

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO

ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LAS VARIEDADES DE CACAO
EN GRANO DE LA FUNDACIÓN MAQUITA EN LA
PROVINCIA DE ESMERALDAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROCESOS

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL MENCIÓN PRODUCTIVIDAD

AUTOR:

MEDINA MEJIA JORGE LUIS

ASESOR:

MGT. ISABEL MALDONADO ROMÁN

Esmeraldas, 2023

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 INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN PRODUCTIVIDAD

Presidente Tribunal de Graduación

Mgt. Cristina Mendoza Macías

Lector 1

Mgt. Cristina Mendoza Macías

Lector 2

Mgt. Frddy Betancourt Aguilar

Coordinador Carrera Administración de empresas

Mgt. Cristina Mendoza Macías

Director de Tesis

Mgt. Isabel Maldonado Román

Fecha: Esmeraldas, noviembre 2023

AUTORÍA

Yo, JORGE LUIS MEDINA MEJIA, portador de la cédula de ciudadanía N.º 0850150830, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi propia autoría, respetando las diferentes fuentes de información, realizando las debidas citas correspondientes.

JORGE MEDINA MEJIA

CI: 0850150830

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a la persona más importante en mi vida la señora Eva Mejía Casierra por brindarme la oportunidad de ser un profesional, dar todo su amor y cariño sin recibir algo a cambio, gracias por el sacrificio y esfuerzo que hizo para lograr el objetivo de ser un profesional, por convertirme en una persona íntegra de excelentes valores y enseñarme con su ejemplo que todo esfuerzo y sacrificio tiene frutos, gracias por luchar y creer en mí, y con mucho entusiasmo y felicidad decirle que este logro es suyo.

A mis hermanos por el apoyo incondicional y poder expresar y decir que si se puede.

AGRADECIMIENTO

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas por la formación profesional.

A todos los docentes que impartieron sus conocimientos, dedicación y consejos los cuales me ayudaron a formarme como profesional y culminar con mis estudios.

Un agradecimiento afectuoso a la Mgt. Cristina Mendoza Macías y al Mgt. Freddy Betancourt Aguilar por el apoyo incondicional y por brindarme su ayuda en los momentos no esperados, gracias por colaborar con su tiempo para que este proyecto de tesis se dé a cabo con el objetivo de graduarme

Al Sr. Iván Catillo Luna por el apoyo y creer en mis capacidades, a mis amigos que de una u otra forma son parte valiosa para la formación personal y brindarme el apoyo incondicional.

A las diferentes personas que de alguna manera aportaron con un granito de arena para poder culminar con mis estudios.

ÍNDICE

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE.....	vi
LISTA DE TABLA.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
INTRODUCCIÓN	1
• Presentación del tema de investigación	1
• Planteamiento del problema	2
• Justificación.....	4
• Objetivos	5
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	6
1.1. Bases teórico-científicas	6
1.2. Antecedentes	13
1.3. Marco legal.....	15
CAPÍTULO II. MATERIALES Y MÉTODOS.....	17
2.1. Tipo de estudio.....	17
2.2. Métodos.....	17
2.3. Definición conceptual y operacionalización de las variables.....	19
2.4. Técnicas e instrumentos	20
2.5 Población y muestra	20
2.6. Análisis de datos.....	21
CAPÍTULO III: RESULTADOS	22
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN.....	28
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES	31
RECOMENDACIONES	32
Referencias Bibliográficas	33
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

LISTA DE TABLA

Tabla 1	Operacionalización de las variables	18
Tabla 2	Proceso de producción de las variedades de cacao en grano.....	21
Tabla 3	Proceso de comercialización de las variedades de cacao en grano.....	22
Tabla 4	Proceso de comercialización de las variedades de cacao en grano.....	24
Tabla 5	Estrategia de los procesos de Producción.....	26
Tabla 6	Estrategia de los procesos de Comercialización.....	26

Resumen

El proceso de producción es la transformación de la materia prima, de productos de consumo, que sirven para la comercialización donde y en esta se identifican actores como el proveedor, comerciante, distribuidor y cliente. Cada actor cumple un rol significativo y elemental para la obtención del producto final. Para el desarrollo de esta investigación se planteó como objetivo analizar los procesos de producción y comercialización de las variedades de cacao en grano, de la Fundación Maquita en la provincia de Esmeraldas, periodo lectivo 2021. La metodología aplicada fue mixta, con el método cuanti-cualitativo, de corte transversal que permitieron recoger datos de manera oportuna en la Fundación Maquita. El alcance del estudio es descriptivo porque se identificaron los nudos críticos en los procesos y comercialización; y la información recogida se la obtuvo a través de la aplicación de técnicas como la encuesta, entrevista y guía de observación. Dentro de los resultados destaca que el tipo de cacao que tiene mayor ingreso (70%) es el de clase fino y de aroma. Respecto a la clasificación y eliminación de impurezas el 60% de los productores afirman realizarlo de forma minuciosa. La Fundación Maquita, en la provincia de Esmeraldas, a diferencia de los centros en otra provincia acopia solo cacao de las diferentes variedades como, fino de Aroma y CCN51. Este estudio permitió conocer que el proceso de producción y comercialización de la Fundación Maquita son altamente efectivos, y que uno de los principales problemas que generan nudos críticos a la hora de la comercialización, se vinculan directamente con la caída del precio del cacao en la bolsa de valores y esto afecta a su costo en el mercado nacional e internacional

Palabras clave: producción, comercialización, cacao.

Abstract

The production process is the transformation of the raw material, of consumer products, which are used for commercialization where and in this, actors such as the supplier, merchant, distributor and customer are identified. Each actor fulfills a significant and elementary role in obtaining the final product. For the development of this research, the objective was to analyze the production and commercialization processes of the varieties of cocoa beans, of the Maquita Foundation in the province of Esmeraldas, school period 2021. The applied methodology was mixed, with the quantitative, qualitative, cross-sectional method that allowed the collection of data in a timely manner at the Maquita Foundation. The scope of the study is descriptive because the critical nodes in the processes and commercialization were identified; and the information collected was obtained through the application of techniques such as the survey, interview and observation guide. Among the results, it stands out that the type of cocoa that has the highest income (70%) is the fine and aroma class. Regarding the classification and elimination of impurities, 60% of the producers affirm that they carry out it in a meticulous way. The Maquita Foundation, in the province of Esmeraldas, unlike the centers in another province, collects only cocoa of the different varieties. This study allowed us to know that the production and commercialization process of the Maquita Foundation are highly effective, and that one of the main problems that generate critical knots when it comes to commercialization is directly linked to the fall in the price of cocoa in the stock market. of securities and this affects its cost in the national and international market.

Keywords: production, marketing, cacao.

INTRODUCCIÓN

- **Presentación del tema de investigación**

El cacao es un árbol con resistencia a la sombra, cultivado en un ambiente húmedo, en los continentes Americano, Africano, Asiático y Oceanía cuyo cultivo data de las culturas Mayas 200 años AC. y usado por los Toltecas y Aztecas en Centroamérica (Müller at Valle, 2020). Se estima que entre 5 y 6 millones de agricultores participan en la producción de cacao en todo el mundo. En el año 2019 y 2020, la producción mundial de cacao fue de 4,7 millones de toneladas de esta producción anual (Carr – Lockwod, 2020).

