PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN PRODUCTIVIDAD

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN PRODUCTIVIDAD

TEMA

“PROCESO PRODUCTIVO Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y ABASTECIMIENTO DE VÍVERES A LAS COMUNIDADES CHACHIS DE LA ZONA DEL CAYAPAS EN EL CANTÓN ELOY ALFARO PARROQUIA TELEMBÍ”

AUTOR:

ERIKA SÁNCHEZ

ASESOR DE TESIS:

MGT. ANTONIO PÁLIZ ARGUELLO

ESMERALDAS, NOVIEMBRE 2018

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de postgrado de la PUCESE previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, Mención Producción.

MGT. ANTONIO PÁLIZ

DIRECTOR DE TESIS

MGT. ELÍAS SALAZAR

LECTOR 1

MGT. RHUT QUIÑÓNEZ

LECTOR 2

MGT. ALEXANDRA BAUTISTA

COORDINADORA DE CARRERA

Esmeraldas, NOVIEMBRE 2018

AUTORÍA DE TESIS

Yo, Erika Sánchez, con número de matrícula 080308821-0 estudiante de la Escuela de Administración, Mención Producción, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas declaro que la presente Tesis, fue desarrollado con mi autoría, el apoyo de mi Tutor Antonio Páliz.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

_____

Erika Sánchez

C.I. 080308821-0

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mi amado esposo Jorge Mejía por su sacrificio y esfuerzo, a mi querido padre por darme una carrera para mi futuro y por creer en mi capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mi amado hijo Sebastian por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A mi madre Blanquita y mi hermano quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar a mi lado siempre y apoyarme en aquellos momentos de debilidad.

A mis padres por estar a mi lado en las buenas y en las malas, por hacer que su sacrificio sea recompensado al lograr la meta trazada.

A mi prestigiosa Universidad por haberme brindado los conocimientos y enseñanzas para ser un excelente profesional.

A mi esposo por brindarme todo su amor, comprensión y a mi hijo Sebastian por ser mi pilar fundamental para alcanzar todas mis metas.

RESUMEN

El estudio se basa en analizar la zona productiva del cacao fino de aroma de las comunidades Chachis que se encuentran en la cuenca de los ríos Cayapas y Ónzole, en el Cantón Eloy Alfaro, y poder proyectar la posibilidad de industrializar el producto del cacao en sus derivados, además de fomentar un intercambio por víveres que permita mejorar en algo sus condiciones nutricionales a precios justos.

La investigación ha utilizado la metodología de tipo descriptiva y cuantitativa, con método inductivo, deductivo, que reflejan con más claridad los resultados obtenidos, esto con apoyo de las herramientas conocidas como: encuesta, la observación directa y la ficha de observación.

Se analizaron cada uno de los procesos por los que se realiza la venta y transacción de los productos, los agentes que intervienen en las etapas de la comercialización, como también, las vías de comunicación y sus dificultades desde que cosechan hasta la venta del cacao. Esto conllevo a plantear la posibilidad de acopiar en la misma zona productora y la posibilidad de industrializarle, lo que generaría algunos beneficios para los productores.

Estos aspectos sobre los procesos productivos, se pudieron apreciar cuando se realizó el estudio financiero, que nos demuestra que la transformación de los productos genera mejor rentabilidad y apoya a conseguir los fines planteados, que es aprovechar las condiciones de la zona, abaratar los costos, y sobre todo crear fuentes de empleo para su gente.

Se podría decir que la investigación no tiene algo nuevo, pero si refleja un nuevo proceso productivo de transformación, que puede ser desarrollado, aprovechando la oportunidad que el estado está ofreciendo en apoyar procesos de valor agregado a través de la matriz productiva, pues cuenta con una producción de casi 3000 Ha., de cacao fino de aroma.

PALABRAS CLAVES: Cacao, mercado de materias primas, productos agrícolas, marketing, plan de negocio.

ABSTRACT

The study is based on analyzing the production area of the fine aroma cocoa of the Chachis communities that are found in the Cayapas and Ónzole rivers basin, in the Eloy Alfaro Canton, and to project the possibility of industrializing the cocoa product in its derivatives, in addition to promoting an exchange for foodstuffs that allows to improve somewhat their nutritional conditions at fair prices.

The research has used the methodology of descriptive and quantitative type, with inductive, deductive method, Which reflect more clearly the results obtained, this with support of the tools known as: survey, direct observation and observation card.

Each one of the processes by which the sale and transaction of the products, the agents that intervene in the stages of the commercialization, as well as the communication routes and their difficulties from harvest to the sale of the cocoa, were analyzed. This led to raise the possibility of collecting in the same production area and the possibility of industrializing, which would generate some benefits for producers.

These aspects of production processes could be appreciated when the financial study was conducted, which shows that the transformation of the products generates better profitability and supports the achievement of the stated goals, which is to take advantage of the conditions of the area, to lower costs, and above all, create sources of employment for their people.

It could be said that research does not have something new, but it does reflect a new productive process of transformation, which can be developed, taking advantage of the opportunity that the state is offering in supporting value added processes through the productive matrix, since it has a production of almost 3000 Ha., fine aroma cocoa.

KEYWORDS: Cocoa, raw materials market, agricultural products, marketing, business plan.

TABLA DE CONTENIDO

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN ii

AUTORÍA DE TESIS iii

DEDICATORIA iii

AGRADECIMIENTO v

RESUMEN v

ABSTRACT vii

CONTENIDO DE GRÁFICOS 1

1. CAPÍTULO I 2

1. INTRODUCCIÓN 2

1.1 Presentación de la Investigación 2

1.2 Planteamiento del Problema 4

1.3 Pregunta Problemática 5

1.4 Justificación 5

1.5 MARCO DE REFERENCIA 7

1.5.1 Antecedentes (estudios previos) 7

1.5.2 Bases Teóricas científicas 8

1.5.2.1 Sistema de Producción Agrícola 9

1.5.2.2 Comercialización Campesina 9

1.5.2.3 Transformación y comercialización del cacao 9

Cadena de valor del cacao 12

Comercialización y exportación del cacao 13

Plan de negocios 13

Estudio Financiero 14

1.5.3 Marco Legal 14

1.6 Objetivos 16

1.6.1 Objetivo General 16

1.6.2 Objetivos Específicos 16

CAPÍTULO II 17

2. METOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 17
2.1 Tipo de Investigación 17
2.2 Universo y Muestra 18
2.2.1 Población 18
2.2.2 Muestra 18
2.3.- Instrumentos de la Investigación 18
2.3.1 La encuesta 18
2.3.1.1 El cuestionario 19
2.3.2 La entrevista 20
CAPÍTULO III 21
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS 21
3.1 DIAGNOSTICO DE LAS COMUNIDADES 21
3.1.1 Producción 21
3.1.2 Comercialización 24
3.1.3 Aspectos Sociales 29
CAPÍTULO IV 32
4. PROPUESTA 32
4.1 PLAN DE NEGOCIO 32
4.1.1 Modelo de negocio 32
4.1.2 Localización 32
4.1.3 Objetivos 32
4.1.4 Segmentación del mercado 33
4.1.5 Análisis de la demanda del cacao ecuatoriano en el mercado extranjero 34
4.1.6 Oportunidades del cacao fino y de aroma 35
4.1.7 Demanda Actual 35
4.1.7 Análisis de la Oferta 36
4.1.7.1 Oferta Actual 36
4.1.8 Descripción de la cadena productiva del cacao de la provincia de Esmeraldas. 38
4.1.9 Descripción del sistema productivo y rendimientos 39
4.1.10 Proveedores 41

4.1.10.1 Estrategia con los proveedores 41
4.1.10.2 Proveedores actuales de cacao 41
4.1.11 Clientes 42
4.1.11.1 Estrategia para clientes 42
4.1.11.2 Clientes actuales 42
4.1.12 Competencia 42
4.1.13 Plan de Acción 43
4.1.13.1 Comercialización al mercado internacional 43
4.1.13.2 Fortalecimiento en la cadena de comercialización: 44
4.1.13.3 Estrategias de mercado y de venta 45
4.1.14 Estrategias de precio 45
4.1.15 Políticas de servicio 46
4.2 ESTUDIO TECNICO – ADMINISTRATIVO - LEGAL 46
4.2.1 Método de producción 46
4.2.2 Flujo de del Proceso Productivo 48
4.2.3 Control de calidad 49
4.2.4 Localización 50
Gráfico 14.- Mapa de ubicación de las zonas productoras. 50
4.2.5 Macro localización 50
4.2.6 Infraestructura en los Centro de Acopio en zonas de Recolección 51
Gráfico14.- Distribución de la sucursal de acopio 51
4.2.7 Infraestructura de la Matriz de Producción 51
Gráfico15.- Plano de la distribución de la matriz 51
4.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL 52
4.3.1 Organizacional 52
4.3.2 Legal jurídica y fiscal 56
4.4 VIABILIDAD FINANCIERA 60
4.4.1 Resumen de Inversión 61
4.4.2 Financiamiento 61
CAPÍTULO V 63
5. DISCUSIÓN 63
CAPÍTULO VI 65

6.1 CONCLUSIONES 65
6.2 RECOMENDACIONES 66
BIBLIOGRAFIA 67

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Centros de Acopio
Chachis……21
Gráfico 2 Producción por zona en.....…….21
Gráfico 3 Siembra promedio por ...…….22
Gráfico 4 Promedio de cosecha por...…….22
Gráfico 5 Tipo de cacao que siembran……..…….23
Gráfico 6 Forma de …..…….23
Gráfico 7 Lugar de venta del cacao…….24
Gráfico 8 Precio del cacao por temporada…….24
Gráfico 9 Estado en que venden el cacao…….25
Gráfico 10 Precio del cacao cuando es temporada…….26
Gráfico 11 Distribución del dinero del cacao…….29
Gráfico 12 ¿Cómo se aprovisionan de víveres?……30
Gráfico 13 Números de centro de Acopio……..42
Gráfico 14 Precio de compra……..…….46
Gráfico 15 Flujo del Proceso del cacao…..…….48
Gráfico 16 Mapa de localización de las zonas productoras.……..…….50
Gráfico 17 Distribución de la planta de la sucursal del acopio…..……..51
Gráfico 18 Infraestructura de la Matriz de Producción..…….51
Gráfico 19 Proceso Financiero…….……62

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Producción actual del cacao en sitio. ……27
Tabla 2 Superficie sembrada…….……...36
Tabla 3 Producción de cacao fino de aroma orgánico……...36
Tabla 4 Producción por zona…….…..38

1. CAPÍTULO I
1. INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación de la Investigación

La siguiente investigación se presenta a la Escuela de Administración, cuyo tema "Proceso Productivo y Comercialización de Cacao y Abastecimiento de Víveres a las Comunidades Chachis de la zona del Cayapas en el Cantón Eloy Alfaro Parroquia Telembí", como requisito para optar por el título de Ingeniera en Administración, Mención Productividad.

La temática es un diseño para establecer un centro de acopio de cacao que permita la transformación y comercialización del producto para la venta tanto a nivel nacional, como para la exportación, en los tres procesos productivos: seco, pasta y polvo. Lo que se pretende es comprar a los productores Chachis de la zona del alto Cayapas y de la cuenca del Ónzole, a través de un centro de acopio cercano a estas comunidades, y por el valor del producto pagar con dinero en efectivo o en víveres, tomando en consideración que estos productos comestibles serán vendidos a un precio justo, menor al que actualmente lo realizan en sus localidades.

El estudio es una investigación de campo, de tipo descriptiva, utilizando el método deductivo, cuyo trabajo se realizó en las zonas de las Parroquias de Anchayacu, Atahualpa, Telembí Loma Linda, Guayacana, San Miguel, San Salvador, el estudio se lo realizó a través de entrevistas donde se aplicó un cuestionario, además, se observaron varios fenómenos que se suceden en el entorno de donde se encuentran los productores. Se obtuvo información que apoyo a conocer los diferentes factores positivos y negativos del contexto de estos sectores, el conocimiento de la problemática por la que atraviesan nos dieron las directrices para contribuir a solucionar un problema socio económico.

Para el estudio se tuvo que tomar en consideración algunos estudios que permitieron dar un enfoque más claro sobre los aspectos de comercialización del

cacao y como se realiza el intercambio de productos de primera necesidad, también hubo apoyo de parte de una organización Chachi, que maneja los aspectos sociales y productivos de estas comunidades.

El estudio presentado ha sido manejado desde una investigación de campo, aplicando las herramientas de observación, entrevistas y encuesta a los productores y personajes más influyentes de la zona, tomando en consideración el entorno en el que desarrollan sus actividades y vivencias, esto permitió entregar un tema que puede ayudar a quienes deseen desarrollar temáticas similares a ésta, y que se pueden desarrollar en el contexto de la población Chachi.

La importancia de la calidad del cultivo de cacao fino y de aroma en Ecuador, la diferencia de precios en comparación con el cacao ordinario, siempre ha estado presente tanto en organizaciones nacionales y extranjeras, asociaciones de pequeños productores, gremios privados y públicos. Por ello, existen algunas iniciativas para potenciar la jerarquía del cacao fino y de aroma en el país, dirigida para los pequeños productores, buscando mejorar su organización, brindando asesoría y financiando algunos estudios, entre sus objetivos esta mejorar la producción en el país (Flores, 2007). En años anteriores Ecuador llegó a alcanzar un incremento del 110% en lo que respecta a producción y exportación de la “pepa de oro”.
En el año 2013 las exportaciones alcanzaron la suma considerable de 205.000 toneladas, siendo este un punto fundamental para el crecimiento del país. En el año 2014 las exportaciones fueron de 235.000 toneladas.

Los principales países de destino para las exportaciones del Ecuador en el 2014 fueron: Estados Unidos de Norte América, que se mantiene como el principal socio comercial en lo que respecta a exportaciones con el 42% de la participación total; Holanda y República Mexicana con 13 y 10% respectivamente.

La región sudamericana se convierte en un primordial nicho de mercado en lo que respecta a exportaciones de los productos elaborados del cacao: el licor, la torta,

la manteca y el polvo tienen 46% variedad de destinos dentro del cono sur americano. (Romero, 2016).

El objetivo de este proyecto fue conocer los niveles de producción y establecer un centro de acopio, donde se pueda dar un valor agregado a través de la transformación de los productos del cacao, para su comercialización, además, que permita el intercambio de los productos por víveres y en efectivo, donde la comunidad aproveche la oportunidad de adquirir productos de primera necesidad a precios justos.

1.2 Planteamiento del Problema

Las comunidades Chachis que se encuentran en las márgenes del río Cayapas y Ónzole, se convirtieron en fuente de recursos, ya que se los aprovecho para difundir su etnia, su cultura y en base a esto su pobreza, por: Ong´s, Gobiernos Seccionales, y en este aspecto aprovecharon también sus malos dirigentes, sumado a esto los intermediarios que compraban a precios injustos sus productos.

Su situación económica se basa en la venta de ciertos productos que lo producen como: el cacao, ciertos granos, plátano y frutales, la producción avícola es muy baja, viven de la pesca y caza de animales. Como no tienen procesos productivos muy grandes, se aprovechan de los bosques primarios para talar y vender la madera a grandes empresas madereras, lo que ha ocasionado un proceso de deforestación. Ciertos productos sirven para el consumo familiar y otros para la venta, los infantes de estas comunidades no logran un nivel nutricional deseado, las necesidades básicas insatisfechas son altas, a pesar de que el gobierno, a través de los centros educativos recibe el desayuno escolar.

