito. Sus principales clientes son turistas nacionales y extranjeros. Hace hincapié en la compactación del producto, ya que muchas veces les llega hecho bola, pero aseguran que su sabor y aroma es muy bueno. Da como recomendación que les provean de muestras para hacer degustaciones en su tienda".

4.3 ANTECEDENTES DE LA MICROEMPRESA VALLE DEL ZÁZARA

La pequeña industria Valle del Zázara nace de la necesidad de aprovechar los cultivos de cacao que tienen los socios de la organización del mismo nombre y sacar la mejor rentabilidad posible; es así como se determina implantar una microempresa procesadora de polvo de cacao. Dichas asociaciones para finiquitar sus objetivos recibieron capacitaciones en cuanto al procesamiento de cacao, por parte de un grupo de estudiantes franceses y además hace tres años recibieron como donación un grupo de maquinarias de parte de la USAID (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional).

Estos apoyos fueron fundamentales para que la pequeña industria pueda desarrollarse y empezar a comercializar. La organización UONCRE quienes fueron los pioneros de la idea de formar la microempresa; buscaron una persona que se dedicara a colocar en el mercado el producto, esta persona es la Ing. Martha Chávez.

Al principio la microempresa Valle del Zázara vendía su producto a las Tiendas Camari, ubicadas en varias ciudades del país, destinando una producción de 50 unidades mensuales a cada tienda. En el año 2003 Rantinpak, quien exportaba para ANDINES (Organización que promueve la venta de productos artesanales de Latinoamérica), le propone a la vendedora de la microempresa comercializar la cocoa a Francia bajo la marca ANDINES, pero con el privilegio de incluir en su empaque el nombre de la industria procesadora de cacao, enviando al principio pequeñas cantidades del producto, ya en el 2011, Rantinpak toma el nombre de Pakta Mintalay y ahora comercializa un total de 1500 unidades trimestrales.

En el año 2004 la empresa comercializadora privada Fino de Aroma, ubicada en la ciudad de Quito, solicita a la UONCRE que le provea polvo de cacao bajo su marca, dicha organización se negó; como se había mencionado anteriormente la Microempresa Valle del Zázara pertenece a la UONCRE sin embargo esta tomo el pedido; al final esta acción tomada por la Microempresa afectó la integración que se tenía con la UONCRE.

Actualmente la pequeña industria Valle del Zázara es la única industria de la UONCRE que procesa polvo de cacao, la cual continúa maquilando para Fino de Aroma y ANDINES, y elabora una pequeña cantidad de cocoa bajo su marca UONCRE, para la tienda Camari de la ciudad de Quito.

4.4 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES DE LA MICROEMPRESA VALLE DEL ZÁZARA

La microempresa está constituida por 30 socios, pero actualmente solo 6 personas se responsabilizan de la compra de materia prima y producción del cacao en polvo y otra persona que se encarga de la comercialización del producto.

Presidente. - Es el encargado de la administración de la microempresa cuyas funciones incluye el manejo de los contactos a los proveedores de materia prima, coordinar los precios del mercado, coordinar la producción de la microempresa, mantenerse en contacto constante con la vendedora para coordinar entrega de pedidos.

Vendedora. - Se encarga de conseguir clientes, además de mantenerse en constante contacto con los clientes actuales, para medir la satisfacción de los mismos y según esto dar recomendaciones al presidente. Receptar pedidos y coordinar la entrega de productos con el presidente.

Obreros. - Se cuenta con 5 obreros los cuales se encargan de vigilar y llevar bajo su responsabilidad el área en la que les ha tocado desempeñarse y de constatar el procedimiento de producción.

La Microempresa "Valle del Zázara", se encuentra constituida bajo la Asociación de agricultores del mismo nombre, la cual está inscrita legalmente en el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), bajo el registro ministerial N°00074. La ley del MIES en cuanto a asociaciones declara que se mantendrán dentro del ministerio siempre y cuando no tengan finalidades de lucro, lo que no sucede en el caso de la Asociación Valle del Zázara, debido a que ellos procesan y comercializan un producto y por lo tanto generan utilidades para su organización.

4.5 ASPECTOS COMERCIALES

La Microempresa "Valle del Zázara", vende sus productos a tres comercializadoras las cuales se encargan de la distribución del producto, principalmente en la ciudad de Quito.

- **Camari. -** La Tienda Camari es un local ubicado en la ciudad de Quito, la misma es parte del Sistema Solidario de Comercialización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), entidad privada de finalidad social, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana. Los productos principales de estas tiendas son artesanías elaboradas por pequeñas organizaciones campesinas y agrícolas.

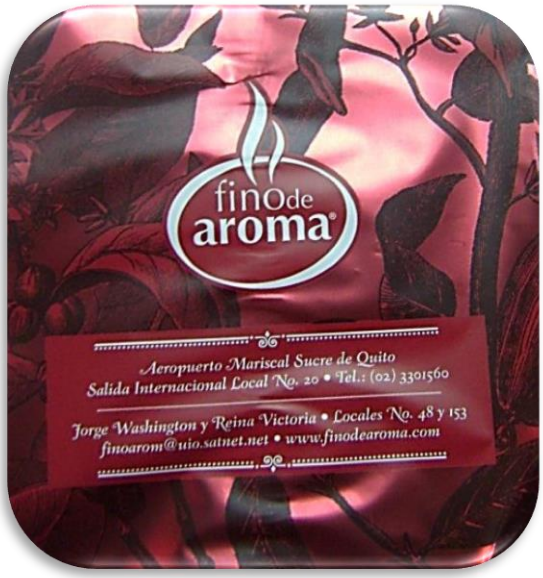
  La microempresa Valle del Zázara vende su producto a la tienda de la ciudad de Quito, en donde la marca UONCRE es la única que oferta polvo de cacao, la Tienda del Camari compra un total de 50 unidades mensuales de cocoa pura y con aditivo de azúcar, a continuación, la figura #7 muestra el logo de la marca UONCRE.

Figura # 7; Logo actual del producto



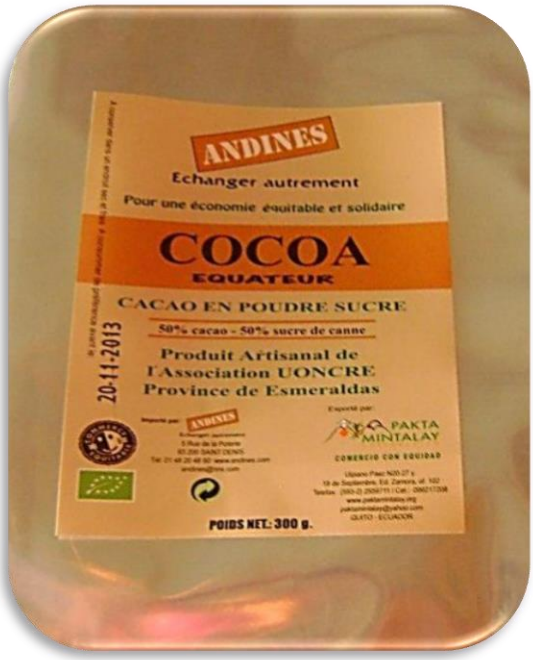
- **Fino de Aroma. -** Es una empresa que apoya en forma directa a pequeñas asociaciones de cacaoteros y caficultores ecuatorianos, comprando sus productos orgánicos para la distribución por medio de sus tiendas, ubicadas en la ciudad de Quito y Galápagos. Fino de Aroma vende los productos de asociaciones agrícolas bajo su propia marca, siendo la microempresa Valle del Zázara la única que les maquila polvo de cacao. Esta compra un promedio de 500 unidades mensuales de las dos variedades de polvo de cacao, cocoa pura y con azúcar. En la figura #8 el empaque de la marca Fino de Aroma.

Figura # 8: Empaque Fino de Aroma



- **Pakta Mintalay. -** Es una empresa dedicada a la comercialización de productos orgánicos elaborados por asociaciones de agricultores y campesinos, con la finalidad de que dichas organizaciones reciban un pago justo por sus productos, esto haciendo mérito al significado de su nombre el cual es Comercio Justo. Pakta Mintalay exporta los productos de las asociaciones a Francia para la empresa ANDINES. Esta solo exporta polvo de cacao UONCRE en las variedades de cocoa pura y con aditivo de panela, cada 3 meses envía un promedio de 900 unidades. En la figura #9 se muestra el diseño del empaque usado por ANDINES.

Figura # 9: Empaque ANDINES



4.5.1 Demanda

Las ventas de la microempresa han ido en aumento con el pasar del tiempo, a continuación, en la tabla #1 se detallan el número de unidades vendidas a los tres clientes de la microempresa en los últimos 5 años.

Tabla # 1: Venta de los últimos 5 años

AÑOS	CACAO CON AZUCAR	CACAO CON PANELA	CACAO PURO	TOTAL
2011	3.469	400	720	4.589
2012	3.332	800	1.865	5.997
2013	5.073	1.200	1.088	7.361
2014	7.049	1.600	1.824	10.473
2015	4.910	2.000	3.525	10.435
TOTAL	**22.606**	**5.000**	**8.018**	**38.855**

Fuente: Sr. Hermes Rivera, Presidente de la Aso. Valle del Zázara

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Como se puede observar en la tabla #1, es evidente que a medida que han pasado los años la demanda ha aumentado, logrando tener una producción acorde a la capacidad de las máquinas actuales, teniendo un incremento considerable de la producción en el año 2014 y 2015.

4.6 PRODUCCIÓN ACTUAL DE LA MICROEMPRESA VALLE DEL ZÁZARA.

4.6.1 Abastecimiento

El producto se elabora con materia prima cultivada y cosechada en la zona de Quinindé, donde está asentada la microempresa, por lo que sus principales proveedores son los socios de dicha asociación, quienes venden cacao fino de aroma de calidad orgánica. Para la compra de aditivos como azúcar o panela su proveedor principal es La Favorita. En la tabla #2 se detallan los insumos utilizados para la producción del polvo de cacao y sus proveedores.

Tabla # 2: Insumos para la producción de polvo de cacao

INSUMOS	PROVEEDOR	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Cacao fino de aroma orgánico	Agricultores	Recinto Zázara	Socios
Cacao fino de aroma orgánico	Agricultores	Parroquias Chura, Viche, Chinca.	No socios
Azúcar	Distribuidores mayoristas	Santo Domingo	Empresa Distribuidora
Panela	Distribuidores mayoristas	Santo Domingo	Empresa Distribuidora
Fundas UONCRE		Esmeraldas	Empresa Publicitaria

Fuente: Sr. Hermes Rivera, Presidente de la Aso. Valle del Zázara

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

4.6.2 Capacidad productiva de las máquinas

La microempresa actualmente para el procesamiento de cacao cuenta con un grupo de 8 máquinas las cuales tienen la capacidad de procesar 100 libras de cacao en aproximadamente media hora, a excepción de la prensa que por ser de uso manual no cubre este tiempo y esto no permite agilitar el ritmo del proceso. A continuación, en la tabla # 3 se detallan el tipo de máquinas y sus características.

Tabla # 3: Maquinarias actuales de la Microempresa Valle del Zázara

Máquina	Vida Útil	Capacidad	Características
Horno-tostador	5 años	Kg/hora: 50	Potencia: 1 HP Modelo: T-100
Mesa de enfriamiento	5 años	100 libras	2 blowers de 2 pulgadas
Descascarilladora	5 años	Kg/hora: 50	Potencia: 1 HP Modelo: PC-2000
Molino	5 años	Kg/hora: 50	Potencia: 3 HP Modelo: MM-3
Cocina	5 años		Cocina industrial de una hornilla a gas
Prensa	5 años	30 toneladas	Sistema manual
Pulverizadora	5 años	Kg/hora: 20-50	Potencia: 3/5 HP Modelo: MPV-150
Selladora	4 años		Sistema de impulso al presionar

Fuente: Sr. Hermes Rivera, Presidente de la Aso. Valle del Zázara

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

La pequeña industria tiene una demanda promedio de 1.000 unidades mensuales las cuales en su mayoría son destinadas a Fino de Aroma y Pakta Mintalay, y apenas 50 unidades a la Tienda Camari.

4.6.3 Descripción del producto

El polvo de cacao elaborado por la microempresa Valle del Zázara, es un producto de calidad orgánica, elaborado a base de la pasta de cacao. Su materia prima principal, el cacao fino de aroma, es cultivado y cosechado en la zona de Quinindé.

Este producto al ser elaborado con materia prima orgánica se convierte en un potencial alimento rico en nutrientes como: hidrato de carbono, proteína, magnesio, fosforo, potasio, teobromina, cafeína, antioxidantes como los polifenoles[1]; lo que lo hace acto para consumidores de todas las edades. Además de esto se tiene la garantía de que no contiene ningún ingrediente químico, que, de una u otra forma, sea nocivo para la salud o dañe su contenido nutricional.

4.6.4 Diseño del Producto

La Cocoa UONCRE está disponible en el mercado con la presentación de 300 gramos, ofertando tres variedades de sus productos las cuales contienen lo siguiente:

- Cocoa UONCRE con azúcar, la que contiene 70% polvo de cacao y 30% de azúcar.
- Cocoa UONCRE con panela, la que contiene 70% polvo de cacao y 30% de panela.
- Cocoa UONCRE pura, contiene 100% de polvo de cacao.

