PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela de Comercio Exterior

Informe de Proyecto

Propuesta de un Nuevo Plan de Comercialización para los Cacaoteros del Valle del Zázara, Cantón Quinindé.

Previo al Grado Académico de Ingeniera en Comercio Exterior

Autora:

Cedeño Orejuela Fanny Otilia

Asesor:

Mgt. Cristhian Mora Torres

Esmeraldas, Agosto 2016

Tribunal de Graduación

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior.

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Mgt. Elías Salazar
LECTOR 1

Ing. Isabel Chila Godoy
LECTOR 2

Mgt. Francisco Mila
DIRECTOR DE ESCUELA

Mgt. Cristhian Mora Torres
DIRECTOR DE TESIS

FECHA:

Autoría

Yo, Fanny Otilia Cedeño Orejuela, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

Sra. Fanny Cedeño Orejuela

C.I.: 0803444876

Agradecimiento

Tengo mucho que agradecer empezaré primeramente con Dios, el ser divino quien me dio la oportunidad de disfrutar la vida y quien ha guiado mi camino llenándome de paciencia y sabiduría para enfrentar los obstáculos que se me atraviesan. Este trabajo y el camino recorrido hasta aquí, no se hubieran logrado sin el aporte de las personas que a continuación detallo:

- A mis padres por su entrega y sacrificio, por el apoyo económico y moral, por los deseos de éxitos que siempre evocaron en mí, los cuales fortalecieron mis ansias de llegar a la meta propuesta.

- A los socios de la Organización de Cacaoteros "Valle del Zázara", y en especial al Sr. Hermes Rivera, presidente de la Asociación, por permitirme trabajar con ellos y ahora entregarles este trabajo que estoy segura que les ayudará de mucho en su microempresa.

- A la Mgt. Cecilia Velazco y al Mgt. Cristhian Mora por la paciencia al momento de enseñar y las pautas emitidas que guiaron esta investigación.

- A la Universidad y en especial a mis profesores que con sus cátedras cultivaron en mí conocimientos valiosos que no solo me servirán en mi vida profesional sino también personal.

- Nunca me faltó apoyo moral por parte de mis familiares, amigos (as) y compañeros (as) a ellos también mi eterno agradecimiento por el deseo sincero de verme llegar hasta aquí.

- De manera especial agradezco a mi esposo Ivan por su apoyo incondicional, quien siempre tuvo una palabra de aliento en los momentos difíciles y la alegría propia para celebrar conmigo los pequeños éxitos de mi vida universitaria.

Dedicatoria

Quiero dedicar la culminación de mi carrera a mis padres ya que ellos fueron los que me han transmitido las ansias de lucha y progreso diario desde el momento de mi nacimiento hasta la actualidad, este proyecto es un reflejo de mi dedicación y sacrificio a lo largo de la carrera es por esto que también dedico este trabajo a mi hijo Esteban, para que vea en mi un ejemplo de lucha constante.

Índice de Contenido

Contenido	**Página**
Portada	i
Tribunal de Graduación	ii
Autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Índice de Contenido	vi
Índice de Ilustraciones	x
Índice de Tablas	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	14
Capítulo I	
1. Marco Contextual de la Investigación	16
1.1. Problema de Investigación	16
1.2. Justificación	17
1.3. Objetivos	18
Capítulo II	
2. Marco Teórico de la Investigación	19
2.1. Antecedentes de estudio	19
2.1.1. Cacao	19
2.1.2. Tipos de cacao producidos en el Ecuador	19
2.1.3. Producción de Cacao Nacional	20
2.1.4. Asociaciones campesinas en el Ecuador	21
2.1.5. Exportaciones de cacao en el Ecuador	22
2.2. Fundamentación teórica	22
2.2.1. Plan de Comercialización	22
2.2.2. Investigación de Mercado	23
2.2.3. Plan de Marketing	23