En cuanto a la comercialización de los productos, deben transportarse en lancha a motor, único transporte para llegar a las zonas pobladas, el tiempo que se demoran en llegar es de tres a tres horas y media, y la zona más cercana para vender y abastecerse es Borbón. El pasaje de una persona es de $ 7,00 y el valor de transporte de un quintal de cualquier producto es de $6,00, esto quiere decir

que, si lleva un quintal de cacao seco, pagara entre subida y bajada más la carga el valor de $ 20 dólares, además, el momento de vender su producto les disminuyen en peso. Otro problema que se genera en sus comunidades, es que, al ser el transporte caro, quienes tienen negocios de productos de consumo masivo, se aprovechan de esto, y venden los víveres a altos precios, si una libra de arroz en Borbón la compran a $ 0,55, en su comunidad pagarán 0.85, un tinapá de sardina que vale $ 1,00 en Borbón, la venden en 1,90.

Toda esta problemática por la que atraviesan estas comunidades no les permite mejorar sus condiciones de vida, resulta caro la sobrevivencia, y esto conlleva a una escasa nutrición para sus familias.

Actualmente se han logrado reunir las comunidades para empezar un proceso para el aprovechamiento del cacao y a través de este darle un valor agregado, mejorar el precio y la generación de mano de obra de la gente de estas comunidades, como también realizar el intercambio de cacao por productos o víveres en el sitio, capaz de disminuir su proceso de transporte y que ese valor agregado vaya en favor de ellos, como también la venta de los productos serán a precios justos, donde la comunidad absorba los costos de mantenimiento y operatividad de la comercialización, se pretende la venta del cacao en seco para exportar, como también la pasta y el cacao en polvo.

1.3 Pregunta Problemática

¿Se podrá realizar un análisis productivo para implementar una procesadora de cacao y crear una tienda de víveres y un estudio de sostenibilidad financiera, para conocer la viabilidad del proyecto?

1.4 Justificación

La temática que se ha investigado, no es nueva, existen varios estudios que se han producido sobre aspectos de la comercialización del cacao y del intercambio de estos por víveres, pero no se han encontrado estudios que determinen la creación de un centro de acopio para el proceso de transformación del cacao en

pasta y en polvo. Esta investigación nace de una necesidad de las comunidades Chachis que están asentadas en la cuenca del Cayapas, y se trata de conocer la problemática de este sector y ver la posibilidad, de implementar un emprendimiento en procesos de producción y transformación de productos orgánicos en la zona rural de la cuenca del Cayapas y del Ónzole, de la Parroquia rural de Telembí, que beneficien a los habitantes productores y sus familias, que según estadísticas de la Jefatura Política de esta parroquia existen unas 850 familias.

Este estudio lo que pretende es darles un valor agregado, en el sitio, para mejorar en algo las condiciones nutricionales de las familias de los productores, transferir a la comunidad conocimientos técnicos que van dirigidos a los campesinos productores de estos sectores y puedan poner en práctica, para mejorar su capacidad de producción. De esta manera se contribuye a mejorar los cultivos productivos en beneficio de las familias que en la actualidad tienen menos oportunidades.

El impacto que genere el proyecto se lo medirá a corto plazo, es posible que en uno dos o tres años, hasta que se logre la consolidación y concienciación de los productores en todas las tareas que demande el proyecto.

La investigación está dentro del campo de los procesos de transformación industrial, que no han sido nunca realizados en esta zona, tomando en consideración que son tierras altamente productivas.

A pesar de que en el plan de desarrollo del 2015 -2020 del Cantón Eloy Alfaro, existen alternativas y estrategias, en todos los aspectos, pero referente a la parte de desarrollo productivo, no han sido tomados en consideración para darles asistencia, esporádicamente el MAGAP, ha tratado de entregar cacao para la siembra en sus territorios.

La creación del centro de acopio puede fomentar la cadena productiva de la zona, aprovechando que cuenta con 2.400 Ha. de cacao en producción en la actualidad y 800 ha. Sembradas en el mes de octubre del 2016.

1.5 MARCO DE REFERENCIA

1.5.1 Antecedentes (estudios previos)

La presente investigación ha requerido de la revisión de varios estudios relacionados con el proceso de cacao, para conocer la problemática y los medios como se desarrollan estos procesos.

En la tesis (Garrido2015) dirige su investigación a un estudio de factibilidad, para la creación de un centro de acopio de secado y comercialización de cacao orgánico en Recinto Balzalito del Cantón Muisne , el mismo que será entregado a varios exportadores. En la investigación utilizó un estudio de campo de tipo descriptivo , con el método inductivo apoyado por encuestas y entrevistas, la finalidad de la investigación era apoyar a los productores del sector de Balzalito, para asociar y acopiar el cacao de la zona y favorecer a los agricultores mediante el aumento del precio de venta de su producto, además de garantizar su calidad.

Como conclusión se puede establecer que poseen maquinaria de tecnología avanzada y que cuentan con un cacao orgánico, el cual lo abastecen algunas organizaciones de su entorno, garantiza un precio justo el momento de la venta, ya que establece entregar a los exportadores un producto de calidad, que garantice un buen precio en el mercado internacional.

En la tesis de Sanchez (2014) realiza el estudio en base a productos que se transforman del cacao como son caramelos y chocolates de cacao, propone la creación de una pequeña fábrica artesanal de productos tradicionales esmeraldeños, con la finalidad de ser partícipe del proceso turístico de la Provincia, utiliza una metodología de tipo exploratorio y de campo, ocupando el método inductivo, con técnicas como la encuesta y la entrevista, se realizó un estudio de mercado para plantear un plan de marketing, y el respectivo estudio financiero que permitirá conocer la viabilidad del proyecto. Determinó que en los procesos artesanales de industrialización, se puede combinar algunos productos con cacao, pero sobre todo establece que el producto cuente con un registro sanitario, que se garantice el proceso bajo un control previo y seriedad en el

mercado, manteniendo la identidad tradicional, tomando en consideración que los productos que más resaltan es el coco y el cacao.

En la tesis de (Sandoval, 2013) expone justamente la necesidad de implementar procesos de producción transformadores en el lugar donde se cultiva el cacao, generando un valor agregado al producto como es el polvo de cacao, tratando de eliminar al intermediario y obteniendo mayores beneficios económicos, para lo cual es indispensable en una infraestructura agroindustrial. Su estudio se centra en analizar la viabilidad del proyecto y la comercialización, por medio de la Asociación Ambu Kakabu, que está en el proceso del polvo de cacao. Para su investigación utilizó el estudio de campo, de tipo descriptiva, con un método inductivo y deductivo, apoyado en la encuesta y entrevistas. Se puede indicar que, en este sector de la población Chachi, no existe un centro de acopio, pero, existe una buena producción de cacao, que puede ser aprovechada para crear un centro de recolección y transformación de cacao, pero, no cuentan con los procesos que les permita generar mayor valor agregado a su producto y que puedan recibir un precio más justo, pero, seguirán siendo abusados por los intermediarios y los compradores de cacao.

En forma general los procesos del cacao no han avanzado en la provincia de Esmeraldas, todo el producto se va en seco, lo que manifiesta que el productor que se esfuerza por mantener un buen producto, es el que menos recibe, solamente por no contar con los equipos necesarios para su transformación, y los que más son afectados son los productores campesinos, las autoridades dejan en planes el desarrollo de la cadena productiva y de valor, convirtiéndoles a los productores en generadores de materia prima en bruto. Son pocos los que emprendimientos que aprovechan el cacao para incluirlos en sus procesos artesanales, pero es muy baja la capacidad de producción.

1.5.2 Bases Teóricas científicas

En la matriz productiva se asienta la esencia de la realidad económica y social de los países. Para el Ecuador, su transformación se vuelve la acción primordial que permitirá resolver el desempleo, la pobreza y la inequidad. En el 2012, el 44 % de

la producción nacional se compone de bienes primarios, industriales, y servicios de reducido valor agregado, mientras el otro 56 % está compuesto por servicios de alto valor agregado. Por otro lado, el 72 % de las exportaciones está constituido por bienes primarios, seguido por los bienes industrializados con el 21 % y tan solo el 7 % en servicios (BCE, 2013a). (SEMPLADES, 2013)

1.5.2.1 Sistema de Producción Agrícola

En el compendio que escribe (Cotler, 2001) sobre Sistemas de Producción Agropecuaria y Pobreza, se entiende por sistema de finca el conjunto del hogar agropecuario, sus recursos y los flujos e interacciones que se dan al nivel de finca. Un sistema agropecuario, por su parte, se define como el conglomerado de sistemas de fincas individuales que en su conjunto presentan una base de recursos, patrones empresariales, sistemas de subsistencia y limitaciones de la familia agropecuaria similares; y para los cuales serían apropiadas estrategias de desarrollo e intervenciones también similares.

1.5.2.2 Comercialización Campesina

En el libro sobre la comercialización campesina que escribe (Inter Team, 2011) sobre la comercialización campesina, un espacio de debate y diálogo sobre cómo mejorar las organizaciones y empresas campesinas, se promueven el desarrollo y aplicación de mecanismos que hacen posible el intercambio directo de lecciones y vivencias logra identificar los logros y retos en la comercialización y promoción de productos agroindustriales campesinos en el mercado nacional e internacional. Expresando a la comercialización como un eslabón de la cadena de valor

1.5.2.3 Transformación y comercialización del cacao

A partir de la conquista española, el cultivo del grano se extendió a Venezuela, Ecuador, Perú y el Caribe. Por otra parte, en el siglo XVI el consumo del chocolate caliente se expandió entre las cortes europeas y un siglo después la mecanización

de los procesos de tostado y molienda del cacao dieron paso a la producción masiva de chocolate.

Existen tres variedades principales de cacao: Forastero, Criollo y Trinitario; no obstante, en términos comerciales lo importante es diferenciar entre el cacao ordinario y el cacao fino y de aroma, ya que el precio de este último recibe un premio en el mercado internacional. Actualmente, los mayores productores mundiales cultivan variedades híbridas de alto rendimiento y resistencia a las plagas. La cadena de valor del cacao comprende tres categorías de bienes: primarios (cacao en grano y residuos), intermedios (manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo) y finales (chocolates en todas sus presentaciones) La producción de cacao en el Ecuador corresponde a la variedad forastero, bajo la designación internacional, aunque se diferencia de otros cacaos producidos internacionalmente por su sabor y aroma que lo hacen característico. En Ecuador se la denomina, variedad Nacional, la cual es autóctona y se cultiva desde principios del siglo XVIII. El cacao sigue siendo un noble producto para Ecuador no sólo por su reconocimiento a nivel internacional, sino por la relevancia que implica para los diferentes eslabones integrantes de esta cadena en generación de empleo directo e indirecto, incidencia en el mejoramiento del nivel de vida, en agregación de valor mejorando sus márgenes, entre otros. (Gordon, 2010).

- Los cacaos finos de aroma son la base del chocolate gourmet. El cacao fino se origina típicamente de árboles criollos o trinitarios, y depende de procesos apropiados para alcanzar los estándares adecuados de calidad. No existe un criterio único para aceptar que el cacao de determinado origen se pueda clasificar como cacao fino de aroma. Los responsables de evaluar la calidad del cacao otorgan o retiran puntos según sus propios criterios, los cuales no son reflejados de manera objetiva. Los compradores basan sus decisiones en el grado de fermentación y el origen genético del grano.

  El precio del cacao fino de aroma es independiente del precio mundial cotizado en las Bolsas de Londres y Nueva York. Los contratos se

negocian directamente entre el productor y el comprador, y dependen mucho de la calidad relativa de los granos, de su reputación en el mercado del chocolate gourmet y de su origen o singularidad. El origen del cacao le da un valor adicional que influye en la fijación de precios.

- La agricultura orgánica es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar productos que puedan afectar la salud de las personas.

  Los productos agrícolas orgánicos son aquellos producidos en parcelas donde se evita el uso de fertilizantes y agroquímicos sintéticos, y donde se prepara la tierra con abonos durante un período de más de dos años antes de la siembra o plantación, y más de tres años antes de la primera cosecha, en el caso de los cultivos perennes.
- El cacao con el sello de desempeño social tiene por objetivo principal garantizar la mejora de las condiciones comerciales y asegurar los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados. Es reconocido mundial- mente como fairtrade (comercio justo) y patrocinado por la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), que apoya la inversión social en los procesos de desarrollo en las comunidades productoras. Las características principales de este mercado son las relaciones directas entre los compradores y proveedores, con un precio base fijo que protege a los productores cuando caen los precios mundiales.
- Además de las certificaciones de comercio justo y orgánico, existen otras certificaciones disponibles para lograr mayores beneficios para los productores de cacao. Alianza para Bosques y UTZ son los dos sistemas de certificación con mayor crecimiento en el sector cacao debido a compromisos a gran escala con empresas como Mars y Kraft. (Barrientos, 2015)

Cadena de valor del cacao

La producción del cacao está estrechamente relacionada con las condiciones medioambientales de la zona donde se cultiva. Los factores climáticos influyen en la producción de una plantación; por lo tanto, las condiciones térmicas y de humedad deben ser satisfactorias para el cultivo por ser una planta perenne. Así, su período vegetativo como la época de floración, brote y cosecha está regulado por el clima.

Esta relación entre estacionalidad climática y periodo vegetativo permite establecer calendarios agroclimáticos de producción y cosecha. La producción de chocolate basada en árboles de gran rendimiento origina que la producción de árbol criollo sea limitada, lo que sumado a la calidad de su fruto le da ventaja sobre las demás variedades en lo que corresponde a su precio. Esto que parece una debilidad se debe considerar una fortaleza, que debe ser aprovechada en la comercialización internacional. Para lograr un producto competitivo, diferenciado, debe ser considerada la integración de los diferentes eslabones de la cadena agro-productiva, donde todos son importantes.

• **Eslabón productivo y de servicios de apoyo a la producción.** Participan los productores cacaoteros que conducen sus unidades productivas. Intervienen agentes económicos como proveedores de insumos, asistencia técnica, equipos y maquinaria, servicios financieros (formales e informales), certificación y transporte.

• **Eslabón de industrialización (transformación).** Constituye el más importante y más complejo eslabón. La información estadística acerca de este eslabón es limitada. A partir del procesamiento del grano de cacao se obtienen productos intermedios (licor o pasta de cacao, manteca, polvo de cacao) y productos elaborados (chocolates y otros productos afines como bombones, y bebidas chocolatadas).

• **Eslabón de comercialización.** Intervienen principalmente las organizaciones de productores y acopiadores de empresas industriales que muchas veces distorsionan los precios. Sus conceptos de calidad y apreciación están sujetos a la variedad de cacao.

• **Eslabón de consumidores.** Intervienen diferenciadamente los que utilizan en el tramo final de la cadena la amplia gama de productos intermedios y finales que resultan del procesamiento y/o industrialización: licor de cacao, manteca de cacao, cacao en polvo, y chocolate (Barrientos, 2015)

Comercialización y exportación del cacao

Las exportaciones en Ecuador son parte fundamental del desarrollo socioeconómico; el cacao ha surgido de manera trascendental creando mayor ingreso, aunque ha tenido inconvenientes en ciertas ocasiones porque han existido enfermedades que han dañado la producción, que ha generado un alto nivel de producto de “rechazo”, estado del cacao que afecta su calidad y por ello merma las ganancias económicas. El cacao ecuatoriano es reconocido a nivel internacional por su aroma y sabor, de ahí su prestigio entre las principales industrias internacionales, transformadoras de cacao. Este reconocimiento le permite a Ecuador ser competitivo en calidad, mas no en productividad.