A continuación, en la figura # 10 se muestra su empaque el cual es transparente en donde constan el logo del producto, se detalla la composición del producto, además de su fabricante y fechas de elaboración y caducidad.

[1] Son un grupo de sustancias químicas encontradas en plantas caracterizadas por la presencia de más de un grupo fenol por molécula.

Figura # 10: Imagen de la Cocoa UONCRE



El eslogan de la marca es “Disfrute del auténtico sabor del chocolate de la provincia verde de Esmeraldas”, Está puesto en la parte inferior del empaque debajo del logotipo. En la parte inferior se muestra el logotipo de la UONCRE, organización mayor a la que pertenece la Asociación Valle del Zázara.

Para Fino de Aroma y ANDINES el empaque es determinado por la empresa (figura # 11).

Figura # 11: A la derecha el empaque de la marca ANDINES y a la izquierda el empaque de la marca Fino de Aroma



En el caso de Fino de Aroma su presentación no solo queda en una funda plástica esta recibe tres presentaciones diferentes, una funda de tela, una lata y una caja de cartón, como a continuación se muestra en la figura #12.

Figura # 12: Presentación final de Fino de Aroma



En estas presentaciones la identificación es propia de cada empresa, no reconocen la producción de la Microempresa Valle del Zázara, solo en el caso de ANDINES en la parte inferior de la funda se dice que es elaborada por la asociación UONCRE.

4.6.5 Proceso de elaboración

La microempresa acopia cacao fino de aroma orgánico en baba para su fermentación, secado y producción. A continuación, en la figura # 13, se detalla el proceso de industrialización que empieza desde el momento en el que el grano ingresa a la microempresa.

Figura # 13: Cadena de producción de la Cocoa OUNCRE



Fuente: Sr. Hermes Rivera, Presidente Aso. Valle del Zázara
Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

4.6.6 Distribución y localización

La microempresa está ubicada en el Recinto Zázara, de la parroquia Chura, cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas. La vía de acceso hasta la microempresa es por medio fluvial y terrestre, el punto de llegada es la parroquia Viche, ya que de esta se desprenden las dos vías de acceso hacia Zázara. Entre las dos vías habilitadas la más rápida es la fluvial, demorando dos horas de viaje sobre el Río Esmeraldas.

Al momento de distribuir el polvo de cacao, lo transporta por medio fluvial hasta Viche, y de aquí es movilizado en trasporte terrestre hasta Quito que es su destino final.

4.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La Microempresa Valle del Zázara no tiene competidores directos a nivel de microempresas que procesen polvo de cacao, esto de acuerdo a la versión del Ing. Gualberto Valdez Cortez, supervisor de Comercio Justo del MAGAP.

A pesar de la opinión anterior se considerará en este análisis como competencia a la procesadora República del Cacao, ya que ellos elaboran un producto similar al de la microempresa Valle del Zázara, y gracias a sus cinco tiendas; cuatro de ellas ubicadas en puntos estratégicos para la venta de productos a turistas extranjeros, y una en España; logra establecerse en el mercado bajo una marca que está siendo reconocida y aceptada por el consumidor que en su mayoría son turistas extranjeros. Pero esta industria al ser una empresa legalmente establecida y organizada claramente presenta una ventaja competitiva frente a la Microempresa Valle del Zázara.

Otras empresas a nivel nacional entregan chocolate en polvo con la diferencia que no dan un producto que contengan más del 50% de cacao y mucho menos de calidad orgánica. A continuación, en la tabla #4 detallamos las siguientes marcas:

Tabla #4: Marcas posicionadas en el mercado

OFERENTE	PRODUCTO	UNIDAD COMERCIAL
UONCRE	Cocoa Pura	300 gr.
	Cocoa con azúcar	300 gr.
	Cocoa con panela	300 gr.
República del Cacao	Cacao en polvo edulcorado	250 gr.
	Cacao orgánico en polvo	1 Kg
La Universal	Cocoa soluble	180 gr.
		60 gr.
		15 gr.
Nestle	Ricacao	180 gr.

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

4.8 FACTORES DE RIESGO

En la actualidad los sectores agrícolas dedicados a la elaboración de estos tipos de productos se encuentran expuestos a muchos riesgos que a continuación se detallan:

- Las plagas se han constituido en un factor importante en la disminución de la producción de cacao. La incidencia de plagas depende de las condiciones climáticas de la zona, además del microclima existente dentro del cacao, de los hábitos y ciclo de vida de los insectos y del manejo que se le esté dando al cultivo. (CANA CACAO, 2012). Así como las plagas afectan los cultivos de cacao, existen enfermedades que también lo hacen y en ciertas ocasiones pueden causar la muerte de las plantas. (CANA CACAO, 2012)

- Los factores climáticos críticos para el desarrollo del cacao son la temperatura y la lluvia. A estos se le unen el viento y la luz o radiación solar. El cacao es una planta que se desarrolla bajo sombra. La humedad relativa también es importante ya que puede contribuir a la propagación de algunas enfermedades del fruto. Y esto no solo afecta a los cultivos también en el secado del grano ya que se necesita del calor solar para poder obtener la fermentación deseada en cuanto al aroma y sabor. (Quingaísa, 2007)

- La variación constante del precio del cacao, afecta principalmente al costo de los productos ocasionando un valor no estable del polvo de cacao, y en ciertas ocasiones puede terminar en pérdidas.

- En la parte legal, este segmento de mercado no se ve afectado como otros; debido a que el gobierno ha implantado leyes de protección para ayudar al sector agricultor en cuanto al mejoramiento de cultivos y poniendo a disposición en el mercado fertilizantes que no afectan a la tierra ni al fruto, además ha impulsado a los agricultores a cultivar productos de calidad orgánica sin uso de químicos.

4.9 ANÁLISIS FODA

Tabla #5: FODA

	OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
	➢ Créditos en instituciones financieras. ➢ Leyes de protección del Estado.	➢ Inestabilidad del precio de la materia prima. ➢ Clima lluvioso en la etapa de secado. ➢ Pérdida de identidad de marca. ➢ Otras Asociaciones y microempresas se fortalezcan.
FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS FA**
➢ Satisfacción de sus clientes. ➢ Materia prima de calidad orgánica, cacao fino de aroma. ➢ Producto con aceptación en el mercado.	➢ Implementar procesos de industrialización estandarizados para ofertar un producto de mayor calidad. ➢ Beneficiarse del apoyo gubernamental para el agro y crecer como empresa.	➢ Aprovechar la acogida y aceptación del producto en el mercado para empezar a comercializar bajo su propia marca.
DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS DO**	**ESTRATEGIAS DA**
➢ Subutilización de capacidad de las maquinarias. ➢ No mantienen un plan de marketing. ➢ No cuentan con información contable y estadística. ➢ Falta de capital de operación. ➢ Débil integración de los socios.	➢ Financiar un crédito para solventar el problema de maquinarias y demás adquisiciones. ➢ Llevar un control contable y estadístico que permita evidenciar el avance productivo y económico de la industria. ➢ Motivar a los socios a la inversión o trabajo en equipo para mejorar la integración que se mantiene.	➢ Aumentar el mercado para aprovechar toda la capacidad de las maquinarias. ➢ Complementar maquinarias para secado de cacao.

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

4.10 CONCLUSIONES

- La microempresa Valle del Zázara es una competencia considerable para las empresas productoras de derivados del cacao, debido a que tienen un producto potencial elaborado bajo técnicas que garantizan la calidad orgánica de la cocoa.

- La microempresa Valle del Zázara tiene un mercado fijo en donde su producto es acogido con satisfacción de sus clientes y consumidores, con el beneficio de contar solo con una competencia directa que es República del Cacao.

- La integración de los socios de la Organización es muy débil y es la posible causa de la baja administración que se maneja en la microempresa.

- La poca producción de la Cocoa UONCRE ha ocasionado la subutilización de las maquinarias existentes.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 INTRODUCCIÓN

En nuestro país la creación de microempresas cada vez es más frecuente, ya que estas representan una alternativa para mejorar el ingreso familiar pero muchas veces estas no cuentan con una administración ni técnica adecuada durante su creación y posterior desenvolvimiento dentro de un mercado, provocando muchos errores internos y casi siempre afectando a las utilidades de la misma.

La Microempresa Valle del Zázara en el tiempo que lleva funcionando ha venido desarrollando muchas falencias de tipo administrativo, legal, productivo y comercial; y es justamente esta problemática la que obliga presentar la propuesta de un plan comercial que pueda permitir mejorar la situación actual interna de esta microempresa.

5.2 JUSTIFICACIÓN

Con la elaboración de esta propuesta se pretende dar solución a los problemas analizados en el capítulo anterior, con el propósito que la Microempresa Valle del Zázara pueda mantenerse en el mercado actual y pueda también mejorar su situación administrativa interna, esperando que esto permita la expansión en otros mercados nacionales, y quizás en un futuro esta pueda alcanzar mercados internacionales.

5.3 OBJETIVOS

5.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de comercialización para los cacaoteros del Valle del Zázara, del cantón Quinindé.

5.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar la situación actual en que se encuentra la agremiación, revisando los procesos productivos existentes para potenciar o corregir los mismos si fuera necesario.

- Identificar los potenciales clientes mediante una investigación de mercado.

- Definir las estrategias de comercialización para los cacaoteros del Valle del Zázara.

5.4 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS FODA

Con el análisis FODA realizado en el capítulo anterior se han elaborado las siguientes estrategias para poder dar solución a los problemas existentes en la organización:

Estrategias FO

- **Implementar procesos de industrialización estandarizados para ofertar un producto de mayor calidad.**

  Adoptar medidas de calidad en el procesamiento del cacao para mejorar el producto ofertante.

- **Beneficiarse del apoyo gubernamental para el agro y crecer como empresa.**

  Aprovechar las leyes y apoyo que está implementando el gobierno para mejorar la situación administrativa de la empresa en cuanto a la inclusión en el MAGAP, y el pago de tributos del SRI.

Estrategias FA

- **Aprovechar la acogida y aceptación del producto en el mercado para empezar a comercializar bajo su propia marca.**

  Desarrollar un plan de marketing que permita aumentar el mercado establecido por la asociación, previo a esto ya se realizó un estudio de mercado para captar nuevos clientes.

Estrategias DO

- **Financiar un crédito para solventar el problema de maquinarias y demás adquisiciones.**

  Debido a que no se tiene disponibilidad de un capital grande que permita mejorar la infraestructura y estructura actual de la empresa se debería optar por un crédito para solventar estos problemas.

- **Llevar un control contable y estadístico que permita evidenciar el avance productivo y económico de la industria.**

  Implementar un departamento financiero – contable que lleve el control y registro de recursos económicos, y así poder evidenciar los avances productivos y controlar costos. Además, que este se encargue del manejo de permisos de funcionamiento y obligaciones con el SRI.

- **Motivar a los socios a la inversión o trabajo en equipo para mejorar la integración que se mantiene.**

  Realizar charlas de motivación para incentivar la integración de los socios e impulsarlos a trabajar en equipo bajo un solo objetivo.

Estrategias DA

- **Aumentar el mercado para aprovechar toda la capacidad de las maquinarias.**

  Con el plan de marketing antes propuesto no solo se busca abarcar más mercado sino también aprovechar al máximo la capacidad de las maquinarias y así poder minorar costos de producción.

- **Complementar maquinarias para secado de cacao.**

  En vista de que el clima lluvioso es una evidente barrera al momento de secar el cacao en baba, se propone implementar maquinarias o paneles de secado que permitan secar el cacao en base a calor y así se evitaría que el clima de la época invernal no obstaculice el procesamiento del cacao.

5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La siguiente propuesta ha sido elaborada en base a las necesidades existentes de la microempresa "Valle del Zázara", con el propósito que sirva de guía para su aplicación por parte de los administradores.

5.5.1 Desarrollo de la Misión y Visión

Esta se desarrolló con el propósito que la microempresa "Valle del Zázara" tenga una filosofía de trabajo en conjunto con una brújula que avizore nuevos mercados.

5.5.1.1 Misión

La microempresa "Valle del Zázara" está dedicada a la industrialización y comercialización de polvo de cacao, elaborado con materia prima orgánica, bajo estándares de calidad, ofertando un producto que satisfaga las exigencias y necesidades de sus clientes actuales y futuros.