2.2.4. Realce Mundial del cacao ecuatoriano 24
2.3. Fundamentación legal 24
CAPITULO III
3. Metodología de la Investigación 26
3.1. Métodos utilizados en la investigación 26
3.2. Construcción metodológica del objeto de investigación 26
3.2.1. Nivel de la investigación 26
3.3. Elaboración del marco teórico 27
3.4. Recolección de la información empírica 27
3.4.1. Información primaria 27
3.4.2. Información secundaria 28
3.5. Descripción de la información obtenida 28
CAPITULO IV
4. Análisis e Interpretación de los Resultados en Relación con los Objetivos de la Investigación 30
4.1.Análisis e interpretación de los resultados 30
4.2. Entrevistas de campo realizadas 30
4.3. Antecedentes de la Microempresa Valle del Zázara 32
4.4. Aspectos Administrativos y Legales de la Microempresa Valle del Zázara 33
4.5.Aspectos Comerciales 34
4.5.1. Demanda 37
4.6. Producción Actual de la Microempresa Valle del Zázara 38
4.6.1. Abastecimiento 38
4.6.2. Capacidad Productiva de las máquinas 39
4.6.3. Descripción del Producto 40
4.6.4. Diseño del Producto 40
4.6.5. Proceso de Elaboración 43
4.6.6. Distribución y Localización 45
4.7. Análisis de la Competencia 45
4.8. Factores de Riesgo 46
4.9. Análisis FODA 48

4.10. Conclusiones 49

CAPITULO V

5. PROPUESTA 50

5.1. Introducción 50

5.2. Justificación 50

5.3. Objetivos 51

5.4. Desarrollo de las Estrategias FODA 51

5.5. Desarrollo de la Propuesta 54

5.5.1. Desarrollo de la Misión y Visión 54

5.6. Propuesta del Nuevo Equipo Directivo 54

5.7. Aspectos Legales 56

5.7.1. Inscripción en Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) 56

5.7.2. Registro de Patente, Marcas y Normas Sanitarias 57

5.7.2.1. Marcas 57

5.7.2.2. Registro Sanitario 60

5.7.2.3. Registro Fitosanitario de Agrocalidad 60

5.8. Propuesta de Mejoramiento de Producción 62

5.8.1. Propuesta del Mejoramiento de la Infraestructura 65

5.8.2. Mejoramiento del Cronograma de Producción 66

5.9. Reestructuración del Talento Humano 67

5.9.1. Normativa de Prevención y Riesgo 68

5.9.2. Clasificación de Desechos 69

5.10. PLAN DE MARKETING 69

5.10.1. PRODUCTO 69

5.10.1.1. Imagen 69

5.10.2. PRECIO 72

5.10.2.1. Proyección de la Demanda 72

5.10.2.2. Variables para la fijación del precio 81

5.10.2.3. Determinación del precio 82

5.10.3. DISTRIBUCION 84

5.10.3.1. Características del consumidor 84
5.10.3.2. Clientes claves 85
5.10.4. PROMOCION Y PUBLICIDAD 85
5.11. REESTRUCTURACIÓN FINANCIERA 89
5.11.1. Presupuesto de Inversión 90
5.11.2. Resumen de Costos Fijos y Variables 93
5.11.3. Estado de Resultados del Proyecto 94
5.11.4. Balance de Situación Financiera 95
5.11.5. Fuentes de Financiamiento 96
5.11.6. Indicadores Financieros del Proyecto 97
CAPITULO VI
6. Conclusiones y Recomendaciones 99
6.1. Conclusiones 99
6.2. Recomendaciones 100
ANEXOS
Bibliografía 102
Entrevista Clientes 105
Entrevista Distribuidores 106
Entrevista Proveedores 107
Proformas 108

Índice de Ilustraciones

Ilustración	Página
Figura # 1, Cacao Fino de Aroma	19
Figura # 2, cacao CCN – 51	19
Figura # 3, Visita a la Microempresa Valle del Zázara	29
Figura # 4, Visita a la Ing. Martha Chávez	29
Figura # 5, Visita a Camaris	29
Figura # 6, Visita a Galería Ecuador	29
Figura # 7, Logo actual del producto	34
Figura # 8, Empaque Fino de Aroma	35
Figura # 9, Empaque ANDINES	36
Figura # 10, Imagen de la Cocoa UONCRE	41
Figura # 11, Presentación Andines y Fino de Aroma	42
Figura # 12, Presentación final de Fino de Aroma	42
Figura # 13, Cadena de producción de la Cocoa OUNCRE	44
Figura # 14, Esquema Jerárquico de la Microempresa	55
Figura # 15, Diseño del Galpón	65
Figura # 16, Proceso Productivo Cocoa UONCRE	66
Figura # 17, Nueva Imagen de la Cocoa UONCRE con azúcar	70
Figura # 18, Nueva Imagen de la Cocoa UONCRE pura	70
Figura # 19, Nueva imagen de la Cocoa UONCRE con panela	71
Figura # 20, Parte delantera del tríptico publicitario	86
Figura # 21, Parte trasera del tríptico publicitario	87
Figura # 22, Modelo de la percha publicitaria	88
Figura # 23: Afiche publicitario	89

