

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE  
ESMERALDAS**



**DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADOS**

**Tema:**

***CADENA DE VALOR PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO DE LOS  
PRODUCTORES DEL RECINTO TAZONE***

**Tesis de grado previo a la obtención del título de**

**MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN  
PLANEACIÓN**

**Línea de Investigación: Análisis para mejoramiento de procesos**

**Autor:**

**Ing. MARÍA FERNANDA TORRES MURILLO**

**Asesor:**

**Mgt. ELÍAS SALAZAR DONOSO**

**ESMERALDAS – ECUADOR**

**OCTUBRE 2016**



## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

Yo, MARÍA FERNANDA TORRES MURILLO portador de la cédula de ciudadanía No.0802358291 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Magister en Administración de Empresas Mención Planeación son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

---

Ing. María Fernanda Torres Murillo

Cédula de Identidad: 0802358291

## **CERTIFICACIÓN**

Yo, Elías Salazar Donoso, en calidad de Director de Tesis de la Maestrante María Fernanda Torres Murillo cuyo título es **“CADENA DE VALOR PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO DE LOS PRODUCTORES DEL RECINTO TAZONE”**

Certifico que las sugerencias realizadas por el Tribunal de Sustentación Privada de Tesis, han sido incorporadas al documento final, por lo que autorizo su presentación ante el Tribunal de la Tesis.

---

Mgt. Elías Salazar Donoso

**DIRECTOR DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a nuestro Señor Dios, a la Virgencita, a mis padres por haberme guiado a lo largo del desarrollo de mi carrera, dándome la fortaleza y voluntad necesaria para demostrar los conocimientos y capacidad en la realización de mis actividades personales y profesionales, que concluyeron con la culminación exitosa del presente trabajo.

A mis familiares por su apoyo y a mi novio por su ayuda y guía incondicional, por sus consejos y enseñanzas, creyendo siempre en mi potencial y profesionalismo.

María Fernanda

## **AGRADECIMIENTO**

Mis más sincero y profundo agradecimiento a todas y cada una de las personas que contribuyeron con un granito de arena para la culminación exitosa del presente trabajo, en primer lugar a nuestro guía, nuestro señor Dios por sus bendiciones, a mis padres por sus esfuerzos para que recibiera los mejores estudios en excelentes instituciones, pues he aquí el fruto de su inversión, su ganancia, gracias los amo.

También agradezco al Mgt. Elías Salazar Donoso, Director de tesis y a los lectores Mgt. Mercedes Sarrade Peláez y José Luis Vergara Torres, por su guía, paciencia, por el asesoramiento y motivación en el desarrollo y culminación de mi tesis, pues siempre creyeron en mi trabajo.

A la Pontificia Universidad Católica, Sede Esmeraldas, por haberme permitido formar parte del selecto grupo de estudiantes, brindándome excelentes maestros que supieron dar lo mejor de sus conocimientos, que contribuyeron a mejorar mi profesionalismo.

Agradezco a mis compañeros de promoción de la maestría, por sus ocurrencias, experiencias y conocimientos ya que todos teníamos carreras diferentes, lo que generó nuevos aprendizajes.

Expreso mi agradecimiento a los productores de cacao de la parroquia La Unión y del recinto Tazone por su ayuda, conocimiento y experiencia en la producción y comercialización del cacao.

Te agradezco a ti, novio mío, por tu gran ayuda, enseñanza y guía en la realización de mi trabajo de tesis.

A todos mil gracias.

María Fernanda

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El cacao fue muy apetecido por su sabor y aroma para la fabricación del famoso chocolate, fruto muy dulce que se originó en la alta Amazonía, su producción y comercialización constituyó una importante aportación para la economía del Ecuador, en la provincia de Esmeraldas se cultivaban alrededor de 60.000 hectáreas de las cuales 12.500 correspondían al cantón Atacames, uno de los problemas que enfrentó el cultivo de cacao en el recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames, fue la falta de organización en el manejo de la comercialización del cacao.

Para obtener la información correcta sobre la comercialización del cacao, se aplicó la siguiente metodología: la investigación bibliográfica, de campo, exploratoria, descriptiva y el método inductivo permitiendo obtener una amplia información del trabajo desarrollado, se utilizó la observación directa en la que se evidenció el proceso de comercialización, la técnica de la encuesta y la entrevista a los productores obteniendo una información muchos más detallada.

Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas dieron a conocer que la mayoría de los productores tienen sus cultivos en el Recinto Tazone, poseen más cultivos del cacao Nacional la mayoría de seis hectáreas, vendiendo el cacao en estado de baba, la cosecha la realizaban semanalmente obteniendo 20 quintales, consideraron que los meses de cosecha alta era de enero a junio, en su mayoría estaban de acuerdo en pertenecer a una organización, señalaron en que es mejor vender su producto a una organización que a un intermediario por el precio justo, indicaron que no utilizaban ningún tipo de tecnología y finalmente que no usaban un correcto sistema de comercialización. En las entrevistas y observaciones realizadas en el sector, se conoció que se carece de un sistema adecuado de comercialización del cacao.

Se propuso el diseño de un modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone, a ser aplicado en un centro de acopio, se detalló los requerimientos y presupuesto para su ejecución. Se concluyó con la creación del Centro de Acopio FERCOL en el cual se va a manejar el modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao en la zona.

## **PALABRAS CLAVE**

Cadena de valor, Comercialización, Cacao nacional, Cacao CCN-51, Productor, Clientes, Economía

## **ABSTRACT**

Cocoa was very appreciated for its taste and aroma for the manufacture of the famous chocolate, fruit very sweet that originated in the upper Amazon, production and sale was an important contribution to the economy of Ecuador, in the province of Esmeraldas cultivated around sixty thousand hectares of which twelve thousand five hundred belonged to the canton Atacames, one of the problems faced by the cultivation of cocoa in the Tazone grounds of the parish the Union of the canton Atacames, was the lack of organization in handling the sale of cocoa.

To get the correct information on the sale of cocoa, the following methodology was applied: bibliographic research, field, exploratory, descriptive and inductive method allowing to obtain comprehensive information of the work developed, direct observation was used in which evidenced the sales process, technical survey and interview producers getting a lot more detailed information.

The results of surveys disclosed that most farmers have their crops in the enclosure Tazone, have more crops National cacao most six hectares, selling cocoa state baba, the harvest performed weekly for obtaining twenty bushels, felt that the months of high harvest was from January to June, mostly agreed belong to an organization, they noted that it is better to sell your product to an organization an intermediary for the right price, they indicated that not using any technology and finally not using proper sales system. In interviews and observations made in the sector, it was learned that lacks a proper system of selling cocoa.

The design of a value chain model for the sale of cocoa producers Tazone enclosure, to be applied in a storage facility proposed, the requirements and budget for implementation outlined above. It was concluded with the creation of FERCOL collection center in which it is to manage the value chain model for the sale of cocoa in the area.

## **KEYWORDS**

Value chain, Sales, National Cacao, Cacao CCN-51, Producer, Customers, Economy

## ÍNDICE GENERAL

### PRELIMINARES

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD.....	v
CERTIFICACIÓN.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
PALABRAS CLAVES.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
PROBLEMA.....	xix
JUSTIFICACIÓN.....	xx
OBJETIVOS.....	xxi

### CAPÍTULOS

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
Antecedentes del estudio.....	1
Fundamentación teórica.....	3
Fundamentación legal.....	11
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>13</b>
<b>MATERIAL Y MÉTODOS.....</b>	<b>13</b>
Investigación bibliográfica.....	13
Investigación de campo.....	13

Investigación exploratoria.....	13
Investigación descriptiva.....	14
Método inductivo.....	14
Descripción y caracterización del lugar donde se llevó a cabo la investigación.....	14
Descripción de la población de estudio.....	14
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>17</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>34</b>
<b>PROPUESTA ALTERNATIVA.....</b>	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>65</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>65</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>67</b>
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS.....</b>	<b>70</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>74</b>
ANEXO No. 1.....	75
ANEXO No. 2.....	77
ANEXO No. 2.....	78

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Ubicación de cultivos.....	17
Cuadro 2: Tipo de cacao.....	18
Cuadro 3: Meses de cosecha alta.....	24
Cuadro 4: Pertener a una organización.....	25
Cuadro 5: Utilización tecnología.....	27
Cuadro 6: Sistema de comercialización.....	28
Cuadro 7: Ficha de observación - productores.....	31
Cuadro 8: Ficha de observación -compradores.....	35
Cuadro 9: Presupuesto.....	51
Cuadro 10: Modelo de cadena de valor .....	53
Cuadro 11: Matriz de impactos.....	55
Cuadro 12: Impacto social.....	56
Cuadro 13: Impacto cultural.....	58
Cuadro 14: Impacto económico.....	60
Cuadro 15: Impacto ambiental.....	62
Cuadro 16: Impacto general.....	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Hectáreas de cacao.....	19
Gráfico 2: Hectáreas de cacao CCN-51.....	20
Gráfico 3: Secado.....	21
Gráfico 4: Tiempo de cosecha.....	22
Gráfico 5: Quintales de cosecha de cacao.....	23
Gráfico 6: venta de producto.....	26

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Fermentadora.....	42
Figura 2: Maquina clasificadora.....	42
Figura 3: Banda transportadoras.....	43
Figura 4: Banda de piso.....	43
Figura 5: Medidor de humedad.....	43
Figura 6: Máquina cosedora de saco.....	44
Figura 7: Secadora.....	44
Figura 8: Rastrillo.....	45
Figura 9: Pala metálica.....	45
Figura 10: Carreta.....	46
Figura 11 Maquete: .....	46
Figura 12: Guantes.....	46
Figura 13: Edificio.....	47
Figura 14: Bodega.....	47
Figura 15: Camión.....	47
Figura 16: Computadores.....	48
Figura 17: Aire acondicionado.....	48
Figura 18: Caja registradora.....	49
Figura 19: Teléfono.....	49
Figura 20: Escritorio.....	49
Figura 21: Sillas.....	50
Figura 22: Archivador.....	50
Figura 23: Dispensador de agua.....	50

## INTRODUCCIÓN

El cacao es un fruto muy dulce cuyo grano es apetecido por su sabor y aroma para la fabricación del famoso chocolate, cuyo origen se inicia en la alta Amazonía siendo utilizado en la región desde la antigüedad, se conoce que en el Ecuador con la llegada de los españoles a la costa del Pacífico ya se observaban árboles de cacao, por lo que se demuestra que desde esa época la utilización del cultivo del cacao en la región costera.

La producción de cacao en el Ecuador constituye una importante aportación para la economía nacional por la generación de divisas por concepto de exportación, cuya actividad se realiza desde la época de la colonia. Se destina 130.000 toneladas métricas anuales que son cultivadas en aproximadamente 300.000 hectáreas, generando trabajo para a más de 100.000 familias.

Actualmente el Ecuador es el mayor productor mundial de cacao fino y de aroma con el 75% de la producción y exportación mundial entre 80.000 a 110.000 Tn al año, es importante indicar que las ventas del cacao al exterior han ido en aumento en un 18%, con precios aceptables por lo que un 80% del cacao se vende en grano y un 20% en sus diferentes derivados, representando \$350 millones por las excelentes condiciones climáticas.

La industria chocolatera internacional se interesa en la calidad del cacao ecuatoriano ya que es reconocido por su característico aroma y sabor, elementos muy importantes en la preparación de finos chocolates. La excelente calidad, el delicado aroma floral y el exquisito sabor son tres de las características que han catapultado al cacao “Nacional” como el mejor del planeta.

Con el interés del mercado internacional por el cacao ecuatoriano, se busca mejorar su producción para lograr mantener la calidad a través de nuevas técnicas de fermentación, utilizadas en el manejo post-cosecha del grano, generando una mayor demanda del producto. Las empresas exportadoras destacan la importancia del producto como motivador económico para actividades relevantes como el turismo, la industria, el comercio y la agricultura en el país.

El cultivo del cacao representa el tercer rubro de exportación agrícola del país, constituyendo una importante fuente de ingreso para pequeñas familias de agricultores cacaoteros de las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos, El Oro, Bolívar, Pichincha, Azuay, Cañar y la Amazonía.

Se cultivan dos tipos de cacao tales como el cacao CCN-51 y el famoso cacao Nacional conocido como cacao fino de aroma, denominado “Arriba”, siendo el Ecuador desde la época de la colonia como el país de mayor participación en el mercado mundial, es muy importante mencionar que el año 2011, el Ecuador recibió el premio como “Mejor cacao por su calidad oral” y “Mejor grano de cacao por región geográfica” en Paris-Francia.

Se cultivan alrededor de 60.000 hectáreas de cacao en la provincia de Esmeraldas de las cuales 12.500 hectáreas corresponden al cantón Atacames, que se caracteriza por producir cacao de excelente calidad. Cabe mencionar que uno de los problemas fundamentales del cultivo de cacao en el Recinto Tazone de la parroquia La Unión de Atacames se debe a que no existe una debida organización, en el manejo de la comercialización del cacao.

La causa de la falta de organización se genera por la poca capacitación en la transferencia de tecnologías agrícolas, sistemas de comercialización, precios e industrialización, otra causa también por la no disponibilidad de créditos y altos costos de la mano de obra. Para la obtención de datos reales del proceso actual de comercialización del cacao, en el Recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames, se llevará acabo la ejecución de técnicas como la encuesta, entrevista y ficha de observación a los pobladores y productores de la zona.