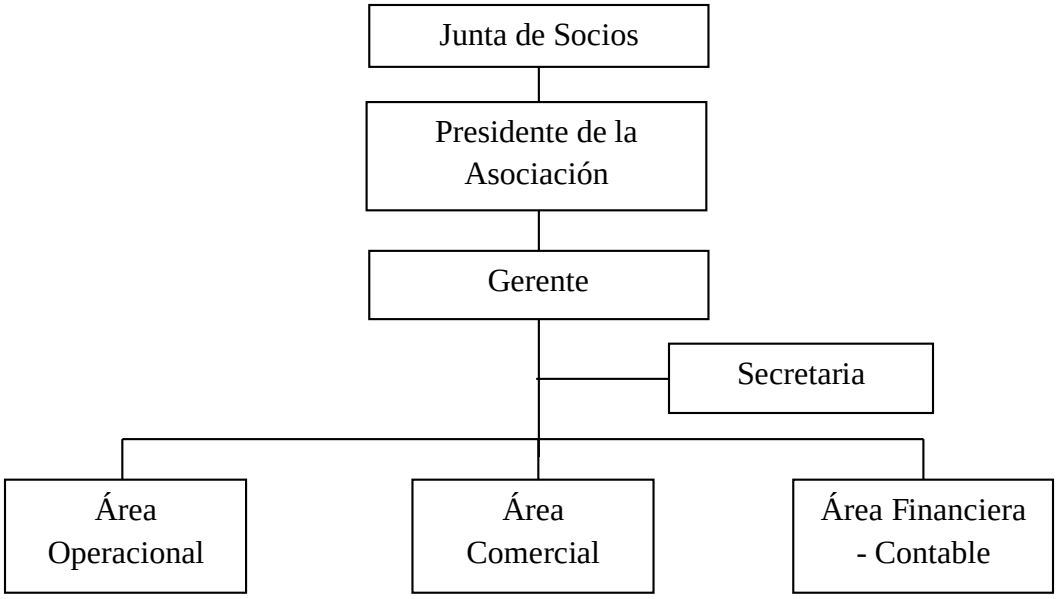
5.5.1.2 Visión

Ser una microempresa líder en ventas y de gran reconocimiento en el mercado del cacao en polvo dentro de la provincia de Esmeraldas.

5.6 PROPUESTA DEL NUEVO EQUIPO DIRECTIVO

La Microempresa Valle del Zázara no cuenta con un esquema jerárquico de su talento humano, por lo que se propone implementar el siguiente esquema de trabajo donde se detallan los departamentos que deben existir en esta organización, así como las actividades que deben desarrollar cada uno de los puestos de trabajo.

Figura # 14 Esquema Jerárquico de la Microempresa



Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

- **Junta de Socios. -** Constituida por 30 socios quienes tienen la labor de conseguir los recursos necesarios para iniciar y mantener la operación de la microempresa, establecer estatutos de la microempresa.

- **Presidente de la Asociación. -** Este debe tener la capacidad de formular planes y programas estratégicos para el sistema operativo de la industria.

- **Gerente. -** Le compete la dirección, administración, coordinación y control de las actividades de la microempresa, siguiendo los lineamientos efectuados por el Presidente y la Junta de Socios.

- **Secretaria. -** Es la persona encargada de la administración, distribución y archivo de la documentación de la microempresa. Laborar de forma coordinada e integral con todas las áreas de la misma.

- **Área Operacional. -** En este departamento se coordina el trabajo de manera conjunta, la producción, mantenimiento y control de calidad con la finalidad de aprovechar al máximo el proceso productivo, evitando la subutilización de maquinarias, y elaborar un producto acorde a las exigencias del mercado.

- **Área Comercial. -** Esta área es la responsable de la comercialización del producto, negociación con los clientes, desarrolla la imagen del producto, y utiliza adecuadamente los canales de distribución con la finalidad de incrementar los niveles de ventas.

- **Área Financiera-Contable. -** Se encarga de coordinar los recursos económicos, coordinar adquisiciones, así como el proveer a la empresa de la información necesaria, por medio de reportes financieros, para la toma de decisiones.

5.7 ASPECTOS LEGALES

Para que la microempresa esté funcionando acorde a lo que establece la ley, esta deberá de solicitar un traspaso del MIES al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), ya que como es una asociación de agricultores deberá pertenecer a este ministerio y así aprovechar los beneficios que ofrece el MAGAP.

5.7.1 Inscripción en Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

Para la inscripción de la asociación en el MAGAP deberán presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de aprobación de estatuto y concesión de personería dirigida al Ministro de Agricultura, adjuntando el siguiente expediente:

- Dos copias del acta de Asamblea Constitutiva de la organización en formación donde se nombra al Presidente provisional suscrita por todos los socios fundadores, la misma que debe contener expresamente:

- ✓ La voluntad de los miembros de constituir la misma.
- ✓ La nómina de la directiva provisional.
- ✓ Los nombres completos, la nacionalidad, numero de cedula de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores.
- ✓ La indicación del lugar en donde la entidad en formación tendrá su sede, con referencia de calle, parroquia, cantón y provincia, indicando el número de teléfono, fax o dirección de correo electrónico y casilla postal en caso de tenerlo.

- Anexar dos fotocopias de documento de identidad y certificado de votación (art. 179 de la ley orgánica de elecciones)

- Dos copias del correspondiente estatuto que deberá incluir la certificación del secretario provisional, en la que se indique con exactitud las fechas de estudio y aprobación del mismo. Este debe tener un contenido de: régimen disciplinario, controversia, económico, causas para perder la calidad de socio, estructura organizativa interna y causas para la disolución de la organización.

- Presentación de certificados del Registro de la propiedad que demuestre la titularidad del predio, en caso de no tenerlo un certificado de LA SUBSECRETARIA DE TIERRAS que manifieste que el predio está en trámite de adjudicación o un certificado de arrendamiento de algún predio celebrado legalmente.

- Entrega de CD en donde tiene que constar solicitud, acta de Asamblea Constitutiva, estatutos, nombre completo de los socios y nombre completo del directorio provisional con sus respectivas direcciones domiciliarias.

- Las fundaciones y corporaciones (asociaciones) al tiempo de la aprobación del estatuto cuentan con un patrimonio mínimo de USD 400 en una cuenta de integración.

5.7.2 Registro de Patente, Marcas y Normas Sanitarias

5.7.2.1 Marca

Para la distribución e identificación del producto se debe registrar la marca del producto esto permitirá evitar plagio de identidad.

La marca es un nombre o signo distintivo que se le coloca a un producto o servicio para distinguirlo en el mercado. El registro de marca en nuestro país se lo realiza en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), siguiendo los siguientes pasos:

- Ingrese a la página web www.propiedadintelectual.gob.ec
- Seleccione la pestaña Programas / Servicios, del menú principal ubicado en la parte superior.
- Ingrese a la opción Solicitudes en línea del menú lateral ubicado a la parte izquierda.
- La aplicación le preguntará si usted posee Casillero Virtual del IEPI. Si cuenta con un casillero ya registrado, ingrese los datos respectivos, caso contrario sírvase a acceder al link adjunto y cree su casillero. www.propiedadintelectual.gob.ec/casilleros/
- Llenar la solicitud del Casillero Virtual con la información necesaria. Al momento de ingresar su información cumpla con todos los campos obligatorios.
- Usted recibirá un mensaje a través del correo electrónico registrado en su solicitud, con el usuario y contraseña para acceder al sistema.
- Retornar a la página web institucional del IEPI www.propiedadintelectual.gob.ec.
- Seleccione la pestaña Programs / Servicios, del menú principal ubicado en la parte superior.
- Ingresar a la opción Mi Casillero, del menú ubicado en la parte lateral izquierda.
- Introducir el usuario y contraseña recibidos en el mensaje de correo antes mencionado.
- La primera vez que ingrese al sistema Casillero Virtual se solicitará cambiar su contraseña como acción de seguridad. Luego de esta acción, usted ha creado un casillero virtual, por lo que, puede ya cerrar la aplicación. Recuerde que en este casillero recibirá las próximas notificaciones generadas por los trámites ingresados.
- Ingresar nuevamente a la pestaña Solicitudes en Línea, del menú lateral ubicado a la parte izquierda del portal.

- Introducir el usuario y contraseña que usted registró y obtuvo de la aplicación de Casilleros Virtuales.

- Seleccione el tipo de solicitud que desea ingresar.

- Ingresar la información requerida considerando los campos obligatorios. Toda la información a registrar debe ser clara y bajo los formatos establecidos en el formulario.

- Una vez completa la información, generar la vista previa de la solicitud.

- Si no existen cambios u observaciones a la solicitud, ingresar nuevamente a la misma con el botón de Editar y Generar Comprobante de Pago.

- Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacifico para realizar el pago por el servicio.

- Una vez realizado el pago, ingresar nuevamente al módulo de Solicitudes en Línea.

- Identificar en la parte inferior la solicitud guardada y seleccionar el botón Iniciar Proceso.

- Ingresar el número de Depósito/Comprobante/CUR que se encuentra registrado en el comprobante de pago.

- Escanear el comprobante de pago o el registro de pago correspondiente, y adjuntarlo en formato PDF

- Seleccionar aceptar.

- Considere que una vez que se inicia el proceso, el sistema automáticamente le asignará un numero de tramite (expediente) y otorgara la fecha y hora de recepción del mismo. (Esto se considerará para la prioridad del trámite), por lo que, deberá verificar la consistencia de dichos datos.

- Podrá verificar el estado de la solicitud remitida en la parte inferior de su buzon electrónico, al ingresar a la opción Solicitudes en Línea del portal www.propiedadintelectual.gob.ec

5.7.2.2 Registro Sanitario

Para el funcionamiento de la planta y distribución del producto se debe obtener el Registro Sanitario con el fin de garantizar el correcto control de higiene en el proceso de elaboración del polvo de cacao. Este registro en nuestro país es emitido por el ARCSA y se deberá cumplir con los siguientes requisitos; como consta en el Título IV del Código de Salud.

- Ingresar la solicitud en la web.
- Consignar datos y documentos
- Realizar el pago según la orden emitida y confirmarlo (5 días laborables)
- Análisis y definición del nivel de riesgo del producto por parte de Arcsa (Tabla de referencia)
- Análisis de la documentación digital ingresada en virtud a la clasificación del riesgo del producto:
    - Riego alto: revisión documental y técnica
    - Riegos medio: revisión documental
    - Riesgo bajo: no se realizará revisión
- Emisión del Registro Sanitario
- Para los productos orgánicos, además de los documentos previstos anteriormente, se presentará la certificación otorgada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca con el que acredite.

5.7.2.3 Registro Fitosanitario de Agrocalidad

Así mismo para la comercialización internacional deberán obtener el certificado fitosanitario, esto según lo indica la Decisión 515 de la CAN y Ley de Sanidad Vegetal del Ecuador, este certificado es emitido por Agrocalidad, en donde deberá tener los siguientes requisitos:

- Solicitud de registro de operador para exportación de otros productos de acuerdo al formato ubicado en la página web de Agrocalidad, dirigida a la Directora Ejecutiva de Agrocalidad, Dra. María Gracia Abad.

- Copia del RUC actualizado.
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa, inscrito en el registro mercantil (para personas jurídicas).
- Copia de la constitución legal de la empresa (para personas jurídicas).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Croquis de ubicación del lugar de producción (finca) o centro de acopio.
- Reporte favorable de inspección del lugar de producción o centro de acopio (obtenido en las coordinaciones provinciales de AGROCALIDAD).
- Comprobante personalizado de pago original de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD y según el producto a exportar.

Tabla #6, Valores a cancelar en las entidades bancarias

CODIGO	ITEM A PAGAR	VALOR USD
16.03.002	Registro de Productor – Exportador de otros productos vegetales	$15,00
16.03.004	Inspección fitosanitaria por visita y al menos una vez al año (adicional para los códigos 16.03.001, 16.03.002, 16.03.003)	$50,00

Elaborado por: AGROCALIDAD

- Duración aproximada del trámite: 30 días.
- El registro de operador de ornamentales y de mango tiene una vigencia de 1 año y de otros productos de exportación 2 años.

5.8 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE PRODUCCIÓN

Como se detalló en el capítulo anterior en la tabla # 3 la microempresa "Valle del Zázara" cuenta con 8 máquinas que actualmente no funcionan de forma adecuada y en el caso de la prensa no abastece el ritmo de producción actual, por este motivo se propone implementar maquinarias que dupliquen el procesamiento a 100 Kg de cacao por hora. La producción total de las maquinarias inicialmente será de 100 Kg. de polvo de cacao diarios, utilizando 200 Kg. de cacao en grano, logrando un total de 2.000 Kg. de polvo de cacao mensual.

Para llevar a cabo este proyecto se necesita la implementación no solo de maquinarias sino también de equipos de oficina e implementos de producción para la unificación de actividades que lograran obtener los resultados esperados. A continuación, se detalla la inversión necesaria.