Plan de negocios

El auge de la economía (Andía, 2013) ha dinamizado los mercados generando mayores ingresos en la población, origina mayor interés en cubrir sus necesidades insatisfechas, ello lleva a oportunidades de negocio, por lo tanto, el riesgo de fracasar en la realización de un negocio sin un documento o guía es elevado. Es por ello, los términos de proyectos de inversión y planes de negocio son utilizados con mayor frecuencia ya sea por el sector público y privado.

De igual manera, se puede explicar "un plan de negocio como un instrumento de gestión de la empresa que sirve de guía para el emprendedor o empresario implemente un negocio. Es decir, el plan de negocio, es un instrumento de planificación que permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento"

Estudio Financiero

El objetivo básico financiero (Baena, 2014) de toda empresa es el de maximizar el valor de la empresa; en otras palabras, significa incrementar el valor de riqueza o de su misma inversión, de los accionistas, propietarios o inversionistas.

Es importante resaltar que la maximización de las utilidades, al igual que maximizar la productividad, minimizar los costos, aprovechar la capacidad instalada o incrementar la utilidad operacional, no son objetivos básicos, pero sí conllevan a que la empresa genere valor, especialmente cuando son proyectados a largo plazo.

1.5.3 Marco Legal

La Constitución del Ecuador aprobada en el año 2008, establece la nueva organización territorial del estado, según regiones, provincias, cantones y Parroquias rurales, los cuales constituyen los Gobiernos Autónomos Descentralizados (a partir de este momento GAD).

La Constitución establece un Sistema Nacional de Competencias articulado la de la planificación y un nuevo esquema de descentralización fundamentado en una transferencia obligatoria, progresiva y definitiva de competencias, cuyo objetivo fundamental es alcanzar un desarrollo territorial equitativo, solidario, y sustentable, para lo cual se establecen las competencias exclusivas de los niveles de gobierno y posteriormente con la aprobación del Código Orgánico de Organización Territorial, Autónoma y Descentralización (COOTAD) se establece el marco jurídico para el proceso de descentralización.

En éste contexto legal, se especifican aproximadamente veinte competencias a ser transferidas, donde una de las más importantes por su relevancia territorial, así como su repercusión social y económica corresponde a la *competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias*, misma que según la Constitución será responsabilidad de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales Provinciales y de la Juntas Parroquiales rurales.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Las Asociaciones de Campesinos, se rigen bajo la normativa de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (Reg. Oficial No. 444 del 10 mayo del 2011) y de su Reglamento.

La Ley Solidaria y Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS), propone algunos artículos que deben tomados en consideración por la asociación:

El Art. 12, hace referencia a la información, para ejercer el control y a los informes periódicos financieros y de gestión acorde a lo que dice el Reglamento de la ley y cualquier otra información inherente, en lo relacionado Art. 13**.** Establece que todas las organizaciones deben estar sujetas a las normas contables emitidas por la Superintendencia, referente al Art. 16.- Las organizaciones del Sector Comunitario adoptarán, su sistema de control acorde a sus costumbres, prácticas y necesidades, de acuerdo al Art. 19.- en la parte de estructura indica que las organizaciones deben un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal, los cuales se normarán con el reglamento de la presente ley. LOSEPS, (2011) (Presidencia de la República, 2011).

Los procesos que mantiene la organización están basados en el cumplimiento del LOEPS, y se ha consierado dentro del estudio como de las carcterísticas a tomar en consideración, porue sin ordenamiento no se lograrán los objetivos.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Desarrollar un proceso de producción, transformación, comercialización del cacao y abastecimiento de alimentos de primera necesidad, en la comunidad Chachi de la Parroquia de Telembí, Cantón Eloy Alfaro.

1.6.2 Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico productivo de las comunidades que se asientan en la cuenca del Cayapas, de la Parroquia Telembí.
2. Establecer un plan de negocio para implementar una procesadora de cacao y una tienda de víveres.
3. Preparar un estudio financiero para conocer la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO II

2. METOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Tipo de Investigación

Esta investigación está dentro del campo social, porque puede diagnosticar los sucesos y necesidades, que se dan en el entorno o el sitio de la investigación, por cuanto se va encuestar a un grupo de productores de la zona de la cuenca del Cayapas, y es de tipo descriptivo porque se ocupará el método de análisis, ya que señala características y propiedades del estudio, se ayuda con el método de la observación pues es un referente necesario para percibir situaciones que no se logran ver en los procesos de la relación productor investigador, y que además es parte del tipo de diseño descriptivo. También es de carácter cualitativo por los métodos de recolección que permiten conocer las relaciones sociales y culturales del sector, describiendo la realidad exactamente como se presenta.

Investigación de Campo: se llama así, porque mediante la manipulación de variables que no se conocen, se puede describir las causas por lo que se producen los acontecimientos, además se realiza en el propio sitio.

Investigación de Nivel Descriptiva: porque mediante el método de análisis señala las características y propiedades del objeto de estudio. Este tipo de estudio en estas organizaciones no ha sido abordado ni estudiado, en este sector cantonal, se ha estudiado su cultura y costumbres, pero su forma de producción y subsistencia poco.

Método deductivo: Parte de una premisa general para obtener las conclusiones de un caso particular. Pone el énfasis en la teoría, modelos teóricos, la explicación y abstracción, antes de recoger datos empíricos, hacer observaciones o emplear experimentos, aquí tenemos toda la bibliografía que se puede obtener sobre

producción y comercialización de cacao y existe muy poco sobre abastecimiento de víveres, contamos con artículos, tesis, que pueden obtenerse con mayor facilidad a través del internet y en los repositorios de las Universidades.

Método inductivo: Se analizan solo casos particulares, cuyos resultados son tomados para extraer conclusiones de carácter general. A partir de las observaciones y percepción de la realidad se descubre la generalización de un hecho y una teoría. Se emplea la observación y la experimentación para llegar a las generalidades de hechos que se repiten una y otra vez.

2.2 Universo y Muestra

2.2.1 Población

Los productores de la zona del Cayapas y Ónzole que se encuentran en la Parroquia de Telembí en el Cantón Eloy Alfaro, según la Junta Parroquial, están conformados por 654 finqueros o familias, que será la población para el estudio, de aquí se obtendrá la muestra, considerando que cada familia posee una propiedad y que en estos terrenos tienen sembríos de cacao, para lo cual se requiere conocer algunos factores socio económicos y productivos de estos sectores.

2.2.2 Muestra

Para la obtención de la muestra nuestra base poblacional serán los 654 productores de cacao de la zona del Cayapas y Ónzole.

2.3.- Instrumentos de la Investigación

2.3.1 La encuesta

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de productores de la zona de la cuenca del Cayapas y del Ónzole, la encuesta permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una

sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006, p.13). Para elaborar la encuesta se tomó en consideración algunos aspectos culturales, forma de producción, tipo de comercialización y como realizan el abastecimiento de víveres para su subsistencia, y que dificultades existen en los procesos de la cosecha y comercialización. Una vez que se pudo analizar estos aspectos, se pudo definir las preguntas que irían en el cuestionario y que serán realizadas a los productores como: factores sociales, de género, organizativos, de liderazgo, aspectos productivos, de mercado, políticos y económicos, que constituyen las variables que se requerían conocer para llegar a establecer el tipo de proceso productivo y de comercialización se pretende realizar.

Para la implementación de la encuesta se ha considerado, qué por la finalidad de la investigación, se debió considerar factores socioeconómicos y de carácter productivo, estos planteamientos se pudieron observar en la tesis de Granda (2012), donde crea un plan estratégico para la transformación de productos derivados del cacao y comercializarlos internacionalmente, tomando en consideración el elemento principal que son los productores del cacao.

2.3.1.1 El cuestionario

El cuestionario para la encuesta contiene una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. Y se refiere a que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas. Este cuestionario fue realizado a compradores de la zona y dos técnicos del MAGAP. Cada pregunta va ligada de acuerdo a los objetivos del estudio. Se deben considerar los objetivos del proyecto para plantear las preguntas que nos llevarán a apoyar las preguntas de la investigación, que fueron aplicadas a los productores Chachis.

- Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar

previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos.

- Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas, estas preguntas no permiten pre-codificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas. (Hernández, 2003) p. 455

2.3.2 La entrevista

Una entrevista semi-estructurada (no estructurada o no formalizada) es aquélla en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas (Sabino 1992, p.18).

La técnica de la entrevista se utiliza en esta investigación aplicando el enfoque cualitativo a los resultados de la investigación. Estas fueron dirigidas a funcionarios del MAGAP, algunos dirigentes de Asociaciones de Cacao y los dirigentes de la Comunidad Chachi, para tener conocimiento de otras situaciones que requerían mayor profundidad. También se realizó la entrevista a un funcionario del Municipio del Cantón Eloy Alfaro, para conocer su percepción de la realidad socioeconómica de este sector y de las comunidades Chachis.

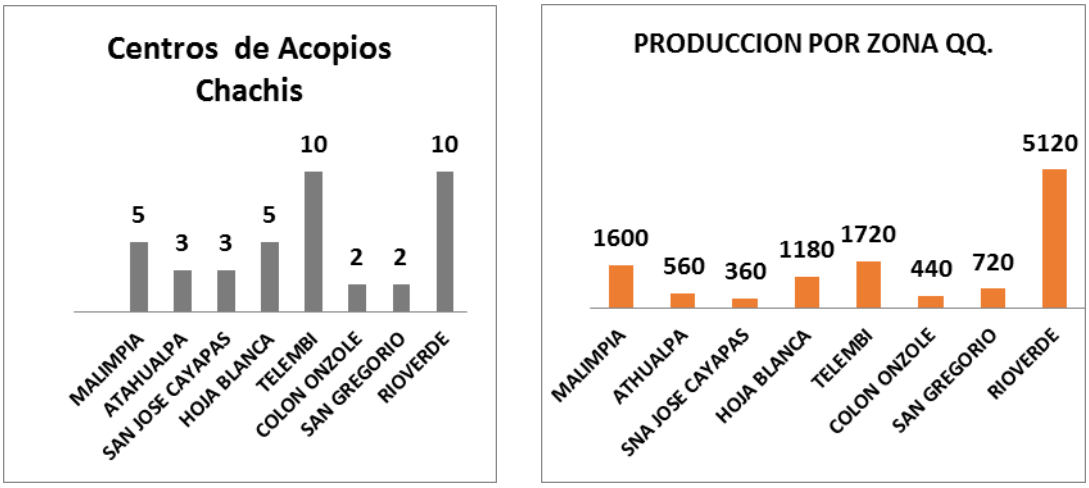
CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 DIAGNOSTICO DE LAS COMUNIDADES

3.1.1 Producción

***Gráfico 1 Centro de Acopio Cha*chis**



En la cuenca del río Cayapas y Ónzole, y en la zona de Río Verde se encuentran asentados la mayor cantidad de la etnia Chachis, su mayor producción principalmente la tienen en el cacao fino de aroma. En el estudio de investigación pudimos recabar información en los diferentes puntos de acopio, donde los productores venden el cacao. Se pudo recolectar datos a 40 centros de acopio donde se recolecta el cacao en baba, determinando en esta muestra un total de 2.925 quintales semanales en temporada baja, lo que daría un total de 11.700 quintales en baba mensual, esto traslado a toneladas da 4.680, lo que representa una producción bastante representativa, tomando en consideración que este estudio fue a una parte de los diferentes centros de acopio, aquí no se ha

considerado a todos los productores de las zonas de Quinindé, Muisne y otros centros de Eloy Alfaro. Esta producción es vendida en bruto perdiendo un alto valor agregado que puede ser aprovechado, si se pudiera establecer un proceso de transformación de este producto.

Gráfico 3 Siembra promedio por Finca

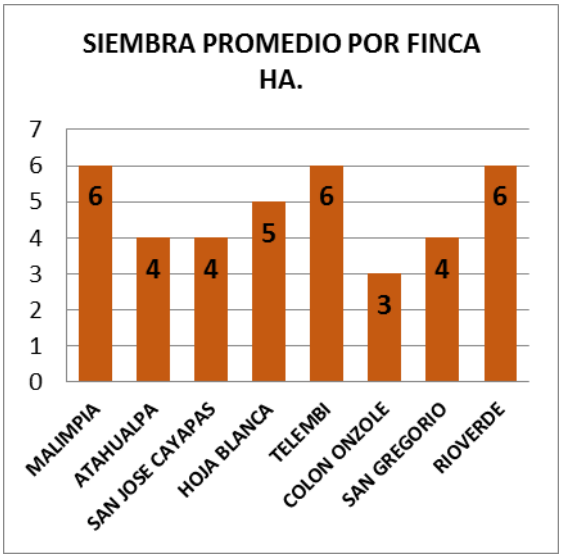
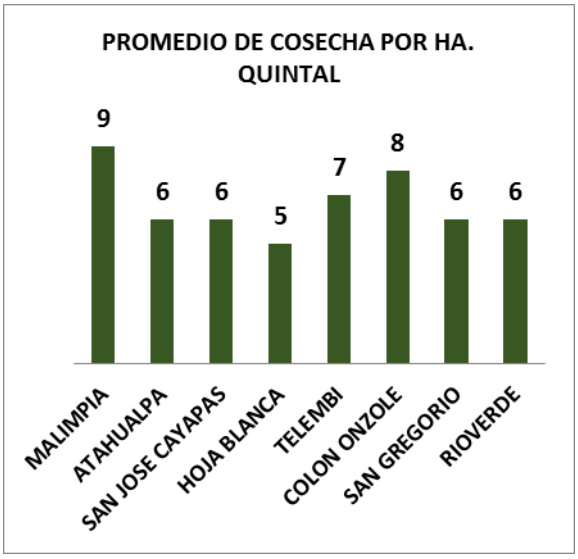


Gráfico 4 Promedio de cosecha por Ha.



El promedio en su gran mayoría de espacio sembrado de cacao por finca es de 3 a 6 Ha, claro que existen fincas que están sembradas hasta 20 ha., pero sus dueños poseen lanchas propias para trasladar el producto a los centros de compra. El promedio de cosecha es de 5 a 9 quintales por ha., una producción muy baja, esto se debe a que tienen plaga como: escoba de brujas y la monilla, lo que merma su producción en un 50%.