Con la obtención de datos, el presente trabajo de investigación busca aportar con la elaboración de un Modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del Recinto Tazone, que consiste en detallar paso a paso los procesos de las actividades que intervienen en la comercialización del cacao, lo que contribuirá a mejorar la economía del sector.

## **PROBLEMA**

La cadena productiva del cacao en el recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames tienen varios problemas que inciden en la productividad y calidad del producto para su comercialización, como es la presencia de plagas y enfermedades, altos costos de mano de obra, seguido por la no aplicación de tecnologías agrícolas, como podas fitosanitarias y de rehabilitación.

Existiendo limitaciones en la parte estructural ya que la mayoría de los productores son pequeños propietarios y no pueden cubrir la totalidad de la demanda.

## **PROBLEMA GENERAL**

Carencia de un modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao de acuerdo a las características de los productores del recinto Tazone.

## **PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

¿Cuál es el proceso actual de comercialización del cacao en el recinto Tazone?

¿Cuáles son los métodos que se manejan para el tratamiento post-cosecha del cacao a nivel de productores en el recinto Tazone?

¿Cómo se ejecutará el modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao, que requieren los cacaoteros del recinto Tazone?

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente estudio está orientado a determinar el proceso actual de comercialización del cacao en el Recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames de la provincia de Esmeraldas.

El cultivo de cacao en la provincia de Esmeraldas tiene una gran importancia por lo que genera una fuente sostenible de materia para las industrias locales fabricantes de chocolates y sus derivados, permitiendo generar fuentes de trabajo en aquellas personas que intervienen en su comercialización.

Por lo que es necesaria la realización de una cadena de valor para la comercialización del cacao en el Recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames, lo que permitirá describir el desarrollo de los procesos de las diferentes actividades, desde que inician con la producción del cacao, su manejo pos-cosecha y comercialización, con lo cual se determinará la plaza actual de comercialización del cacao con sus respectivos precios.

Esta cadena de valor del cacao generará la implementación de buenas prácticas de manejo pos-cosecha, especialmente en lo que se refiere a la fermentación, secado del grano y un adecuado sistema de comercialización, ya que en el cantón Atacames la producción de cacao corresponde al 20% del total de la provincia de Esmeraldas, siendo sus plantaciones sembradas como monocultivos, valorizando a los pequeños productores.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Diseñar un modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao de acuerdo a las características de los productores del recinto Tazone.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Analizar el proceso actual de comercialización del cacao en el recinto Tazone.

Identificar los métodos que se manejan para el tratamiento post-cosecha del cacao a nivel de productores en el recinto Tazone.

Demostrar con la puesta en marcha de un centro de acopio la ejecución del modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao, que requieren los cacaoteros del recinto Tazone.

# **CAPÍTULO I**

## **Marco teórico de la investigación**

### **Antecedentes del Estudio**

Según los estudios basados por Aguilar (2015) la cadena de valor del cacao a nivel nacional y regional es considerada un factor importante para la comercialización del cacao por lo que es necesario realizar un plan estratégico para que participen cada uno de los actores que intervienen en su ejecución, dando como resultado a que el país incremente sus ofertas de cacao y tener en cuenta la demanda de mercados internacionales.

El cacao fino o de aroma es muy cotizado a nivel internacional, debido a su particular sabor y aroma únicos, además del chocolate se puede obtener del cacao diversos productos ampliando su capacidad de comercialización.

Según González (2012) el proceso productivo del cacao está compuesto de varias actividades en donde intervienen un sinnúmero de actores como los son los productores individuales como dueños de los cultivos para la cosecha del cacao, están también los intermediarios que son los que le compran el cacao a los productores, las asociaciones de productores, la industria de semielaborados y elaborados quienes venden el producto a los exportadores para su posterior venta al mercado externo.

En el último censo nacional agropecuario realizado determino que la producción de cacao abarca las 243059 hectáreas de cultivo solo y 190919 hectáreas de cultivo asociado, su producción está presente en 18 provincias, cuyo proceso de transformación sigue una serie de pasos como lo son la selección, limpieza, trituración, separación y selección del cacao para su posterior comercialización hacia los mercados internos y externos.

Es importante desarrollar al máximo la oferta del cacao ecuatoriano y aprovechar las demandas, se requiere realizar una mayor inversión en la producción del cacao, mejorar su infraestructura en los sectores de cultivos, fortalecer capacitaciones para los productores para mejorar sus cultivos lo que ayudara establecer estrategias para su

comercialización. La cadena de valor se enfoca en obtener oportunidades de mercado y satisfacer los requerimientos de los actores que intervienen en las diferentes fases del proceso de comercialización del cacao.

Los productores de cacao utilizan técnicas de cultivo manuales por lo que no existe una mayor tecnificación en los procesos de producción y comercialización del cacao, se consideran para mejorar estos procesos otorgar las facilidades a los productores que permitan tener mayores conocimientos en el cultivo, cosecha y venta del cacao de calidad y precios justos que ayudaran al aumento de empleos y rentabilidad.

## **Fundamentación Teórica**

Para el desarrollo del presente trabajo se enfocó en los conocimientos teóricos del tema tratado a través de teorías, documentos, revistas y libros sobre la cadena de valor para la comercialización del cacao.

### **El cacao y sus características**

Según Páez Paredes (2015) el cacao es una fruta de origen tropical cuyas flores son pequeñas, pétalos largos y fruto de forma alargada, dependiendo del tipo de cacao su color se torna amarillo, blanco, verde o rojo.

Cubierto de una pulpa muy dulce que se lo puede comer y su pepa es transformado en el delicioso chocolate. La palabra cacao tiene su significado griego Theobroma que significa alimento de los dioses.

Arpide (2007) indica que el cacao tiene tres clases de variedades las cuales son las siguientes:

**El Criollo:** esta clase de cacao es de cascara fina, muy suave y aromático de gran calidad, reservado para la fabricación de los chocolates más finos a nivel mundial, cuyo árbol es frágil y de escaso rendimiento. Se cultiva en gran parte América y el resto del caribe.

**El Forastero o Campesino:** este tipo de cacao es el que más se cultiva cuyo grano es de cascara gruesa muy resistente y poco aromático, para volverlo fino se lo tuesta por lo que proceden su sabor y aroma a quemado. Los productores lo mezclan con el criollo para darle cuerpo y amplitud al chocolate, en el Ecuador se lo conoce como cacao Nacional Fino de Aroma o destacado famosamente como Cacao Arriba.

**El Híbrido o Trinitario:** como su nombre lo indica es el cruce entre el cacao criollo y forastero, su contextura es gruesa pero de sabor y aroma fino cuya calidad proviene del cacao forastero.

Para (ANECACAO, Manual del cultivo de cacao para productores, 2006) el desarrollo del cacao se debe al buen manejo del clima y suelo donde se esté cultivando la planta tal como se detalla de la siguiente manera:

**Exigencias en Clima:** la producción del cacao se debe a las condiciones climáticas como lo son la temperatura, lluvia, viento y luz. Por lo que el cacao se desarrolla bajo la sombra, tiene que ser a una temperatura de 21°C ya que el cacao no soporta temperaturas muy bajas o demasiados elevados. Debe existir un buen drenaje de agua y no debe exponerse en su totalidad al sol por lo que debe estar su sembrío entre árboles frutales o maderables.

**Exigencias del Suelo:** el cacao se caracteriza por desarrollarse una amplia diversidad de suelo, siempre y cuando los suelos sean muy ricos en material orgánica, profundos, franco arcillosos no debe exponerse al sol, al viento y lluvia directa por lo que es necesario el uso de plantas auxiliares para su desarrollo.

(ANECACAO, Manual del cultivo de cacao para productores, 2006), menciona que para la cosecha del cacao que tiene que ejecutar los puntos tomados a consideración:

**Preparación del Suelo:** para el cultivo del cacao se debe mantener un suelo húmedo, drenado y sombreado, manteniéndolo siempre limpio incluyendo las plantas a su alrededor ya que estas generan hojas secas que sirven de abono.

Se debe eliminar las malas hierbas con los químicos necesarios sin afectar a la planta de cacao, a la cual se le debe podar para ayudar a su crecimiento.

**Cultivo del Cacao:** se consideran dos tipos de técnicas para el cultivo del cacao, primero se lo puede injertar que consiste en la plantación de plantas de cacao desarrollados en recipientes, cuidados en invernaderos. El otro método consiste en la siembra directa de la semilla certificada del cacao en el suelo, es uno de los métodos más antiguos para el desarrollo de plantaciones de cacao.

**Recolección:** para la recolección del cacao se debe tener en cuenta que dicha planta florece dos veces en el año, en donde su mayor densidad ocurre en los meses de junio y Julio, y de menor en los meses de septiembre y octubre. La fruta tiene su madurez

de cuatro a seis meses por lo que la primera cosecha se obtiene en los meses de octubre, noviembre y diciembre y la segunda en marzo y abril.

Por lo que es importante indicar que la recolección del fruto se lo hace cuando este está maduro por lo general se caracterizan dos colores de la mazorca cuando está en su punto óptimo de madurez, cuando el fruto rojo se ha tornado de color arrojado y los de fruto amarillo tienden a ser amarillo-verdoso. Se recoge el fruto manualmente con un cuchillo curvado unido a un palo teniendo cuidado con separar los de buena y mala calidad.

Páez Paredes (2015), para el tratamiento del fruto y convertirlo en un producto comercial debe pasar por cuatro operaciones principales:

**Fermentación:** el proceso de fermentación del cacao se lo debe realizar en lugares acondicionados y ventilados en donde se realiza la limpieza de la pepa del cacao para obtener un chocolate de calidad, la fermentación o debe ser mayor de tres días para el cacao criollo y no más de ocho días para el cacao forastero, dicho proceso se lo hace ubicando el cacao en montones, en sacos, cajas o en tendales.

**Lavado:** cuando se termina el proceso de fermentación del cacao se procede a realizar el lavado de la pepa, para eliminar todo rastro de pulpa. Actualmente se está suprimiendo el lavado y se está enviando directamente la pepa del cacao a las secadoras, por lo que el aroma y sabor se conserva mejor sin lavarlo.

**Secado:** con el secado del cacao se elimina la humedad que contiene, logrando obtener el color típico marrón del cacao, existen dos tipos de secado el natural en donde se aprovecha los rayos del sol con lo que obtiene un mayor aroma y el secado artificial en donde se utilizan estufas o secadoras mecánicas.

**Selección, Clasificación, Almacenamiento y Encostalado:** con el secado completo del cacao se procede a seleccionarlo para eliminar rastros de tierra o cacao en mal estado utilizando para este proceso mallas especialmente diseñadas para que pasen los granos a través de ellas clasificando el cacao en óptimas condiciones, se lo almacena en un lugar fresco y acondicionado para mantenerlo seco en sacos o tanques para su posterior comercialización.

## **Calidad y Comercialización del Cacao**

González J. F. (2009) el mercado actualmente reconoce tres tipos de factores que determinan la calidad del cacao que consiste en lo físico, químico y organoléptico:

En la parte física de la calidad se refiere al tamaño del grano, su coloración externa e interna, la fermentación, peso, cáscara y contenido de la humedad. En lo químico comprende el contenido de manteca o grasa, porcentaje de proteínas y finalmente en lo organoléptico que está vinculado al sabor y aroma del grano, reconociéndose a nivel mundial dos tipos de cacao el común o corriente y el fino o de aroma.

La comercialización que predomina en el Ecuador se basa en la calidad, la venta en donde la mayoría de agricultores e intermediadores se involucran es en la parte natural del cacao y las empresas exportadoras son las encargadas de realizar la limpieza del producto y la clasificación por peso para su posterior venta al interior o exterior.

Ramírez (2006) en la comercialización del cacao intervienen varios actores que se inicia desde la producción hasta la venta interna y externa del cacao:

Los Productores Individuales: son los pequeños productores que tiene sus terrenos, quintas o fincas destinadas al cultivo de cacao y que tienen una relación directa con los intermediarios para la venta del cacao que está en un proceso natural.

Los Intermediarios: son aquellos que tiene una relación directa con el productor ya se acercan a ellos y le compran el cacao el cual se encuentra en estado natural es decir en baba – fresco, los intermediarios lo pasan recogiendo y lo llevan directamente a las asaciones.

Las asociaciones de productores: son agrupaciones de productores que se organizan para la producción, acopio y comercialización del cacao, quienes se encargan de limpiarlo, clasificarlo y dejarlo listo para la venta a las industrias y a los exportadores.

La industria de semielaborados: son aquellas industrias que se encargan de procesar el cacao y convertirlo en manteca, pasta o licor para su posterior venta a mercados internos y externos.

La industria de elaborados: son las industrias encargadas de la elaboración del cacao a chocolate previos los registros de calidad realizan la venta igualmente al mercado interno y externo.

Los exportadores del cacao en grano: son los acopiadores principales del cacao cuyo principal objetivo es la venta del grano hacia al exterior, cumpliendo con las correspondientes normas de calidad.