Inversión Fija

Tabla # 7, Equipos de Oficina

Cantidad	Implemento	Valor Unitario	Valor Total
1	Teléfono fijo Panasonic	35,00	35,00
1	Fax	60,00	60,00
1	Multifuncional HP	150,00	150,00
Total			**245,00**

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Tabla # 8, Muebles de Oficina

Cantidad	Implemento	Valor Unitario	Valor Total
2	Escritorios Luis 1	96,80	193,60
6	Sillas	29,84	179,04
2	Archivadores metálicos 4 gavetas	29,84	179,04
Total			**767,88**

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Tabla # 9, Equipo de Computo

Cantidad	Implemento	Valor Unitario	Valor Total
2	Computadoras	750,00	1.500,00
Total			**1.500,00**

Elaborada por: Fanny Cedeño Orejuela

Tabla # 10, Maquinarias

Cantidad	Implemento	Valor Unitario	Valor Total
1	Horno – Tostador	5.200,00	5.200,00
1	Descascarilladora	1.800,00	1.800,00
1	Molino	2.600,00	2.600,00
1	Prensa Hidraulica	6.200,00	6.200,00
1	Pulverizadora	2.500,00	2.500,00
1	Mesa de enfriamiento	2.100,00	2.100,00
Total			20.400,00

Elaborada por: Fanny Cedeño Orejuela

Inversión Constante

Tabla # 11, Suministros menores

Cantidad	Implemento	Valor Unitario	Valor Total
10	Pares de guantes plásticos	3,00	30,00
10	Gorros	1,25	12,50
10	Mascarillas	1,00	10,00
20	Metros de lienzo	3,00	60,00
5	Cilindros de gas	15,00	75,00
3	Remax de papel bond	4,50	13,50
2	Grapadora	1,25	2,50
2	Sacaclic	0,85	1,70
10	Esferos	0,30	3,00
10	Lápices	0,25	2,50
Total			**210,70**

Elaborada por: Fanny Cedeño Orejuela

Tabla # 12, Suministros de limpieza

Cantidad	Implemento	Valor Unitario	Valor Total
3	Galón de cloro	2,00	6,00
5	Galón de desinfectante	5,00	25,00
3	Trapeadores	2,00	6,00
3	Escobas	1,25	3,75
2	Palas de recolectar basura	2,00	4,00
5	Basureros grandes de plástico	5,00	25,00
5	Paquetes de fundas de basura	1,25	6,25
Total			76,00

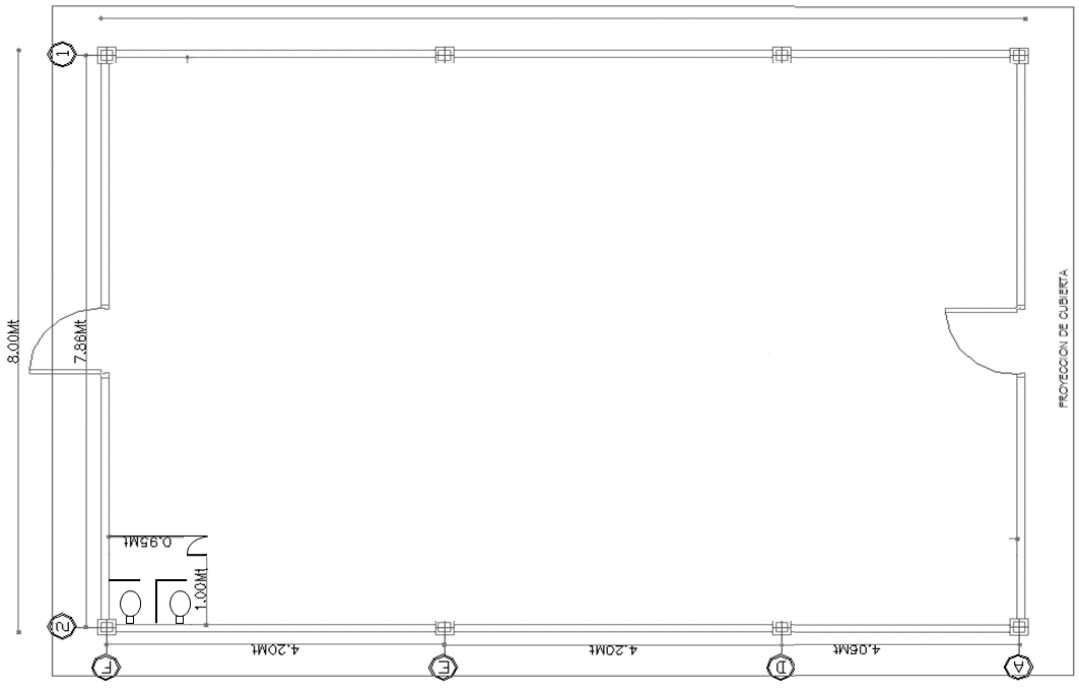
Elaborada por: Fanny Cedeño Orejuela

De acuerdo como muestran las tablas de la 7 hasta la 12, la inversión es de veintitrés mil ciento noventa y nueve dólares con cincuenta y ocho centavos ($23.199,58), la cual servirá para equipar la Microempresa con tecnología, mejores maquinarias, implementos y suministros necesarios para el mejor desenvolvimiento de sus actividades.

5.8.1 Propuesta de mejoramiento de la Infraestructura

La infraestructura actual de la microempresa es un galpón de madera, el cual no presta el acondicionamiento ideal para este tipo de actividad, debido a que se corre el riesgo de contaminación por bacterias en el polvo de cacao. Por esta razón se propone la construcción de un galpón de hormigón en donde se realizarán instalaciones eléctricas y de agua, adecuadas para las actividades que desempeña la microempresa. El diseño a proponer es el siguiente:

Figura # 15, Diseño del Galpón

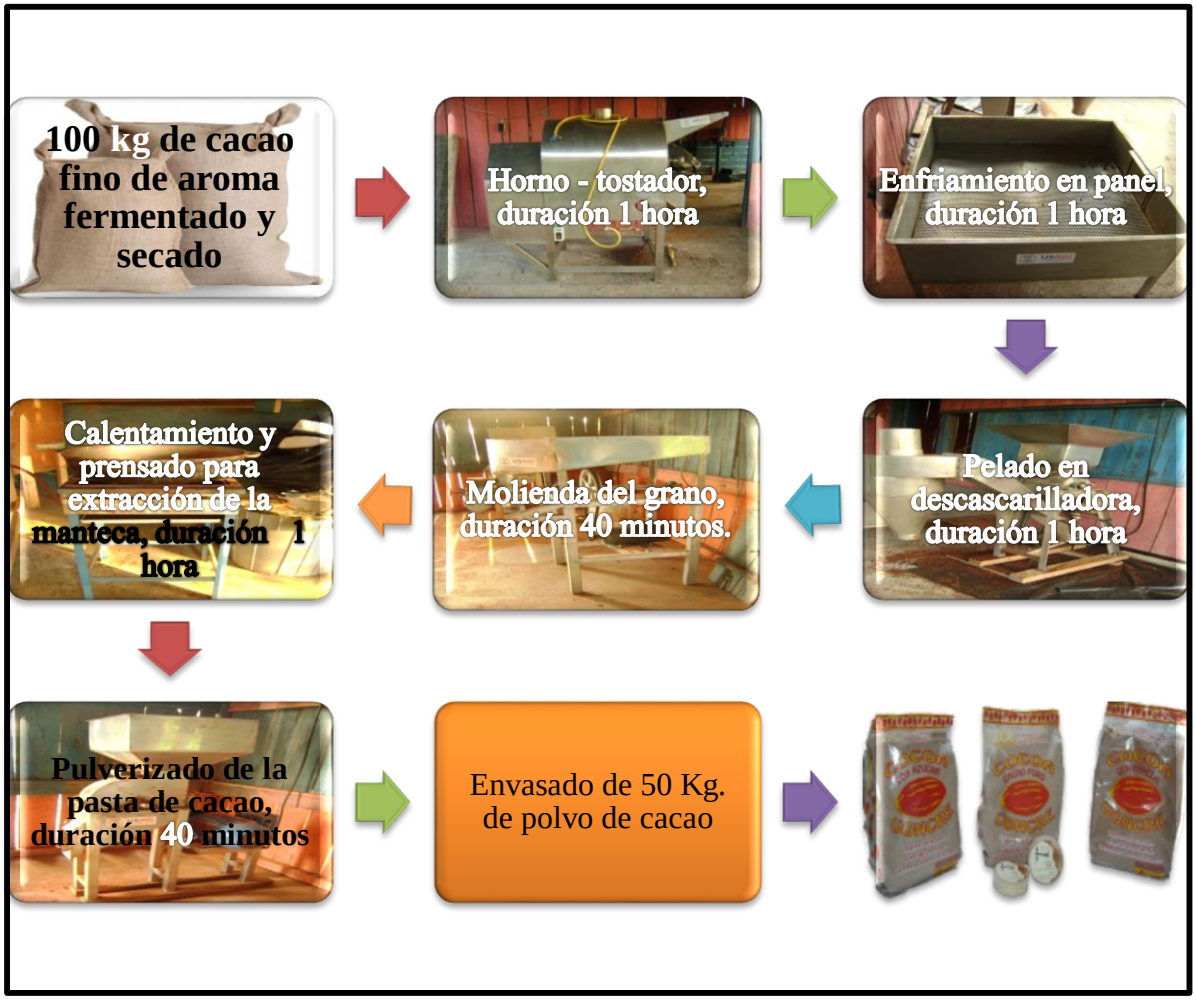


Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

5.8.2 Mejoramiento del cronograma de producción

Se tomará en cuenta en el siguiente cronograma, la cantidad de materia prima y el tiempo de procesamiento en cada máquina; además se partirá desde el ingreso del cacao en el horno – tostador teniendo en cuenta que la fermentación del cacao dura cuatro días, y el secado hasta 3 días dependiendo del clima. En la figura #16 se muestra el proceso de producción con los tiempos requeridos.

Figura # 16: Proceso Productivo Cocoa UONCRE



Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

5.9 Reestructuración del talento humano

La microempresa está formada por 30 socios de los cuales solo 5 trabajan como obreros. Se cuenta con una vendedora y cinco obreros los cuales tienen el siguiente salario.

Tabla #13: Nómina actual de Talento Humano

Nomina	Cargo	Sueldo
Martha Chávez	Vendedora	400,00
Hermes Rivera	Presidente/Obrero	350,00
Ana Sánchez	Obrera	300,00
José Rivera	Obrero	300,00
Damián Rivera	Obrero	300,00
Carlos Rivera	Obrero	300,00

Fuente: Hermes Rivera, Presidente de la Aso. Valle del Zázara

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Como se puede apreciar en la tabla # 13 los obreros perciben un sueldo menor al salario mínimo establecido en la legislación ecuatoriana, además no cuentan con los beneficios que establece el Código Laboral; es por esto que es indispensable establecer salarios y beneficios exigidos por la ley. A continuación, en la tabla #14 se establece la nómina a implementar para que la Microempresa Valle del Zázara regularice su relación con el Talento Humano.

Tabla # 14: Nómina actual de Talento Humano

FUNCION	REMUNERAC. UNIFICADA TABLA SECT.	TOTAL	10º TERCERO SUELDO	10º CUARTO SUELDO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
Gerente	600,00	600,00	50,00	24,33	25,00	99,33	699,33
Vendedor	500,00	500,00	41,67	24,33	20,83	86,83	586,83
Secretaria	400,00	400,00	33,33	24,33	16,67	74,33	474,33
Obreros (4)	366,00	1.464,00	122,00	97,33	61,00	280,33	1744,33
TOTAL		**2.564,00**	**247,00**	**170,33**	**123,50**	**540,83**	**3504,83**

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

5.9.1 Normativa de prevención y riesgos

Una microempresa a pesar de ser una empresa pequeña sin mayor producción y en el caso de la del Valle del Zázara con poco personal, es necesario que se establezcan normativas internas para salvaguardar la integridad de los empleados. Ya que la actividad principal de los empleados es el procesamiento del cacao se establecen las siguientes normas para velar el control de riesgos.

1. Todo trabajador contará con seguro de salud, estará afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

2. Cada área de la planta estará señalada, determinando el nivel de riesgos.

3. A los trabajadores se les otorgará y deberán usar implementos necesarios como mandiles, gorros, guantes y mascarillas para evitar la exposición del cuerpo.

4. Se mantendrá extintores de fuego, para casos de emergencias.

5. Las instalaciones eléctricas tendrán mantenimiento constante para evitar accidentes.

6. Las maquinarias recibirán mantenimiento una vez por semana, para evitar desperfectos que puedan dañar la integridad del empleado, o atrasos en el proceso productivo.

5.9.2 Clasificación de desechos.

La ubicación de la Microempresa es en la zona rural a orillas del Río Esmeraldas en donde no llega el sistema de recolección de basura, es por esto que se plantea la elaboración de una fosa que sirva de relleno sanitario, esta fosa va protegida por una capa de polietileno para evitar el contacto de residuos inorgánicos con el suelo y las aguas del río, así se garantiza la seguridad de este método.