Gráfico 5 Tipo de cacao que siembran

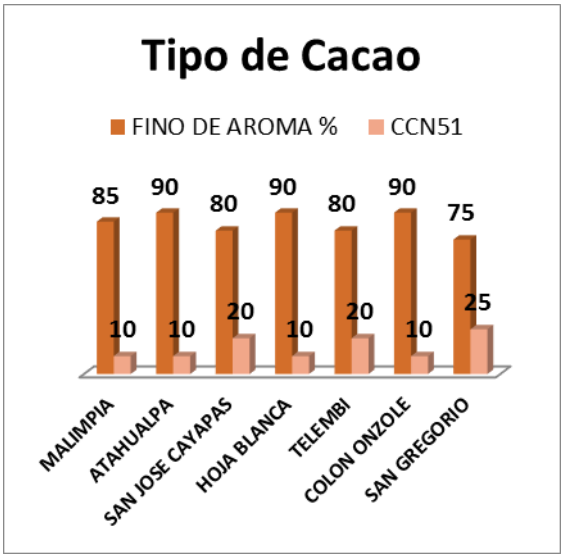
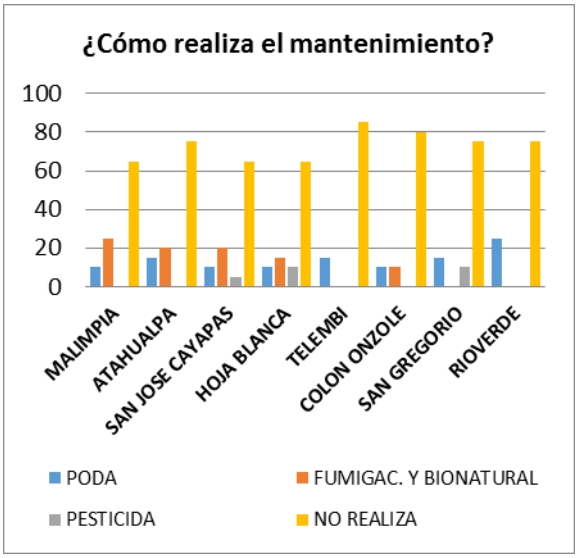


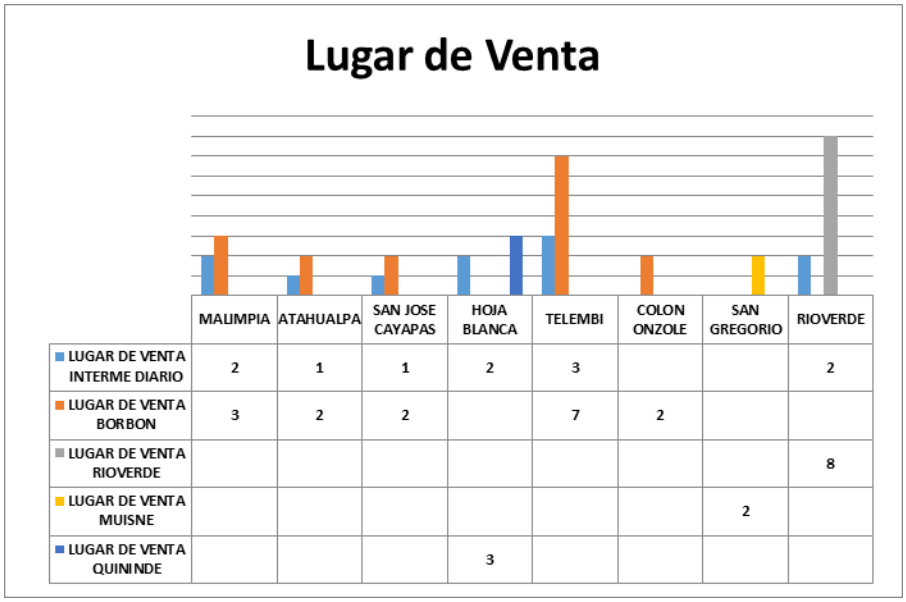
Gráfico 6 Forma de mantenimiento



Los productores se han dedicado a la siembre del cacao fino de aroma, casi el 85% tiene sembrado este tipo de cacao, aunque el CCN51, tiene una buena porción de mercado. Sus procesos de mantenimiento son muy precarios casi el 75% de los productores controla de manera natural, el 11% combina con control bio-natural y químico, otro 13 % poda y el 3 % aplica pesticidas. Esto nos demuestra que casi la totalidad mantienen un cacao sin contaminantes.

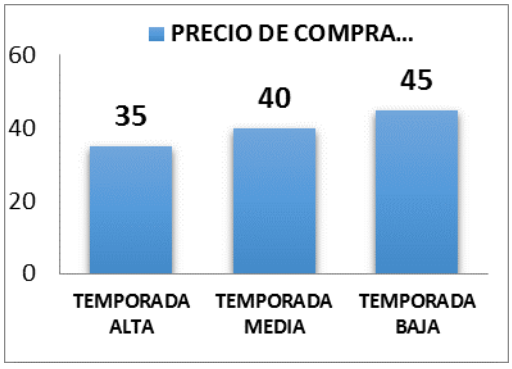
3.1.2 Comercialización

Gráfico 7 Lugar de venta del cacao



	MALIMPIA	ATAHUALPA	SAN JOSE CAYAPAS	HOJA BLANCA	TELEMBI	COLON ONZOLE	SAN GREGORIO	RIOVERDE
LUGAR DE VENTA INTERME DIARIO	2	1	1	2	3			2
LUGAR DE VENTA BORBON	3	2	2		7	2		
LUGAR DE VENTA RIOVERDE								8
LUGAR DE VENTA MUISNE							2	
LUGAR DE VENTA QUININDE				3				

Gráfico 8 Precio del cacao por temporada $



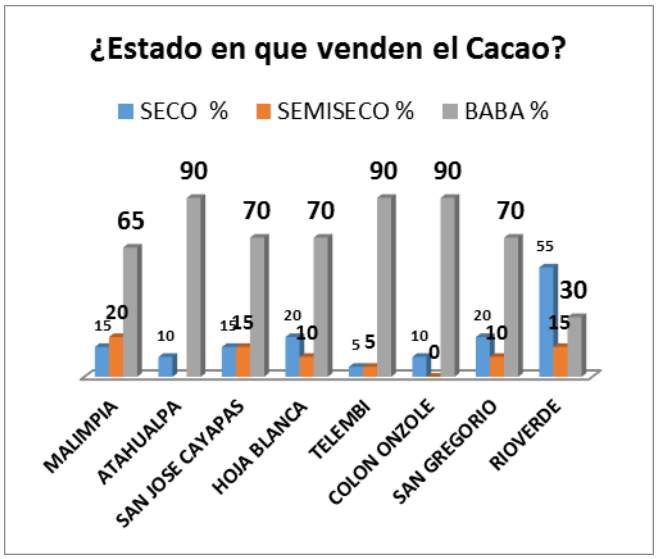
En este cuadro se puede apreciar que la mayoría de los productores de la cuenca del Cayapas, realizan sus ventas en la ciudad de Borbón primeramente y en

segundo lugar están los intermediarios que son personas de la zona o personas que lleguen de afuera del lugar.

Los productores de la zona de Rioverde, sus ventas la realizan en Chontaduro y en Palestina, lugares donde existen centros de acopio grandes.

El precio del quintal de cacao en el mercado, lo determina la bolsa de valores, es por esta razón que existen tres precios como lo indica el grafico de arriba, temporada alta cuando existe mucha oferta y el precio es bajo, la temporada mediana cuando la oferta va disminuyendo y el precio va aumentado, y cuando la temporada es baja escasea el cacao y el precio sube, estos factores de mercado están dados por la oferta y la demanda.

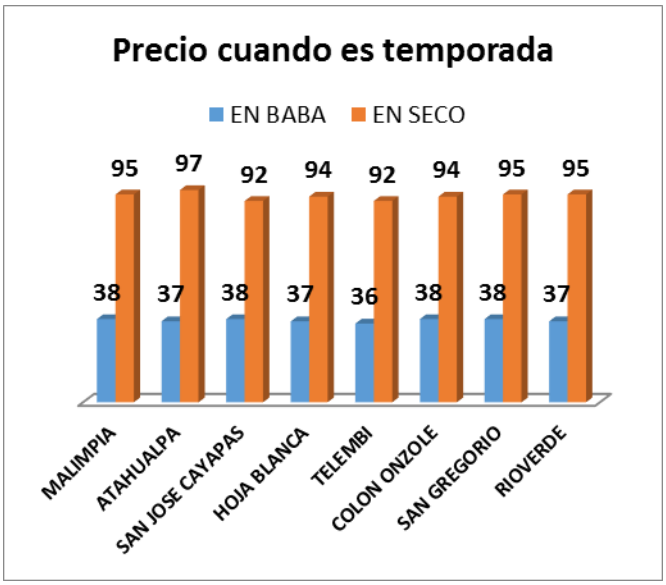
Gráfico 9 Estado en que venden el cacao



La mayoría de los productores venden su cacao en baba, esto se da por cuanto requieren rápidamente de recursos, y el proceso de secado es largo, un pequeño porcentaje vende su cacao en estado seco, por cuanto ganan en el precio, sin embargo, piensan que de acuerdo al lugar donde están, al traerlo seco disminuyen la carga y sobre todo los costos, y no pierden en el precio.

Gráfico 12 Precio del cacao cuando es temporada

	EN BABA	EN SECO
MALIMPIA	38	95
ATAHUALPA	37	97
SAN JOSE CAYAPAS	38	92
HOJA BLANCA	37	94
TELEMBI	36	92
COLON ONZOLE	38	94
SAN GREGORIO	38	95
RIOVERDE	37	95



Como se puede observar el cacao siempre mantiene un nivel de precio igual en todas las zonas de acopio, esto se debe a que el precio es a nivel internacional y depende del valor que esté en la bolsa de valores.

A continuación, se presenta el cuadro detallado de la investigación de los centros de acopio de la cuenca del Cayapas y Ónzole y de la zona de Rioverde, donde se detallan lugares y cantidad de producción mensual.

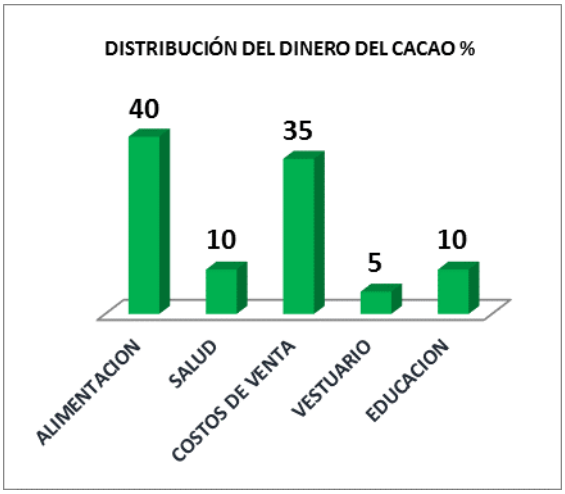
PRODUCCION ACTUAL: DATOS RECOPILADOS EN MAYO DEL 2016			
PARROQUIAS	**SEMANAL EN BABA QQ.**	**MENSUAL QQ.**	**PESO EN SECO QQ.**
CANTON QUININDE			
MALIMPIA			
Agua Clara	50	200	80
Ñanpi	50	200	80
Guayacana	50	200	80
Naranjal	50	200	80
Las Pavas	200	800	320
	400	**1600**	**640**
CANTON ELOY ALFARO			
ATAHUALPA			
Santa María	60	240	96
El Encanto	35	140	56
Rampiadl	45	180	72
	140	**560**	**224**
SAN JOSE DEL CAYAPAS			
Playa Grande	30	120	48
Chiguatillo	25	100	40
Pichyllacu Grande	35	140	56
	90	**360**	**144**
TELEMBI			
HOJA BLANCA			
Chontaduro Chachi	80	320	128
Rivera de Chontaduro	50	200	80
Gualpi de Naranjal	50	200	80
Gualpi del Cayapa	55	220	88
Gallinazo	60	240	96
	295	**1180**	**472**
TELEMBI			
Corriente Grande	55	220	88
Calle Manza y Tranca	35	140	56
Agua Blanca y Tigrillo	25	100	40
San Miguel Chachi (+ 7 Comunides)	80	320	128
Majua y Madronial	25	100	40
Guadual	55	220	88
Zapallo Grande	45	180	72
Geyambi	30	120	48
Steipi y Agua Salada	40	160	64
Asociación de Cacaoteros	40	160	64
	430	**1720**	**688**

Parroquia Colon de Onzole			
El Pintor	60	240	96
Loma Linda	50	200	80
	110	**440**	**176**
CANTON MUISNE			
Parroquia San Gregorio			
San Salvador, San José, Mono Manzo	80	320	128
Puerto Nuevo	100	400	160
	180	**720**	**288**
CANTON RIO VERDE			
Parroquia Chunundе			
Chunundе	180	720	288
Mediania Chachi	100	400	160
Rascadera	200	800	320
Popa	100	400	160
Playita verde	100	400	160
Rosales	100	400	160
Pambilar	100	400	160
Papaya	100	400	160
Nacido	100	400	160
Meribe	200	800	320
	1280	**5120**	**2048**
TOTAL DE PRODUCCIÓN	**2.925,00**	**11.700,00**	**4.680,00**

Fuente: Autor

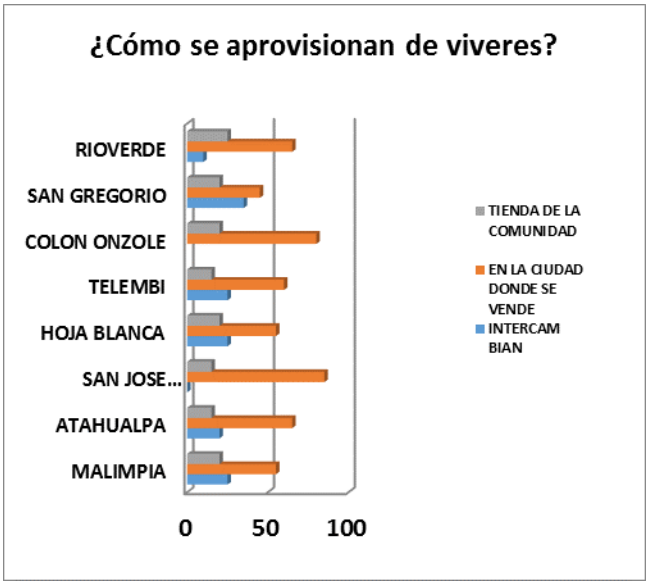
3.1.3 Aspectos Sociales

Gráfico 10 Distribución del dinero del cacao



Esta pregunta nos lleva conocer como utilizan el dinero de la venta los productores, 40% utilizan para la alimentación, un 10 % para la salud, y esto cuando verdaderamente están graves, de ahí ellos tienen la medicina natural, los costos de venta que son el transporte que pagan por el cacao y el pasaje de ellos ida y vuelta ocupa un gran porcentaje, pues el costo por persona es de $ 7,00 y el quintal vale $ 6,00, es decir que gastan casi en la venta de un quintal en baba de $ 20,00 dólares. En vestimenta se les va apenas un 5%, es decir que tienen deficiencia en su presentación y para la educación utilizan un 10% esto por cuanto tienen que pagar el transporte para que sus hijos lleguen a sus escuelas y colegios.

Gráfico 11 ¿Cómo se aprovisionan de víveres?



La mayoría compran sus víveres en las ciudades donde van a vender su producto, aquí los acopiadores primeramente les roban en peso y precio, de lo que les queda luego de restar costos de transporte apenas alcanzan a cubrir sus necesidades alimentarias, es decir que, de un quintal de cacao en baba, que lo venden en un promedio de $ 45,00 dólares, les queda casi la mitad.

Aquellos que venden el producto al intermediario, le compran a mejor precio, pero intercambian con víveres una parte, sin embargo, los precios de estos productos son caros y solamente destinan un 40% para adquisición.

Otra situación es la que pasan en sus comunidades que quienes venden los productos alimenticios, lo venden a precios muy arbitrarios, ellos aducen que venden a esos precios porque el transporte es caro.