El proceso de comercialización de cacao necesita garantizar una gran cantidad de producción de alta calidad para poder tener registros de procedencia de cada volumen de lote por variedad que permita seguir y comprobar que se cumple con los requisitos establecidos como lo es, la cosecha y post cosecha del producto. Esto exige que los productores se organicen de manera sólida, transparente, eficiente y con capacidad para cumplir con las exigencias del mercado (Cacao Móvil, 2022).

Referente a la importancia del cacao en la producción y comercialización, Parada y Veloz (2021) detalla que:

En términos de generación de empleos y recursos financieros tiene un gran potencial de crecimiento económico. Por tanto, es imprescindible seguir evaluando y buscando como mantener y mejorar la producción cacaotera ecuatoriana, implementando acciones que le permitan consolidar y mitigar los efectos del cambio climático, estudiar estrategias para lograr disminuir la contaminación de Cd y mantener la producción en los nuevos cultivos, que sin duda alguna está marcando la pandemia (p. 45).

El proyecto de investigación tiene como finalidad el estudio de los diferentes procesos de producción que realiza la Fundación Maquita y a la vez la comercialización en sus diferentes

actividades, las que se enfocaran en promover la asociatividad, producción sostenible y comercio justo.

- **Planteamiento del problema**

Medina -Laliberte (2017), describe que existen varios factores que influyen en la producción de cacao y su comercialización a escala global, entre ellos: el aumento descontrolado de la temperatura terrestre, que crea nuevos escenarios climáticos e influye en el cambio en la dinámica poblacional de insectos. y enfermedades, una disminución de la disponibilidad de agua en el suelo en muchas regiones debido a un aumento de los períodos de sequía o un aumento de la probabilidad de lluvias excesivas que provoquen inundaciones.

Además de los factores que influyeron en la producción y comercialización del cacao, surgió el COVID 19, cuya propagación afectó la producción de alimentos y las cadenas de suministro en un contexto global, debido a la crisis provocada por esta pandemia, estos factores simultáneamente influyeron negativamente (Medina -Laliberte, 2017).

Otro aspecto que afecta a los fabricantes es la entrada en vigor el 1 de enero de 2019 del reglamento sobre cadmio (Cd) en alimentos, aprobado por la Unión Europea en 2014. La norma ha sido implementada debido a que la ingesta de chocolate contaminado con Cd ha aumentado paulatinamente y pudiera convertirse prontamente en un problema de salud pública (Madelá 2020). La producción y comercialización del cacao está influenciada por varios factores que crean un escenario que complica la producción, el transporte, la entrega, el procesamiento y la venta al consumidor final.

A lo largo de los años, la industria del cacao en Esmeraldas se ha destacado por su eficiencia y la constante innovación y desarrollo de sus procesos de cultivo y procesamiento del producto. Este avance en el sector cacaotero no se detiene y continúa presentando mejoras para diferenciarse y acceder a mercados más seleccionados y con mayor capacidad de compra, es por ello por lo que se buscan nuevas estrategias que ayuden a innovar los procesos productivos para mejorar la

productividad, la eficiencia y el rendimiento y así anticiparse. los cambios y adaptarse a su entorno y las diferentes amenazas que se presentan, y así tener una mejor optimización de los recursos (García, 2011).

La Fundación Maquita en Esmeraldas es una empresa dedicada a la producción y comercialización del producto cacao y complementarios, es la encargada de receptor y transformar los granos de cacao bajo dos modalidades:

- Subproducto: NIBS de cacao, Licor de cacao, Manteca de cacao y Torta de cacao.
- Productos (Barras de chocolate) (Caso, 2017).

Esta fundación no es extraña a los cambios de mercado siendo una de los centros de mayor importancia para el desarrollo de la industria, por ello su historia ha sido el crecimiento desde 1989 dando a la ciudad de Esmeraldas asistencia técnica agrícola, comercialización de cacao a nivel nacional e internacional, ampliación de trabajo agrícola, adquisición de una sede propia en la provincia de Esmeraldas, afiliación a la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO), enfocando su interés por alcanzar su crecimiento empresarial y desarrollo organizacional ofreciendo productos de calidad en proceso productivo certificados por: (Maquita, 2018).

- FAIRTRADE: certificación que garantiza a los consumidores que el producto que adquieren cumple con principios sociales, económicos y medio ambientales y comercio justo.
- RAINFOREST: certificación de fincas cacaoteras con prácticas de agricultura sostenible y capacidad para reservar recursos naturales, incrementar la productividad, garantizar medio de vida y condición de trabajo digna.
- USDA ORGANIC certificación orgánica que permite vender en la comunidad europea y Estados Unidos cacao cultivado de forma ecológica.
- NATIONAL ORGANIC PROGRAM: esta certificación es una garantía que el producto cumple con los requisitos ambientales. (ANECACAO, 2019).

Existe una baja productividad que está relacionada con, la edad avanzada de las plantaciones, el manejo inadecuado de las sombras en el cacaotal, el deficiente control de plagas y enfermedades, la baja aplicación de fertilizantes, el inadecuado drenaje del suelo en épocas de lluvias y la nula asistencia técnica y capacitación a productores, esto se debe a la falta estudios de factibilidad para la siembra y comercialización del cacao, lo que constituye un problema importante para los productores de este fruto de origen tropical.

Por lo que fue necesario investigar para conocer en qué situación se encuentran la producción y comercialización de cacao en la Fundación Maquita, al existir diferentes problemáticas investigación se enfocara en responder la siguiente pregunta, ¿En qué situación se encuentra la producción y comercialización de las variedades de cacao en grano de la fundación Maquita?

- **Justificación**

En Esmeraldas existe alrededor de 75.000 hectáreas de cacao, las que producen 525.000 quintales de cacao anual, representando un volumen en ventas de 52.5 millones de acuerdo con los datos de la mesa provincial de cacao de Esmeraldas (Sanchez, 2018). Por lo tanto, el desarrollo de esta investigación es importante debido a que, a través del análisis de los procesos de producción y comercialización del cacao, se identificaran posibles riesgos, problemas que afectan las actividades de la fundación Maquita.

El cultivo de cacao en la provincia de Esmeraldas es una actividad agrícola sustancial, donde el comercio directo del grano a diferentes fundaciones cacaoteras, se considera como una actividad laboral que dinamiza micro exportaciones, al mismo tiempo que genera trabajo para la ciudadanía esmeraldeña. Con lo mencionado se considera que este estudio identificó los nudos críticos que puedan afectar el proceso de producción y comercialización de los agricultores de la provincia, por lo tanto, este estudio es ~~será~~ clave e importante para elaborar estrategias que fortalezcan los procesos mencionados.

Es de suma importancia identificar las principales actividades de producción de la Fundación Maquita, conocer el funcionamiento de las actividades como también el personal vinculado al cumplimiento de los procesos. El presente estudio está orientado a analizar el proceso de comercialización de la variedad de cacao en grano actual de la producción, el que ~~una~~ describe la variedad total de actividades requeridas para la producción de este, hasta la entrega del producto final al consumidor.

El beneficiario directo de la presente investigación es la fundación Maquita y su centro de acopio, aporta a toda persona que se vincula con el sector agrícola como clientes y proveedores. Sirve como herramienta de buenas prácticas en el manejo de información especialmente en el proceso de producción, venta y producto final una adecuada guía de comercialización de la pepa de oro (cacao).