5.10 PLAN DE MARKETING

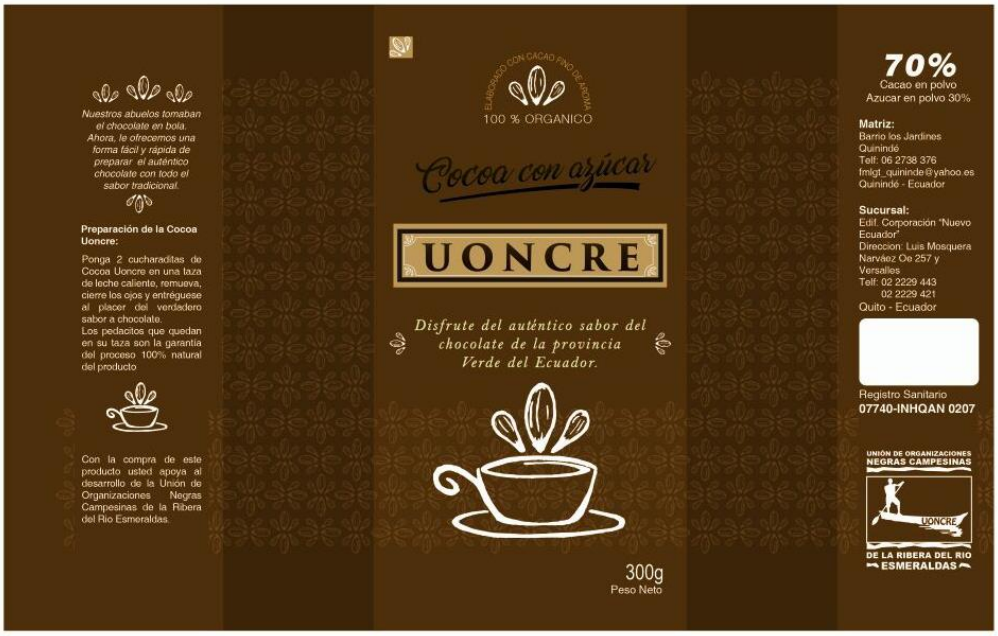
La Microempresa "Valle del Zázara" actualmente no cuenta con un plan de Marketing es por esto que se propone el siguiente plan con el fin de captar nuevos clientes para aumentar la demanda actual de la microempresa. A continuación, se detalla cada uno de los pasos a seguir, así como se muestra propuestas de mejoramiento de imagen.

5.10.1 PRODUCTO

5.10.1.1 Imagen

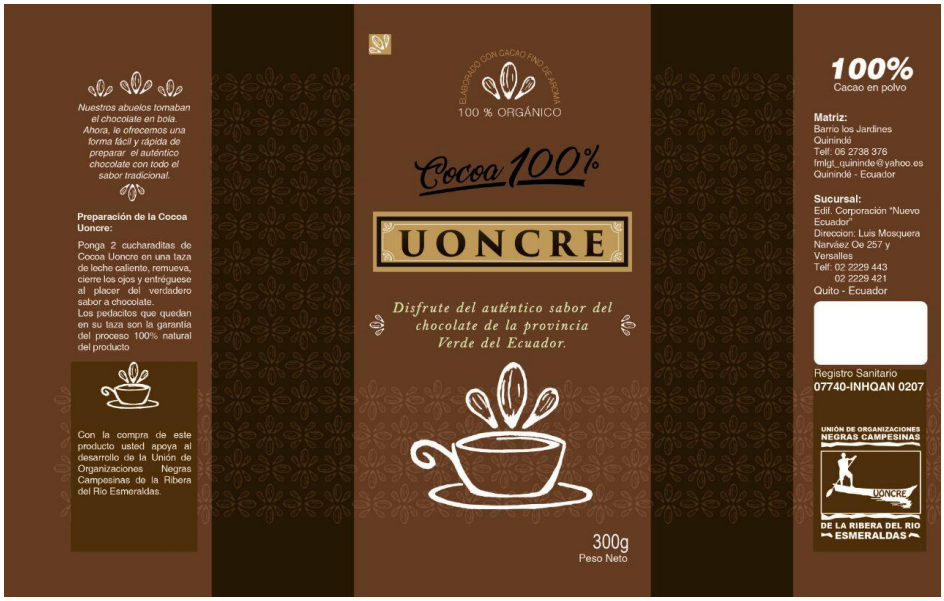
Se propone una nueva presentación para el producto con la finalidad de hacerlo más atractivo a la vista del consumidor final. El logotipo fue personalizado para diferenciar cada una de las variedades del producto colocando los componentes de cada una de las presentaciones. El empaque es de color café variando las tonalidades dependiendo del tipo de producto, y en la parte de atrás se detalla que el producto es elaborado por la microempresa Valle del Zázara, a continuación, en las figuras 17, 18 y 19 se muestra la nueva imagen del producto.

Figura # 17: Nueva Imagen de la Cocoa UONCRE con azúcar



Elaborado por: Julio Albuja

Figura # 18: Nueva Imagen de la Cocoa UONCRE pura



Elaborado por: Julio Albuja

Figura # 19: Nueva Imagen de la Cocoa UONCRE con panela



Elaborado por: Julio Albuja

5.10.2 PRECIO

5.10.2.1 Proyección de la Demanda

El cálculo de la proyección de la demanda se la realizó por el tipo de cocoa elaborada, a continuación, se detalla la demanda de los últimos 5 años, y se realiza el cálculo de la proyección de la demanda esperada para los siguientes 10 años.

Cocoa con Azúcar

Demanda actual 22.606 unidades en los últimos 5 años, en el año 2015 se tomaron en cuenta la demanda de los nuevos clientes (Tabla #14).

Tabla # 15: Demanda de los últimos 5 años

AÑOS	CONSUMO APARENTE Y	X	X X − X	XY	X²
2011	3.469	1	-2	-6.938	4
2012	3.332	2	-1	-3.332	1
2013	5.073	3	0	0	0
2014	7.049	4	1	7.049	1
2015	12.910	5	2	25.820	4
SUMA	**31.833**	**15**	**0**	**22.599**	**10**

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Formula de regresión lineal para la proyección de la demanda

$$A = \frac{\sum Y}{N} = \frac{31.833}{5} = 6.367$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{22.599}{10} = 2.260$$

En la tabla #16 se puede apreciar la proyección de venta, según el método de regresión lineal, para los próximos 10 años.

Tabla #16: Proyección de la demanda

AÑOS	CALCULO (A+BX)	TOTAL
Y2015	13.146	13.146
Y2016	15.406	15.406
Y2017	17.666	17.666
Y2018	19.926	19.926
Y2019	22.186	22.186
Y2020	24.446	24.446
Y2021	26.706	26.706
Y2022	28.966	28.966
Y2023	31.226	31.226
Y2024	33.485	33.485

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

En la tabla # 17 se realizó el cálculo de la demanda de polvo de cacao en kilogramos para los próximos 10 años.

Tabla # 17: Requerimiento de polvo de cacao

AÑOS	UNIDADES	KILOGRAMOS
2016	13.146	58.501,04
2017	15.406	68.557,59
2018	17.666	78.614,15
2019	19.926	88.670,70
2020	22.186	98.727,26
2021	24.446	108.783,81
2022	26.706	118.840,37
2023	28.966	128.896,92
2024	31.226	138.953,48
2025	33.485	149.010,03

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Se estima que en el lapso de 10 años la microempresa pueda producir un total de 33.485 unidades anuales de cocoa con azúcar.

Cocoa con Panela

Demanda actual 6.000 unidades en los últimos 5 años. A continuación, en el año 2015, tomaremos en cuenta la demanda de los nuevos clientes.

Tabla # 18: Demanda de los últimos 5 años

AÑOS	CONSUMO APARENTE Y	X	X X −X	XY	X²
2011	400	1	-2	-800	4
2012	800	2	-1	-800	1
2013	1.200	3	0	0	0
2014	1.600	4	1	1.600	1
2015	6.000	5	2	12.000	4
SUMA	**10.000**	**15**	**0**	**12.000**	**10**

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Formula de regresión lineal para la proyección de la demanda

$$A = \frac{\sum Y}{N} = \frac{10.000}{5} = 2.000$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{12.000}{10} = 1.200$$

En la tabla #19 se puede apreciar la proyección de venta, según el método de regresión lineal, para los próximos 10 años.

Tabla # 19 Proyección de la demanda

AÑOS	CALCULO (A+BX)	TOTAL
Y2016	5.600	5.600
Y2017	6.800	6.800
Y2018	8.000	8.000
Y2019	9.200	9.200
Y2020	10.400	10.400
Y2021	11.600	11.600
Y2022	12.800	12.800
Y2023	14.000	14.000
Y2024	15.200	15.200
Y2025	16.400	16.400

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

En la tabla # 20 se realizó el cálculo de la demanda de polvo de cacao en kilogramos para los próximos 10 años.

Tabla # 20; Requerimiento de polvo de cacao

AÑOS	UNIDADES	KILOGRAMOS
2016	5.600	24.864,00
2017	6.800	30.192,00
2018	8.000	35.520,00
2019	9.200	40.848,00
2020	10.400	46.176,00
2021	11.600	51.504,00
2022	12.800	56.832,00
2023	14.000	62.160,00
2024	15.200	67.488,00
2025	16.400	72.816,00

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Se estima que en el lapso de 10 años la microempresa pueda producir un total de 16.400 unidades anuales de cocoa con panela.

Cocoa Pura

Demanda actual 9.022 unidades en los últimos 5 años. A continuación, en el año 2015, tomaremos en cuenta la demanda de los nuevos clientes.

Tabla # 21; Demanda de los últimos 5 años

AÑOS	CONSUMO APARENTE Y	X	X X − X	XY	X²
2011	720	1	-2	-1.440	4
2012	1.865	2	-1	-1.865	1
2013	1.088	3	0	0	0
2014	1.824	4	1	1.824	1
2015	11.525	5	2	23.050	4
SUMA	**17.022**	**15**	**0**	**21.569**	**10**

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Formula de regresión lineal para la proyección de la demanda

$$A = \frac{\sum Y}{N} = \frac{17.022}{5} = 3.404$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{21.569}{10} = 2.157$$

En la tabla #22 se puede apreciar la proyección de venta, según el método de regresión lineal, para los próximos 10 años.

Tabla #22; Proyección de la demanda

AÑOS	CALCULO (A+BX)	TOTAL
Y2016	9.875	9.875
Y2017	12.032	12.032
Y2018	14.189	14.189
Y2019	16.346	16.346
Y2020	18.503	18.503
Y2021	20.660	20.660
Y2022	22.817	22.817
Y2023	24.973	24.973
Y2024	27.130	27.130
Y2025	29.287	29.287

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

En la tabla #23 se realizó el cálculo de la demanda de polvo de cacao en kilogramos para los próximos 10 años.

Tabla #23; Requerimiento de polvo de cacao

ÑOS	UNIDADES	KILOGRAMOS
2016	9.875	44.832,95
2017	12.032	54.625,28
2018	14.189	64.417,61
2019	16.346	74.209,93
2020	18.503	84.002,26
2021	20.660	93.794,58
2022	22.817	103.586,91
2023	24.973	113.379,24
2024	27.130	123.171,56
2025	29.287	132.963,89

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Se estima que en el lapso de 10 años la microempresa pueda producir un total de 29.287 unidades anuales de cocoa pura.

5.10.2.2 Variables para la fijación del precio

Para determinar el precio correcto se deben considerar un sin número de variables, entre ellos analizar los costos conjuntamente con la investigación de mercado realizada; también se debe tener en cuenta los costos de materia prima y mano de obra, así como los que no forman parte de la producción pero que implican gastos, como la mano de obra indirecta y demás gastos operativos. En la tabla #24 se especifica los costos productivos de la empresa que servirán para determinar el precio de venta del producto.

Tabla # 24 Costos Productivos

Tipo de Costos	Unidad de medida	Precio por unidad	Requerimiento mensual	Total
MATERIA PRIMA				
Cacao en baba	Quintal	40,00	25,27	1.010,87
Azúcar	Quintal	33,00	2,17	71,51
Panela	Quintal	34,00	42,00	1.428,00
Fundas	Unidades	0,05	2.385,00	119,25
MANO DE OBRA DIRECTA				1.411,33
MANO DE OBRA INDIRECTA				1.117,41
GASTOS OPERATIVOS				230,00
Energía eléctrica			100,00	
Agua			10,00	
Teléfono			25,00	
Transporte			30,00	
Suministros de oficina			50,00	
Útiles de limpieza			15,00	
TOTAL MENSUAL				5.388,37
TOTAL ANUAL				64.660,44

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

5.10.2.3 Determinación del precio

En la tabla # 25 se muestran los precios actuales de los productos UONCRE, los cuales fueron establecidos con costos antiguos y al implementar esta propuesta estos precios no cubren los gastos establecidos.

Tabla # 25; Precios

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	VALOR UNITARIO
Cocoa UONCRE con azúcar	300 Gr	$ 2,75
Cocoa UONCRE con panela	300 Gr	$ 2,75
Cocoa UONCRE cacao puro	300 Gr	$ 3,25

Fuente: Sr. Hermes Rivera, Presidente Aso. Valle del Zázara

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Al realizar el cálculo de fijación de precio los resultados son los siguientes:

- Para la cocoa con azúcar

$$PRECIO = \frac{COSTO\ UNITARIO}{1 - RENDIMIENTO\ ESPERADO}$$

$$PRECIO = \frac{1{,}85}{0{,}50}$$

$$PRECIO = 3{,}69$$

- Para la cocoa con panela

$$PRECIO = \frac{COSTO\ UNITARIO}{1 - RENDIMIENTO\ ESPERADO}$$

$$PRECIO = \frac{1{,}80}{0{,}50}$$

$$PRECIO = 3{,}60$$

- Para la cocoa pura

$$PRECIO = \frac{COSTO\ UNITARIO}{1 - RENDIMIENTO\ ESPERADO}$$

$$PRECIO = \frac{1{,}94}{0{,}50}$$

$$PRECIO = 3{,}88$$

Es evidente la diferencia entre el precio aplicado por la microempresa y el elaborado con cálculos establecidos. Esta variante puede ser la causa de pérdidas dentro de la organización.