### **Producción y variedad del cacao en el Ecuador**

Benitez (2008) la producción del cacao en el Ecuador se lleva acabo principalmente en la costa y amazonia, desarrollándose dos tipos de cacao:

Cacao fino de aroma: este cacao es conocido como Criollo o Nacional de color amarillo con un aroma y sabor único lo que lo hace exquisito para la producción del chocolate a nivel mundial, está considerado como cacao fino de aroma.

Cacao CCN-51: es conocido como el cacao de Colección Castro Naranjal, su color característico es el rojo, famoso por su alto rendimiento para la extracción de semielaborados ingredientes esenciales para la producción a escala de chocolates.

### **Normas de calidad del cacao**

Según (INEN, 2015), para la comercialización del cacao se enfoca en el control de calidad basada en normas de calidad INEN:

Norma INEN 175: esta norma tiene por objeto establecer el método para realizar el corte de una muestra de cacao en grano.

Norma INEN 176: esta norma establece la clasificación y los requisitos de calidad que debe cumplir el cacao en grano.

Norma INEN 177: esta norma establece el procedimiento para la toma de muestra del cacao en grano.

## **Cadena de Valor**

Porter (2010) es un conjunto de actividades destinadas a diseñar, fabricar, comercializar, entregar y apoyar un producto y cumplir con sus objetivos propuestos, se detalla cómo la empresa, organización o persona ejecuta o pone en marcha una serie de actividades o procesos para obtener utilidad de su negocio.

Las actividades de valor se dividen en actividades primarias y actividades de apoyo, en donde las actividades primarias tienen que ver con la creación del producto y su venta al comprador, mientras que las actividades de apoyo consisten en sustentar a las primarias es decir todos los recursos que se necesitan para obtener el producto final.

Para el desarrollo de un producto se consideran los siguientes puntos en las actividades primarias:

**Logística Interna:** en esta actividad tiene que ver con el recibo, almacenamiento y diseminación de insumos del producto.

**Operaciones:** en esta parte se involucran las actividades que tienen que ver con la transformación de los insumos en el producto final.

**Logística Externa:** son las actividades que se utilizan para la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores.

**Mercadotecnia y Ventas:** en estas actividades se realiza la publicidad, promoción y venta del producto.

**Servicio:** una vez realizada la mercadotecnia y venta del producto, se realiza el seguimiento de la calidad del producto, es decir realizar revisión y mantenimiento.

Las actividades de apoyo se ejecutan en los siguientes puntos:

**Abastecimiento:** consiste en tener los materiales suficientes para la elaboración del producto y evitar de esta manera que existan faltantes en la producción.

Desarrollo de Tecnología: se refiere a las tecnologías empleadas por una organización para obtener un producto de calidad, es importante tener una constante capacitación de tecnologías avanzadas.

Administración de Recursos Humanos: consiste en tener al personal idóneo para realizar las actividades asignadas, el cual debe estar capacitado y motivado, mediante una adecuada selección de personal.

Infraestructura de la Empresa: para la ejecución de sus actividades la organización debe contar con una adecuada infraestructura que genere comodidad para cada uno de sus integrantes.

Iglesias (2002) la cadena de valor se forma para cumplir con los objetivos de una organización cumpliendo con las necesidades de los consumidores, permitiendo tomar decisiones y a la vez riesgos en los beneficios que se quieren obtener, también permite realizar una inteligencia cooperativa, estructura de costo, marketing e información organizacional las cuales se comparten para incrementar la ganancia y competitividad de la cadena de valor.

### **Estructura de la cadena de valor**

Ramírez (2006) una cadena de valor constituye una red de estrategias en la que se emprende colectivamente las actividades claves de una organización como establecer objetivos comunes, el manejo de flujos de información, la evaluación de desempeño, beneficios para todos los implicados y construir confianza.

La estructura de una cadena de valor incluye a todas las empresas de la cadena de valor y puede ser caracterizada en términos de cinco elementos:

Mercados finales: Son las personas que determinan las características de un producto o servicio.

Superestructura: Incluye las normas y costumbres, leyes, reglamentos, políticas, negociaciones, acuerdo de comercio internacional que facilitan o dificultan el desarrollo de un producto o servicio en la cadena de valor.

Vínculos verticales: Son las relaciones entre las empresas a diferentes niveles de la cadena de valor.

Enlaces horizontales: Se refiere a una organización horizontal cuando dentro de un mismo eslabón, se agrupan algunos actores.

Mercados de apoyo: Son los servicios necesarios y fundamentales para actualización de las empresas.

### **Selección de la cadena de valor**

La selección de la cadena de valor es una etapa de las más importantes, ya que el propósito de los talleres es que al finalizar se obtenga un Plan de Trabajo de promoción de la Cadena de valor. Para ello, será necesario evaluar su relación con los objetivos estratégicos en tanto afirme la especialización, la vocación productiva o el oficio de la localidad.

### **Desarrollo de la cadena de valor**

Cadena de Valor quiere decir que con miras a un producto final determinado, los actores logran coordinar estratégicamente sus actividades, agregándole un valor adicional al producto en cada eslabón hasta llegar al consumidor final.

Las actividades generalmente se dividen entre varios actores empresariales, que tienen relaciones de comprador-vendedor y de proveedor-cliente; generalmente a estos actores se les dominan directos e indirectos dependiendo de la relación que tengan en el establecimiento y desarrollo de la cadena.

## **Fundamentación Legal**

La presente investigación realizada se fundamenta en las siguientes leyes, normas y reglamentos:

### **Ley de Desarrollo Agrario**

La presente Ley en su artículo 1, nos indica que la actividad agraria es toda labor de supervivencia, producción o explotación fundamentada en la tierra.

El artículo 2 menciona fomentar el desarrollo y protección integral del sector agrario que garantice la alimentación de todos los ecuatorianos e incremente la exportación de excedentes, en el marco de un manejo sustentable de los recursos naturales y del ecosistema. En el mismo artículo literal b se refiere a la preparación al agricultor y al empresario agrícola en el aprendizaje de técnicas modernas y adecuadas relativas a la eficiente y racional administración de las unidades de producción a su cargo.

El artículo 3 en su literal b consiste en las políticas agrarias para el fomento, desarrollo y protección del sector agrario se efectuará mediante el establecimiento de técnicas modernas, en su literal d, menciona la organización de un sistema nacional de comercialización interna y externa de la producción agrícola, que elimine las distorsiones que perjudican al pequeño productor y satisfaga los requerimientos internos de consumo de la población nacional y del mercado de exportación.

El artículo 13 se refiere al apoyo a la comercialización directa en donde las inversiones que efectúen los particulares para el establecimiento de mercados mayoristas, podrán ser deducibles para el cálculo del impuesto a la renta, por lo que el estado estimulará el establecimiento de mercados y centros de acopio generados por la iniciativa de las organizaciones indígenas, campesinas y comunitarias.

El artículo 16 de esta misma ley, indica sobre la libre importación y comercialización de insumos, semillas mejoradas, animales y plantas.

### **Ley de Fomento y Desarrollo del Sector Cacaotero**

Esta ley en su artículo 1, declara prioritario para la economía nacional los procesos de producción post cosecha, transformación, comercialización y exportación del cacao.

### **Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**

Esta ley se refiere a las formas de organización de la economía popular y solidaria:

En su literal c, menciona sobre las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios que fusionan sus escasos recursos y factores, con el fin de producir o comercializar y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos.

### **Ley del Registro Único de Contribuyentes**

Esta ley en su artículo 2, se refiere a que el Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas, en el que todas las instituciones del estado, empresas particulares y personas naturales están obligadas dentro del tiempo fijado en la ley a inscribirse, cumpliendo con los requisitos determinados y a su vez con las obligaciones de cada caso.

## **CAPÍTULO II**

### **Material y métodos**

La presente investigación sobre la cadena de valor para la Comercialización del Cacao de los productores en el Recinto Tazone, se realizó utilizando la siguiente información:

#### **Investigación bibliográfica**

La investigación bibliográfica permitió obtener una amplia información del trabajo desarrollado, se recopiló toda la información secundaria que se basaba en la revisión de libros, revistas, informes o documentos del internet, tesis de grado, leyes, normas y reglamentos sobre el cacao y su comercialización.

#### **Investigación de campo**

Se utilizó la observación directa en la que se evidenció como los productores y compradores de cacao realizan el proceso de comercialización que va desde su cultivo, cosecha, producción y su posterior comercialización a los intermediarios, industrias y exportadores.

La técnica de la encuesta se la realizó a los productores de cacao y pobladores ya que ellos son los promotores de la comercialización.

La entrevista se la efectuó solo a los productores de cacao ya que se buscó tener una información muchos más detallada.

#### **Investigación exploratoria**

Como su nombre lo indica con este tipo de investigación se pudo obtener la información más detallada y precisa de como los productores de cacao lo comercializan, lo que sirvió para adquirir datos más completos del tema investigado y con ello desarrollar estrategias que mejoren su estado.

### **Investigación descriptiva**

Esta investigación permitió conocer las situaciones, costumbres y actitudes exactas de los productores de cacao en su convivir diario en la comercialización del producto.

Se utilizó también el siguiente método para obtener información más concreta:

### **Método inductivo**

Este tipo de método parte de un proceso analítico por lo que permitió analizar los casos, hechos o fenómenos que se realizan en las actividades de comercialización del cacao, teniendo en cuenta que la información pasó de lo particular a lo general.

### **Descripción y caracterización del lugar donde se llevó a cabo la investigación**

Esta investigación se llevó a cabo en la parroquia La Unión del cantón Atacames por lo que el Recinto Tazone pertenece a esta parroquia y se necesitaba tener datos de esta población lo que permitió realizar la comparación y análisis correcto de la comercialización del cacao.

### **Descripción de la población de estudio**

Esta investigación se llevó a cabo basándose en la muestra estadística y técnica donde se utilizó de la población una muestra intencional, es decir se tomó en cuenta la población de 2540 habitantes, aplicándose la fórmula correspondiente se obtuvo la muestra adecuada a la que se efectuó las encuestas, entrevistas y observación directa:

Aplicando la fórmula para determinar el tamaño de la muestra se obtuvo:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{N e^2 + Z^2 p q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad (para este caso: 95% de confiabilidad, Z=1,96)

p = Probabilidad a favor 0.50

q = Probabilidad en contra 0.50

e = error de estimación de la media de la muestra respecto a la población (se espera que no sea superior a 5% de la población encuestada)

N = tamaño de la población

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(1 - 0,50)(2540)}{(2540) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50)(1 - 0,50)}$$

**n= 334**

El total de muestra a analizar es de 334 habitantes

### **Descripción de cómo se obtuvo la información primaria y secundaria**

Esta investigación tuvo como soporte en fuentes experimentales y bibliográficas las cuales aportaron asegurar la confiabilidad y validez de la información desarrollada:

#### **Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias permitieron obtener información nueva y original, la cual se encontró en documentos tales como libros, revistas científicas, periódicos, documentos de instituciones públicas o privadas y normas técnicas sobre el proceso de comercialización del cacao.

#### **Fuentes Secundarias**

Con esta aplicación se elaboró y organizó la información como producto del análisis, extracción y reorganización de los datos sobre la comercialización del cacao, se realizó

a través de enciclopedias, antologías, directorios, internet, libros o artículos de otros trabajos o investigaciones.

### **Reglamento y normas éticas aplicadas en el estudio**

La investigación se basó en las leyes, normas y reglamentos que mencionan los procesos jurídicos en las que se amparan las actividades destinadas a la producción y comercialización del cacao de las cuales se acogen los productores.

## CAPÍTULO III

### Análisis e interpretación de los resultados

Con la realización de las encuestas y entrevistas a los diferentes habitantes de la zona y con la aplicación de la técnica de la observación directa a sus diferentes actividades para la producción y comercialización del cacao, se obtuvieron los siguientes resultados de la investigación realizada:

#### ENCUESTAS REALIZADAS

#### 1.- ¿EN QUÉ SECTOR SE ENCUENTRAN UBICADOS SUS CULTIVOS DE CACAO?

Nº	UBICACIÓN DE CULTIVOS	FRECUENCIA	%
1	TAZONE	170	51%
2	LA UNIÓN	164	49%
TOTAL		334	100%

**Cuadro 1:** Ubicación de cultivos

#### Análisis

En la encuesta aplicada a los productores de cacao se obtuvo como resultado que el 51% tiene sus cultivos de cacao en los alrededores del recinto Tazone, mientras que el 49% está establecido en las cercanías de la cabecera parroquial de La Unión.