- **Objetivos**

Objetivo general

Analizar los procesos de producción y comercialización de la variedad del cacao en grano, de la Fundación Maquita en la provincia de Esmeraldas del periodo 2021.

Objetivos específicos

1. Conocer los procesos de producción del cacao que se mantienen vigentes en la Fundación Maquita.
2. Caracterizar los procedimientos comerciales y el cumplimiento de los estándares del comercio justo del cacao.
3. Identificar los nudos críticos que se presenta en la producción y comercialización del cacao de la Fundación Maquita.
4. Mencionar estrategias para incrementar la calidad de los procesos de producción y comercialización de cacao de la Fundación Maquita.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teórico-científicas

1.1.1. Producción

Según Tawifk y Chauvel (1993), La producción es la adición de valor a un bien ya sea producto o servicio, por resultado de una transformación, al producir se extrae o modifica los productos o bienes con el objeto de poder cubrir con las necesidades se requiere.

La Producción es analizar las elecciones que realiza la empresa sobre la cantidad y la combinación de los factores productivos en función con el nivel de producción que espera alcanzar. Para ello, es importante conocer los precios de los factores y el nivel de producción deseado. Además, es una actividad dirigida a la satisfacción de las necesidades humanas, a través del procesamiento de las materias primas, hasta generar productos finales, que serán intercambiadas dentro del mercado. (Caso, 2017).

Para Chiavenato (1993), Es un sistema de producción utilizado por las empresas que producen una cantidad limitada de un tipo de producto cada vez. Esa cantidad limitada se le denomina lotes de producción.

Por otro lado, la Universidad Técnica de Latinoamericana (Utel, 2013) detalla que Henry Fayol describe la producción como una función empresarial ligada a la producción de bienes o servicios, es decir que la producción es una función primordial que toda empresa debe cumplir, también se podría incluir que la producción es muy importante para cualquier país pues esto le da un grado de desarrollo, y esto se evidencia a lo largo de la historia.

Según Lozano y Vélez (2017), la teoría marxista escrita por Karl Marx describe que la producción son los instrumentos, materiales y equipo de trabajo que intervienen en el proceso de transformación. Están constituidos por las materias primas, las máquinas, las herramientas, así

como por las unidades de producción (los talleres y fábricas) y recursos financieros, por lo tanto, la producción es la actividad que aprovecha los recursos y materia prima para fabricar o elaborar un producto o servicio para cubrir las necesidades que se crean en el mercado.

1.1.1.1. Medios de producción

Según la teoría marxista de Karl Marx, los medios de producción son los instrumentos y materiales que intervienen en el proceso de trabajo. Es decir que se consideran como medios de producción a los factores intervinientes en todo proceso de trabajo. Abarcan instrumentos mecánicos y tecnológicos o los materiales necesarios para dicha finalidad (Enguita M, 2019)

Según el punto de vista de Enguita (2019), establece una clasificación de los distintos medios de producción que son:

- Directos: personal operario, materias primas, maquinaria destinada a la producción.
- Indirectos: instalaciones destinadas a la tarea productiva, como talleres, almacenes o fábricas.

El concepto de los medios de producción fue introducido por los marxistas y en la actualidad es útil para los análisis teóricos, por ello se toma a los instrumentos y materiales que intervienen en el proceso de producción.

Con el análisis de Universidad Técnica Latinoamericana (Utel, 2013) indica que los medios de producción se pueden denominar como, la tierra, las herramientas (maquinaria), materiales de producción (materia prima), almacén, transporte y dinero. Estos medios de producción están ligados a las relaciones sociales que son cambiantes culturalmente.

1.1.1.2. Factores de producción

Para Gómez, (2017), los factores de producción en una sociedad evolucionada cada bien es necesario que cumpla con tres factores; trabajo, tierra y capital, ya que cada uno de estos factores

distinguen una remuneración y la suma de estas constituye el valor de cambio, en otras palabras, se convierte así en una teoría del coste de producción

La existencia de los factores de producción ya fue formulada por Adam Smith, lo cual lo clasifico en: tierra, capital y trabajo.

- Tierra: son todos los recursos naturales, materia prima,
- Capital: son los recursos económicos no humanos, que la empresa necesita para su producción
- Trabajo: es la mano de obra que realiza el personal en la producción (Robbins, 2009)

1.1.2. Comercialización

La comercialización es un proceso por el cual el producto deben pasar por el área de producción a sus puestos de consumo, por medio de diferentes procesos y operaciones de compraventa de mayorista o minoristas (Caso, 2017).

Según Philip Kotler (2017), describe a la comercialización como un proceso administrativo y un proceso social, por lo cual las personas obtienen un bien o producto que cumple con sus necesidades a través de su generación de deseo, en pocas palabras oferta o intercambio de productos de valor, el proceso de comercialización esta estrictamente relacionado con la economía y no solo por el valor o precio de un producto sino también a la demanda y el mercado cambiante que se tiene en la actualidad.

Para Kotler y Armstrong (2012), la comercialización se define como, una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un bien o producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución de un producto. Comercializar se traduce como el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner, en el lugar indicado y en el momento preciso, una mercancía o servicio para que los clientes que conforman el mercado lo conozcan y consuman.

La comercialización se define como un grupo de actividades selectas para generar la demanda de productos a nivel de cliente, utilizando la negociación como técnica fundamental, este proceso engloba el conjunto de actividades de la organización con el fin de decidir cuándo y con quien vender, comprar o financiar, transportar o almacenar los productos o bienes que el consumidor desee a un precio conveniente. (Cateora y Graham, 2012).

En el mismo orden que se detallan se describe los puntos de vistas de los autores Cateora y Grham (2012), Kotler y Armstrong (2012), se observan similitudes en las definiciones de los autores donde su enfoque indica que la comercialización es un conjunto de actividades realizadas para logara que el consumidor obtenga un producto para su consumo, sin embargo Cateora y Grham (2012), agrega que la comercialización también es financiamiento, así como el almacenaje como complemento de estructura de comercialización, Kotler y Armstrong (2012), menciona las variables de compra, venta y distribución como parte del proceso de comercialización.

La referencia en comercialización se basa en comercializar los productos de manera rentable, teniendo en cuenta al consumidor como base propia de posicionamiento del bien o producto en la mente del consumidor, para efecto el estudio del mercado estable las necesidades y deseos del consumidor para satisfacer con el fin de cumplir con los objetivos planteados por la organización de forma productiva y competitiva (Kotler y Kellen, 2014).

1.1.2.1. Estrategias de comercialización

Para Sainz (2005), menciona que son decisiones que se deben contemplar dentro del marco de la estrategia, la distribución de una empresa de comercialización debe tener en cuenta la elección del tipo de establecimiento y su ubicación, así como la estrategia de servicio al cliente su posventa y su fidelización.

Kotler (1989), plantea que la estrategia de mercadotecnia es la “lógica de mercadotecnia mediante la cual el negocio espera lograr sus objetivos de mercadotecnia. La estrategia consta de estrategias

específicas de mercado meta, mezcla de mercadotecnia y nivel de gastos de mercadotecnia” (p. 64 y 65).

Peter Drucker (1954), afirmaba que la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y que la cambien si es necesario. Y esto lo detalla en su libro *The Practice of Management* adicional parte de su esclarecimiento la idea que los gerentes deberían saber qué recursos tenía su empresa y cuáles debería tener.