5.10.3 DISTRIBUCIÓN

5.10.3.1 Características del consumidor

Para determinar el nicho de mercado de la Cocoa UONCRE se determinará las características del mercado según los tipos de entorno geográfico, demográfico, psicográfico, conductal y socio-cultural. En la tabla #26 se detallan las características del entorno.

Tabla # 26; Características del entorno del mercado

Tipo de Entorno	Características
Geográfico	Países: Ecuador, Francia Ciudades principales Quito, Galápagos, París - Francia Habitantes: 3.166.420
Demográfico	Personas de todas las edades Género masculino y femenino Estatus social medio y alto Turistas extranjeros
Psicográfico	Personas con hábitos de consumo de productos orgánicos.
Conductal	Pastelerías – Panaderías Restaurantes Bares – Café
Socio - Cultural	Personas de todas las culturas y religiones.

Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

Según el análisis realizado en la tabla #26 la cocoa UONCRE es un producto acto para todo tipo de consumidores ya sean estos niños, adolescentes, adultos y ancianos, de cualquier tipo de género. Se establece a los consumidores de clase social media y alta debido a que el mercado cuenta con un producto sustitutivo como es la cocoa soluble a un precio económico. No solo se toma en cuenta cualquier tipo personas se hace más énfasis en aquellas que tienen el hábito de consumo de productos orgánicos y turistas extranjeros que hasta el momento de realizar la investigación de mercado se ha determinado como principales consumidores.

También se determina como consumidores a aquellos negocios que se dedican a la elaboración de productos alimenticios que contienen como ingrediente polvo de cacao, tomamos el ejemplo de pastelerías, panaderías, bares, café.

Al momento de realizar las negociaciones con las tiendas distribuidoras del producto se llegará a un convenio para pactar las normas del negocio. Como se detalló en el capítulo anterior actualmente la microempresa tiene fijado fechas de entregas con cada una de las tiendas, y su distribución la realizan por medio de couriers, el medio de pago utilizado es a crédito de 30 días; al momento de ingresar nuevos clientes se mantendrán los mismos métodos entrega.

5.10.3.2 Clientes claves

Los clientes claves de la asociación son los actuales ya que en los últimos años se ha evidenciado el aumento de la demanda de estos, además en las entrevistas se conoció que comercializadoras como Andines y Fino de Aroma abrirán nuevas sucursales en donde ofertarán la cocoa UONCRE. También se enfocará la expansión del mercado con otras tiendas distribuidoras como, Tía y Akí.

5.10.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

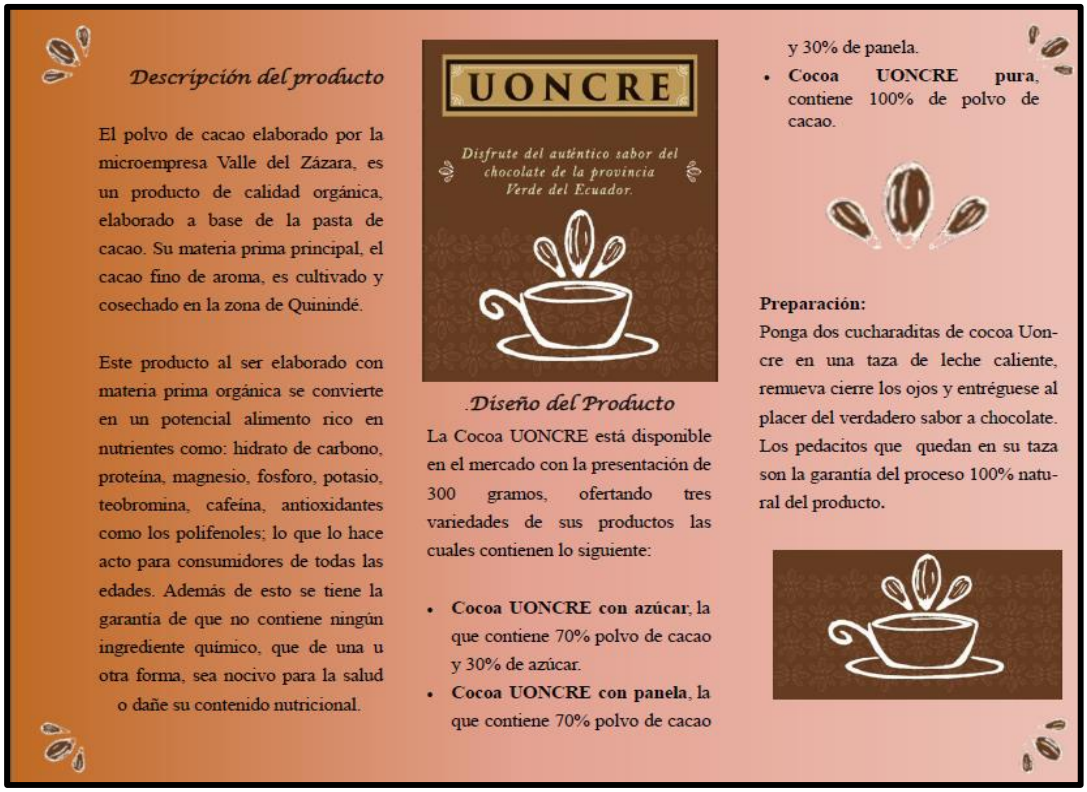
Para la captación de clientes se tomarán en cuenta los siguientes elementos principalmente acaparando tiendas y empresas distribuidoras de alimentos.

- Mercadeo directo. - Consiste en la visita y promoción a cada uno de los clientes en donde se ofertará el producto con materiales de apoyo, como trípticos y folletos en donde se describan las bondades del producto, estas visitas se realizarán una vez cada mes, considerando en la visita no solo los clientes establecidos sino también aquellos negocios donde puedan ofrecer el producto por ejemplo tiendas de regalo y comisariatos.

- Ferias de Negocios. - Se implementa la participación constante en las ferias nacionales del cacao, especialmente las que promueve PRO ECUADOR Y MAGAP, para dar a conocer la marca y el producto.

- Trípticos y folletos en donde se plasme el sistema de producción, productos oferentes, tipo de materia prima, bondades del producto. En las figuras 20 y 21 se muestra el diseño del tríptico.

Figura # 20: Parte delantera del tríptico



Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

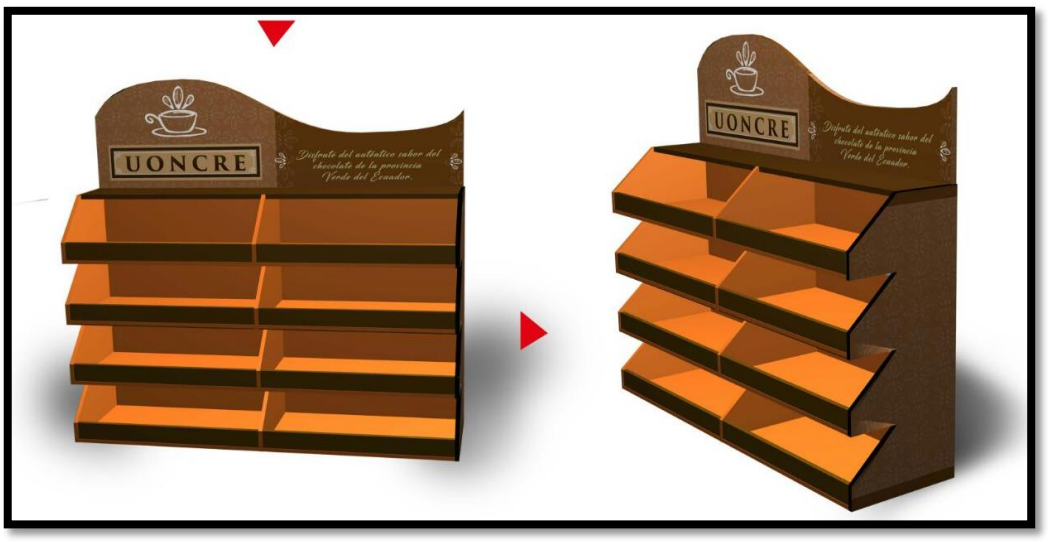
Figura # 21: Parte trasera del tríptico



Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

- Pequeñas perchas exclusivas del producto, para las tiendas, en donde se pueda colocar publicidad de la marca, logrando así que el producto tenga su propio espacio y sea más atractivo para el consumidor final.

Figura #22: Modelo de la percha publicitaria



Elaborado por: Julio Albuja

- Muestras del producto, entregadas a las tiendas comercializadoras para que se realice degustaciones del producto a sus clientes.

- Afiches promocionales que se ubicaran en las tiendas distribuidoras del producto. En la figura # 23 se muestra el diseño.

Figura # 23: Afiche publicitario



Elaborado por: Fanny Cedeño Orejuela

5.11 REESTRUCTURACIÓN FINANCIERA

La propuesta establecida en este trabajo aumenta los costos de la Microempresa es por esto que se realizó un estudio financiero para poder garantizar el retorno de la inversión. A continuación, se muestran los cuadros financieros más relevantes:

5.11.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

EQUIPOS INFORMÁTICOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Computadores de mesa	750,00	**1.500,00**
	TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS		**1.500,00**

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Teléfonos Panasonic	35,00	35,00
1	Fax	60,00	60,00
1	Multifuncionales EPSON	150,00	150,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		**245,00**

MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Escritorios Luis 1	96,80	193,60
6	Sillas	29,84	179,04
2	Archivadores metálicos de 4 gavetas	197,62	395,24
	TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES		**767,88**

EDIFICIO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Galpón	30.000,00	30.000,00
	TOTAL EDIFICIO		**30.000,00**

MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Horno - tostador	5.200,00	5.200,00
1	Descascarilladora	1.800,00	1.800,00
1	Molino	2.600,00	2.600,00
1	Prensa Hidráulica	6.200,00	6.200,00
1	Pulverizadora	2.500,00	2.500,00
1	Mesa de enfriamiento	2.100,00	2.100,00
	TOTAL MAQUINARIA		**20.400,00**

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
10	Pares de guantes plásticos	3,00	30,00
10	Gorros	1,25	12,50
10	Mascarillas	1,00	10,00
20	Metros de lienzo	3,00	60,00
5	Cilindros de gas	15,00	75,00
3	Remax de papel bond	4,50	13,50
2	Grapadora	1,25	2,50
2	Sacaclic	0,85	1,70
10	Esferos	0,30	3,00
10	Lápices	0,25	2,50
	TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		**210,70**

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
3	Galón de cloro	2,00	6,00
5	Galón de desinfectante	5,00	25,00
3	Trapeadores	2,00	6,00
3	Escobas	1,25	3,75
2	Palas de recolectar basura	2,00	4,00
5	Basureros de plásticos grandes	5,00	25,00
5	Paquetes de fundas de basura	1,25	6,25
	TOTAL, DE SUM. DE LIMPIEZA		**76,00**

TOTAL DE INVERSIÓN		**54.399,58**

GASTO DE CONSTITUCIÓN

Permiso de Agrocalidad	65,00
Permiso Orgánico	50,00
Patente Municipal	85,00
Registro Sanitario	1.000,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	**1.200,00**

5.11.2 RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	1.286,17		1.286,17	15.434,00		15.434,00
Luz	100,00		100,00	1.200,00		1.200,00
Agua	10,00		10,00	120,00		120,00
Teléfono	30,00		30,00	360,00		360,00
Publicidad	60,00		60,00	720,00		720,00
Pago de intereses crédito	504,32		504,32	6.051,90		6.051,90
Utiles de Aseo y Limpieza	76,00		76,00	912,00		912,00
Utiles de Oficina	210,70		210,70	2.528,40		2.528,40
Manten. De Maquinarias y equipos	100,00		100,00	1.200,00		1.200,00
Depreciación de Activos Fijos	310,60		310,60	3.727,16		3.727,16
Servicios Bancarios	5,00		5,00	60,00		60,00
Décimo Tercer Sueldo	213,83		213,83	2.566,00		2.566,00
Décimo Cuarto Sueldo	120,00		120,00	1.440,00		1.440,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	106,92		106,92	1.283,00		1.283,00
Fondo de Reserva	-		-	-		-
Gastos de Constitución	20,67		20,67	248,00		248,00
COSTOS VARIABLES		2.989,10	2.989,10		35.869,25	35.869,25
TOTAL	**3.154,20**	**2.989,10**	**6.143,31**	**37.850,46**	**35.869,25**	**73.719,71**

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	**8.957,31**	**107.487,74**
GASTOS FIJOS TOTALES	262,85	37.850,46
COSTOS VARIABLES TOTALES	2.989,10	35.869,25
PUNTO DE EQUILIBRIO	**394,50**	**56.807,40**