**2.- ¿QUÉ TIPO DE CACAO Y CUÁNTAS HECTÁREAS DE CADA TIPO USTED POSEE EN EL SECTOR?**

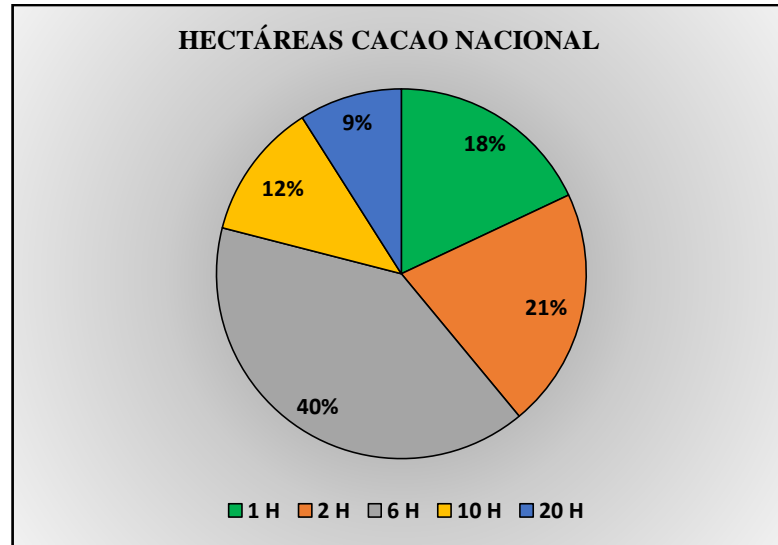
<b>Nº</b>	<b>TIPO DE CACAO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	CACAO NACIONAL	180	54%
<b>2</b>	CACAO CCN-51	154	46%
<b>TOTAL</b>		<b>334</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 2:** Tipo de cacao

**Análisis**

En la segunda pregunta se obtuvo como resultado que el 54% de los productores de cacao tiene cultivos de la especie de cacao nacional y el 46% de la especie de cacao CCN-51, este fruto es muy solicitado desde épocas antiguas ya que su semilla es utilizada para elaborar el cacao después de un proceso de transformación de calidad.

## HECTÁREAS DE CACAO NACIONAL

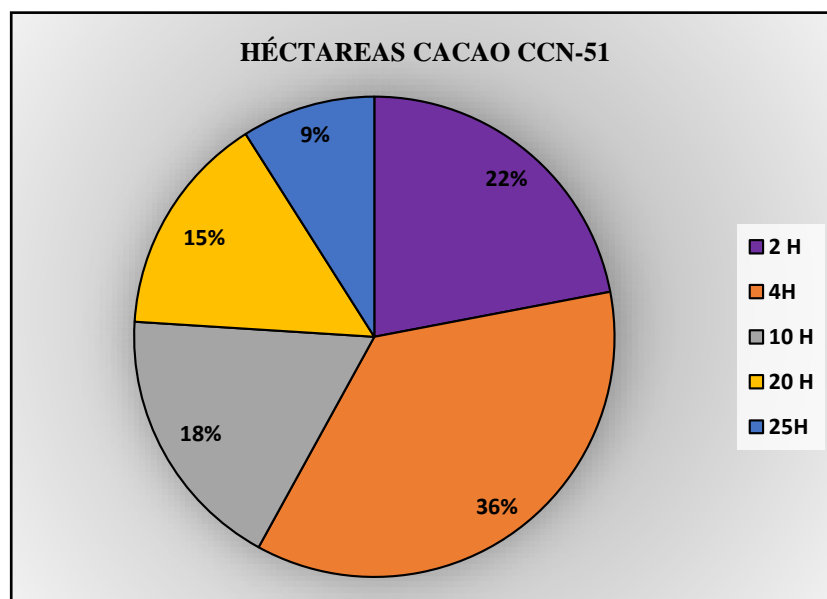


**Gráfico 1:** Hectáreas Cacao Nacional

### Análisis

También se consultó cuántas hectáreas se obtienen de cada tipo de cacao, siendo en la variedad de cacao nacional el 40% corresponde a seis hectáreas, el 21% a dos hectáreas, el 18% de una hectárea, el 12% de 10 hectáreas y finalmente 9% de 20 hectáreas.

## HECTÁREAS DE CACAO CCN-51

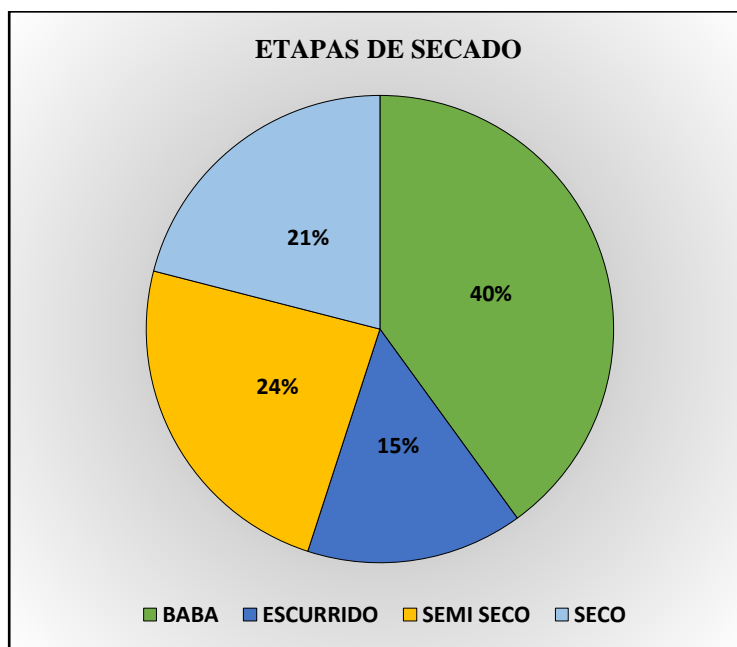


**Gráfico 2:** Hectáreas Cacao CCN-51

### **Análisis**

Con lo que respecta a la variedad de cacao CCN-51 se obtuvo como resultado que el 36% tiene cuatro hectáreas, el 22% es de dos hectáreas, el 18% tienen diez hectáreas, el 15% de 25 hectáreas y el 9% solo tenían 25 hectáreas.

### 3.- ¿EN QUÉ ETAPA DE SECADO VENDE USTED SU PRODUCTO?

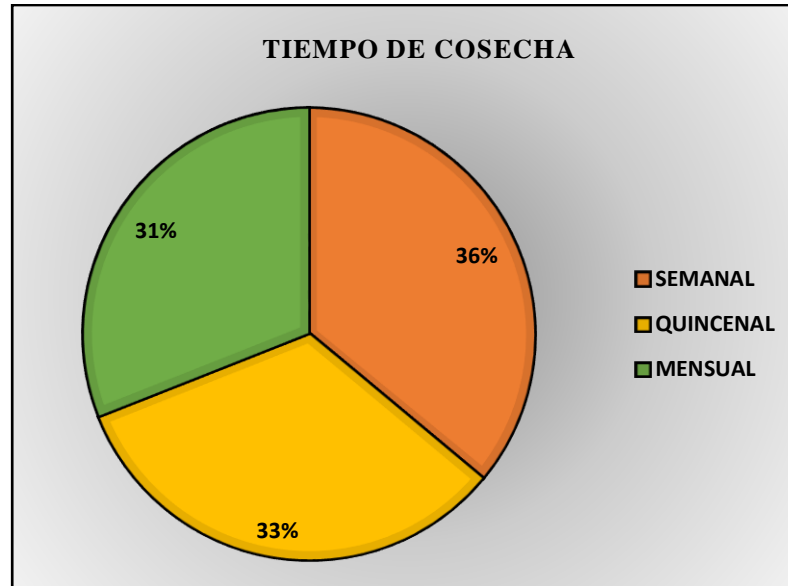


**Gráfico 3:** Secado del producto

#### **Análisis**

Se consultó a los productores en qué etapa del cacao lo comercializa, el 40% lo vende en baba es decir súper fresco, el 24% en estado semi seco; el 21% lo venden en estado seco, y finalmente el 15% escurrido.

#### 4.- ¿CADA QUE TIEMPO COSECHA SU PRODUCTO?

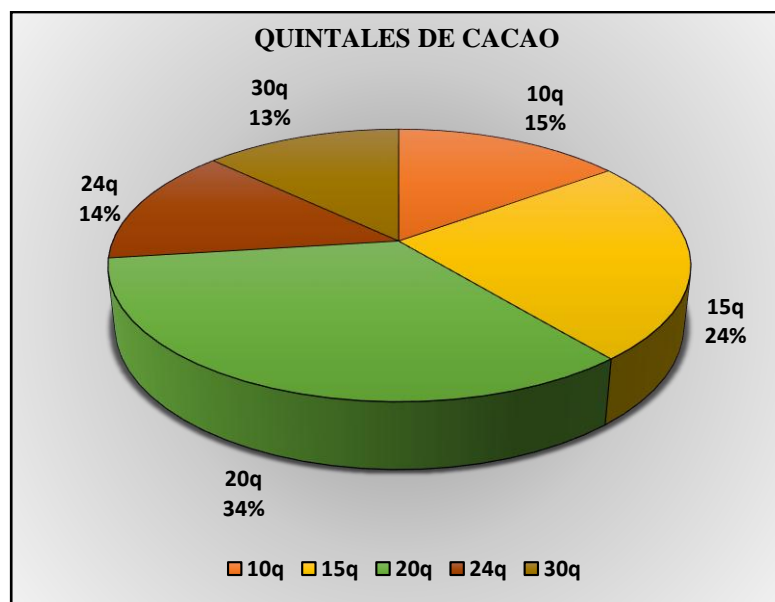


**Gráfico 4:** Tiempo de cosecha del producto

#### **Análisis**

En cuanto al tiempo de cosecha de su producto, se obtuvo como resultado que el 36% cosecha el cacao semanalmente, el 33% de manera quincenal y el 31% mensualmente, en la temporada principal se debe cosechar cada ocho días y en la temporada secundaria cada 21 días.

## 5.- ¿CUÁNTOS QUINTALES DE CACAO COSECHA?



**Gráfico 5:** Quintales de cosecha de cacao

### Análisis

En la encuesta realizada sobre cuántos quintales de cacao cosechaba, el 34 % se refirió a 20 quintales de cultivo, el 24% de 15 quintales, el 15% a diez quintales, el 14% a 24 quintales y finalmente el 13% de 30 quintales de cultivo.

## 6.- ¿CUÁLES SON LOS MESES DE COSECHA ALTA?

Nº	MESES DE COSECHA	FRECUENCIA	%
1	ENERO-JUNIO	184	55%
2	JULIO-DICIEMBRE	150	45%
<b>TOTAL</b>		<b>334</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 3:** Meses de cosecha

### **Análisis**

En cuanto a los meses de mayor cosecha los productores señalaron que el 55% de mayor cosecha se obtiene en los meses de julio a diciembre, mientras que el 45% lo hace en los meses de enero a junio.

**7.- ¿ESTÁ DE ACUERDO USTED EN PERTENECER A UNA ORGANIZACIÓN PARA COMERCIALIZAR SU PRODUCTO?**

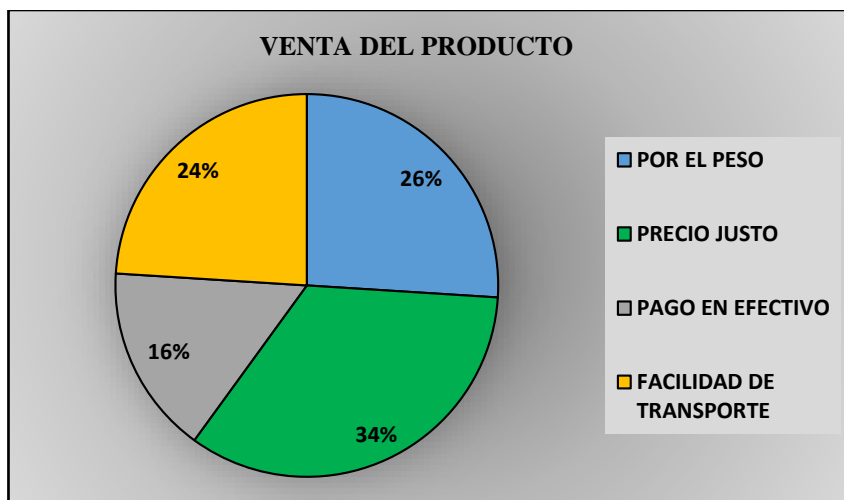
<b>N°</b>	<b>PERTENECER A UNA ORGANIZACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	SI	175	52%
<b>2</b>	NO	159	48%
<b>TOTAL</b>		<b>334</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 4:** Pertenecer a una organización

**Análisis**

También se les consultó a los productores si desearían pertenecer a una organización para comercializar su producto, el 52% respondió si les gustaría pertenecer por lo que recibirían un mayor beneficio, mientras que el 48% no les gustaría ya que consideran que así individualmente obtienen mejores resultados.

**8.- ¿POR QUÉ ESTARÍA DISPUESTO USTED A VENDER SU PRODUCTO A UNA ORGANIZACIÓN Y NO A UN INTERMEDIARIO?**



**Gráfico 6:** Venta del producto a organización

**Análisis**

Con respecto a si estarían dispuestos a vender su producto a una organización que a un intermediario el 34% dijo que porque recibirían un precio justo por el producto, el 26% por el peso, el 24% por la facilidad de transporte que se les daría y el 16% por el pago en efectivo.

**9.- ¿ACTUALMENTE UTILIZA USTED ALGÚN TIPO DE TECNOLOGÍA AGRÍCOLA PARA TRATAR EL CACAO?**

<b>Nº</b>	<b>UTILIZACIÓN TECNOLOGÍA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	SI	89	27%
<b>2</b>	NO	245	73%
<b>TOTAL</b>		<b>334</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 5:** Utilización tecnología

**Análisis**

A los productores se les consultó si utilizan algún tipo de tecnología para tratar su producto el 73% indicó que no utiliza actualmente tecnología para tratar mejor su cacao, lo realizan por el método natural y el 27% aseguró que sí utilizan tecnología adecuada para el proceso de cultivo del cacao.