Toda esta situación recae, en algunas situaciones, la primera que el factor alimentario es deficiente en los hogares, segundo no dejan la cultura de la caza, lo que conlleva al exterminio de los animales del ecosistema por un lado y para poder sobrevivir tienen que vender la madera, es decir, provocan la deforestación

y tercera no existe apoyo a crear proyectos productivos constantes que generen la posibilidad de empleos para las personas de la comunidad, tomando en consideración que tienen vastas extensiones ricas en suelos productivos

Haciendo un resumen podríamos indicar que la producción de cacao en la zona de la cuenca del río Cayapas y del Ónzole, es muy representativa, a pesar que la investigación realizada se la hizo cuando la temporada fue baja, su producción total es muy buena, si toda esa producción se la pudiera recopilar e iniciar un proceso de transformación se lograría, dar un valor agregado al producto, mejoraría los niveles de venta, impulsaría el empleo para la nueva generación, se crearía empleos indirectos y sobre todo se podría mejorar las condiciones alimentarias de los productores, pues se podría ofrecer productos de primera necesidad a precios más justos, se eliminaría el costo de transporte, pues la compra de cacao se la realizaría en su sitio, o en centros de acopio cercanos a sus fincas, evitándole costos de transporte y ese valor podría ir a incrementar su alimentación.

Un aspecto importante de estos productores, es que el 85 % mantiene un cacao libre de pesticidas y el 85% de estos mantiene producciones de cacao fino de aroma. Esto nos permite tener una idea de la posibilidad de crear un plan de negocio que lleve a crear toda la cadena productiva y la cadena de valor en la cuenca del Cayapas y del Ónzole, ya que los márgenes de utilidad de la producción en masa darían una rentabilidad muy positiva, los mismos productores aseguran que no mezclas ningún tipo de pesticidas, por una simple razón, que el producto es caro, y disminuye el precio en el momento de comercializar, por este motivo este cacao es solicitado en Borbón.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 PLAN DE NEGOCIO

4.1.1 Modelo de negocio

La Asociación Chachi compra el cacao fresco a los agricultores aplicando un plus sobre el precio de mercado gracias a la contribución de productos cuyos planteamientos solidarios se basan en conceptos de proveer productos de alta calidad. De ahí en los diferentes centros de acopio se realizará el fermentado y secado, pasta de chocolate y polvo de cacao. Una vez que el producto esté listo en sus tres fases, se comercializará a los diferentes clientes que ya están contactados.

4.1.2 Localización

Parroquia Telembí, Loma Linda se encuentra situado en la en el Cantón Eloy Alfaro vía a la Parroquia Borbón, en el cantón del mismo nombre, en el norte de la provincia de Esmeraldas (Ecuador) pero su área de integración llega hasta el Cantón Rio Verde y sus otros centros de abastecimiento, en Chontaduro, Cantón Rioverde, Malimpia, Cantón Quinindé, y San Gregorio, Cantón Muisne.

4.1.3 Objetivos

1. Lograr el mejoramiento socioeconómico y cultural de los pequeños productores de cacao orgánico de su área de influencia
2. Promover el uso sostenible de las plantaciones cacaoteras
3. Mejorar la producción y calidad del cacao orgánico de su zona de influencia.

Para la consecución de sus objetivos, se utilizará los siguientes medios:

1. Proponer la creación de modelos productivos de autogestión económica en beneficio de la Asociación y de sus miembros respecto a su principal actividad.
2. Introducir en la zona sistemas de producción que garanticen la protección del medioambiente y la salud de los agricultores a través de la práctica de la Agricultura Orgánica.
3. Establecer normas internas para la práctica del cacao orgánico, así como para la comercialización y fijar un sistema de control para la aplicación de estas normas.
4. Creación de un comisariato, que pueda abastecer de productos de primera necesidad a través de trueque con cacao y compra en efectivo de los productos, a precios justos.

Característica

1. El 90% de la producción de cacao pertenece a la variedad nacional fino de aroma.
2. Cacao certificado Orgánico seco con un porcentaje de 82% de fermentación de acuerdo a la norma INEC y seco al 93%.
3. Cacao de origen de la provincia de Esmeraldas.
4. 0% impureza y mohos.
5. Tratado con proceso especiales en el centro de acopio

4.1.4 Segmentación del mercado

Para poder segmentar se ha preparado los respectivos clientes potenciales internos y externos que se ha establecido

Este producto va dirigido a un mercado de libre competencia y especialmente a empresas exportadoras situadas en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas y Guayaquil.

Como se ha enunciado anteriormente las características del producto como: fermentado al 82%, totalmente orgánico, cero impureza y certificados de control de calidad, lo que diferencia de la competencia.

4.1.5 Análisis de la demanda del cacao ecuatoriano en el mercado extranjero

Según la Organización Internacional del Cacao-ICCO, más del 95% de la producción anual de cacao procede de pequeñas explotaciones, de una superficie de entre 1 y 3 hectáreas. Se proyecta un crecimiento del 2,5% en la producción de cacao en grano en los próximos años, comparado a una tasa de 1,7% en los 10 años anteriores. Para finales del 2017 la producción mundial podría llegar a 4.5 millones de toneladas/año.

Los precios internacionales del grano han escalado al nivel más alto en los últimos 25 años, acercándonos a los USD 3.270 por TM en febrero del 2016.

Por lo que respecta a la producción mundial de cacao fino o de aroma para el año 2013, ésta alcanzó la cifra de 297.000 toneladas representando un 4,7% del total mundial. El Ecuador es el líder mundial en la producción y exportación del cacao fino y de aroma con el 58%.

El cacao fino o de aroma es uno de los más cotizados en el mercado internacional por las características particulares de aroma y sabor donde predomina el sabor floral y frutal. Estas características determinan un premio en los mercados internacionales. Actualmente los premios por el cacao ecuatoriano frente al promedio mundial (referencia cacao de Ghana) es de alrededor de USD 200 para el ASS y USD 300 para el ASSS. Estos premios pueden ser superiores a USD 700 cuando la calidad de fermentación es superior y cuando además disponen de algunas de las certificaciones como la orgánica y de comercio justo, o se oferta orígenes especiales.

4.1.6 Oportunidades del cacao fino y de aroma

Se estima que el Ecuador puede duplicar la oferta, siempre y cuando maneje la calidad. Esta demanda está relacionada con la tendencia en el consumo de chocolates negros, cuyo crecimiento es del 8% a nivel mundial, mientras que los chocolates comunes solo crecen a menos del 2%. Así mismo existen varios estudios que demuestran que el chocolate oscuro es beneficios para la salud y hoy en día es catalogado como un alimento.

Por otro lado, los mercados nicho se encuentran en pleno crecimiento: el cacao con certificación orgánica y comercio justo, o cacao de un origen específico son altamente demandados. La información registrada en GIZ (Corporación Alemana), respecto a la demanda de cacao certificados/especial de Ecuador por parte de empresas europeas, norteamericanas y japonesas, fue de 9.500 TM de cacao certificado para el año 2013, frente a la oferta de tan solo 4.800 TM. Sin embargo, hay que tener en cuenta que estos mercados solo pueden ser aprovechados por aquellos productores organizados que cumplen normas y estándares de calidad.

4.1.7 Demanda Actual

El cacao es el producto ecuatoriano de exportación con mayor historia en la economía del país. Involucra alrededor de 100.000 familias de pequeños y medianos productores. En el año 2009 se alcanzó una cifra histórica de ventas de cacao y elaborados (150.000 Tn y cerca de 400 millones de dólares) lo que aporta significativamente al ingreso de divisas en el país.

En el Ecuador el área bajo producción de cacao suma alrededor de 500.000 hectáreas entre sistemas solos y asociados con otros cultivos y se cultiva en 16 provincias de la costa, Amazonia y provincias de la Sierra. Estas huertas son establecidas generalmente en sistemas agroforestales amigables con el medio ambiente.

En el Ecuador existen actualmente alrededor de 50 asociaciones de productores conformadas por 14.000 productores. El resto de los productores que son la gran

mayoría no están organizados. Otros actores importantes de la cadena son los más de 1000 intermediarios a nivel nacional, las 15 industrias de semielaborados y elaboradas y los 47 exportadores de cacao en grano. Proveedores de insumos son principalmente de plantas de cacao.

Los mercados más significativos para el cacao arriba, se encuentran en Europa (Países Bajos y Alemania que abarcan el 42% de la demanda total), los Estados Unidos (19%) y Japón (14%).

4.1.7 Análisis de la Oferta

4.1.7.1 Oferta Actual

La producción de cacao en el Ecuador ha constituido un importante renglón para la economía nacional, en especial por su significativa contribución a la generación de divisas por concepto de exportación, actividad que se inició en la época de la Colonia. En la actualidad ocupa el tercer lugar en el monto de exportaciones del sector agrícola, después del banano y de las flores.

Los principales compradores del cacao ecuatoriano son: Estados Unidos, Japón, Holanda, Alemania, Italia, Francia, Canadá, España y Bélgica.

En la actualidad el cultivo ocupa una superficie de aproximadamente 463.878 has distribuidas en las provincias de la Costa, Sierra y parte del Oriente.

La provincia de Esmeraldas constituye el 6%, esto es 27.832 hectáreas y el resto está distribuido entre las demás provincias

Aproximadamente el 60% de la producción se exporta en grano, el 35% constituye materia prima para la fabricación de semi elaborados (torta, licor, pasta, manteca y polvo) y chocolates; el 5% se destina a industrias artesanales del país. .(Pro Ecuador, 2013)

Tabla 1 Superficie sembrada, Producción y Rendimiento

TABLA DE SUPERFICIE, PRODUCCION Y RENDIMIENTO DEL CACAO				
AÑO	SUPERFICIE SEMBRADA HECTAREAS	SUPERFICIE COSECHADA (HECTÁREAS)	PRODUCCIÓN (TON.MÉTRICAS)	RENDIMIENTO
2007	422985	356657	131419	0,37
2008	455414	360025	132100	0,37
2009	468840	376604	143945	0,38
2010	470054	398104	189755	0,48
2011	521091	399467	224163	0,56

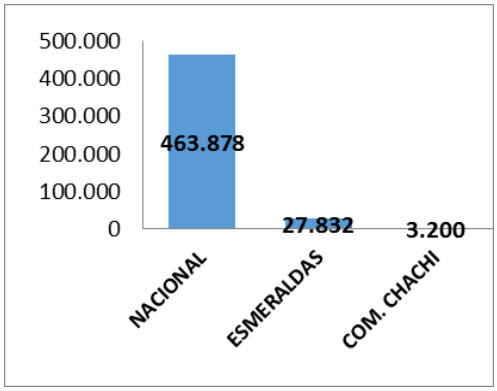
Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial de Inversiones PRO ECUADOR 2103

En la zona de la cuenca del Cayapas y del Ónzole se ha calculado que existen 1.200 hectáreas sembradas en producción, en el año 2016 empezaron a producir otras 1.200 hectáreas y en ese mismo año se sembraron otras 800 hectáreas, esto lo indica uno de los dirigentes de los Chachis Orlando Cipriano.

Tabla 2.- Producción cacao fino de aroma orgánico

NACIONAL	ESMERALDAS	COM. CHACHI
463.878	27.832	3.200



Fuente: Autor y MAGAP 2013

Se demuestra en el siguiente cuadro una muestra de la producción recopilada en la investigación, 40 puntos de acopio.

Tabla 3 Producción por zona

PRODUCCION POR ZONA	
SECTORES	**CANTIDAD**
MALIMPIA	1600
ATHUALPA	560
SNA JOSE CAYAPAS	360
HOJA BLANCA	1180
TELEMBI	1720
COLON ONZOLE	440
SAN GREGORIO	720
RIOVERDE	5120
	11700

Fuente: Autor

4.1.8 Descripción de la cadena productiva del cacao de la provincia de Esmeraldas.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) 2008, en la provincia de Esmeraldas se estima la existencia de 20.500 Upas o fincas. De acuerdo a una muestra de 1850 fincas de las principales organizaciones de Esmeraldas, el 71,4% poseen cultivo de cacao (Giz, 2011) lo que al final da un total de 14.637 fincas cacaoteras.

En lo que respecta al nivel asociatividad, el 40% se encuentran cobijados bajo las organizaciones. Pese a esto, este hecho no se refleja en los volúmenes de comercialización asociativa, que solo corresponde al 14% del total comercializado desde la provincia. Existe entonces una falta de fidelidad de los productores en la comercialización de su producto a través de sus gremios.

Esto se debe, a que el poco volumen comercializado, es por no tener el suficiente capital para la compra de cacao. Esta situación obedece en determinados casos a la falta de capital de operación que tienen las organizaciones lo que limita el incremento de sus volúmenes de compra a sus socios y hace que estos se vean obligados a vender su producto a los intermediarios.

De acuerdo a las mismas muestras de 1850 productores pertenecientes a organizaciones activas de Esmeraldas, las fincas cacaoteras tienen un promedio de 3,62 ha de cacao con un rango de 0,4 ha hasta 12 ha (GIZ, 2011). El promedio multiplicado por el número total de fincas cacaoteras nos arroja un total aproximado de 52.985 ha de cacao existentes en la provincia.

Por otro lado, y de acuerdo al análisis de esta misma muestra de 1850 productores de cacao, las plantaciones están conformadas por un 91% de cacao tipo Nacional fino y de aroma y el 9% restante por cacao CCN51 proveniente tanto de clon como de semilla.

En cuanto a volúmenes de producción de cacao de la provincia en total, se estima en 12.227 Tm de los cuales el 83% corresponde a cacao fino y de aroma y el 17% a CCN51.

4.1.9 Descripción del sistema productivo y rendimientos

El cultivo del cacao está en una etapa de apogeo en Ecuador y también en Esmeraldas, debido a los buenos precios registrados en los últimos años. Sin embargo, este último año fue un desastre el precio de cacao en el mercado, el principal limitante fue el desajuste en las políticas económicas de EEUU. y La Comunidad Europea, llegando hasta 1.300 dólares la Tn.

Las plantaciones presentan varias densidades de siembra que van desde 100 hasta las 1250 plantas/ha. Sin embargo, en los últimos años debido a la asistencia técnica de diversos organismos de apoyo, las plantaciones han establecido una densidad de 4 x 4, es decir 625 plantas por ha, esto permite una distribución y

aprovechamiento del área destinada a cacaotal y un establecimiento agroforestal adecuado.

La práctica de manejo más común es la de control de malezas. El 70% de los finqueros controla de manera natural, el 20% combina el control manual y el químico, el 10% de finqueros aplica un control químico.

Uno de los principales problemas de mayor relevancia es la presencia de las enfermedades Monilla y la Escoba de Bruja que en su conjunto una ocasión a la baja de hasta el 50% de la producción.

La abonadora y/o fertilización es casi nula, el 95% de los productores no lo realizan y solo el 5% la realizan con abonos naturales y con fertilizantes químicos de manera ocasional. Así mismo, sólo el 40% de los productores realizan la práctica de poda en los cacaotales.

Según informes técnicos de los proyectos apoyados por la GIZ y otras entidades de apoyo, en cuanto a fermentación de cacao, solamente el 40% de los productores que están asociados a los sistemas de acopio y comercialización realizan esta práctica de manera adecuada a través de los sistemas de acopio y post cosecha. El 60% restante de los productores que no están asociados, generalmente no fermentan o si lo realizan lo hacen de forma inadecuada.

En este panorama, donde el origen genético de la semilla utilizada en las plantaciones es incierto, el número de plantas de cacao/ha es bajo y el manejo de las plantaciones es casual, se registra un rendimiento de apenas 5,5 qq/ha/ año, valor inferior al compararlo con media nacional de 6,5 qq/ha/ año. Es claro que estas cifras corresponden a plantaciones generalmente antiguas y en las condiciones antes descritas de poco manejo y establecidas con material genético de bajo nivel productivo, pero una finca bien mantenida puede dar hasta 15 quintales por hectárea.