1.1.3. Comercio justo

Se define como comercio justo a la asociación comercial que apunta al desarrollo sustentable para los productores excluidos o con desventajas frente al mercado tanto local, nacional e internacional. El comercio justo busca realizar mejores condiciones comerciales para los productores, mediante la educación a los consumidores para provocar una toma de conciencia en el tema de comercio justo (Quintero, 2014).

Como detalla Sosa (2019), el comercio justo es el sistema de relaciones entre las diferentes empresas u organizaciones, productores y consumidores, que permiten generar ingresos dignos y estables, impulsando sus propios procesos de desarrollo, económico, social y ecológicos.

El comercio justo tiene varios beneficios tanto para cooperativas participantes, productores minoristas, sin embargo al cambiar el sistema alternativo se centra mas en las ventas y el uso de estructuras de distribución a lo cual altera ciertos beneficios del productor, con ello busca disminuir el número de intermediarios entre el productor y los consumidores y busca que los productores alcancen una vida digna al recibir un precio justo y estable por encima del mercado y una prima de desarrollo para futuros proyectos comunitarios o de producción a gran escala, también cabe mencionar que la exportación de un producto no debe poner en peligro la seguridad alimentaria de la zona productora (Quintero, 2014).

Es una forma alternativa en la que un sistema de mercado globalizado favorece la pobreza de las masas y las ganancias de un pequeño grupo de personas, mientras que este modelo alternativo se basa en la alianza entre productores y consumidores comprometidos y resta importancia a la ley de la oferta y la demanda en visión sobre el posicionamiento en el mercado, teniendo en cuenta los costes sociales de producción y el poder del consumidor que exige calidad pero al mismo tiempo quiere saber de dónde viene un producto y cómo llega a su hogar. (Sosa, 2019).

1.1.4. Calidad

La calidad del producto es muy importante en el proceso de producción, en las décadas pasadas la globalización económica surge una serie de reformas orientada a la apertura de comercial, ya que existe cada día más competitividad y tienen que ser mejorados y se vincula a la calidad del producto.

La UNCTAD (2003), destaca los estándares internacionales para requerir cacao de calidad, tanto en la fermentación, completamente seco, libre de impurezas y de adulteración. La calidad del producto final se estrecha con las características de la materia prima inicial, algunos aspectos pueden ser evaluados y comparables en cuanto al tamaño, contenido de manteca, dureza entre otras características. (Guerrón, 2018).

De acuerdo con Espinoza (2015), la calidad puede definirse como la capacidad de un producto para conseguir resultados de acuerdo con su fusión, con ello hace referencia a la durabilidad, precisión, factibilidad de uso y confianza del producto, además detalla que la calidad es muy importante para conseguir resultados esperados de la comercialización ya que los mismos aspectos influyen dentro del reconocimiento del producto.

Según la norma de calidad ISO 901 (2016), la calidad es estimada por el cumplimiento de ciertas características inherentes dictadas por la norma, se debe priorizar la eficiencia y consecución de dicho producto o servicio.

El concepto de calidad es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo costo, este grado se debe ajustar a las necesidades del mercado, la calidad no es mas que una serie de cuestionamientos hacia la mejora continua (Deming, 1988).

1.1.5. Cacao

Se requiere de 5 a 6 meses para la respectiva cosecha y fertilización del cacao. La cosecha del cacao consiste en cortar el fruto (mazorca) maduro de los árboles, la cual al abrir se extrae la semilla de los frutos, y se comienza con el proceso de producción. (Caso, 2017). El cacao es un cultivo agrícola el cual exige mano de obra, y su proceso de cultivo es de manera tradicional ya que no existe mayor implementación en tecnología, especialmente en época de cosecha y el procesamiento postcosecha (fermentación y secado).

En la actualidad existe una variedad de tipos de cacao, en los que destaca:

- Cacao Criollo, corresponde a una planta de poco rendimiento, pero sin embargo se destaca su alta calidad de sus semillas, este tipo de cacao posee un cotiledón de color marrón, castaño claro y su olor es muy dulce.
- Cacao forastero: este cacao tiene mayor tolerancia a las enfermedades este representa un 95% de su producción a nivel mundial en los países de África occidental y Brasil.
- Cacao trinitario: en relación con el cacao criollo este cacao es más resistente y productivo, pero sin embargo la calidad no es buena es inferior, este resultado es por el cruce entre cacao forastero y cacao criollo (Guerrón, 2018).

Clasificación de cacao comercial:

En vista comercial e industrial, en el mercado mundial el cacao se clasifica en granos en 2 categorías. (Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT, 1991):

- Ordinario: este tipo de cacao se lo conoce como cacao forastero ya que es utilizado en la fabricación de manteca de cacao y en una producción elevada de chocolate.

- Fino y de aroma: estos granos de cacao se conocen como criollo y trinitario correspondiente al mercado mundial se conoce como cacao fino y de aroma, lo cual se lo utiliza en mezcla con el cacao ordinario para producir sabores específicos. (Guerrón, 2018).

1.2. Antecedentes

Para la presente investigación se optó por tomar algunos estudios ya realizados, que permitieron tener un enfoque más claro sobre los procesos de producción del cacao, la investigación de campo al aplicar las entrevistas y encuestas a los productores y personal vinculado al proceso de producción permitió el estudio para la ayuda y mejora del proceso de producción y comercialización de la fundación Maquita.

Sosa (2019), en su investigación denominada Factores que afectan la comercialización de cacao y materia prima, se planteó como objetivo identificar las causas que retrasan el proceso comercial, a través de un estudio de corte transversal de tipo descriptivo, con su investigación también menciona que el cacao es el tercer rubro más relevante seguido del banano y las flores. Dentro de los resultados destacó que, el 60% de la productividad tiene un inadecuado método de secado del cacao, lo que retrasa los procesos posteriores. Y con esto el proceso de almacenamiento también se ve afectado con un 30% de espacio utilizado. Estableció que el 10% de la tasa de productividad disminuye debido a que en el proceso de clasificación y eliminación de residuos se lo hace de forma mecánica.

En investigación realizada por Tinoco (2014), la producción y comercialización de cacao en el Ecuador periodo 2014 - 2015, se estudió el proceso de producción y comercialización de cacao en el Ecuador. Identificó los canales de comercialización e indagó los destinos de cacao en mercados nacionales como internacionales. Para obtener dichos resultados el autor trabajó con diferentes métodos de investigación: inductivo, deductivo y ficha de observación. En los resultados encontró que 90% del cacao que se distribuye en fundaciones cacaoteras es procedentes de productores minoritarios de cacao, el 60% son campesinos dedicados a la agricultura ya que el cacao ha estado presente en las fincas familiares desde siempre. En el año 2014 reportan una exportación del 87%

equivalente a 236.667 toneladas métricas, seguido por productos elaborados de cacao con un 12% equivalente a 28 toneladas métricas y finalmente productos terminados con una participación de 0,8% equivalente a 1.5 toneladas métricas.

En la estructura de investigación realizada por Sánchez (2018), indica que la necesidad de implementar procesos de producción transformadores en el lugar donde se cultiva el cacao es generar un valor agregado al producto, sus diferentes transformaciones tales 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, en sus resultados indica que existirá un ingreso del 135% al margen de utilidad neta, es decir que al implementar la infraestructura agroindustrial en los sectores de producción en la transformación se tendría un ingreso económico muy rentable, y su tasa de retorno de inversión se recuperaría en 3.5 años.