**10.- ¿USTED CREE QUE SE ESTÁ UTILIZANDO UN CORRECTO SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO?**

<b>N°</b>	<b>SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	SI	124	37%
<b>2</b>	NO	210	63%
<b>TOTAL</b>		<b>334</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 6:** Sistema de comercialización

**Análisis**

En cuanto a si utilizan un correcto sistema de comercialización los productores de cacao indicaron que el 63% no considera que está utilizando un correcto sistema de comercialización, mientras que el 37% considera que sí están comercializando correctamente su producto.

## **ENTREVISTAS REALIZADAS**

Las entrevistas fueron realizadas a los diferentes productores de la zona del recinto Tazone y la parroquia La Unión, se les entrevisto sobre sus actividades realizadas en el manejo post-cosecha y comercialización del cacao:

### **¿Cuenta usted con un terreno propio para el cultivo del cacao?**

Los productores entrevistados indicaron que si cuentan con un terreno para el cultivo de cacao, en donde además también tienen otros tipos de cultivo consideran que cuentan con terrenos fértiles para cualquier tipo de cultivo, estos son pequeñas hectáreas o los patios traseros de sus casas.

### **¿Qué tipo de cacao es el que más se cultiva en la zona?**

Indicaron los productores que se manejan dos tipos de cultivo el cacao CCN-51 y el denominado cacao Nacional, ambos se dan mucho en la zona cada uno con sus características propias que lo hacen muy necesarios.

### **¿Qué iniciativas hay para preservar los cultivos?**

Los productores están dando publicidad a los dos tipos de cacao en la venta a los diferentes destinatarios, dando a saber los beneficios que ofrecen en la zona, tratan también de incorporar a su proceso productivo y de comercialización métodos y técnicas modernas para obtener un producto de calidad.

### **¿Qué necesitan los pequeños productores para no dejar de cultivar el cacao?**

Para no dejar de cultivar el producto indicaron que necesitan de una adecuada capacitación sobre sistemas modernos de producción y comercialización además de líneas de créditos, que le permitan aumentar su producción.

### **¿Qué opinión tiene usted sobre la presencia de los intermediarios y asociaciones en la zona?**

Los productores opinan que la presencia de los intermediarios y asociaciones en la zona de cierta manera aunque no con los beneficios esperados, les permiten dar a

conocer su producto, venderlo en un estado inicial sin tener que aplicarle otras técnicas que les demandaría mucho más tiempo y dinero.

### **¿Cómo es el manejo post-cosecha del cacao en la zona?**

En el manejo post-cosecha del cacao los productores de la zona indicaron que inician con la recolección del cacao una vez que se encuentren en su etapa madura, colocándolo en recipientes limpios, luego proceden a secarlos de manera natural según las condiciones climáticas, finalmente venderlos a los intermediarios o asociaciones.

### **¿De qué manera comercializa su producto?**

Los productores indicaron que venden el cacao en estado de baba pues les resulta mucho más fácil su trato y les ahorra tiempo, lo colocan en envases o sacos y lo exhiben en las afueras de sus domicilios a la espera de los compradores u otros prefieren salir a la ciudad a los diferentes puntos de venta.

## OBSERVACIÓN – PRODUCTORES

Se observó cómo los pequeños productores de cacao realizan el proceso post-cosecha, el cual se detalla de la siguiente manera:

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA - PROCESO POST-COSECHA DEL CACAO</b>	
<b>FECHA</b>	17 de octubre del 2015
<b>LUGAR DE VISITA</b>	Parroquia La Unión y Recinto Tazone
<b>OBSERVACIÓN</b>	
<b>RECOLECCIÓN DEL CACAO</b>	Los productores de la zona una vez que tienen lista la cosecha de cacao inician la recolección de la mazorca, la cual la cortan con una tijera podadora y la van apilando en forma de tumba, luego parten la mazorca y la sacan con mucho cuidado, echan los granos de cacao en un balde, tina, bolsa plástica o saco los cuales lo tienen muy limpios y libres de olores para que la baba se mantenga limpia y de un buen fermento.
<b>SECADO</b>	Los productores lo realizan al aire libre tanto en piso de cemento como de madera, si tienen inconvenientes con el clima lo colocan en cajas secadoras, este proceso durará cuatro días completando el sacado a gas o de manera natural al sol.
<b>VENTA DEL PRODUCTO</b>	Los productores de cacao venden el producto en su mayoría en estado de baba y otros en seco sin fermentar, lo colocan a fuera de sus casas para que los diferentes intermediario o asociaciones que pasan por el lugar lo compren, también algunos productores se dirigen a los diferentes puntos de compra del cacao como por ejemplo al centro de acopio Agrotusa.
<b>COMENTARIO</b>	
Al realizar las encuestas y entrevistas, se pudo verificar que los productores de la zona en su mayoría no cuentan con un correcto sistema de comercialización, al tener un proceso post-cosecha del cacao un poco rudimentario lo que causa que los intermediarios o asociaciones no le reconozcan un precio y trato justo.	

**Cuadro 7:** Ficha de observación - productores

## OBSERVACIÓN - COMPRADORES

Se acudió a dos centros de acopio del cacao en donde se observó como ellos realizan la comercialización del producto:

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA – COMERCIALIZACIÓN COMPRADORES</b>	
<b>FECHA</b>	17 de octubre del 2015
<b>LUGAR DE VISITA</b>	AGROTUSA
<b>OBSERVACIÓN</b>	
<b>COMPRA DEL CACAO</b>	Las dos organizaciones compran el producto a los diferentes productores o intermediarios que se acercan a sus puntos de acopio, en su mayoría lo adquieren en baba, lo proceden a pesar, verificar el estado del cacao y al pago correspondiente.
<b>FERMENTACIÓN DEL CACAO</b>	Una vez adquirido el cacao lo fermentan en bandejas tipo Rohan o gavetas de diferentes tamaños lo tapan con plástico, al producto lo voltean en 24 horas el primero, 48 horas el segundo y en 72 horas el tercero, con este proceso buscan tener un cacao de calidad y sano.
<b>SECADO</b>	El secado del cacao lo realizan de dos maneras, el secado natural en el cual usan tendales y lo tienen así de cinco a seis días pero este proceso depende de la condición climática y el secado artificial utilizan secadoras en donde se realiza el secado de forma lenta y bien manejado ya que si se seca muy rápido el cacao puede adquirir un sabor demasiado amargo y de pésima calidad.
<b>CLASIFICACIÓN Y ELIMINACIÓN DE IMPUREZAS</b>	Terminado el proceso de secado los productores proceden a verificar el porcentaje de humedad del cacao, el cual debe tener 6,5% para ello utilizaran un medidor de humedad, luego se llega el producto a la clasificadora separando las impurezas del producto.
<b>ALMACENAMIENTO</b>	Concluida la clasificación del producto los productores proceden a pilar la pepa y colocado en sacos los cuales serán guardados en la bodega debidamente acondicionada para evitar una posible contaminación, el cacao se lo cubrirá con plásticos para la desinfección por tres días, después de ello el producto está listo para ser despachado.

<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	Con la adquisición del cacao a los productores y luego realizarle el tratamiento correcto, lo venden a las diferentes mercados, industrias chocolateras y exportadores a precios cómodos con los cuales ya tienen una relación contractual.
<b>COMENTARIOS</b>	
Los compradores de cacao realizan un proceso completo para la comercialización del cacao, teniendo ya fijos sus clientes para la venta del producto obteniendo mejores beneficios en el trato del producto mejorando su calidad y precios.	

**Cuadro 8:** Ficha de observación - compradores

## **CAPÍTULO IV**

### **Propuesta alternativa**

#### **Título de la Propuesta**

MODELO DE CADENA DE VALOR PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO DE LOS PRODUCTORES DEL RECINTO TAZONE

#### **Justificación**

El presente estudio determinó el proceso actual de comercialización del cacao en el recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames de la provincia de Esmeraldas, el cual permitió obtener la información necesaria para un modelo de cadena de valor a través de un centro de acopio para que los productores de cacao oferten sus productos.

Con el modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao en el recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames, el cual se pondrá en marcha en un centro de acopio, lo que permitirá determinar el desarrollo de los procesos de las diferentes actividades, desde su manejo pos-cosecha hasta su comercialización.

El centro de acopio se basará en la comercialización del cacao para lo cual comprará al productor, el proceso se apoyará en la cadena de valor para el tratamiento del producto y su comercialización a los diferentes compradores. También el centro de acopio brindará la capacitación oportuna a los proveedores, con ello se busca mejorar la producción del cacao.

Al desarrollar esta propuesta de comercialización del cacao a través de una cadena de valor en base a las características que poseen los productores del recinto Tazone, se dará a conocer los beneficios y calidad de la comercialización del cacao a nivel provincial y nacional, contribuyendo a la propuesta de reactivación del cacao.

## **Fundamentación**

La tendencia actual para la comercialización de cacao es llevada a cabo tanto en los mercados nacionales como internacionales, por medio de organizaciones y productores individuales los cuales utilizan métodos para su proceso de producción y comercialización. Iniciando desde los pequeños productores de cacao quienes los cultivan y recogen para venderlo en baba a las organizaciones, quienes lo exportan a otros lugares dentro y fuera del país.

Los tipos de productos a comercializar son en el orgánico, el cual es destinado al ámbito internacional, se realizan controles para certificar su estado tales como el proceso de fermentación, secado, clasificación y empaque. El convencional no tiene ningún sistema de control en el manejo y uso de insumos, este es el que actualmente se utiliza en el mercado local, y es el que más demanda tiene.

Es importante tener en cuenta que para la comercialización del cacao se debe considerar las necesidades de los clientes tanto internos como externos mediante un adecuado estudio de mercado, el cual ayudará a conocer las necesidades que se presentan en el sector.

El cacao actualmente es uno de los productos tradicionales del país, con un 70% de la producción del cacao en el año la cual proviene de sectores medianos y pequeños de productores de bajos recursos económicos, teniendo una importancia en la economía agrícola familiar.

Los productores de cacao de la zona no tienen un sistema claro de comercialización, por lo que su economía se ve afectada al no utilizar sistemas o métodos actualizados en cuanto al tratamiento del producto, lo que ocasiona que sean cuestionados por la calidad viéndose afectados en un reconocimiento justo y equilibrado.

Para mejorar estos sistemas se busca elaborar un modelo de cadena de valor para la comercialización de los productores de la zona, esta cadena de valor según Michael Porter cuenta con nueve actividades estratégicas las cuales se dividen en cinco actividades primarias y cuatro de apoyo, estas se sustentan y aportan entre sí.

Las actividades que se realizan dentro de la cadena de valor se basan en las actividades primarias las cuales son las siguientes:

- ❖ Logística interna
- ❖ Operaciones
- ❖ Logística externa
- ❖ Marketing y ventas
- ❖ Servicios post ventas

En cuanto a las actividades de apoyo se basan en las siguientes:

- ❖ Infraestructura de la empresa
- ❖ Gestión de recursos humanos
- ❖ Desarrollo de la tecnología
- ❖ Compras o abastecimiento

Con la ejecución de estas actividades se mejorará la gestión realizada por una organización, evitando la explotación y entregar un valor justo al productor del cacao, con lo que se eliminará la cadena de intermediarios teniendo un nexo directo con el productor y exportador.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone a realizarse en un centro de acopio del producto.

### **Objetivos Específicos**

- ❖ Identificar el estado actual de las actividades primarias y secundarias del proceso de comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone.
- ❖ Determinar los requerimientos de tipo logístico, de infraestructura, maquinaria, equipos y humano, necesarios para el modelo de cadena de valor.
- ❖ Definir el presupuesto requerido para el modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone.

## **Ubicación sectorial y física**

- ✓ **Institución Ejecutora:** Centro de Acopio *FERCOL*
- ✓ **Beneficiarios:** 90 productores de cacao, del recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames
- ✓ **Ubicación:** Parroquia La Unión de Atacames

## **Factibilidad (Técnica, Administrativa, Financiera)**

La factibilidad técnica, administrativa y financiera contempla la formulación del modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone, por lo que se ha propuesto la implementación del Centro de Acopio *FERCOL*, teniendo en cuenta las actividades de ejecución, para la cual se valorará la factibilidad técnica que consiste en que se contará con los equipos y maquinarias necesarios para el proceso post-cosecha y posterior comercialización del cacao.

En cuanto a la factibilidad administrativa se contará con el personal idóneo para el manejo del producto una vez adquirido, para su correcta transformación al grano seco y poder comercializarlo, en cuanto a la factibilidad financiera se podrá contar con líneas de créditos al alcance para la adquisición de los equipos y maquinarias necesarios para la puesta en marcha de la propuesta.

## **Viabilidad académica**

El presente trabajo, en relación con la metodología expuesta para su desarrollo utilizando técnicas y métodos de investigación, que permitieron el análisis de un modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao que beneficiarán a los productores de la zona.

Con el análisis de este modelo se concluyó la implementación de un centro de acopio del producto, el cual contribuirá con la ejecución del modelo de cadena de valor y desarrollo de cada una de sus actividades.

Se ha tenido presente la guía facilitada por la bibliografía que consiste en libros, tesis, revistas especializadas, páginas web y experiencias de las personas consultadas que contribuyeron a su mejor aplicación y éxito.