5.11.3 ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

INGRESOS	AÑO 0		VIDA UTIL DEL PROYECTO										
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas		8957,31167	**107.487,74**	**109.089,31**	**110.714,74**	**112.364,39**	**114.038,62**	**115.737,79**	**117.462,29**	**119.212,47**	**120.988,74**	**112.791,47**	**1.149.887,55**
Recursos materiales y equipos	**54.439,58**												
Recurso Humano	**10.514,50**												
Gastos de Constitución	**1.200,00**												
Capital de Trabajo	**14.586,60**												
Materia Prima	**3.734,31**												
TOTAL INGRESOS			**107.487,74**	**109.089,31**	**110.714,74**	**112.364,39**	**114.038,62**	**115.737,79**	**117.462,29**	**119.212,47**	**120.988,74**	**122.791,47**	**1.149.887,55**
COSTO DE VENTA													
Costo de producción		1.719,10	**20.629,25**	**20.996,45**	**21.370,19**	**21.750,58**	**22.137,74**	**22.531,79**	**22.932,85**	**23.341,06**	**23.756,53**	**24.179,40**	**223.625,83**
TOTAL COSTO DE VENTA			**20.629,25**	**21.144,98**	**21.673,61**	**22.215,45**	**22.770,83**	**23.340,10**	**23.923,61**	**24.521,70**	**25.134,74**	**25.763,11**	**231.117,36**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			**86.858,49**	**89.029,95**	**91.255,70**	**93.537,09**	**95.875,52**	**98.272,41**	**100.729,22**	**103.247,45**	**105.828,64**	**108.474,35**	**973.108,82**
GASTOS OPERACIOALES													
Gastos de Administración													
Sueldos		1.286,17	15.434,00	15.819,85	16.215,35	16.620,73	17.036,25	17.462,15	17.898,71	18.346,18	18.804,83	17.036,25	**170.674,29**
Luz		100,00	1.200,00	1.230,00	1.260,75	1.292,27	1.324,58	1.357,69	1.391,63	1.426,42	1.462,08	1.324,58	**13.270,00**
Agua		10,00	120,00	123,00	126,08	129,23	132,46	135,77	139,16	142,64	146,21	132,46	**1.327,00**
Teléfono		30,00	360,00	369,00	378,23	387,68	397,37	407,31	417,49	427,93	438,63	397,37	**3.981,00**
Publicidad		60,00	720,00	738,00	756,45	775,36	794,75	814,61	834,98	855,85	877,25	794,75	**7.962,00**
Pago de intereses crédito		504,32											
Utiles de Aseo y Limpieza		76,00	912,00	934,80	958,17	982,12	1.006,68	1.031,84	1.057,64	1.084,08	1.111,18	1.006,68	**10.085,20**
Utiles de Oficina		210,70	2.528,40	2.591,61	2.656,40	2.722,81	2.790,88	2.860,65	2.932,17	3.005,47	3.080,61	2.790,88	**27.959,89**
Manten. De Maquinarias y equipos		100,00	1.200,00	1.230,00	1.260,75	1.292,27	1.324,58	1.357,69	1.391,63	1.426,42	1.462,08	1.324,58	**13.270,00**
Depreciación de Activos Fijos		310,60	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	**37.271,59**
Servicios Bancarios		5,00	60,00	61,50	63,04	64,61	66,23	67,88	69,58	71,32	73,10	66,23	**663,50**
Décimo Tercer Sueldo		213,83	2.566,00	2.630,15	2.695,90	2.763,30	2.832,38	2.903,19	2.975,77	3.050,17	3.126,42	2.832,38	**28.375,68**
Décimo Cuarto Sueldo		120,00	1.440,00	1.476,00	1.512,90	1.550,72	1.589,49	1.629,23	1.669,96	1.711,71	1.754,50	1.589,49	**15.924,00**
Provisión Años de Servicio y Vacac.		106,92	1.283,00	1.315,08	1.347,95	1.381,65	1.416,19	1.451,60	1.487,89	1.525,08	1.563,21	1.416,19	**14.187,84**
Fondo de Reserva													
Gastos de Constitución			248,00	248,00	248,00	248,00	248,00						**1.240,00**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			**31.798,56**	**32.494,14**	**33.207,12**	**33.937,92**	**34.686,99**	**35.206,78**	**35.993,77**	**36.800,44**	**37.627,27**	**34.438,99**	**346.191,98**
Gastos Financieros													
Intereses Bancarios			6.371,94	5.260,00	4.000,07	2.572,45	954,84						**19.159,29**
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			**6.371,94**	**5.260,00**	**4.000,07**	**2.572,45**	**954,84**						**19.159,29**
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			**38.170,50**	**37.754,14**	**37.207,18**	**36.510,37**	**35.641,82**	**35.206,78**	**35.993,77**	**36.800,44**	**37.627,27**	**34.438,99**	**365.351,27**
UTILIDAD OPERACIONAL			**48.687,99**	49.905,19	51.152,82	52.431,64	53.742,43	55.085,99	56.463,14	57.874,72	59.321,59	53.742,43	**538.407,93**
15% Participación trabajadores		**15%**	7.303,20	7.485,78	7.672,92	7.864,75	8.061,36	8.262,90	8.469,47	8.681,21	8.898,24	8.061,36	**80.761,19**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			**41.384,79**	42.419,41	43.479,90	44.566,89	45.681,07	46.823,09	47.993,67	49.193,51	50.423,35	45.681,07	**457.646,74**
25% Impuesto a la Renta		**25%**	10.346,20	10.604,85	10.869,97	11.141,72	11.420,27	11.705,77	11.998,42	12.298,38	12.605,84	11.420,27	**114.411,68**
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			31.038,59	31.814,56	32.609,92	33.425,17	34.260,80	35.117,32	35.995,25	36.895,13	37.817,51	34.260,80	343.235,05
Pago de cuota bancaria			8.354,92	9..466,86	10.726,79	12.154,41	13.772,02						**54.474,99**
Depreciación de Activos fijos			3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	3.727,16	37.271,59
Gastos de Constitución			248,00	248,00	248,00	248,00	248,00						**1.240,00**
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS			**26.658,84**	**26.322,86**	**25.858,29**	**25.245,92**	**24.463,94**	**38.844,48**	**39.722,41**	**40.622,29**	**41.544,67**	**37.987,96**	**327.271,65**
VALOR DE RESCATE												5291,288	**5.291,29**
FLUJO NETO			**26.658,84**	**26.322,86**	**25.858,29**	**25.245,92**	**24.463,94**	**38.844,48**	**39.722,41**	**40.622,29**	**41.544,67**	**43.279,25**	**332.562,94**

RENTABILIDAD =		**107.487,74**	**26.658,84**	**24,80%**	**1ER. AÑO**

5.11.4 BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTES			**PASIVO CORRIENTE**		
ACTIVOS CORRIENTES	9.796,51		PASIVO CORRIENTE	8.136,67	
SUMINISTROS DE OFICINA	210,70		**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**		**8.136,67**
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	76,00		**PASIVOS NO CORRIENTES**		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		**10.083,21**	PASIVOS NO CORRIENTES	44.915,33	
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)			**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE**		**44.915,33**
MUEBLES Y ENSERES	767,88		**TOTAL PASIVOS**		**53.051,99**
EQUIPOS DE OFICINA	245,00		**PATRIMONIO**		
EQUIPOS INFORMÁTICOS	1.500,00		PATRIMONIO	11.144,10	
MAQUINARIA Y EQUIPO	20.400,00				
EDIFICIO	30.000,00				
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		**52.912,88**			
OTROS ACTIVOS			**TOTAL PATRIMONIO**		**11.144,10**
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.200,00				
TOTAL OTROS ACTIVOS		**1.200,00**			
TOTAL ACTIVO		**64.196,09**	**TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO**		**64.196,09**

5.11.5 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN INICIAL	84.474,99	100%	**TASA SISTEMA FINANCIERO**		**TASA DEL SISTEMA FINANCIERO**	**TASA APLICADA AL PROYECTO**
TOTAL APORTE	30.000,00	35,51346868	**Tasa Pasiva**	5,91	0,0591	0,02099
DEUDA	54.474,99	64,48653132	**Tasa Activa**	8,21	0,0821	0,05294
			Tasa Activa	8,21%	0,000821	0,00000
TOTAL INVERSIÓN	84.474,99	100,00000	**TASA DE RENTABILIDAD**			0,073932
						7,39%

5.11.6 INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

INVERSIÓN INICIAL			84.474,99	TASA MENOR DEL PROYECTO		TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE
TASA PASIVA REFERENCIAL			5,91%			
TASA ACTIVA REFERENCIAL			8,21%	0,0739		0,1739
VIDA UTIL PROYECTO			10 AÑOS			0,1
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	84.474,99			84.474,99		
1	26.658,84	0,0739319	0,9311577	24.823,58	0,8518	22.709,01
2	26.322,86	0,0739319	0,8670547	22.823,36	0,7256	19.100,61
3	25.858,29	0,0739319	0,8073647	20.877,07	0,6181	15.983,47
4	25.245,92	0,0739319	0,7517839	18.979,48	0,5265	13.292,90
5	24.463,94	0,0739319	0,7000294	17.125,48	0,4485	10.972,66
6	38.844,48	0,0739319	0,6518378	25.320,30	0,3821	14.841,30
7	39.722,41	0,0739319	0,6069638	24.110,07	0,3255	12.928,12
8	40.622,29	0,0739319	0,5651790	22.958,87	0,2772	11.262,15
9	41.544,67	0,0739319	0,5262708	21.863,75	0,2362	9.811,36
10	43.279,25	0,0739319	0,4900412	21.208,61	0,2012	8.706,64
	417.037,93					
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				**220.090,56**		**139.608,21**
INVERSIÓN INICIAL				**84.474,99**		**84.474,99**
VAN				**135.615,57**		**55.133,22**
PRC				**2,0256**		
TIR				**24,24%**		
R.C.B.				**4,94**		
RENTABILIDAD SIMPLE				**49,37**		

VAN	VALOR ACTUAL NETO
PRC	RECUPERACIÓN DE CAPITAL
TIR	TASA INTERNA DE RETORNO
RCB	RECUPERACIÓN COSTO BENEFICIO
RENTAB.	INDICE DEL MERCADO

Análisis de los Indicadores Financieros del Proyecto

Al implementar esta propuesta la Microempresa Valle del Zázara tendrá un VAN de $63.629,27, que es el valor presente del flujo de los 10 años originarios por la inversión. Su recuperación de capital empieza a partir de los 2 años. La relación de la tasa de mercado con la del proyecto es del 24,24%. Y por cada dólar que se invierte la microempresa tendrá una ganancia de $4,94.

Al analizar estos índices se puede establecer que el proyecto es viable y factible, por lo tanto, dependerá de los socios de la Microempresa Valle del Zázara que puedan llevar a cabo este proyecto.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- La Microempresa Valle del Zázara necesita llevar el correcto registro de su organización para poder aprovechar las oportunidades que da el estado ecuatoriano en cuanto a incentivos o mejoramiento de las organizaciones campesinas.

- La estandarización en el proceso productivo hará que se eliminé la subutilización de las maquinarias, logrando así recortar los costos.

- Gracias a las encuestas realizadas se determina que las Tiendas Tía y AKI están interesados en introducir en sus locales la Cocoa UONCRE, especialmente Tía que la incluiría en la sección artesanal.

- La implementación de normas sanitarias y laborales, exigidas en nuestro país, logrará que la Micorempresa Valle del Zázara pueda competir al mismo nivel que las empresas nacionales encargadas de la comercialización de cacao en polvo.

6.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda tomar en cuenta las propuestas señaladas en el presente proyecto para mejorar la administración, producción y comercialización de la microempresa, a continuación, se detallan las más necesarias

- Para mejorar la calidad del producto se debe obtener los certificados sanitario, fitosanitario y orgánico, ya que se está vendiendo un producto con la denominación orgánica, en el país y en Francia, y se deben cumplir con las exigencias de las normativas vigentes.

- Se debe crear un área financiera que pueda cumplir con la organización de recursos económicos y llevar controles financieros para prever perdidas y tomar decisiones apropiadas.

- Antes de aplicar esta propuesta se deberá realizar un nuevo estudio de mercado para adjudicar nuevos clientes a la Asociación.

- Captar nuevos clientes para mejorar la parte económica de la microempresa ya que por medio del estudio financiero realizado se constató que los clientes actuales no proporcionan ingresos que puedan solventar los gastos que se esperan dar para el mejoramiento del negocio.

- Desarrollar capacitaciones con los diferentes organismos del sector agrícola y comercial para mejorar la integración de los socios y lograr que se trabaje en equipo como una verdadera asociación.