Viteri (2016), en su investigación denominada Indicadores de productividad agrícola del cacao en el Ecuador, se planteó como objetivo identificar los procesos que involucran una productividad efectiva, por lo que implementó una metodología cuantitativa, y aplicó diferentes técnicas de recolección de datos. Dentro de los resultados encontrados determinó que, el 50% de la productividad se mide por la calidad del cacao que se utiliza, y el otro 50% se condiciona por el tratamiento de producción que recibe. En las organizaciones la productividad está básicamente llamadas mudas (desperdicios) del sistema de producción, como problemas de calidad que genera una pérdida de tiempo en las reparaciones, esta actividad no solo genera valor al producto, sino que consume recursos que dispone la empresa.

La Super Intendencia de Control de Poder del Mercado (2015), En el análisis de la situación y evolución del proceso de producción y comercialización del cacao fino de aroma para el período 2012 – 2014, la producción nacional de cacao para el período 2000-2014 mostró una tendencia de crecimiento con varias variaciones, alcanzando un mayor volumen de producción en el año 2014. El nivel nacional en el año 2011 fue de 224.163 toneladas, para el 2014 presentó un crecimiento del 27,90% respecto al 2013, este aumento en la producción de cacao se debió al uso de buenos métodos agrícolas como la incorporación de nuevas semillas superiores, desde el punto de vista de

la comercialización se puede Se puede observar que el principal país destino del Cacao en Grano en 2014 fue Estados Unidos con exportaciones del 42% o equivalente a 87.2 mil toneladas métricas, seguido de Países Bajos con 12.6% equivalente a 26 mil toneladas, seguido de México con 12.6% equivalente a 26 mil toneladas. el 10,3% equivalente a 21,2 mil toneladas, seguido de Indonesia con una participación del 4,8% con 9,8 mil toneladas; Alemania con un 4,6% equivale a 9,5 mil toneladas y Bélgica ocupa el sexto lugar.

1.3. Marco legal

El desarrollo de esta investigación se apoya en los siguientes artículos establecidos en la constitución del Ecuador:

Art. 410.- El Estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que protejan y promuevan la soberanía alimentaria (Constitución Política del Ecuador, 2011).

Dentro del Ley de Desarrollo Agrario también se considera el Artículo tres de las políticas agrarias, ya que este cuenta con varios ítems que amparan al agricultor campesino, es por lo que se han elegido tres de ellos que más se asemejan a lo planteado proceso productivo del cacao.

Art. 3.- Políticas Agrarias. - El fomento, desarrollo y protección del sector agrario se efectuará mediante el establecimiento de las siguientes políticas:

a) Capacitación integral a los pueblos indígenas, montubios, afroecuatorianos y agricultores en general, para que mejoren sus conocimientos sobre la aplicación de los mecanismos de preparación del suelo, cultivo, cosecha, comercialización, procesamiento y aprovechamiento en general de los recursos agrícola;

b) Preparar al agricultor y al agro empresario para el aprendizaje de técnicas modernas y apropiadas relacionadas con el manejo eficiente y racional de las unidades de producción bajo su control.

c) Con el fin de minimizar los riesgos asociados a los resultados de la actividad agrícola y, como garantía de su justa estabilidad, crear una política encaminada a asegurar las condiciones necesarias para la vigencia de la libre competencia, garantizando así la seguridad, la recuperación de las inversiones y una rentabilidad adecuada. son.

CAPÍTULO II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de estudio

La investigación es de carácter cuantitativo – cualitativo. La metodología de investigación cuantitativa se basó en principios de obtención de datos que fueron procesados estadísticamente y sirvieron de base para la descripción de los procesos realizados en la Fundación Maquita sobre los procesos de producción y comercialización que utilizan.

El alcance del estudio es descriptivo porque se identificaron y describieron los nudos críticos en los diferentes procesos mediante las diferentes técnicas de estudios, lo cual se demostró que presentan falencias en sus procesos.

El enfoque cualitativo se basa en la obtención de datos descriptivos a través de una diversidad posible de métodos. El análisis de los datos cualitativos obtenidos sirvió para analizar y procesar los datos del mercado para transformar en información útil y valiosa.

2.2. Métodos

Método deductivo:

Los procesos de producción y comercialización que se realizan en la fundación tienen una correlación con las experiencias y los conocimientos previos adquiridos en la institución educativa (PUCESE), porque se busca una orientación clara sobre los flujos de materiales e información que se producen dentro de la propia empresa y procesos que tienen lugar después de que el producto esté completado y listo para ser enviado al cliente.

A través de la aplicación de este método se pudo conocer las actividades presentes en el proceso de producción y comercialización de las variedades de cacao en grano, que son la única gama de productos elaborados en la ciudad de Esmeraldas, en el transcurso de la investigación se

evidenciaron nuevos problemas que llevaron a plantear las conclusiones de esta investigación.

2.3. Definición conceptual y operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones variables	de	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores
Proceso de producción y comercialización	Producción		Según Tawifk y Chauvel (1993) producir es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades	<ul style="list-style-type: none"> • Productores • Almacenamiento • Distribución 	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción del cacao • Tipo de cacao • Etapas del cacao • Proceso de secado • Clasificación y eliminación de impurezas
				<ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de materia prima • Recepción • Empaquetado 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de producto • Almacenamiento • Envío de producto
	Comercialización		Actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución (Kotler & Armstrong 2012).	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución de producto final • Técnica de ventas • Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución • Aliados estratégicos • Gama específica • Publicidad • Precio de producto • Competidores • Precio de compra • Precio de venta

2.4. Técnicas e instrumentos

Para el logro de los objetivos específicos se optó por la utilización de técnicas e instrumentos como:

La encuesta se utilizó como herramienta principal para la obtención de información ya que fue tomada a los proveedores, trabajadores y clientes con el fin de saber la situación actual por la cual la Fundación Maquita atraviesa, mostrando sus diferentes procesos tanto de producción y comercialización que se imparten en la misma, es por eso que el anexo A y B es un conjunto de preguntas donde colaboran para el desarrollo de los objetivos que se plantearon para esta investigación.

La entrevista se realizó a los proveedores de la Fundación Maquita comercio justo respecto a las actividades que se desarrollan en el cultivo y producción, logando el desarrollo de todos los procesos que conforman la producción, respecto a los estándares de calidad, almacenamiento y transformación del producto final Anexo C.

Se optó por un tercer instrumento como lo es la ficha de observación para comprender y tener claro el proceso de recepción, almacenamiento y transformación de materia prima en la fundación maquita.

2.5 Población y muestra

La población y muestra de la investigación está compuesta por los trabajadores, proveedores y personal administrativos de la Fundación Maquita, debido a las limitaciones sociales por la presencia del COVID-19, no se hizo un cálculo de muestra, por lo que se procedió a aplicar el muestreo por conveniencia y escoger un grupo de 10 trabajadores que se encargan del proceso de producción en la empresa, 10 que se encargan del proceso de comercialización, 15 proveedores minoritarios como personas particulares.

2.6. Análisis de datos

Para procesar la información obtenida de las técnicas e instrumentos se optó por utilizar el programa estadístico Microsoft Excel con el fin de transformar la información recogida a datos estadísticos para una mejor comprensión, estos datos son descriptivos como promedios, valores mínimos y valores máximos

La información obtenida de las entrevistas y guía de observación se basó en el análisis temático donde se identificaron los patrones y se procedió a sacar conclusiones por cada patrón obtenido, estas técnicas revelaron las emociones, motivaciones y rutinas que se presentan en la Fundación Maquita.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Con la aplicación de las encuestas, entrevista y ficha de observación dirigida a los diferentes grupos de personas involucradas en el proceso de producción y comercialización, se obtuvieron datos específicos que se representan en tablas donde destacan frecuencias y porcentajes.