## **Plan de trabajo**

Para el desarrollo del plan de trabajo de la propuesta, se inició con la identificación del estado actual de las actividades primarias y secundarias del proceso de comercialización del cacao de los productores de la zona, dicha información se pudo obtener mediante la aplicación de las encuestas, entrevistas y la ficha de observación:

Las actividades primarias que desarrolla el sector están comprendidas desde su logística interna en la que actualmente los productores se dedican a la comercialización de dos tipos de variedad de cacao el denominado Nacional y el CCN-51, cultivados en las propias tierras de los productores que van desde pequeñas y medianas fincas con un 54% del cacao Nacional siendo en su mayoría la producción de seis hectáreas y el 46% del CCN-51 con cuatro hectáreas.

Una vez que el cacao este en su punto óptimo, los productores lo recolectan seleccionando las mazorcas maduras y cortándolas con mucho cuidado lo depositan en sacos o recipientes plásticos para luego venderlo a las asociaciones o intermediarios, siendo el 40% del producto lo comercializan en baba aclarando que lo realizan de esa manera por lo que no cuentan con las técnicas modernas para clasificarlo y darle un trato diferente.

Los productores venden el cacao colocándolo afuera de sus casas, para que los intermediarios o asociaciones que pasan por el sector se lo compren, otros salen a los diferentes puntos de venta.

En cuanto a las actividades secundarias que realizan los productores para complementar las actividades primarias y reforzarlas, los productores de cacao no cuentan con una edificación destinada solamente a su producción, sus terrenos también lo utilizan para otros productos. Los productores que cuentan con más hectáreas de terreno tienen a un ayudante, mientras que otros con los mismos miembros de la familia realizan la producción y comercialización del cacao.

Con la identificación de las actividades primarias y secundarias que determinaron los métodos que utilizan los productores de la zona, para el tratamiento post-cosecha y comercialización del cacao se da conocer el contenido de la propuesta:

## Contenido de la propuesta

Con la identificación del estado actual de las actividades primarias y secundarias del proceso de comercialización del cacao de los productores del recinto Tazone, se ha llegado a la conclusión que es muy necesario e importante la elaboración de un modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone a través de un centro de acopio del producto, el cual se dará a conocer de la siguiente manera:

### Nombre del centro

#### ***“CENTRO DE ACOPIO FERCOL”***

El Centro de Acopio *FERCOL* adquirirá el cacao a los pequeños productores de la zona con lo que se ayudará a eliminar la cadena de intermediarios, desarrollando actividades para el correcto manejo del producto a través de una cadena de valor para su comercialización.

El centro se dará a conocer bajo la siguiente imagen cuyo eslogan será Centro de Acopio *FERCOL*, “La calidad del cacao en tus manos”:



## **Misión**

Promovemos la comercialización del cacao utilizando una adecuada cadena de valor para el desarrollo de actividades con altos estándares de calidad, a través de un trabajo sostenible, responsable con el medio ambiente para asegurar confianza y satisfacción a nuestros clientes.

## **Visión**

Ser una empresa líder en la comercialización del cacao a nivel regional y nacional consolidándonos con mejoras tecnológicas, ampliando nuestra cartera de clientes ofertando cacao de calidad.

## **Desarrollo del proceso de comercialización del cacao**

La comercialización del cacao a realizarse en el centro de acopio se efectuara con el desarrollo de las siguientes actividades:

### **Recepción del cacao en baba:**

Este proceso se inicia con la entrega del cacao por parte de los productores algunos lo traen sacos, fundas o envases, el personal del centro receptorá el producto teniendo en cuenta en retirar la placenta del cacao sin dañarlo.

### **Fermentación del cacao:**

Una vez retirado la placenta del cacao se inicia con su respectiva fermentación la cual se realiza con mantener el caco en cajones de madera por un lapso de tiempo de cuatro días, cambiando cada 24 horas el productos en diferentes cajones para que tenga un mejor oxigeno cubriéndolo con hojas.

### **Secado:**

Una vez concluido el proceso de fermentación del cacao el cual se realizará a aire libre tanto en piso de cemento como de madera, si se tiene inconvenientes con el clima se coloca en cajas secadoras, este proceso durará cuatros días completando el sacado a gas.

**Clasificación y eliminación impurezas:**

Terminado el proceso de secado se procede a verificar el porcentaje de humedad del cacao, el cual debe tener 6,5% para ello se utilizará un medidor de humedad, luego se llega el producto a la clasificadora separando las impurezas del producto.

**Almacenamiento:**

Concluida la clasificación del producto se procede a pilar la pepa y guardar en sacos los cuales serán guardados en la bodega debidamente acondicionada para evitar una posible contaminación, el cacao se lo cubrirá con plásticos para la desinfección por tres días, después de ello el producto está listo para ser despachado.

**Ventas:**

Finalizado el proceso de preparación del cacao se vende a los demandantes del producto, se lo realizara a través de la respectiva publicidad en los medios de comunicación: por televisión, radio, prensa escrita, internet y volantes.

Los potenciales clientes con los que contaría el centro son:

- ✓ CACAOS FINOS ECUATORIANOS S.A. CAFIESA
- ✓ CACAO INALNAPO CIA. LTDA.
- ✓ INCACAO
- ✓ ECUACOCOA C.A.
- ✓ MAQUITA agro

## **Funcionamiento**

Para la puesta en marcha de la propuesta se han determinado los requerimientos de tipo logístico, de infraestructura, maquinaria, equipos y humano, necesarios para el modelo de cadena de valor datos que se obtuvieron mediante la identificación de las necesidades de las actividades primarias y secundarias del sector:

## **Requerimientos**

### **Maquinaria y equipo**

#### **Fermentadora**



**Figura 1:** Fermentadora

#### **Máquina clasificadora**



**Figura 2:** Máquina clasificadora

### **Banda transportadora 0,9x11m**



**Figura 3:** Banda transportadora 0,9x11m

### **Balanza de piso**



**Figura 4:** Balanza de piso

### **Medidor de humedad**



**Figura 5:** Medidor de humedad

## Máquina cosedora de saco



**Figura 6:** Máquina cosedora de saco

## Secadora



**Figura 7:** Secadora

## UTENSILIOS DE TRABAJO

### Rastrillo



**Figura 8:** Rastrillo

### Pala metálica



**Figura 9:** Pala metálica

### **Carreta**



**Figura 10:** Carreta

### **Machete**



**Figura 11:** Machete

### **Pares de guantes**



**Figura 12:** Pares de guantes

## **EDIFICIO**

### **Edificio / tendal para secado 10x15 mt**



**Figura 13:** Edificio / tendal para secado 10x15 mt

### **Bodega**



**Figura 14:** Bodega

### **Vehículo**

#### **Camión Nr Hino**



**Figura 15:** Camión Nr Hino

## **EQUIPOS INFORMÁTICOS**

### **Computador / impresora**



**Figura 16:** Computador / impresora

## **EQUIPOS DE OFICINA**

### **Aire acondicionado**



**Figura 17:** Aire acondicionado

### **Caja registradora**



**Figura 18:** Caja registradora

### **Teléfono**



**Figura 19:** Teléfono

## **MUEBLES Y ENSERES**

### **Escritorio tipo gerente / silla giratoria**



**Figura 20:** Escritorio tipo gerente / silla giratoria

### **Silla para visitantes**



**Figura 21:** Silla para visitantes

### **Archivador**



**Figura 22:** Archivador

### **Dispensador de agua**



**Figura 23:** Dispensador de agua

Además de los requerimientos expuestos también se contará con el recurso humano adecuado como: administrador, secretaria, ingeniero agrónomo, asistente agrícola y guardia.

## Presupuesto

Con la identificación de las actividades primarias y secundarias para la comercialización del cacao realizadas en la zona se determinó el requerimiento del equipamiento del centro de acopio con lo cual se definió el presupuesto requerido para la implementación del Modelo de Cadena de Valor para la Comercialización de Cacao de los Productores del Recinto Tazone:

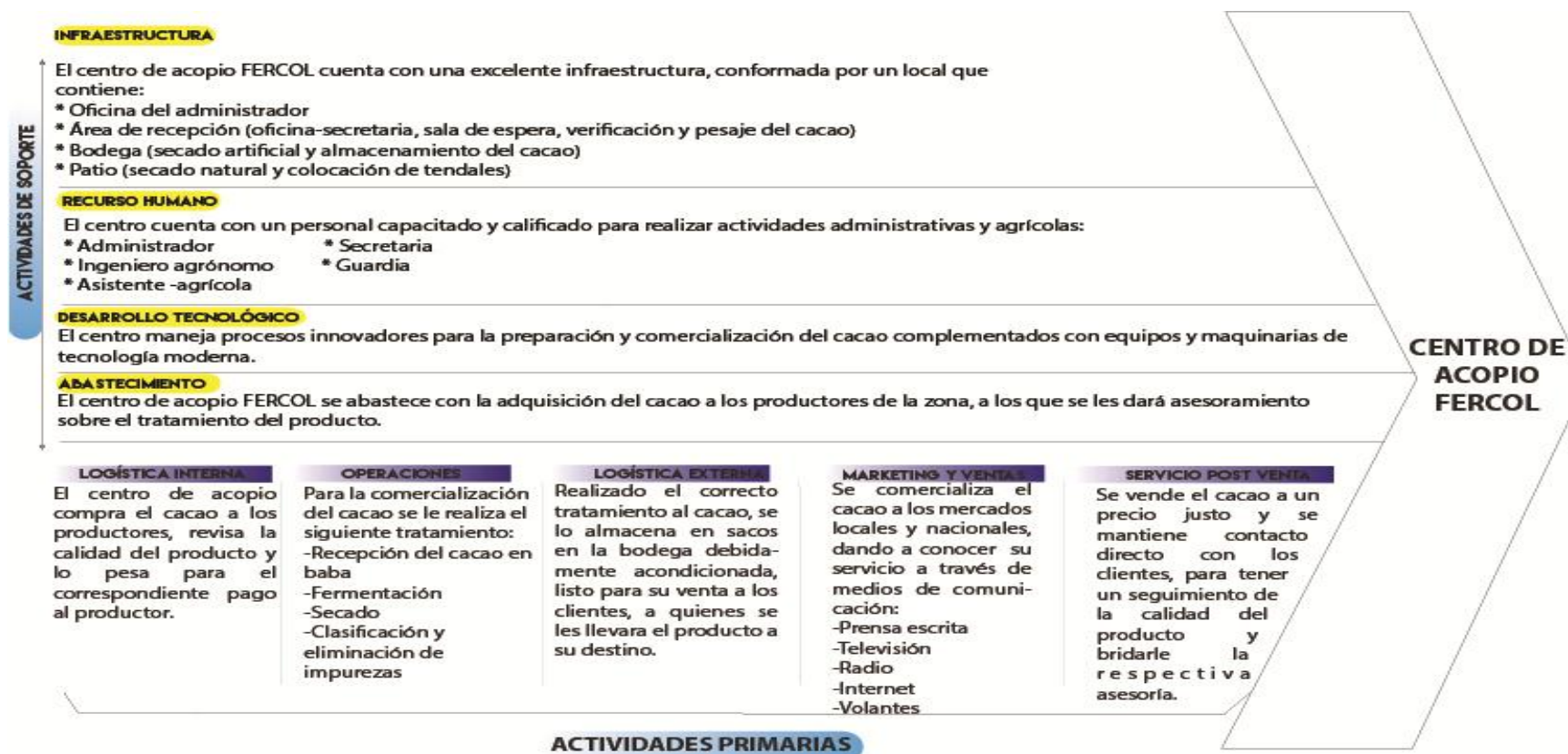
<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
FERMENTADORA	1	\$300,00	\$300,00
MÁQUINA CLASIFICADORA	1	\$4.480,00	\$4.480,00
BANDA TRANSPORTADORA 0,9X11m	1	\$3.000,00	\$3.000,00
BALANZA DE PISO	2	\$270,00	\$540,00
MEDIDOR DE HUMEDAD	1	\$140,00	\$140,00
MÁQUINA COSEDORA DE SACO	1	\$520,00	\$520,00
SECADORA	1	\$2.240,00	\$2.240,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$11.220,00</b>
<b>UTENSILIOS DE TRABAJO</b>			
RASTRILLO	1	\$12,00	\$12,00
PALAS METÁLICAS	3	\$28,00	\$84,00
CARRETAS	2	\$90,00	\$180,00
MACHETES	4	\$30,00	\$120,00
PARES DE GUANTES	10	\$1,50	\$15,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$411,00</b>
<b>EDIFICIO</b>			
EDIFICIO	1	\$10.000,00	\$10.000,00
TENDAL PARA SECADO 10X15 MT	1	\$3.400,00	\$3.400,00
BODEGA	1	\$2.120,00	\$2.120,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$15.520,00</b>
<b>VEHÍCULO</b>			
CAMIÓN NR HINO	1	\$15.000,00	\$15.000,00

<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$15.000,00</b>
<b>EQUIPOS INFORMÁTICOS</b>			
COMPUTADOR	3	\$850,00	\$2.550,00
IMPRESORA	1	\$120,00	\$120,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$2.670,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
AIRE ACONDICIONADO	1	\$530,00	\$530,00
CAJA REGISTRADORA	1	\$170,00	\$170,00
TELÉFONO	1	\$70,00	\$70,00
VARIOS			\$150,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$920,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
ESCRITORIO TIPO GERENTE	3	\$255,46	\$766,38
SILLA GIRATORIA	3	\$175,12	\$525,36
SILLA PARA VISITANTES	5	\$67,00	\$335,00
ARCHIVADOR	3	\$35,00	\$105,00
DISPENSADOR DE AGUA	1	\$85,00	\$85,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$1.816,74</b>
<b>PERSONAL</b>			
ADMINISTRADOR	1	\$750,00	\$750,00
INGENIERO AGRÓNOMO	1	\$650,00	\$650,00
SECRETARIA	1	\$450,00	\$450,00
ASISTENTE – AGRÍCOLA	1	\$410,00	\$410,00
GUARDIA	1	\$370,00	\$370,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$2.630,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$50.187,74</b>

**Cuadro 9:** Presupuesto

## Modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone

Para la comercialización del cacao se ha elaborado un modelo de cadena de valor a ser ejecutado por el Centro de Acopio FERCOL:



Cuadro 10: Modelo cadena de valor

## **Validación de la Propuesta**

En el presente trabajo de investigación se ha contado con los elementos necesarios, los cuales han contribuido para la formulación de un modelo de cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del recinto Tazone, a través de la implementación de un centro de acopio.