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

- Amat, O. (2012). *Contabilidad y Finanzas.* Barcelona, España: Wiley Publishing Inc.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Estadistica de Exportación de cacao y sus derivados.* Quito.
- Batista, L. (2009). *el Cultivo de Cacao.* (T. Surier, Ed.) Santo Domingo, República Dominicana: Ingráfica C. por A.
- Batista, L. (2009). *Guía Técnica El Cultivo de Cacao.* (CEDAF, Ed.) Santo Domingo , Santo Domingo , República Dominicana: Ingráfica C.
- Bayas M., C. C. (2009). *Plan Amanecer*, 5.
- Bossio M, J., Delgado, E., Mory O., A., Pretell H., R., Román C., J., & Santander M., M. (2001). *Dirección de Mercadotecnia* (Vol. 8). Chicago, Estados Unidos: Esan.
- CANA CACAO. (2012). *http://www.canacacao.org/cultivo/enfermedades/*.
- Comunidad Andina de Naciones (CAN). (8 de Marzo de 2002). Decision 515, Sistema Andino de Sanidad Agropecuaria. *Decision 515, Sistema Andino de Sanidad Agropecuaria*, 3 - 10. Lima, Perú.
- Díez De Castro, J., & Redondo Lopez, C. (1996). *Administracion de Empresas.* Madrid, España: Piramide.
- Echeverri, J. (s.f.). *Tecnologia Moderna en la Porducción de cacao.* Manual , Ministerio de Agricultura y Ganadería , Programa Sixaola, Costa Rica.
- Ferré, J. M., & Ferré Nadal, J. (1997). *Los Estudios de Mercado* (Vol. 7). Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Instituto de Formación y Estudios Sociales (IFES). (2001). *Marketing y Publicidad.* Madrid, Madrid, España: comunicarteconarte.

- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). (Septiembre de 2014). *www.propiedad intelectual.gob.ec*. Recuperado el Septiembre de 2015, de http://www.propiedadintelectual.gob.ec/

- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2008). *Buenas Practicas Agricolas: guia para pequeños y medianos agro-empresarios.*

- Inversión, D. d. (2011). *ANÁLISIS SECTORIAL DE CACAO Y ELABORADOS.* Proyecto, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, PRO ECUADOR, Quito. Recuperado el Septiembre de 2015

- Larrea, M. (2008). *El Cultivo del Cacao Nacional: Un Bosque Generoso. "Manual de campo para la implementación de prácticas amigables con la biodiversidad en cultivos de Cacao Nacional".* (A. Benitez, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: Programa Nacional Biocomercio Sostenible del Ecuador (EcoCiencia / CORPEI), Programa de.

- Martínez García, A., Ruíz Moya , C., & Escrivá Monzó, J. (2014). *Marketing en la Actividad Comercial* (Vol. 2). (M. Blanco , & C. Nuñez, Edits.) Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana de España.

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). (2012). *CENSO AGRICOLA.* Agricultura, Quito - Ecuador.

- Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP). (2013). *Código de Salud.* Quito, Pichincha, Ecuador.

- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Vol. I). Castellón de la Plana, España: Publicaciones de la Universidad Jaime. Recuperado el octubre de 2015

- Muñiz Gonzalez, R. (2006). *Marketing en el siglo XXI.*

- ONU PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA. (2015). *http://www.fao.org/*.

- Paez Paredes, L., & Espinoza Chaovin , F. (2015). *Ecuador Tierra del Cacao.* Quito, Pichincha, Ecuador: Tramaediciones. Recuperado el Enero de 2016

- Paredes Arce, M. (2003). *Manual del Cultivo del Cacao.* Proyecto, Ministerio de Agricultura, Programa para el desarrollo de la Economía, Perú.
- PRO ECUADOR. (2015). *http://www.proecuador.gob.ec/*.
- Quingaísa, E. (2007). *DENOMINACION DE ORIGEN "CACAO ARRIBA".* Consultoría, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Quito. Recuperado el Septiembre de 2015
- Rosero, J. L. (2002). *La Ventaja Comparativa del Cacao Ecuatoriano.*
- Rosero, J. L. (2002). *La Ventaja Comparativa del Cacao Ecuatoriano.* Proyecto, Dirección General de Estudios , Guayaquil. Recuperado el 2015 de 2015
- Torres Gutierrez , L. A. (2012). *Manual de producción de cacao fino de aroma a través de manejo.* proyecto, Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Agropecuarias, Cuenca.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2003). *Administración Básica I* (Vol. 1). México D.F., México: Fondo Editorial F.C.A.
- Vega, R., & Martínez, W. (2015). *Diseño e Implementación de un Sistema Rotatorio de Flujo Constante para Secado de Cacao.* Proyecto, Universidad Politecnica Salesiana del ecuador , Guayaquil. Recuperado el Octubre de 2015

ENTREVISTA A CLIENTES

LA SIGUIENTE ES UNA ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS REALIZADA POR UNA ESTUDIANTE DEL OCTAVO SEMESTRE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS. COMO PARTE DE SU PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR. ESTA ENTREVISTA VA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA INDUSTRIA VALLE DEL ZAZARA CON EL FIN DE DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN QUE ELLOS TIENEN CON EL PRODUCTO.

1. ¿Cuánto tiempo tiene usted comercializando los productos de la Industria Valle del Zázara?

2. El cacao en polvo con qué aditivos lo comercializa (azúcar, panela, puro)

3. ¿Qué mercado cubre su empresa?

4. Su empresa comercializa otras marcas, cuáles son.

5. ¿Cuál es el número de clientes que su empresa tiene?

6. ¿Cuántas unidades de cacao en polvo comercializa actualmente, y cuántas de la Industria Valle del Zázara?

7. Está satisfecho con el producto que elabora la industria Valle del Zázara.

8. Les gustaría que la industria Valle del Zázara les entregue el producto directamente en su empresa.

9. ¿Qué recomendaciones le daría a la Industria Valle del Zázara, para mejorar sus productos?

ENTREVISTA A DISTRIBUIDORES

LA SIGUIENTE ES UNA ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS REALIZADA POR UNA ESTUDIANTE DEL OCTAVO SEMESTRE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS. COMO PARTE DE SU PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR. ESTA ENTREVISTA VA DIRIGIDA A DISTRIBUIDORES DE CACAO EN POLVO CON EL FIN DE DETERMINAR LAS EXIGENCIAS QUE ELLOS TIENEN CON EL PRODUCTO.

1. **¿Qué mercados cubre su empresa?**

2. **¿Cuál es el número de cliente que tiene usted?**

3. **¿Qué derivados del cacao comercializa su empresa?**

4. **Su empresa comercializa polvo de cacao y de que marca lo hace.**

5. **¿Está satisfecho con el producto de las marcas que comercializa actualmente?**

6. **Si tuviera la posibilidad de comercializar una nueva marca como es Valle del Zázara compraría este producto, o está satisfecho con las marcas que actualmente comercializa.**

7. **¿Cuántas unidades de cacao en polvo comercializaría mensualmente?**

ENTREVISTA A PROVEEDORES

LA SIGUIENTE ES UNA ENTREVISTA CON FINES ACADEMICOS REALIZADA POR UNA ESTUDIANTE DEL OCTAVO SEMESTRE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS, COMO PARTE DE SU PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR. ESTA ENTREVISTA VA DIRIGIDA A LOS PROVEEDORES DE LA INDUSTRIA VALLE DEL ZAZARA CON EL FIN DE RECOLECTAR INFORMACION SOBRE EL PROCESO PRODUCTIVO.

1. ¿Cuántos quintales de cacao produce usted mensualmente?

2. ¿Cuenta usted con la certificación de cacao fino de aroma orgánico?

3. En su propiedad mantiene plantaciones asociadas al cacao fino de aroma.

4. ¿Con qué frecuencia le vende a la Industria Valle del Zázara?

5. ¿Qué cantidad de materia prima le vende a la Industria Valle del Zázara?

6. ¿Cómo vende usted el cacao a la Industria Valle del Zázara, en baba o seco?

7. ¿A qué precio le vende el quintal de cacao a la industria?

PROFORMAS

INMEGAR

Diseño y construcción de máquinas agroindustriales
RUC: 1303700619001
Dirección: Calle Eloy Alfaro s/n a 150 m. del puente
Teléfonos: (05) 2647232; Cel. 097079463
Calderón-Portoviejo-Ecuador
www.inmegar.com
Email: inmegar@gmail.com

DIA	MES	AÑO
04	07	2012

PROFORMA

CLIENTE: ASOCIACION VALLE DEL ZAZARA
DIRECCION: ZAZARA QUININDE
Referencia: Maquinas para procesamiento de cacao.

CANT.	DESCRIPCION	Valor
1	Tostador de cacao construido en acero inoxidable 304, con capacidad para 100 Kg, accionado por un motor reductor de 2 HP, que posibilita carga, muestreo y descarga en movimiento, control de temperatura. Con quemador de gas.	5.200,00
1	Tostador sencillo para cacao construido en acero inoxidable 304, con capacidad para 100 Kg, accionado por un motor reductor de 2 HP, con quemador de gas.	3.100,00
1	Peladora de cacao construida en acero inoxidable 304, equipada con motor eléctrico de ½ HP, venterol y ciclón, capacidad 100 kg/hora	1.800,00
1	Molino de discos de acero inoxidable 304, accionado por un motor eléctrico de 3 HP, una capacidad para 100kg/hora.	2.600,00
1	Una mesa de enfriamiento para 2 quintales elaborada en acero inoxidable AISI 304, está estructurada en el mismo material en tubo cuadrado inoxidable y ruedas con pedal de freno.	2.100,00
1	Prensa hidráulica de 30 HP, con cilindro de acero inoxidable y separadores. Con bomba de accionamiento eléctrico.	6.200,00
TOTAL		21.000,00

PLAZO DE ENTREGA: 60 días
FORMA DE PAGO: 60% de anticipo y 40% a la entrega
GARANTIA: 1 AÑO

ING. FREDY GARCIA CASANOVA.
GERENTE

TALLER INMEGAR
RUC: 1303700619001
Calderón Portoviejo

MOBLICENTRO "INDUMASTER"

Arroyo Baquerizo Martha Tomasa

VENTA AL POR MAYOR DE MUEBLES DE OFICINA

Direc.: Calle Sucre s/n entre Salinas y Mejia

Telf.: 2452 172 / 090 784 200

Esmeraldas - Ecuador

R.U.C. 0802283598001

COTIZACIONES MANUALES

0001179

Fecha:	Dia	Mes	Año
	25	09	12

Sr. (es): Fanny Cedeño

RUC.: 1714682110 01 Telf.: 2460-061

Dirección: Vda Padilla y Barbosti Guía de Remisión:

Cant.	DESCRIPCION	P. Unit.	T. de Venta
2	Modulares Flex de 2 gavetas	230,41	460,90
2	Sillas ejecutiva Gioconda	109,70	219,41
2	archivadores Metalico de 4 gaveta	197,62	395,25
1	Escritorio Luis 1	96,80	96,80
3	Sillas apilables	29,84	89,54

Son: contado

Sub Total $	1'261,90
Descuento	
IVA 0 % $	
IVA 12 % $	151,42
TOTAL $	1'413,32

R.U.C: 0802283598001 MOBLICENTRO INDUMASTER Salinas y Eloy Alfaro (esq.)

F. Autorizada

Pinaille Castillo Luis A. Imprenta El Prestigio DEL 1101 AL 1200 / 15-08-2012 Telefax: 2452725

Original: Adquirente
Copia: Emisor

FERRTERIA ALBIÑO

1201805460001

PARROQUIA VICHE - 09 DE OCTUBRE

062488090

Usuario: admin
Impreso desde: 192.168.1.4
Fecha de Impresión: 02/10/2012 12:50:
Page 1 of 1

COTIZACIÓN No. 0000438

Tipo Venta: PUNTO DE VENTA 1 Caja: CAJA GENERAL 1

Cliente: 0803444876 FANNY CEDEÑO OROZUELA Telèfono: 0980225934

Dirección: VICHE

Fecha de Emisión: 02/10/2012 12:50:17 F. Validez: 01/11/2012 12:50:17

ITEMS

Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Precio	Subtotal
10016416	CEMENTO ROCAFUERTE TIPO IP SACO 50	300.00	SACO50K	6.8214	2,046.4200
91001874	VARILLA CORR. SOLD. CONST. 12MM*12M	60.00	UNIDAD	11.6071	696.4260
91001868	VARILLA CORR. SOLD. CONST. 8 MM*12M	60.00	UNIDAD	5.3571	321.4260
91002008	CORREA C 80X40X15X2.0 MM	100.00	UNIDAD	17.8571	1,785.7100
91001983	ALAMBRE RECOCIDO # 18 20 KG M	2.00	ROLLO	30.3571	60.7142
91001927	CLAVOS PARA CONST 2" 25 KG	1.00	CAJA	34.8214	34.8214
91001485	TUB. P SOSC.1/2*6M(420PSI)	10.00	UNIDAD	8.9286	89.2860
91001388	TUB DES, E/C 110MM * 3M	18.00	UNIDAD	12.9464	233.0352
91001733	ALAMB SOL TW #10 AWG 1000MT	5.00	ROLLO	68.7500	343.7500
91001732	ALAMB SOL TW #12 AWG 1000MT	8.00	ROLLO	46.4286	371.4288
91004115	TECHOFUERTE DE 5.00 M X 0.30	30.00	UNIDAD	36.4372	1,093.1160
00002486	LASTRE	4.00	UNIDAD	150.0000	600.0000
00002315	TABLAS	150.00	UNIDAD	2.2321	334.8150
00002313	CUARTONES	80.00	UNIDAD	2.5000	200.0000

nueve mil ciento noventa y seis y 26 / 100

Subtotal gravado:	12.00 %	8,210
Subtotal exento:	0 %	0
Descuento:	0.00 %	0
Subtotal gravado descuento:		8,210
Subtotal exento descuento:		0
IVA:		985
ICE:		0
Total:		9,196