Se presentan los datos obtenidos en la Tabla 2, sobre los procesos de producción de la variedad de cacao en grano. Al momento de analizar los resultados en la producción de las variedades de cacao en la Fundación Maquita, en su gran mayoría de los encuestados afirmaron que la mayor recepción de cacao se obtiene de proveedores pequeños a esto se suma que el tipo de cacao que tiene mayor ingreso es el de clase fino y de aroma o cacao nacional. Con relación a la fermentación (etapa del estado del cacao) los encargados de este proceso mencionaron que la fundación compra en estado escurrido.

Una vez que el cacao ingresa a la fundación el personal a cargo aseguraron que el secado que se realiza de forma óptima y con ellos cumple con la clasificación y eliminación de impurezas, los productores mencionaron que se lo hace de forma minuciosa. Por consiguiente, al cuestionar la diferenciación de calidad y estado final del cacao con respuesta unánime los encuestados aseguraron que se debe considerar un buen sabor, pureza, sanidad y consistencia del producto. Finalmente, al conocer el lugar de almacenamiento del cacao que ingresa diariamente a la fundación, con gran mayoría afirmaron se lo mantiene en un lugar seco y fresco.

Tabla 2

Proceso de producción de las variedades de cacao en grano

Variables	Parámetros	Frecuencia	Porcentaje
Mayor recepción de cacao/*	Pequeños proveedores (personas)	8	80%
	Medianos proveedores (grupos)	2	20%
Tipo de cacao	Fino y de aroma	7	70%
	Cacao CCN-51	3	30%

Fermentación: etapa del estado del cacao	Baba	2	20%
	Semiseco (escurrido)	6	60%
	Seco	2	20%
Secado del cacao	Óptimo	8	80%
	Regular	2	20%
	Deficiente	0	0%
Clasificación y eliminación de impurezas	Minucioso	6	60%
	Estandarizado	4	40%
	Mecánico	0	0%
Diferenciación de calidad y estado final	Sabor. Pureza y sanidad	0	0%
	Consistencia. Rendimiento del material comestible	0	0%
	Todos	10	100%
Almacenamiento del cacao	Lugar seco y fresco	6	60%
	Lugar húmedo	4	40%
	Lugares expuestos	0	0%
Frecuencia de recepción de cacao	Diario	10	100%
	Semanal	0	0%
	Mensual	0	0%

A continuación, se presentan los datos obtenidos en la Tabla 3, sobre los procesos de comercialización de la variedad de cacao en grano. Los datos obtenidos en la encuesta realizada al personal en cuanto al proceso de comercialización de la Fundación Maquita muestran que el personal encuestado realiza un canal de distribución de manera directa, en relación con los aliados estratégicos que la Fundación Maquita considera importante, el gran parte se menciona que la comercialización se da gracias a los proveedores.

La Fundación Maquita solo receipta cacao ya que es un centro de acopio de cacao, teniendo así un alcance de publicidad de producto amplio, en base a los precios establecidos del cacao, el precio es estandarizado y regulado por la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao en el Ecuador por ende se puede decir que cumple con la

demanda de comercio justo, la presencia de competidores en el mercado afecta la comercialización debido a que la demanda del producto disminuye.

Tabla 3

Proceso de comercialización de las variedades de cacao en grano

Variables	Parámetros	Frecuencia	Porcentaje
Canales de distribución	Directo	6	60%
	Indirecto	0	0%
	Industrial	4	40%
Aliados estratégicos	Proveedores	7	70%
	Clientes	3	30%
Gama específica de negocio	Solo cacao	10	100%
	Cacao y otros frutos	0	0%
Alcance de la publicidad del producto	Amplio alcance	10	100%
	Mediano alcance	0	0%
	Bajo alcance	0	0%
Establecimiento del precio del producto	Estandarizada y regular	10	100%
	Según las condiciones del mercado	0	0%
	Independiente	0	0%
Presencia de competidores	Si afecta	10	100%
	No afecta	0	0%

A continuación, se presentan los datos obtenidos en la Tabla 4, sobre los procesos de comercialización de la variedad de cacao en grano. Se muestra la variable en cuanto el precio y comercio justo teniendo como referencia compra y venta del cacao.

El tamaño de la muestra de los encuestados es muy reducido sin embargo se centro en los precios los cuales se detallan en la tabla 3 sobre sus diferentes etapas de la variedad de cacao en su etapa de baba los encuestados afirman que se encuentra en el rango \$30 – 35, lo cual esta dentro del rango del precio del cacao, en su etapa de semiseco (escurrido) afirmo que se encuentra en un rango de \$40 – 45, y en su etapa seca se confirmó que el

precio se encuentra en el rango de \$101- 120 siendo esto los resultado en cuanto al precio a proveedores, se puede concluir que en relación al precio del cacao en el mercado se encuentra de manera estandarizada y se destaca el comercio justo.

En relación con la venta del cacao el precio estandarizado valor por quintal para la comercialización del cacao en grano el personal encuestado afirmo que se encuentra en el rango de \$130 – 140, con relación al precio establecido por la Asociación Nacionales de Exportadores de Cacao – Ecuador se puede afirmar que se cumple con la normativa del comercio justo y consumo responsable del producto.

Tabla 4

Proceso de comercialización de las variedades de cacao en grano

Variables	Parámetros	Frecuencia	Porcentaje	
Precio de compra a proveedores	Precio cacao baba	\$ 30 – 35	10	100%
		\$ 36 – 40	0	0%
	Precio cacao escurrido	\$40 – 45	10	100%
		\$46 – 50	0	0%
	Precio cacao seco	\$80 – 100	0	0%
		\$101 – 120	10	100%
Precio de venta a clientes	Precio de cacao seco de calidad	\$130 – 140	10	100%
		\$141 - 150	0	0%

Al analizar los resultados de la entrevista dirigida a los proveedores minoritarios, que son la fuente directa del cacao en la provincia de Esmeraldas para la Fundación Maquita se determinó que, la mayor cantidad de los comerciantes campesinos llevan más de un año siendo proveedores de la fundación, en relación a la implementación de estrategias que ha realizado la fundación, los entrevistados aseguraron que dentro de algunas estrategias destacan la utilización del transporte para su cacao desde el lugar de obtención hasta la ciudad.

Muchos de los entrevistados también aseguraron que el cacao que venden a la Fundación Maquita es el fino y de aroma, finalmente parte de las personas entrevistadas afirmaron que, si les gustaría establecer vínculos de negocios con la fundación, mencionaron también que no todos están totalmente comprometidos pero que cuentan con una parte esencial que es el compromiso y desarrollo de la producción de cacao, y así ser beneficiarios de un comercio justo.

A través de la ficha de observación se pudo constatar que la información receptada es verídica debido a que se logró la aplicación de dicho instrumentó, además, sirvió de apoyo para constatar el registro de las diferentes actividades que se realiza en el proceso de producción y comercialización de la Fundación Maquita del cacao en grano.