4.1.10 Proveedores

4.1.10.1 Estrategia con los proveedores

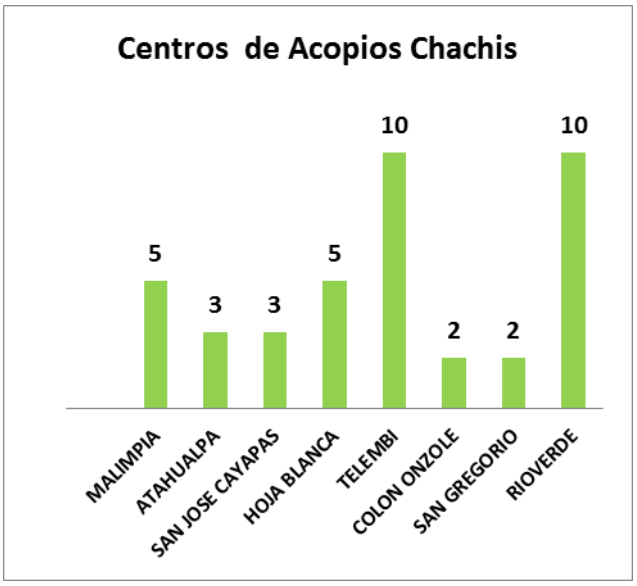
A la organización Chachi se le provee de cacao nacional fino de aroma con un proceso de post-cosecha centralizado en la organización a través de los centros de acopio, desde acopio en baba fermentación y secado para asegurar la calidad de un producto uniforme

4.1.10.2 Proveedores actuales de cacao

Se recibirá cacao solamente de las comunidades Chachis de los 8 puntos donde se ubican sus poblados de un total de 1200 productores.

Actualmente sus fincas tienen sembrado un 95% de cacao fino de aroma, no utilizan pesticidas y requieren estar calificadas con certificación orgánica. Estas fincas tienen una productividad promedio de 8 a 9 quintales.

Gráfico 12.- Número de Centros de Acopio



Fuente. Autor

4.1.11 Clientes

4.1.11.1 Estrategia para clientes

Actualmente su modelo se basa en la venta de su producción en seco, pasta y polvo de cacao a mercados nacionales e internacionales.

4.1.11.2 Clientes actuales

Pacari: Pasta de cacao Quito

Cofina: Cacao en seco, Guayaquil, Ecuador.

Transmar: Ésta empresa se dedica a exportar cacao de alta calidad en semilla o productos semi-elaborados que utilizando tecnología de punta y trabajando en colaboración con todos los miembros de la cadena de suministro. Además, se adhieren a las normas ecuatorianas e internacionales para contribuir al beneficio de las comunidades con las que trabajan.

Ecuatoriana de chocolate: La empresa Ecuatoriana de Chocolates, reinicia la elaboración de chocolates gourmet para exportación, cumpliendo con los estándares de calidad que demanda el mercado internacional.

La textura y finura del producto ha permitido satisfacer las exigencias de sus clientes en el mundo entero y específicamente en Alemania, Inglaterra, Estados Unidos y Chile.

Otros clientes menores: Compradores intermediarios en Santo Domingo de Tsáchilas y Quevedo

4.1.12 Competencia

La competencia se viene dada principalmente por pequeños intermediarios procedentes de Tonchigüe, Atacames, Quinindé, Pedernales, Esmeraldas en las cercanías y otros más potentes procedentes de Manabí y Santo Domingo que se aprovechan de toda la producción, por necesidad de comestibles, y liquidez, que

no puede hacer frente la asociación y por tanto se aprovechan los intermediarios del trabajo técnico que se realiza a los agricultores por parte de la misma.

4.1.13 Plan de Acción

Para implementar un plan de acción para la federación es preciso definir los objetivos estratégicos como empresa.

Se ha planteado dos estrategias: Hacia afuera, fortaleciendo la estrategia de exportación al mercado internacional y hacia adentro, fortaleciendo los centros de acopio, la fidelización de los asociados productores de cacao y la capacitación del personal involucrado en la comercialización.

4.1.13.1 Comercialización al mercado internacional

Ser una empresa comercializadora exportadora o exportar en asociación con otras grandes empresas.

La localización de la comercializadora a una hora al Puerto de Esmeraldas es un factor muy importante para tentar la exportación. Aunque habría que analizar los servicios que se derivan de la exportación y la cantidad de lote mínimo para ser atractivo al transporte.

Paso 1: Desarrollo de estrategias de marketing:

Desarrollar estrategias de entrada al mercado (comercio justo, cacao orgánico), estrategias de posicionamiento que den ventaja sobre los competidores (directo del productor, responsabilidad social).

Paso 2: Preparación de las herramientas de comunicación y promoción:

Lanzamiento de la página Web, folletos o catálogo de los lugares de producción del Cacao, las familias productoras, la inversión que se realiza y relanzar las características especiales del cacao fino de arma.

Paso 3: Seguimiento e informes de los contactos y compras internacionales:

El éxito en la comercialización de las exportaciones se inicia con la generación de consultas genuinas de exportación de los futuros compradores / importadores que lo requieran.

Para esto existe el personal que está facultado en los trámites de exportación y del idioma inglés.

4.1.13.2 Fortalecimiento en la cadena de comercialización:

La estrategia de buscar nuevos mercados internacionales tendrá que ir acompañado de un fortalecimiento de la cadena de comercialización.

Paso 1: Fortalecimiento en el acopio:

Los sub centros de acopio deben estar fortalecidos en su infraestructura, capacitación al personal que atiende en dichos sub centros para que brinden la debida asistencia a los productores de su ámbito de acción. Este paso es fundamental para garantizar el abastecimiento permanente y regular del producto.

Paso 2: Asistencia técnica en el beneficio:

Los promotores o responsables de los sub centros deberán estar lo suficientemente capacitados para brindar la asistencia técnica a los productores en el beneficio y tratar de trasladar que el mayor beneficio se realice en las mismas fincas de los productores o fomentar pequeños acopios por fincas.

Paso 3: Transporte y vías de acceso

Identificar las rutas de abastecimiento del cacao de todos los sub centros para determinar los tiempos, dificultades en las vías de acceso, tipo de transporte (terrestre, fluvial, acémilas) y la capacidad máxima de carga en transporte.

Paso 4: Trazabilidad

Identificar los lotes de producción por centro, productor y fecha de cosecha que garanticen la calidad de la fermentación del cacao.

4.1.13.3 Estrategias de mercado y de venta

En un momento como el actual, en el que la competencia es cada vez más intensa, el área de ventas es muy importante para la competitividad de la empresa. Todos sabemos que es compleja la fijación de objetivos, la asignación de presupuestos de ventas, la correcta aplicación de las técnicas de ventas, etc.

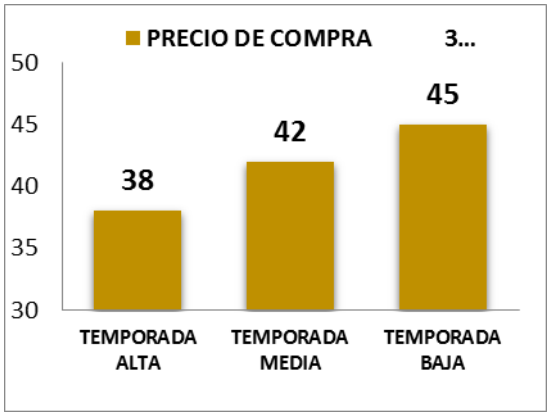
Por ello, es necesario aplicar la siguiente metodología:

1. Incrementar las ventas gracias a la mejora de los rendimientos
2. Análisis, selección y formación en técnicas de ventas del equipo humano.
3. Definición de objetivos para el equipo de ventas.
4. Definición de presupuestos de ventas
5. Fijación de un sistema de control para la fuerza de ventas.
6. Aumentar la satisfacción y fidelización del cliente.
7. Diseño de la red, rutas y territorios de ventas.
8. Determinación de sistemas de remuneración adecuados.
9. Definición de un plan de ventas a partir de los objetivos corporativos y/o del plan de marketing.
10. Diagnóstico del área de ventas a todos los niveles.
11. Planes de acción consecuentes.
12. Definición de procedimientos internos para la gestión del equipo de ventas.
13. Seguimiento semanal o mensual de los resultados.

4.1.14 Estrategias de precio

Nuestra estrategia de precio consiste en establecer un precio más justo y a favor de los productores, es decir mejorando el precio del mercado. La diferenciación de este producto, es por ser un cacao fino de aroma orgánico, mantiene una diferenciación con el cacao nacional, esta cualidad le permite cotizar su producto a mejor precio.

Gráfico 13.- Precio de compra



4.1.15 Políticas de servicio

Para poder cumplir con la entrega oportuna a los clientes, ya que se debe ofrecer un buen servicio, la garantía es que los productores de la organización contarán con la entrega oportuna de la materia prima como cacao seco, pasta de cacao y polvo de cacao.

Los tipos de servicios que se otorgarán a los clientes serán: distribuir en la empresa el producto, recibir y atender a los posibles clientes, dar la información necesaria, etc. Es de decir, una atención al cliente dirigido a brindar una atención culta, respetuosa, amable y personalizada, con calidad de trato, información oportuna, eficiente y con responsabilidad, por parte de nuestras colaboradoras, ya que en los perfiles de nuestro personal se exigirá que quienes estén al frente de ésta empresa en su totalidad sean capacitados en normas de atención al público.

4.2 ESTUDIO TECNICO – ADMINISTRATIVO - LEGAL

4.2.1 Método de producción

Los agricultores siembran con semilla, con viveros organizativos y personales.

Para cuidar la producción se realiza un mantenimiento y limpieza de las plantaciones 3 veces al año donde realizan acciones de poda y limpieza. Esta

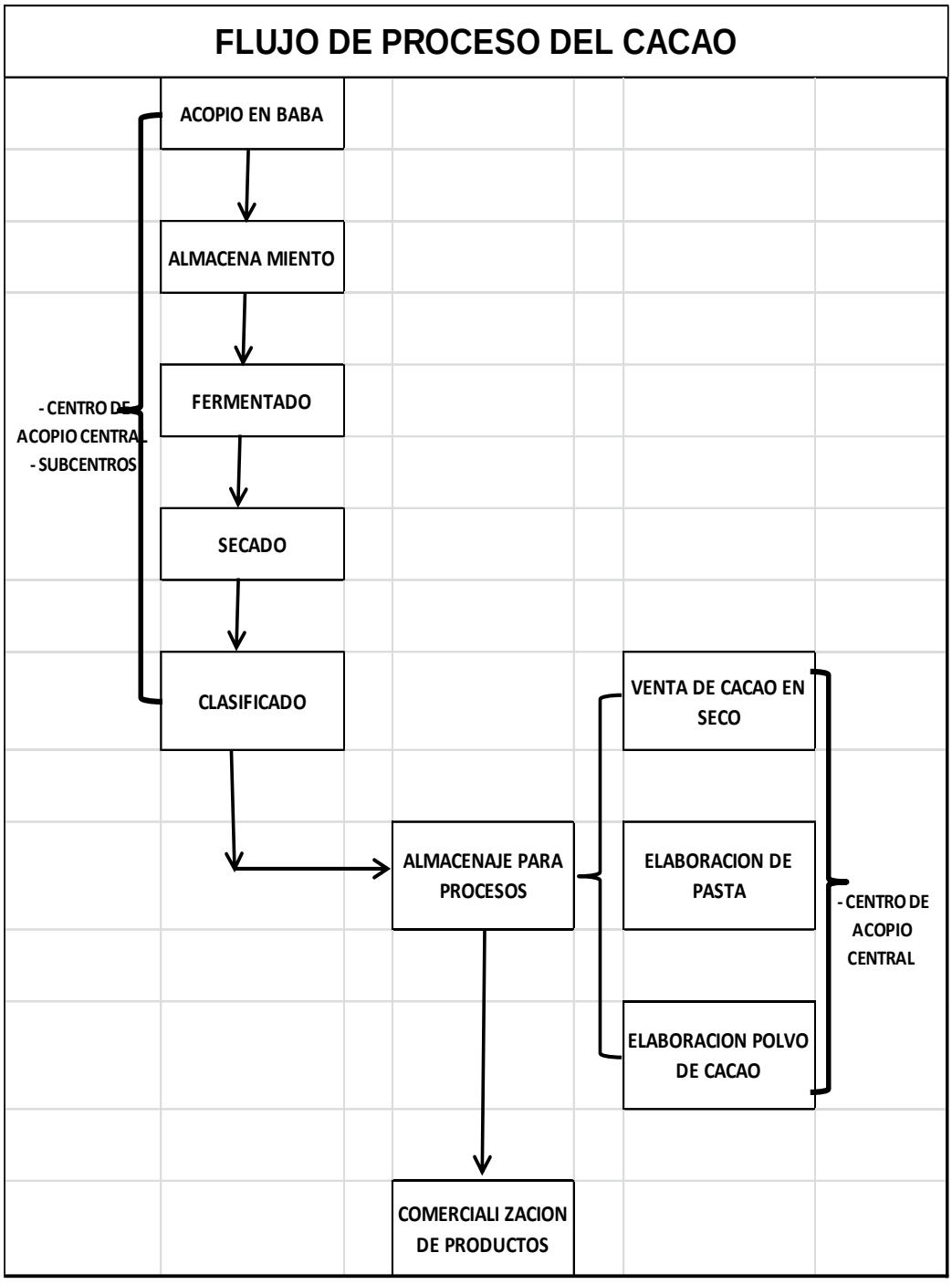
actividad la realizan los productores que en algunos casos contratan a personal adicional de la familia,

Los productores entregan el cacao en baba para que la misma organización realice el proceso de post-cosecha en los respectivos centros de acopio asegurando la calidad y la uniformidad. En este momento los técnicos hacen un estudio de calidad de los mismos para asegurase del estado del cacao.

Para la fermentación ya en las instalaciones de la asociación se utilizan un total de 3 a 4 días en cajones de fermentación.

Posteriormente se procede al secado en un proceso que dura 4 días de promedio en tendales de cemento y/o marquesinas madera, además se apoyarán en los secadores a gas con una duración de 2 horas por cada 45 quintales.

4.2.2 Flujo de del Proceso Productivo



Tal y como observamos en la gráfica anterior el flujo de procesos global desarrollaría:

1) El agricultor cosecha el cacao y lo entrega en baba a los centros de acopio o al centro de acopio central, donde los acopiadores comprueban la calidad de la mercancía y abonan el precio estipulado
2) Se realiza el proceso de fermentado garantizando la trazabilidad del producto, luego se lo seca en los tendales de las instalaciones, para garantizar la humedad requerida se lo seca en los secadores a gas y por último se pasa a la clasificadora para eliminar impurezas. Luego pasa al almacenamiento, de ahí una parte de cacao se lo vende en seco el 40%, otro 30% se procesa en pasta de cacao y el 30% final se prepara en polvo de cacao, se comercializarán a las diferentes empresas con las que trabaja.

La procesadora principal estará en la ciudad de Esmeraldas, y las otras 3 en: 1 en Telembí, 1 en la Sexta (Quinindé) y otra en San Gregorio (Muisne).