Con la realización de las metodologías y técnicas se obtuvo la información necesaria que conllevaron analizar el proceso actual de comercialización del cacao, identificando los métodos que se manejan para el tratamiento post-cosecha realizado en la zona por los productores de cacao.

Se han identificado las actividades tanto primarias como secundarias necesarias para la comercialización del cacao, con las cuales se determinaron los requerimientos que definieron el presupuesto para la puesta en marcha del centro de acopio, el cual va a desarrollar el modelo de cadena de valor, contando con líneas de créditos viables para su funcionamiento cumpliendo también con los requisitos legales.

En conclusión es necesario la creación del Centro Acopio FERCOL, en el cual se dará a conocer las actividades realizadas en una cadena de valor para el tratamiento del cacao y poder comercializarlo, contribuyendo a la economía de la zona.

## Impactos

Con la implementación de un modelo de cadena de valor que permita mejorar la comercialización del cacao en el recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames, se involucran los impactos tales como el social, cultural, económico y ambiental; basándose en la siguiente matriz de evaluación de impactos aplicando los indicadores que intervienen en la presente investigación:

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS	
<b>-3</b>	Impacto alto negativo
<b>-2</b>	Impacto medio negativo
<b>-1</b>	Impacto bajo negativo
<b>0</b>	No hay impacto
<b>1</b>	Impacto bajo positivo
<b>2</b>	Impacto medio positivo
<b>3</b>	Impacto alto positivo

**Cuadro 11:** Matriz de impactos

La calificación que se le da a cada impacto depende de la influencia que tenga en cada indicador estos pueden ir de mayor a menor:

**-3** Determina que el impacto tiene una influencia alto negativo

**-2** Determina que el impacto tiene una influencia medio negativo

**-1** Determina que el impacto tiene una influencia bajo negativo

**0** Determina que el impacto no tiene ninguna influencia

**1** Determina que el impacto tiene una influencia bajo positivo

**2** Determina que el impacto tiene una influencia medio positivo

**3** Determina que el impacto tiene una influencia alto positivo

## Impacto social

Nivel de impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	3	2	1	Total
Cultura agrícola						2		2
Eficiencia organizativa					3			3
Seguridad social y económico						2		2
Confianza agrícola					3			3
Desarrollo profesional					3			3
<b>Total</b>					<b>9</b>	<b>4</b>		<b>13</b>

**Cuadro 12:** Impacto social

$$\text{TOTAL} = 13/5 = 2.6 = 3$$

Nivel de impacto= Social alto positivo

### Análisis de impactos

#### Cultura agrícola

Con el modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao, los productores contribuirán para formar una mejor cultura agrícola, en el manejo de la producción del cacao, ya que utilizarán mecanismos modernos para obtener un impacto alto positivo.

#### Eficiencia organizativa

El Centro de Acopio FERCOL al tener una estructura orgánica ordenada permitirá tener un mejor manejo de los recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y logísticos con ello se busca entregar servicios eficientes y eficaces para la correcta y adecuada comercialización del cacao en la zona, con lo que se obtendrá un impacto alto positivo.

### **Seguridad social y económica**

Con este modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao a realizarse en el centro de acopio, los productores tendrán la seguridad de llevar sus productos y obtener mejores beneficios, con lo que se busca mejorar su economía y con ello generar un impacto alto positivo.

### **Confianza agrícola**

Con el establecimiento de técnicas modernas para el manejo del cacao, los productores tendrán la confianza de aplicarlos ya que le generarán mejores resultados en la producción del cacao, permitiendo obtener un impacto alto positivo.

### **Desarrollo profesional**

El Centro de Acopio contará con un personal calificado y capacitado en técnicas del manejo del cacao, con lo cual se busca además de mejorar la producción del cacao también capacitar a los productores, contribuyendo al desarrollo de sus conocimientos, generando un impacto alto positivo.

## Impacto cultural

Nivel de impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	3	2	1	Total
Cultura profesional						2		2
Responsabilidad social					3			3
Nuevos conocimientos					3			3
Publicidad					3			3
<b>Total</b>					<b>9</b>	<b>2</b>		<b>11</b>

**Cuadro 13:** Impacto cultural

$$\text{TOTAL} = 11/4 = 2.75 = 3$$

Nivel de impacto= Cultural alto positivo

### Análisis de impactos

#### Cultura profesional

Con la implementación de este modelo de cadena de valor en la comercialización del cacao, se fomentará la preparación de los profesionales en la actividad agrícola, la cual actualmente no tiene la acogida necesaria, se busca tener una mejor cultura en la preparación del cacao, generando un impacto alto positivo.

#### Responsabilidad social

El Centro de Acopio FERCOL, incluirá dentro de su política el control y cuidado del medio ambiente, generando alternativas de control en la comercialización del cacao, con cual se busca obtener un impacto alto positivo.

### **Nuevos conocimientos**

Una de las filosofías en las que se basará el centro de acopio, es la puesta en marcha de además de la preparación y comercialización del cacao, la capacitación de los productores de la zona con la intervención de profesionales especializados en la materia, lo que generará un impacto alto positivo.

### **Publicidad**

Es importante dar a conocer a los productores y ciudadanía en general, la filosofía y procedimientos de trabajo que ofrece el centro de acopio para lo cual se utilizará los diferentes medios de comunicación, con lo que ofrecerá la información idónea, generando de esta manera un impacto alto positivo.

## Impacto económico

Nivel de impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	3	2	1	Total
Cumplimiento de impuestos					3			3
Generación de empleos					3			3
Presupuesto						2		2
Desarrollo de actividades					3			3
<b>Total</b>					<b>9</b>	<b>2</b>		<b>11</b>

**Cuadro 14:** Impacto económico

$$\text{TOTAL} = 11/4 = 2.75 = 3$$

Nivel de impacto= Económico alto positivo

### Análisis de impactos

#### Cumplimiento de impuestos

Las actividades que realice el centro de acopio, contribuirán con el desarrollo económico del sector y del centro mismo, lo que generará recursos tributarios pues el centro tendrá que cumplir con el pago de previos urbanos y rústicos, impuestos a la utilidad, declaraciones tributarias, lo que evidenciará su correcto funcionamiento, obteniendo un impacto alto positivo.

#### Generación de empleos

La puesta en marcha de este innovador centro de acopio, generará una importante fuente de empleo en el sector, al crear puestos de trabajo en cada una de sus áreas, con lo que se busca obtener un impacto alto positivo.

## **Presupuesto**

El funcionamiento del centro de acopio generará un gasto presupuestario para la contratación del personal idóneo, la adquisición de equipos para la parte administrativa y operativa, pago de los diferentes servicios, pues con ello se busca dar un adecuado servicio, generando un impacto alto positivo.

## **Desarrollo de actividades**

El desarrollo de las actividades del centro de acopio en lo que tiene que ver con la preparación en donde se va a utilizar el personal idóneo y equipo correcto para lo que es la recepción del cacao en baba, la fermentación, el secado, clasificación y eliminación de impurezas, almacenamiento y su posterior comercialización; además se capacitará a los productores de cacao, con ello se brindará un servicio esmerado, generando un impacto alto positivo.

## Impacto ambiental

Nivel de impacto								
Indicadores	-3	-2	-1	0	3	2	1	Total
Control del medio ambiente					3			3
Mantenimiento del ecosistema					3			3
<b>Total</b>					<b>6</b>			<b>6</b>

**Cuadro 15:** Impacto ambiental

$$\text{TOTAL} = 6/2 = 3$$

Nivel de impacto= Ambiental alto positivo

### Análisis de impactos

#### Control del medio ambiente

El centro de acopio desarrollará mecanismos los cuales se los hará conocer a sus clientes tanto internos como externos, para el correcto manejo del ambiente en la producción y comercialización del cacao, lo que generará un impacto alto positivo.

#### Mantenimiento del ecosistema

Para la producción y comercialización del cacao el centro de acopio, cumplirá con todas las leyes y normas que regulan el medio ambiente, para evitar en lo posible riesgos o accidentes que afecten a la naturaleza y el convivir diario de sus clientes tanto internos como externos, obteniendo un impacto alto positivo.

## Conclusión general de impactos

<b>Nivel de impacto</b>								
<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>Total</b>
Impacto social					3			3
Impacto cultural					3			3
Impacto económico					3			3
Impacto ambiental					3			3
<b>Total</b>					<b>12</b>			<b>12</b>

**Cuadro 16:** Impacto general

$$\text{TOTAL} = 12/4 = 3$$

Nivel de impacto es alto positivo

### Análisis de impactos

#### Impacto social

En el impacto social se analizaron los indicadores como la cultura agrícola, eficiencia organizativa, seguridad social y económica, confianza agrícola y desarrollo profesional; el cumplimiento de cada uno permitirá dar a conocer ante la sociedad las actividades del Centro de Acopio FERCOL, lo que generará un impacto alto positivo.

#### Impacto cultural

Para mejorar la cultura de la sociedad en el manejo del cacao, se han analizado los indicadores como la cultura profesional, responsabilidad social, nuevos conocimientos y publicidad obteniendo así un impacto alto positivo.

### **Impacto económico**

En este ámbito económico los indicadores analizados fueron el cumplimiento de impuestos, generación de empleos, presupuesto y desarrollo de actividades; los que han determinado el correcto desarrollo económico del centro de acopio ante la sociedad, generando un impacto alto positivo.

### **Impacto ambiental**

En el impacto ambiental se analizaron los indicadores como el control del medio ambiente y mantenimiento del ecosistema, los que permitirán el correcto cumplimiento de las leyes y normas ambientales para el desarrollo adecuado de las actividades del centro de acopio que contribuirán al cuidado del medio ambiente, obteniendo un impacto alto positivo.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

El cacao se caracteriza por ser un fruto de origen tropical su fruto es muy demandado tanto en el ámbito nacional e internacional, con el tratamiento adecuado se obtiene la pepa que se transforma en el famoso chocolate, siendo uno de los productos de exportación importante para el país.

Se cultivan en el país dos tipos de cacao el CCN-51 y denominado Nacional, se conoce que desde la época de la colonia el cacao ha tenido una importante participación en el mercado mundial, lo que generó que sea reconocido por su calidad en el grano y sus derivados.

La cadena de valor es un conjunto de actividades que permiten desarrollar un producto o servicio en una organización y negocios independientes, con ello buscan determinar la aplicación y manejo correcto en cada una de sus áreas u operaciones.

El presente trabajo se basa en la cadena de valor para la comercialización de cacao en el recinto Tazone de la parroquia La Unión del cantón Atacames, con la aplicación de los métodos y técnicas como la encuesta, entrevista y ficha de observación a los diferentes factores y con la revisión bibliográfica basada en libros, tesis, otros trabajos investigativos e internet se obtuvo como resultado el proceso actual de post-cosecha y la carencia de un sistema correcto de comercialización del cacao.

Se identificó que en la zona no se maneja un correcto método de post-cosecha y comercialización del cacao por lo que los productores de la zona, no cuentan con la capacitación y mecanismos necesarios para mejorar sus procesos.

Con la finalización del presente trabajo investigativo conociendo las necesidades de la zona se concluyó con la elaboración de un modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao, el cual será ejecutado en un centro de acopio en donde se les comprara a los productores de la zona el cacao para luego darle el trato necesario obteniendo un producto de calidad.

## **Recomendaciones**

Es importante que se fomente el cultivo del cacao en la parroquia La Unión de Atacames en especial en el recinto Tazone, por lo que actualmente se está apostando por exportar a gran escala este fruto tan apetecido, incentivando a los productores de la zona en métodos y técnicas sobre el producto, contribuyendo a mejorar su calidad.

Se debe poner mucho más énfasis en dar a conocer los beneficios que genera la comercialización del cacao en grano y sus derivados, últimamente se ha relegado a un segundo nivel, se puede iniciar por darle una mayor publicidad tal como se lo está empezando hacer en otras partes del país.