La ficha de observación se la realizo el 22 de junio del 2021 en las instalaciones de la Fundación Maquita Como proceso tenemos la compra de cacao, esto se lo realiza de forma presencial donde los productores ofrecen sus producto de junio del s a la fundación la cual realiza una pequeña evaluación para ver el estado de humedad del cacao y así ver que tanto le falta para la deshidratación completa.

En el proceso de fermentación, una vez adquirido el cacao, se fermenta en bandejas tipo Rohan o cajas de diferentes tamaños cubiertas con plástico, se da vuelta al producto durante 24 horas para las primeras, 48 horas para las segundas y 72 horas para las segundas y el tercero, a través de este proceso, se esfuerza por obtener un cacao saludable y de alta calidad.

El secado es parte fundamental ya que lo realizan en una superficie plana ya sea de cemento o madera si tienen inconvenientes con el clima lo colocan en cajas secadoras, este proceso durará cuatros días completando el sacado a gas o de manera natural al sol. Ya terminado el proceso de secado se continua con la clasificación y eliminación de impurezas, aquí nuevamente se mide la humedad que tiene el cacao el cual debe ser 6,5 para ello utilizaran un medidor de humedad, luego se llega el producto a la clasificadora separando las impurezas del producto.

Al almacenar el producto, las semillas se apilan y se colocan en bolsas, las cuales se almacenarán en una bodega con aire acondicionado adecuado para evitar una posible contaminación, el cacao se cubre con polietileno para su desinfección durante tres días, luego de esto el producto está listo para consumo, luego le hacen el procesamiento adecuado, lo venden a diferentes mercados, fábricas de chocolate y exportadores a precios cómodos con los que ya tienen una relación contractual

La Fundación Maquita realiza todo el proceso de comercialización del cacao, contando ya con clientes habituales para vender el producto, obteniendo mejores ventajas en el manejo del producto, mejorando su calidad y precios. Es por ello las estrategias que se mencionan ayudarán a mejorar la producción y comercialización de la Fundación Maquita.

Tabla 5

Estrategia de los procesos de Producción

Estrategias	beneficio
Implementar evaluaciones de eficiencia	Medir la productividad en enfoque financiero y mano de obra.
Revisar la mejora alcanzada	Situación actual, medición de indicadores
Controlar mejora	Supervisión y estudio financiero, comportamiento de procesos de áreas
Identificar las áreas con oportunidades	Producto, producción, proveedores, trabajo en equipo

Tabla 6

Estrategia de los procesos de Comercialización

Estrategias	Beneficio
Búsqueda y captación de clientes disponibles	Rentabilidad y posicionamiento En el mercado cacaotero
Mantenimiento y desarrollo de los clientes fieles	Relación sea más estable con los clientes y confianza.
Control y seguimiento de nuevas ventas	Fidelizar a clientes nuevos y rentabilidad
Digitalización de los puntos de ventas	Posicionamiento, personalización y marketing de cometidos

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

Para el análisis de proceso de producción y comercialización de la fundación Maquita del periodo 2021 se logró estudiar a los diferentes grupos que intervienen en el proceso de producción y comercialización con ello se logró, conocer cuáles son procesos que mantiene vigente la fundación maquita, también se logró caracterizar los procedimientos comerciales y el cumplimiento de comercio justo y consumo responsable.

En cuanto a sus variables ya mencionadas tanto la producción y comercialización se muestra que presenta nudos críticos en cuanto al proceso. Con respuesta a la pregunta científica donde se detalla ¿En qué situación se encuentra la producción y comercialización de las variedades de cacao en grano de la fundación Maquita? Al realizar un análisis de los aspectos tanto internos como externos se puede concluir que tiene una estabilidad tras varios factores negativos que han sido problemática a nivel mundial como lo es el COVID 19. Se observa un panorama de equilibrio no solo como empresa si no como comunidad ya que ha sido fuente de apoyo a los productores minorista a nivel provincial.

Luego del análisis de los capítulos anterior, se muestra que la metodología de estudio y el análisis de los procesos de producción de la Fundación Maquita en conjunto con sus dimensiones y los resultados obtenidos por esta investigación y relacionarlos con distintas teorías e investigaciones realizadas con anterioridad y mencionadas en los antecedentes, se puede precisar lo siguiente:

Al conocer los procesos de producción que se desarrollan en la Fundación Maquita se destacan los siguientes resultados, el tipo de cacao que tiene mayor ingreso es el fino y de aroma con un 70% de respuesta, el secado que se realiza de este producto es óptimo y la clasificación y eliminación de impurezas se hace de forma minuciosa todos estos datos lo confirman el 60% y el 70% del personal respectivamente. Éstos resultados guardan similitud previa con los de Sosa (2019), donde su estudio al identificar los factores que afectan la comercialización de materia prima y ganadería, determinó que dentro de los frutos que sirven para la industria, el cacao tenía una buena acogida y es el primer producto con un mayor ingreso dentro de su empresa con un 89%; también notificó que

el proceso de calidad se veía influenciado de forma positiva por una actividad del 58 eficiente a través de un proceso regular en el secado del cacao.

Muchos de los procesos de producción requieren una organización adecuada y tiempo, por eso es importante que a la hora del procesamiento del cacao se determine la etapa en la que una empresa lo adquiere. En la Fundación Maquita el 60% de las personas encargadas de la productividad, afirmaron que el estado del cacao es semiseco esto permite que el almacenamiento de este se lo realice en un lugar seco y fresco, además, el 100% de las personas destacaron que la frecuencia de recepción del cacao en la Fundación es diaria. Al relacionar estos resultados con los de Viteri (2014), se encuentra similitud en relación a la etapa en la que se encuentre el cacao a la hora de ingresar para su producción, el 80% del estado del cacao se encuentra en estado de escurrido también conocido como semiseco, donde el almacenamiento que tiene este producto procesado ya es un lugar seco y fresco además, de conservar una humedad con humedad de 63% aparentemente, finalmente se destaca que la frecuencia con la que ingresa el cacao a su institución es de forma diaria con aproximadamente 10 a 15 quintales, adicional se asemejan con el proceso de recepción y almacenamiento según ficha de observación de ambas investigaciones.

El proceso de comercialización es el que se encarga de la distribución directa del producto final que labora una empresa, en la Fundación Maquita si identificaron diferentes canales de distribución ,además, de diferentes aspectos como la publicidad y los precios que tiene de cada producto que ofrece; el 60% de las personas que trabajan en la parte del comercio afirmaron que utilizan de forma frecuente canales de distribución directa respecto a la gama de negocio, el 100% afirma que la institución se dedica sólo al cacao; y en relación al alcance de la publicidad el 100% de las personas aseguraron que tiene un amplio alcance. Estos resultados no guardan similitud con los de Guerrón (2018). En donde en su estudio denominado proyecto de factibilidad para la producción de cacao con vistas a la exportación, obtuvo como resultado que el 60% de los canales distribución Utilizados eran de tipo industrial con un alcance internacional; y la gama de negocio variaba donde el 50% sólo se enfocaba en materia prima y un 20% directamente especificado a lo que es el cacao.

Tinoco (2014) en su estudio indica que busca elevar la producción y comercialización teniendo como referencia varios mercados de cacao nacional e internacional, por ello su estudio fue inductivo, con encuestas y ficha de observación. Arrojando como resultados que las fundaciones o centros de acopios tienen un 90% de distribución a empresas para su transformación del cacao, por otra parte, la mayor parte de producción cultivo y cosecha lo realizan los campesinos o también llamados productores minoristas con un 70% de producción dado a las fundaciones un 30% de la producción.