La capacidad de la planta donde se realizará el proceso tiene una capacidad para 2.200 quintales en seco, un cuarto frio para mantener 4 Tn. En Pasta y 4 Tn en polvo.

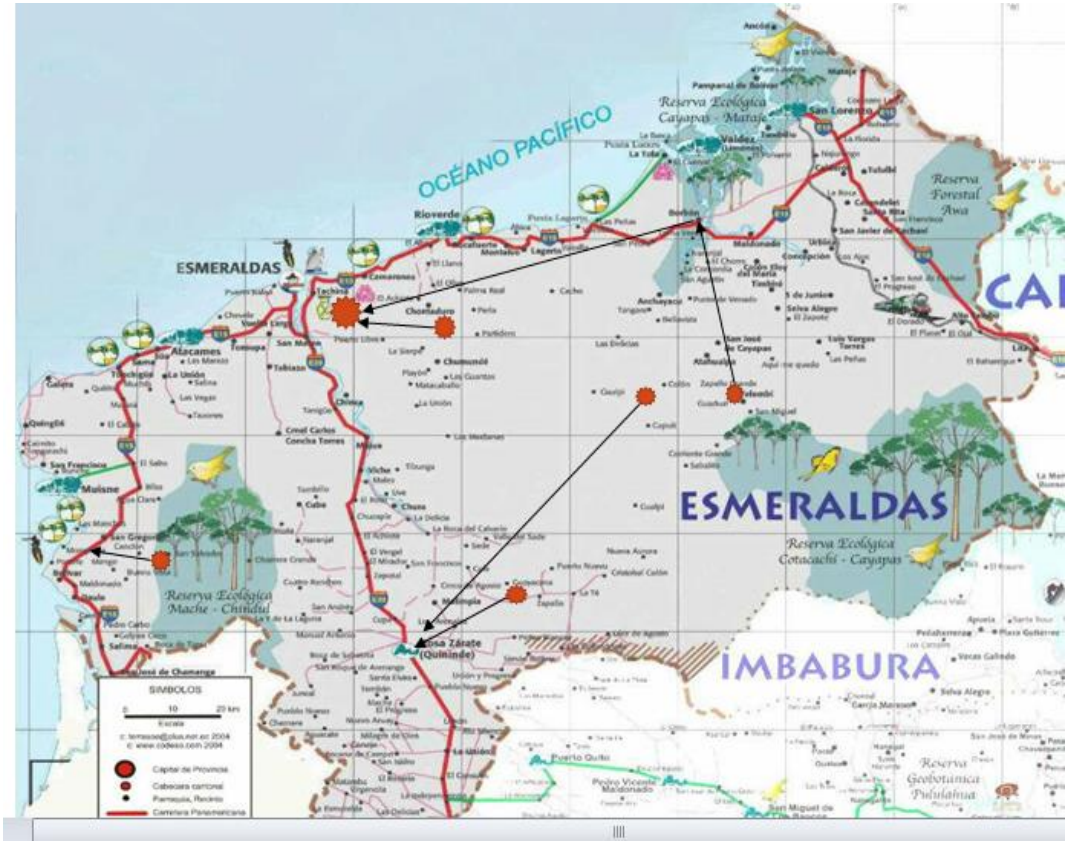
En anexo adjunto se encontrarán los equipos y maquinarias necesarias para los diferentes procesos del cacao.

4.2.3 Control de calidad

Se mantiene un contrato con un laboratorio de la ciudad de Guayaquil, el cual analiza la pureza del cacao, que esté libre de contaminantes, además se realiza la certificación y calificación de las fincas a través de la certificadora italiana “ICHEA”, dando como resultado un grano bien tratado, también se envían muestras del grano, la pasta y el polvo, cuando lo solicitan los clientes o los posibles clientes futuros, esto para demostrar que se cumple con los requisitos que la empresa indica.

4.2.4 Localización

Gráfico 14.- Mapa de ubicación de las zonas productoras.



4.2.5 Macro localización

País Ecuador

Región Costa

Provincia Esmeraldas

Cantón Eloy Alfaro

Micro localización

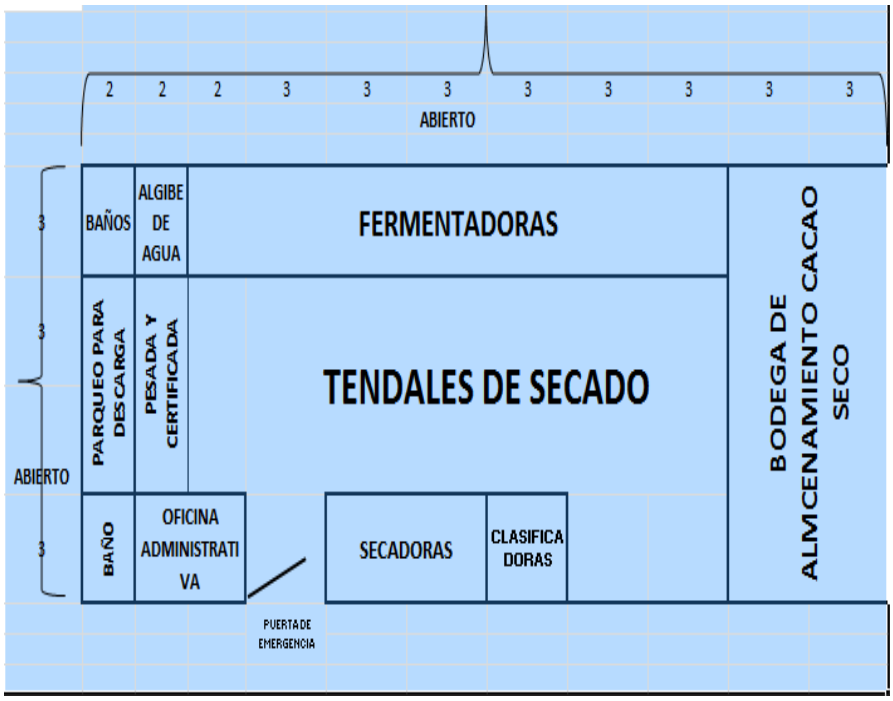
Parroquia Telembí

Recinto: Loma Linda

Sector: Cuenca del Cayapas y Ónzole

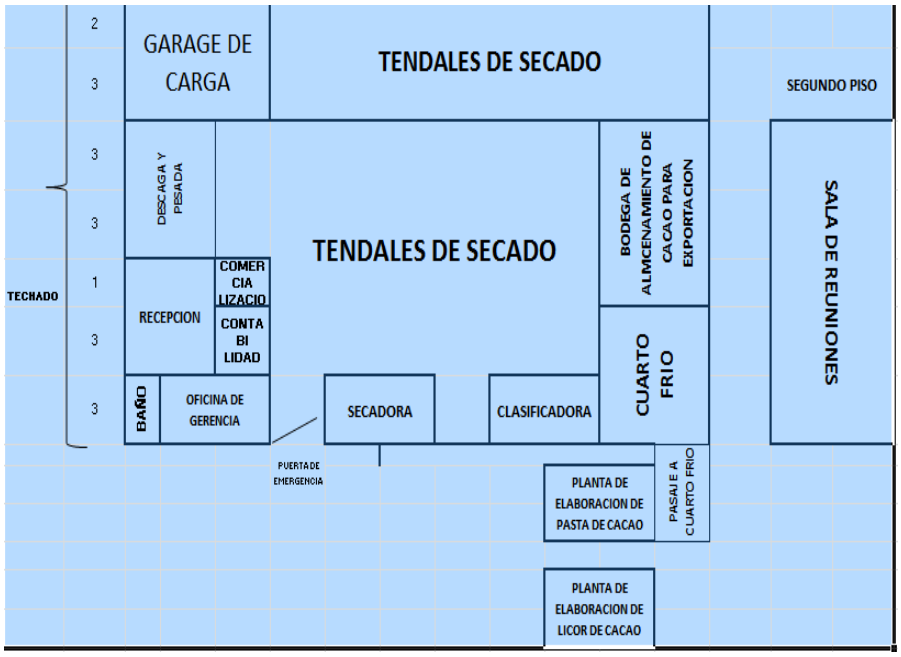
4.2.6 Infraestructura en los Centro de Acopio en zonas de Recolección

Gráfico14.- Distribución de la sucursal de acopio



4.2.7 Infraestructura de la Matriz de Producción

Gráfico15.- Plano de la distribución de la matriz



4.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.3.1 Organizacional

Presidente

Chofer

Obreros

Contadora- Secretaria

Operadores

Supervisor

Junta General de Socios

Guardia

Descripción del equipo emprendedor y equipo directivo

- **Puesto: Presidente**

Misión del Puesto

Planificar y dirigir a la empresa, es el representante legal, se encarga de todas las relaciones comerciales, se encarga de planificar y medir los indicadores de rendimiento y cumplimiento de la empresa, según los objetivos planteados.

Principales Funciones:

- Organizar y controlar las acciones, movimientos, en si todo el desarrollo de la empresa.
- Dirigir eficazmente a la Empresa para alcanzar las metas y objetivos propuestos.
- Constituir un plan de ventas que ayude a la captación de clientes.
- Tener la representación legal y responsabilidad judicial.
- Accionar el cumplimiento de estatutos, políticas de la Empresa.
- Presentar informes económicos sobre el funcionamiento de la Empresa.
- Designar y remover a los funcionarios de la empresa.
- Analizar la tendencia cambiante del mercado y la aparición de nuevos competidores.
- Promover la comunicación y el trabajo en equipo.
- Manejar la información con mucha discreción y confidencial.

Puesto: Contadora- Secretaria

Misión del Puesto

Responsable de la planificación, organización y coordinación de todo lo relacionado con los ingresos y gastos, realizar los estados financieros requeridos por la empresa, asiste al presidente, apoya en las tareas establecidas, llevar un pequeño control de las actividades de la empresa.

Principales funciones:

- Elaborar los estados financieros en fechas requeridas con información oportuna, relevante y fidedigna.
- Revisar y controlar todas las órdenes de pago con cheque de oficina, corroborando los cálculos presentados.

- Verificar que cada los colaboradores desarrollen en forma correcta sus funciones
- Confeccionar las declaraciones que exige el SRI
- Revisar y controlar los gastos mensuales.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas
- Enviar mail, cotizaciones etc.
- Llevar la agenda del Presidente y notificar al personal las acciones que sean pertinente para cada puesto, para tener un buen desarrollo de las actividades
- Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y el servicio de estos
- Recibir y preparar la capacitación del personal de la empresa

Puesto: Supervisor

Misión del puesto

Seguir y cumplir con las disposiciones de parte del Presidente, controlar todas las actividades del proceso y dirigir la producción de la empresa.

Principales funciones:

- Cumplir con las órdenes de producción diarias
- Controlar la calidad del producto
- Supervisar el personal
- Estar atento a las adquisiciones y requerimientos de la producción y de los Procesos

Puesto: Operador

Misión del puesto

Seguir y cumplir con las disposiciones de parte del Presidente y del Supervisor, con el fin de llevar la planificación establecida para el tratamiento del producto.

Principales funciones:

- Cumplir con las órdenes de producción diarias
- Manejar y mantener adecuadamente las maquinarias.
- Preparar, empacar y embodegar el producto

Puesto: Obrero

Misión del puesto

Desempeñar las labores pesadas y actividades para el tratamiento del cacao fino de aroma desde la llegada del cacao en baba hasta la comercialización.

Principales funciones:

- Cargar el producto para el proceso de fermentado, secado y clasificado del producto
- Remover el caco cada hora para obtener un mejor cacao seco
- Realizar el proceso de clasificación, ensacado, pesado y etiquetado.

Puesto: Chofer

Misión del puesto

Desempeñar las labores de manejo del camión, cumpliendo con los requerimientos necesarios para un buen desempeño.

Principales Funciones:

- Manejo de vehículo para la comercialización del cacao.
- Mantenimiento y control del vehículo
- Manejo adecuado de las guías de transporte
- Realizar los requerimientos necesarios y a tiempo para el buen funcionamiento del vehículo.

Puesto: Guardia

Misión del Puesto

Cuidar continuamente a la organización cumpliendo debidamente con sus labores correspondientes.

Principales Funciones:

Mantener en constante vigilancia las instalaciones

Controlar el ingreso de las personas a la organización

4.3.2 Legal jurídica y fiscal

Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas).

El centro de acopio y comercialización de cacao fino de Aroma está constituido bajo la forma de Asociación, conformado por 15 socios, con el fin de buscar fuentes de financiamientos estatal o de ONG´s externas, el nombre que llevará será **"Asociación Chachis de Esmeraldas"** la cual está bajo dominio de la

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), se procederá a elaborar los estatutos, necesarios para su funcionamiento.

Para los efectos fiscales y tributarios la Asociación, estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a $400 USD (DÓLARES) monto fijado por la el SEPS.

La escritura pública de la formación de la Asociación, será aprobada por la SEPS, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la Asociación y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

Los estatutos de constitución serán otorgados por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En los estatutos se expresará:

1) Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;

2) La denominación objetiva o la razón social de la asociación;

3) El objeto social, debidamente concretado;

4) El domicilio de la compañía;

5) La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la Asociación, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;

9) La forma de deliberar y tomar resoluciones en la Asamblea general y el modo de convocarla y constituirla; y,

10) Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley

Modalidad contractual (emprendedor y empleado)

Para contratar al personal de la empresa, se elaborarán diferentes contratos, tanto para el área administrativa como de producción donde se detallarán cada una de las actividades que se van a realizar, el horario de trabajo, sueldos a pagar y todos los beneficios que exige la ley que se debe cumplir con el personal según la ley establecida.

Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos.

Procedimientos legales para su constitución

Para la constitución de este tipo de Asociaciones se debe cumplir una serie de formalidades generales tales como:

• Solicitud a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, pidiéndola aprobación del tipo de Asociación, y registro del nombre o denominación, en la cual se presenta varias alternativas, para el consentimiento de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación idéntica o semejante.

• Elaboración de los estatutos, suscrita por abogado, en la que se debe especificar el nombre de la empresa, el domicilio, alcance de las actividades de la misma, el nombre de los socios con la estructura del capital, y los demás aspectos que se deben considerar para obtener el acuerdo ministerial.

• Apertura de una cuenta de integración de capital en cualquier institución financiera autorizada para este fin, realizando el primer depósito que debe ser no menor a $ 400,00.

• Los estatutos aprobados por el SEPS, se elevan a escritura pública ante un Notario de la localidad en donde la Asociación realizará sus actos de comercio con las firmas de los socios fundadores.

• Obtención de la patente municipal a fin de que se pueda ejercer actos de comercio.

• Elaboración e inscripción de los nombramientos de las personas encargadas de la administración de la Asociación en el SEPS..

• Obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

INSTITUCIONES RELACIONADAS

Existen varias instituciones en el país que están directa e indirectamente relacionadas con la industria del cacao, ya que se encargan del desenvolvimiento legal de las empresas; a continuación, se detalla cuáles son éstas:

SRI.- El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma, encargada de la administración y recaudación delos impuestos que están bajo su ámbito de acción.

Entre los propósitos básicos del SRI está la difusión y capacitación de los contribuyentes respecto a sus obligaciones tributarias y la atención y resolución de sus peticiones, reclamos y consultas que se presenten conforme la Ley. En los casos justificados de evasión de tributos, aplica las sanciones correspondientes.

El SRI tiene como objetivo general, impulsar una administración tributaria moderna y profesionalizada que mantenga una relación transparente entre el Fisco y el contribuyente, para asegurar un incremento sostenido en valores reales de los tributos administrados por la institución.