Índice de Tablas

Tabla	Página
Tabla # 1: Venta de los últimos 5 años	37
Tabla # 2: Insumos para la producción de polvo de cacao	38
Tabla # 3: Maquinarias actuales de la Microempresa Valle del Zázara	39
Tabla # 4: Marcas posicionadas en el mercado	46
Tabla # 5: FODA	48
Tabla # 6, Valores a cancelar en las entidades bancarias	61
Tabla # 7, Equipos de Oficina	62
Tabla # 8, Muebles de Oficina	63
Tabla # 9, Equipo de Computo	63
Tabla # 10, Maquinarias	63
Tabla # 11, Suministros menores	64
Tabla # 12, Suministros de limpieza	64
Tabla # 13: Nómina actual de Talento Humano	67
Tabla # 14: Nómina actual de Talento Humano	68
Tabla # 15: Demanda de los últimos 5 años	72
Tabla #16: Proyección de la demanda	73
Tabla # 17: Requerimiento de polvo de cacao	74
Tabla # 18: Demanda de los últimos 5 años	75
Tabla # 19 Proyección de la demanda	76
Tabla # 20; Requerimiento de polvo de cacao	77
Tabla # 21; Demanda de los últimos 5 años	78
Tabla # 22; Proyección de la demanda	79
Tabla # 23; Requerimiento de polvo de cacao	80
Tabla # 24 Costos Productivos	81
Tabla # 25; Precios	82
Tabla # 26; Características del entorno del mercado	84

Resumen

El presente proyecto se realizó para resolver la problemática que afecta a la Asociación Valle del Zázara del cantón Quinindé, la cual es la subutilización de sus maquinarias así como la deficiente administración que llevan sus socios, y la falta de certificación de su producto, ya que ellos comercializan, en el país y una pequeña parte en Francia, un producto con denominación orgánica y, aunque se lleva un procesamiento adecuado desde el cultivo de la materia prima, debe contar con un certificado que abalice su constitución orgánica.

Como parte de la solución a esto se realizó un plan de comercialización el cual permite mejorar el sistema productivo de la microempresa, así como la parte administrativa y comercial. Con esto se dará solución a las variables que conforman la problemática de la microempresa.

Se realizó un análisis FODA para determinar la situación actual de la microempresa y desarrollar estrategias para mejorar su escenario en el mercado nacional. El estudio de mercado realizado demostró que mantienen un producto de calidad y con satisfacción de sus clientes.

Se determinó que parte del problema radica en la falta de información financiera y estadística de la microempresa, y la baja integración que mantienen los socios.

Con la implementación del presente plan se pretende aumentar la capacidad de la planta, ya que se ha elaborado un plan de marketing que dará a conocer el producto para captar otros clientes, a más de aumentar la demanda de los actuales clientes. Otro logro que se espera tener es el aprovechamiento total de sus maquinarias para no causar demoras en el procesamiento del cacao.

Abstract

This project was undertaken to resolve the problems affecting the Valley Association Zázara the Quinindé, which is the underutilization of its machinery and mismanagement leading partners, and lack of certification of their product because they market in the country and a small part in France, a product with organic and denomination, although appropriate processing is carried from the cultivation of the raw material, must have a certificate abalice its organic constitution.

As part of the solution to this marketing plan which improves the production system microenterprise, as well as the administrative and commercial part was performed. With this solution it will be given to the variables that make the problem of microenterprise.

a SWOT analysis was performed to determine the current status of small businesses and develop strategies to improve your scenario in the domestic market. The market survey showed that maintain a quality product and customer satisfaction.

It was determined that part of the problem lies in the lack of financial and statistical information microenterprise, and maintaining low integration partners.

With the implementation of this plan is to increase the capacity of the plant, since it has developed a marketing plan that will release the product to attract other customers, more than increase demand for existing customers. Another achievement is expected to have full use of their machinery to avoid causing delays in the processing of cocoa.