Es necesario que toda organización o negocio, tenga conocimiento de lo beneficioso que es conocer el proceso de la cadena de valor como un conjunto de actividades en el cual se encuentra inverso el cumplimiento de sus metas y objetivos.

Para conocer la realidad económica, social y cultural de la zona en cuanto al desarrollo de sus actividades, se recomienda el uso adecuado de los métodos y técnicas modernos que les permitan obtener una información veraz y confiable sobre el manejo post-cosecha y comercialización del cacao.

Para mejorar el proceso de post-cosecha y comercialización del cacao es importante que los productores de la zona reciban un correcto sistema de capacitación y asesoramiento para que puedan ofertar un producto de calidad.

Se recomienda el diseño de un modelo de cadena de valor para la comercialización del cacao que puede ser desarrollado en un centro de acopio, dando a conocer las actividades que serán puestas en marcha, se puede contar con líneas de créditos innovadoras y accesibles para su ejecución, mejorando la producción y comercialización del cacao.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- AGROCALIDAD. (2015). Manual de Procedimientos para el Registro y Certificación de Centros de Acopio y Bodegas de Almacenamiento de cacao.
- Aguilar, J. S. (2015). Evaluación de la producción y comercialización del cacao Nacional en el cantón Naranjal. Guayaquil, Ecuador.
- ANECACAO. (2006). Manual del cultivo de cacao para productores. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/inicio.html>
- ANECACAO. (2015). ORIGEN CACAO. *SABOR ARRIBA*, 14-15.
- Arpide, J. L. (2007). Los tipo de cacao.
- Benitez, C. (2008). Diferenciación y Potencialidades de Desarrollo del Cacao Nacional y CCN-51 desde la Perspectiva del Mercado. Quito.
- CACAO, A. N. (2014). Comercialización del cacao. Guayaquil.
- Cueva, E. J. (2012). Proyecto de pre factibilidad para la exportación de pasta de cacao orgánico de Puerto Quito. Quito, Ecuador.
- De la Mota Orejuela, I. H. (2007). *El libro del chocolate*. Madrid: Piramide.
- Donovan , J. (2006). *Identificación de las oportunidades de mercado y mercadeo en cadenas de valor*. Turrialba, Costa Rica.
- González, Á. (2012). Modelo de empresa asociativa acopiadora de cacao fino de aroma para los productores del Cantón Quinsaloma. Guayaquil, Ecuador.
- González, J. F. (2009). *La Comercializacion del Cacao*. Quito: Camaren.
- González, M. (2007). La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador. Quito.
- González, M. V. (2007). Denominación del origen al cacao fino de aroma producidas en determinadas zonas del Ecuador. Quito: Corporción Nacional.

- Iglesias, D. H. (2002). *Cadena de Valor como Estrategia*. Buenos Aires: INTA.
- INEN. (2015). Normas de calidad del cacaco. Quito.
- INFOAGRO. (10 de ENERO de 2016). Obtenido de <http://www.infoagro.com/herbaceos/industriales/cacao.htm>
- INIAP. (2009). Manual del cultivo de cacao para la Amazonía Ecuatoriana. Quito.
- INIAP. (2010). Análisis de la cadena de cacao y perspectivas de los mercados para la Amazonía Norte. Quito.
- Ley de Desarrollo Agrario. (2012). Quito, Ecuador.
- Ley de Fomento y Desarrollo del Sector Cacaotero. (2010). Quito, Ecuador.
- Ley del Registro Único de Contribuyentes. (2016). Quito, Ecuador.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2014). Quito, Ecuador.
- MAGAP. (2010). La Cadena de valor del cacao en el Ecaudor.
- Páez Paredes, L. (2015). *Ecuador tierra del cacao*. Quito: Leiza Sánchez.
- Parker, A. (2009). Estrategias de Integración al Mercado Nacional e Internacional del Sector Cacaotero Ecuatoriano. Ecuador.
- Porter, M. (2010). *La cadena de valor y la ventaja competitiva*. Madrid: Grupo Anaya.
- PRO ECUADOR. (10 de ENERO de 2016). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cacao-y-elaborados/>
- Radi, C. (2006). ABC para la comercialización directa de cacao especial y con certificación.

- Ramírez, P. (2006). *Estructura y dinámica de la cadena de cacao en el Ecuador*. Quito.
- Terán, J. M. (2003). Plan estratégico para la promoción de exportación y el fortalecimiento de la competitividad en nuevo orden mundial. *El caso de los semielaborados de cacao*. Quito.
- UNOCASE. (2009). Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador.
- UTEPI. (2007). Competitividad de la Cadena de Valor y Perspectivas de Mercado. *Estudio Agroindustrial en el Ecuador*.
- Vera, E. (2001). Estadísticas del cacao.

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

### **Cacao**

El cacao es una fruta de origen tropical, su árbol tiene flores pequeñas y pétalos largos, su fruto es leñoso de forma alargada, 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.

### **Cacao criollo**

Es un cacao reconocido como de gran calidad, de escaso contenido en tanino, reservado para la fabricación de los chocolates más finos. El árbol es frágil y de escaso rendimiento. El grano es de cáscara fina, suave y muy aromática

### **Cacao forastero o campesino**

El grano tiene una cáscara gruesa, es resistente y poco aromático. Para neutralizar sus imperfecciones, requiere un intenso tueste, de donde proceden el sabor y el aroma a quemado de la mayoría de los chocolates.

Los mejores productores usan granos forasteros en sus mezclas, para dar cuerpo y amplitud al chocolate, pero la acidez, el equilibrio y la complejidad de los mejores chocolates proviene de la variedad criolla. Un ejemplo de la variedad forastero es el cacao Nacional Fino de Aroma, o también conocido como Cacao Arriba proveniente de Ecuador.

### **Cacao híbrido o trinitario**

Es un cruce entre el criollo y el forastero, aunque su calidad es más próxima al del segundo, de este modo, heredó la robustez del cacao forastero y el delicado sabor del cacao criollo, y se usa también normalmente mezclado con otras variedades.

### **Exigencias en clima**

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. Estas exigencias climáticas han hecho que el cultivo de cacao se concentre en las tierras bajas tropicales.

### **Exigencias en suelo**

El cacao requiere suelos muy ricos en materia orgánica, profundos, franco arcillosos, con buen drenaje y topografía regular. El factor limitante del suelo en el desarrollo del cacao es la delgada capa húmica. Esta capa se degrada muy rápidamente cuando la superficie del suelo queda expuesta al sol, al viento y a la lluvia directa.

Por ello es común el empleo de plantas leguminosas auxiliares que proporcionen la sombra necesaria y sean una fuente constante de sustancias nitrogenadas para el cultivo.

### **Preparación del suelo**

El suelo es el medio fundamental en el desarrollo de cacaotales. Se debe proteger contra los rayos directos del sol ya que éstos degradan rápidamente la capa de humus que puedan contener. Por ello se recomienda un adecuado sombreo y el mantenimiento de la hojarasca, no practicar labores profundas y cortar las malas hierbas lo más bajo posible.

### **Cultivo del cacao**

El injerto del cacao debe realizarse en patrones vigorosos y sanos obtenidos de semilla, desarrollados en recipientes o en el campo. Propagación por semilla, es la forma más antigua y común para el establecimiento de plantaciones de cacao pero se obtiene una gran variabilidad de árboles, por lo que no se recomienda su utilización salvo cuando se empleen semillas de elevada calidad.

## **Recolección**

Los árboles de cacao florecen dos veces al año, siendo el principal periodo de floración en junio y julio en los meses de septiembre y octubre tiene lugar una segunda floración pero más pequeña. El periodo de maduración de los frutos oscila entre los cuatro y los seis meses, según la altura sobre el nivel del mar y de la temperatura.

Así la primera cosecha se concentra en los meses de octubre, noviembre y diciembre, y la segunda durante marzo y abril. La recolección es una de las fases más importantes, se debe hacer la identificación de las mazorcas maduras.

## **Fermentación**

Es el proceso por medio del cual se da la calidad propia del cacao para hacer chocolate; se limpian las semillas, se mata el embrión y se da buena presentación a las almendras, para ello se precisa de lugares acondicionados y bien ventilados. Cuando las almendras no fermentan este proceso se realiza mal o en forma deficiente, se produce el llamado cacao corriente.

## **Lavado**

Los granos se lavan al final de la fermentación en ciertos países para eliminar las partículas de pulpa. Los tipos más burdos generalmente no necesitan lavado, puesto que la fermentación prolongada ha desintegrado completamente la pulpa. Los criollos nunca son lavados.

## **Secado**

El secado del cacao es el proceso durante el cual las almendras terminan de perder el exceso de humedad que contienen y están listas para ser vendidas y en el caso del cacao fermentado completan este proceso.

### **Cacao fino de aroma**

Conocido también como Criollo o Nacional cuyo color característico es el amarillo, posee un aroma y sabor único, siendo esencial para la producción del exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial.

### **Cacao CCN-51**

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.

### **Comercialización**

La comercialización es un conjunto de actividades desarrolladas por productores, organizaciones, empresas e intermediarios con el fin de facilitar la venta de un producto. Es el intercambio o trueque que se realiza cuando una persona desea adquirir un producto y, a cambio entrega una cantidad de dinero.

### **Cadena de valor**

Es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos.

### **Logística interna**

Las actividades asociadas con recibo, almacenamiento y diseminación de insumos del producto, como manejo de materiales, almacenamiento, control de inventarios, programación de vehículos y retorno a los proveedores.

### **Logística externa**

Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores, como almacenes de materias terminadas, manejo de materiales, operación de vehículos de entrega, procesamiento de pedidos y programación.

# ANEXOS

## ANEXO N°1: FORMULARIO DE ENCUESTAS REALIZADAS



### ENCUESTA

Se agradece su colaboración por responder la presente encuesta, cuyo objeto es recopilar información sobre la cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores en el recinto Tazone de la parroquia La Unión, perteneciente al cantón Atacames provincia de Esmeraldas. Previo a la Obtención del Título de Magister en Administración de Empresas Mención Planeación.

1.- ¿En qué sector se encuentran ubicados sus cultivos de cacao?

Tazone

La Unión

Otros \_\_\_\_\_

2.- ¿Qué tipo de cacao y cuántas hectáreas de cada tipo usted posee en el sector?

Cacao Nacional  \_\_\_\_\_ N° Hectáreas

Cacao CCN-51  \_\_\_\_\_ N° Hectáreas

3.- ¿En qué etapa de secado vende usted su producto?

Baba                       Ecurrido

Semi-seco                       Seco

4.- ¿Cada que tiempo cosecha su producto?

Semanal

Quincenal

Mensual

5.- ¿Cuántos quintales de cacao cosecha?

6.- ¿Cuáles son los meses de cosecha alta?

Enero – Junio

Julio - Diciembre

7.- ¿Está de acuerdo usted en pertenecer a una organización para comercializar su producto?

Si

No

Porque:

8.- ¿Por qué estaría dispuesto usted a vender su producto a una organización y no a intermediario?

Por el peso

Precio justo

Pago en efectivo

Facilidad de transporte

9.- ¿Actualmente utiliza usted algún tipo de tecnología agrícola para tratar el cacao?

Si

No

Porque:

10.- ¿Usted cree que se está utilizando un correcto sistema de comercialización del cacao?

Si

No

Porque:

Gracias por su colaboración

## ANEXO N°2: FORMULARIO DE ENTREVISTAS REALIZADAS



### ENTREVISTA

Se agradece su colaboración por responder la presente entrevista, cuyo objeto es recopilar información sobre la cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores en el recinto Tazone de la parroquia La Unión, perteneciente al cantón Atacames provincia de Esmeraldas. Previo a la Obtención del Título de Master en Administración de Empresas Mención Planeación.

#### PRODUCTORES DE CACAO

1. ¿Cuenta usted con un terreno propio para el cultivo del cacao?
2. ¿Qué tipo de cacao es el que más se cultiva en la zona?
3. ¿Qué iniciativas hay para preservar los cultivos?
4. ¿Qué necesitan los pequeños productores para no dejar de cultivar el cacao?
5. ¿Qué opinión tiene usted sobre la presencia de los intermediarios y asociaciones en la zona?
6. ¿Cómo es el manejo post-cosecha del cacao en la zona?
7. ¿De qué manera comercializa su producto?

Gracias por su colaboración

**ANEXO N°3: FORMULARIO DE FICHA DE OBSERVACIÓN**

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA - PROCESO POST-COSECHA DEL CACAO</b>	
<b>FECHA</b>	
<b>LUGAR DE VISITA</b>	
<b>OBSERVACIÓN</b>	
<b>RECOLECCIÓN DEL CACAO</b>	
<b>SECADO</b>	
<b>VENTA DEL PRODUCTO</b>	
<b>COMENTARIOS</b>	

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA – COMERCIALIZACIÓN COMPRADORES</b>	
<b>FECHA</b>	
<b>LUGAR DE VISITA</b>	
<b>OBSERVACIÓN</b>	
<b>COMPRA DEL CACAO</b>	
<b>FERMENTACIÓN DEL CACAO</b>	
<b>SECADO</b>	
<b>CLASIFICACIÓN Y ELIMINACIÓN DE IMPUREZAS</b>	
<b>ALMACENAMIENTO</b>	
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	
<b>COMENTARIOS</b>	