Para el período 2017 – 2025 se definen las líneas estratégicas:

— Mejoramiento productivo y acceso a mercados

— Gestión sustentable del ambiente

— Formación de talentos para el desarrollo humano

MAGAP.- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador. Este Ministerio está encargado de coordinar, diseñar y evaluar las políticas del sector agropecuario con el resto de sectores económicos y sociales. Además, entre sus funciones está proporcionar condiciones de estabilidad y claridad en las reglas de juego que incentivan las inversiones privadas en el sector agropecuario.

4.4 VIABILIDAD FINANCIERA

Explicación de la viabilidad financiera

En el análisis realizado al proyecto desde el punto de vista financiero se pudo determinar que la asociación Chachi, necesita en función de la capacidad de producción, sustentada en el estudio realizado, la proyección de compra y venta de cacao para la exportación, requiere de la siguiente inversión.

4.4.1 Resumen de Inversión

CENTRO DE ACOPIO CHACHI RESUMEN DE INVERSION INICIAL			
DESCRIPCION			**TOTAL**
EQUIPOS INFORMATICOS	1	4.600,00	4.600,00
MUEBLES Y ENSERES	1	8.960,00	8.960,00
EQUIPOS DE OFICINA	1	6.775,00	6.775,00
MAQUINARIAS	1	611.540,00	611.540,00
HERRAMIENTAS VARIAS	1	2.920,00	2.920,00
EDIFICIOS	1	82.800,00	82.800,00
VEHICULOS	1	127.779,00	127.779,00
UNIFORMES	1	920,00	920,00
MATERIALES DE OPERACIÓN	1	1.892,80	1.892,80
SUMINISTROS DE ASEO	1	216,00	216,00
GASTOS LEGALES	1	1.045,00	1.045,00
CAPACITACION	5	1.200,00	6.000,00
			-
MATERIA PRIMA	1,5	88.920,00	133.380,00
COSTOS OPERCIONALES	1	16.342,48	16.342,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1	7.895,42	7.895,42
TOTAL INVERSION INICIAL			1.013.065,70

4.4.2 Financiamiento

CENTRO DE ACOPIO CHACHI FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	1.013.065,70					
DESCRIPCION	**APORTE DE CAPITAL**	**100%**	**TASA SISTEMA FINANCIERO**			**TASA APLICADA AL PROYECTO**
					%	
APORTE PROPIO	50.000,00	0,049355	Tasa Pasiva	4,25	0,0425	0,00210
PRESTAMO BANCARIO	963.065,70	0,950645	Tasa Activa	10,25	0,1025	0,09744
TOTAL INVERSION	1.013.065,70	1,000000				0,099539
COSTO DE CAPITAL						9,95%

4.4.3 FLUJO PROYECTADO PRIMER AÑO

CENTRO DE ACOPIO CHACHI

FLUJO DEL PROYECTO DEL PRIMER AÑO

	INGRESOS	
+	INGRESOS POR EXPORTACION	2.169.975,26
+	OTROS	
=	TOTAL DE INGRESOS	2.169.975,26
	EGRESOS	
+	COSTO DE PRODUCCION	1.221.129,67
+	GASTOS OPERACIONALES	131.548,43
+		
=	**TOTAL COSTOS**	1.352.678,10
=	**GANANCIA BRUTA EN VENTAS**	817.297,16
-	GASTOS ADMINISTRATIVOS	85.691,86
-	INTERESES DE PRESTAMOS	96.025,70
		181.717,56
-	UTILIDAD OPERACIONAL	635.579,60
-	15% PARTICIPACION TRABAJADORES	95.336,94
=	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	540.242,66
-	IMPUESTO A LA RENTA 22%	118.853,39
=	UTILIDAD DEL EJERCICIO	421.389,27
+	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	84.560,97
-	PRESTAMOS BANCARIO	- 58.302,50
=	FLUJO NETO DEL PROYECTO	447.647,74

CAPÍTULO V

5. DISCUSIÓN

La investigación realizada, se la hizo en una zona rural apartada del primer centro poblado que es Borbón, a una distancia de 3 horas en canoa de motor, donde su sostenibilidad depende del bosque primario, la recolección de productos, la caza, la pesca y algunos productos cultivables como el cacao y las frutas, algunas zonas donde se produce el cacao, tienen pequeños centros de acopio, es decir, lugar donde recopilan su cacao para venderlo al intermediario, en unos casos, otros su producto lo llevan a la zona de Borbón, pero es más costoso.

Esta forma de comercialización diferencia a los demás estudios, por cuanto la mayoría de productores de las otras investigaciones están cerca a los lugares donde existen caminos de primero y segundo orden, donde existe más oportunidad de acceder a la venta y sus costos de aprovisionamiento de alimentos son más baratos, sin embargo, las otros estudios no son similares en cuanto a los fines que persiguen, pues ellos llegan hasta la comercialización del producto en grano, en cambio, en la investigación realizada se persigue la transformación del producto, como es dar valor agregado, para conseguir cacao en pasta, polvo de cacao y manteca de cacao. Uno de los estudios como es la Asociación Ambu Kakabu, de la etnia Chachi, que tienen un proceso aplicado donde obtienen lo que es el Polvo de cacao, (Sandoval, 2013), otro estudio (Sánchez, 2014), donde se aplica la utilización del cacao es la elaboración de golosinas en base al chocolate, pero no desarrollan más que un proceso artesanal.

De los resultados obtenidos, se puede apreciar que, en la zona de la cuenca del Cayapas, existe una enorme producción de cacao, que permitiría una suficiente capacidad de producción para la elaboración y transformación de productos con mayor valor agregado, además, esto permitiría intercambiar con los productos de primera necesidad a un precio justo, mejorando en algo sus condiciones de vida.

Este estudio es nuevo en la zona del Cayapas, se han realizado investigaciones sobre la naturaleza, los ríos, su cultura, sus costumbres, su ciencia medicinal, la deforestación, pero, no se había hablado de la producción y sus derivados, con este estudio se trata de alcanzar el objetivo general que se plantea. Que es implementar procesos de producción en lugares apartados, donde se pueda contribuir al mejoramiento de la zona y de vida de la población.

Todas las investigaciones previas, utilizan las mismas metodologías como es: el método descriptivo, el nivel cuantitativo y cualitativo, utilizan la encuesta y la entrevista como herramienta técnica, solamente (Sánchez, 2014), utiliza el método exploratorio.

Se podría indicar, que las limitaciones de la investigación es el tiempo y los costos, pues el sitio donde se investigo es apartado, no existe un lugar cómodo para poder alojarse, la alimentación es cara y los costos del transporte también, pues hay que navegar por río, y los lugares son distantes de un punto de acopio a otro.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- La investigación presento una serie de inconvenientes sobre aspectos operativos y de movilidad del equipo, no fue fácil el ir a acceder a los lugares donde se ubican los productores y los centros de acopio, pues había que encuestar a los productores y a los centros de acopio, y comprobar la realidad de su entorno, la producción actual de cacao es grande 3000 hectáreas actualmente y 800 ha. más en vías de producción, con una producción en temporada baja de 15.000 quintales de cacao en baba, pero las condiciones de vida muy precarias, en especial la niñez, los alimentos son caros y su dieta nutritiva baja en calorías, lo mismo sucede con el transporte, para trasladarse a un centro poblado, el costo es muy alto para sus condiciones económicas.

- El plan de negocios determina una serie de procesos que la Asociación está dispuesta a realizar, para lograr el aprovechamiento de su gran producción, además, se determina que existen los factores adecuados para poder conseguir una cadena productiva y dar un valor agregado al producto, poseen la luz eléctrica cerca de su poblado, la mano de obra adecuada, tecnología de comunicación, además, todo su producto en aprovechable, evitando la contaminación del ambiente y del río. Cuentan con los contactos adecuados, para, la venta y la exportación del producto, tomando en consideración que el 95% de su producción es cacao fino de aroma.

- El estudio financiero determinó que sus indicadores financieros son positivos y sobre todo que la recuperación de la inversión la lograrían en el tiempo de casi un año y medio, esto se logra por cuanto, en el proceso de transformación la rentabilidad es casi tres veces lo que cuesta producir los productos.

6.2 RECOMENDACIONES

- Los estudios de carácter de desarrollo productivo, no están considerando al sector rural como factor principal de producción, por tal motivo, se debería incursionar en la presentación de estos proyectos a entidades financistas, a Ong´s que apoyen procesos de transformación, donde pueden generar desarrollo socio económico de estos sectores e involucrar en el manejo de nuevas tecnologías en lugares apartados, mejoramiento de la producción y calidad del producto.

- La universidad debería tomar la pauta, pues a través de las diferentes Escuelas de la Facultad de Administración, capaciten a los grupos y socios productores en aspectos administrativos, financieros, de mercado y de tecnología informática, a pesar de que, entre su gente, ya existen profesionales en algunas ramas, se requiere de prepararlos para la gestión productiva y de liderazgo.

- Un estudio financiero completamente analizado, costeado y evaluado se presenta para que se considere este proyecto para ser presentado a cualquier entidad financiera, ya que, ha abarcado todos los aspectos necesarios y reales para que sean analizados y comprobados.

BIBLIOGRAFIA

Andía, V. P. (Enero a junio 2013). Los planes de Negocio y los proyectos de Inversión: Similitud y diferencias. (U. N. Marcos, Ed.) *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, pp. 80-84.

Baena, D. (2014). *Análisis financiero, Enfoque y proyecciones* (Segunda edición ed.). Bogotá - Colombia : Ecoe Ediciones.

Barrientos, P. (Enero - Junio de 2015). La cadena de Valor en Perú y su oportunidad en el mercado mundial. *Semestre económico, Volumen 18*(37), 129-156. doi:ISSN 0120-6346

Cotler, H. F. (2001). Sistemas de Producción Agropecuario. 1-2.

Garrido, P. (2015). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio, Secado y Comercialización de Cacao Fino de Aroma Cultivado en el Recinto Balzalito del Cantón Muisne Provincia de Esmeraldas.* Esmeraldas , Esmeraldas, Ecuador.

Gordon, W. (2010). *Industrializaciòn y Comercialización del Cacao en El Cantón Manta.* Guayaquil - Ecuador: Repositorio Universidad de Guayaquil Carrera de Economía.

Granda, L. A. (2012). *Plan Estrategico para la Producción y Comercialización Internacional de Chocolates Elaborados en Base del Cacao Ecuatoriano.* Quito: Repositorio de la Universidad Salesiana, Maestría en Administración de Empresas - ASegunda Edición.

Hernández, S. F. (2003). *Metodología de la Investigación* (cuarta edición ed.). Méxixo: Mc Graw Hill.

Inter Team. (2011). *La Comercialización Campesina y sus desafios.* Honduras: Red Comal.

Presidencia de la República. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular Y solidaria.* Quito.

Romero, E. F. (Enero-Abril de 2016). Producción y comercialización del cacao y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro. *Revista Ciencias UNEMI, 9*(17), 56-64. Obtenido de ISSN: 1390-4272

Sanchez, J. (2014). *CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCIÓN DE DULCES TRADICIONALES DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS Y EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARAMELOS Y CHOCOLATES CON SERVICIO INTEGRADO.* Esmeraldas - Ecuador.

Sandoval, I. (2013). *Producción y Comercialización Asociativa de Polvo de Cacao Artesanal, como Desarrollo de la Cultura Chachi del Cantón Eloy Alfaro, Provincia*

de Esmeraldas. Esmeraldas: Repositorio Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

SEMPLADES. (2013). *PLan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017.* Quito.

ANEXOS

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

Buenos días, soy Erika Sánchez estudiante de Administración de Empresas de la PUCE Sede Esmeraldas y me dirijo a Ud. cordialmente para pedirle que responda la siguiente encuesta, la misma que tiene como objetivo analizar la capacidad de producción que se obtiene en la comunidad y la forma de abastecimiento de víveres, esta investigación es un trabajo de Tesis exigido por la Universidad, previo al título profesional.

1.- ¿A qué centro de acopio pertenece?

_____

2.- ¿Qué cantidad semanal se acopia en esta comunidad?

_____

3.- ¿Cuantas hectáreas promedio tienen sembrado?

_____

4.- ¿Cuántos quintales por hectárea recoge?

_____

5.- ¿Qué tipo de cacao siembran?

Fino de aroma _____ CCN51 _____

6.- ¿Qué tipo de mantenimiento realizan?

_____ _____ _____

7.- ¿En qué estado venden el cacao?

En baba _____ Semiseco _____ Seco _____

8.- ¿Cuál es el precio de venta de un quintal en baba?

$ _____

9.- ¿Cuál es el precio del cacao en temporada de cosecha?

$ _____

10.- ¿Dónde vende el cacao?

_____ _____ __

11.- ¿En que utilizan el dinero de la venta del cacao?

_____

_____

_____

_____

_____

12 ¿Dónde se aprovisionan de víveres?

_____

_____

_____

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

Buenos días, soy Erika Sánchez estudiante de Administración de Empresas de la PUCE Sede Esmeraldas y me dirijo a Ud. cordialmente para pedirle que responda la siguiente encuesta, la misma que tiene como objetivo analizar la capacidad de producción que se obtiene en la comunidad y la forma de abastecimiento de víveres, esta investigación es un trabajo de Tesis exigido por la Universidad, previo al título profesional.

Entrevista a Relacionados con la producción del cacao

1. ¿Qué variedades de cacao se siembra en la zona norte de la provincia Esmeraldas?
2. ¿Cuál es la producción promedio de las fincas en estos sectores?
3. ¿Por qué no se puede mejorar la capacidad de producción?
4. ¿Qué enfermedades más frecuentes tienen el cacao en estas zonas?
5. ¿Cree que el estado ayuda a mejorar los procesos de mantenimiento de las fincas, como lo hace?
6. ¿Las comunidades productoras de cacao de estos sectores se encuentran bien organizadas?

7. ¿El estado apoya en la certificación de estas fincas, para que puedan a los productores les reconozcan un mejorar precio, o existe algún factor por lo que no se pueda dar esto?
8. ¿Por qué no se exporta el cacao por el Puerto de Esmeraldas?

Ficha de observación			
Ubicación			
Lugar y Fecha			
Lugar			
Fecha			
Nombre del observador			
Aspectos a observar			
Indicadores	**Si**	**No**	**Descripción o información adicional**
Cantidad de pobladores			
Existen Centros de Acopio			
Son comunidades de la etnia chachi			
Intercambian el producto			
El precio se rige de acuerdo a la Bolsa			

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO												
"Proceso Productivo y Comercialización de Cacao y Abastecimiento de Víveres a las Comunidades Chachis de la zona del Cayapas en el Cantón Eloy Alfaro Parroquia Telembí"												
	CRITERIOS A EVALUAR										**OBSERVACIONES**	
	Claridad en la redacción		**Coherencia Interna**		**Inducción a la Respuesta**		**Lenguaje adecuado con**		**Mide lo que se pretende**			
	SI	**NO**	**SI**	**NO**	**SI**	**NO**	**SI**	**NO**	**SI**	**NO**		
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												

ASPECTOS GENERALES	**SI**	**NO**	**OBSERVACIONES**
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta			

VALIDEZ			
APLICABLE:		**NO APLICABLE:**	
APLICABLE ATENIENDO LAS OBSERVACIONES:			

Validado por:	
C.I.	
Firma	
Fecha	

Fotos



