Estos estudios tienen similitud con la información receptada de la Fundación Maquita en su producción, los mayores proveedores son los campesinos con un 80% de recepción y dando como restante un 20% a la fundación, es aquí donde la fundación maquita desarrolla un 100% de distribución a la empresa que realizan su transformación de cacao. Al relacionar las investigaciones orientadas a la producción y comercialización de productos mi investigación hace énfasis en identificar cuáles son las problemáticas que presentan los diferentes procesos de producción y comercialización por ello se optó con una variedad de técnicas e instrumentos que ayudaron a realizar el análisis de los procesos de producción y comercialización de manera interna y externa, dando así aspectos positivos y brindando una serie de estrategias que ayudaran a una mejor producción y comercialización del cacao a la Fundación Maquita.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

A continuación, se establecen las conclusiones del estudio, relacionadas respectivamente con los objetivos planteados:

1. Luego de conocer los procesos de producción y comercialización que mantiene la Fundación Maquita se concluye que los procesos de producción son efectivos ya que son sistemáticos y organizados; en la Fundación Maquita el proceso de producción involucra la recepción del cacao en su estado puro, hasta la diferenciación de la calidad y el estado final en que se encuentra el producto, que a su vez se pone a disponibilidad del público en general.
2. Al caracterizar el proceso de comercialización que utiliza la Fundación Maquita, se identificó el uso de canales de distribución, donde hay una mayor prevalencia del canal directo y el industrial, en relación con los aliados estratégicos, la fundación cuenta con proveedores minoritarios que en gran proporción sirven de apoyo para la compra y venta del cacao y las variedades del grano. La forma de almacenamiento del cacao una vez procesado y listo para la distribución a nivel local, nacional e internacional se lo realiza a través de un proceso en el que se consideran las condiciones físicas del espacio donde se va a guardar el cacao, en la
3. Uno de los principales problemas que generan nudos críticos a la hora de la comercialización se vinculan directamente con la caída del precio del cacao en la bolsa de valores debido a que afectan su costo en el mercado nacional e internacional.
4. En la Fundación Maquita la publicidad del producto que tiene a nivel de la provincia es de amplio alcance, para establecer un precio la fundación se basa en el uso de las normativas del estado en coordinación con la Asociación Nacional de Exportación del Cacao – Ecuador.

RECOMENDACIONES

A continuación, se detallan las recomendaciones que van dirigidas a los diferentes actores involucrados en el desarrollo del estudio:

A la fundación Maquita:

- Continuar trabajando en conjunto con los proveedores minoritarios de la provincia de Esmeraldas para aprovechar al máximo y dinamizar la economía de la ciudadanía esmeraldeña.
- Establecer bases de solidez para la elaboración de productos complejos y refinados derivados del cacao, como: chocolate, licor y manteca.
- Evaluar de forma regular y constante las actividades de producción y comercialización con el objetivo de identificar sesgos que disminuye el nivel de eficiencia en los procesos organizacionales, para elaborar planes de contingencia y de mejora que permitan aprovechar al máximo las condiciones climáticas que son necesarias para la distribución de un cacao único a nivel mundial.

A la ciudadanía de Esmeraldas:

- Vender la materia prima a la Fundación Maquita porque brinda un precio justo regularizado y estandarizado por el ministerio de regulación y trabajo.
- Que elabore planes y pida apoyo a la Fundación Maquita, para la distribución del cacao a nivel general de todas las provincias donde se genera la recepción y producción de la materia prima.

Referencias Bibliográficas

- Asociación Nacional de Exportación de Cacao – Ecuador., (2019). Floración, fructificación y cosecha del cacao. Anecacao. Recuperado de; <http://www.anecacao.com/index.php/es/servicios/articulos-tecnicos/floracion-fructificacion-y-cosecha-del-cacao.html>
- Maquita, Agro. (2018). Historia y Evolución del logro de Maquita Agro. Recuperado de: <http://www.maquitaagro.com/historia/>
- Caso Barrera, L., (2017). Cacao. Producción, consumo y comercio. Del período prehispánico a la actualidad en América Latina. Bogotá. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-46882017000100237
- Constitución Política del Ecuador. (2011). Base de Datos Género y Derecho a la Tierra. Recuperado de: http://www.fao.org/gender-landrights-database/country-profiles/listcountries/nationallegalframework/rightsentrenchedintheconstitution/es/?country_iso3=ECU
- García Chiang, A., (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?. Polis, 7(1), 105-140. Recuperado en 02 de septiembre de 2021, de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005&lng=es&tlng=es.
- Guerrón San Martín, R. (2018). Proyecto de Factibilidad para la producción de cacao con vista a la exportación en la finca “Lesly” ubicada en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. [Tesis de Maestría, universidad Católica Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11750/1/T-UCSG-POS-MFEE-135.pdf>
- Jaimez, R., Amores Puyutaxi, F., Vasco, A., Gastón Loor, R., Tarqui, Omar, Quijano, Grisnel, Jimenez, Juan Carlos, & Tezara, Wilmer. (2018). Respuestas fotosintéticas de cacao cultivado sin sombra a alta y baja radiación en áreas de baja demanda evaporativa. Acta Biológica Colombiana, 23(1), 95-103. <http://mr.crossref.org/iPage?doi=10.15446%2Fabc.v23n1.64962>
- Ley de Desarrollo Agrario. (2004) Congreso Nacional. Recuperado de: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6617.pdf>

- Perea V., Janeth A., Cadena Cala, T., & Herrera Ardila, J. (2009). El cacao y sus productos como fuente de antioxidantes: Efecto del procesamiento. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 41(2), 128-134. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-08072009000200003&lng=es&nrm=iso
- Quintero R. y Díaz Morales, k. (2004) El mercado mundial del cacao. Venezuela. Recuperado de: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542004000100004
- Romero Cárdenas, E., Fernández Ronquillo, M., Macias Onofre, J. Y Zúñiga Gurumendi, K. (2016). Producción y comercialización del cacao y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro. 9(17), págs. 56-64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5556791>
- Sánchez E. (2018) Proceso productivo y comercialización de cacao y abastecimiento de víveres a las comunidades chachis de la zona de cayapas en el cantón Eloy Alfaro parroquia Telembí. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas]. <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1752/1/S%C3%81NCHEZ%20CANDONGA%20ERIKA%20.pdf>
- Sosa vera, P. (2019). ESTUDIO DEL CACAO FINO DE AROMA. Quito. [Tesis de grado, Universidad de los Hemisferios]. <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/818/1/ESTUDIO%20DEL%20CACAO%20FINO%20DE%20AROMA.pdf>
- Robbins, S. Y Judge, t. (2009) *Comportamiento Organizacional*. Prentice hall. México. Recuperado de: <https://www.sdelsol.com/blog/tendencias/factores-de-produccion/#:~:text=La%20existencia%20de%20los%20factores,%3A%20tierra%2C%20capital%20y%20trabajo.>
- Tinoco, H., & Ospina, D. (2014). Análisis del proceso de deshidratación de cacao para la disminución del tiempo de secado. *Revista EIA*, (13), 53-63. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372010000100005&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372010000100005&lng=es&tlng=es)
- Toledo Cacao Growers Association, Belize James A. (s.f.). Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de pequeños productores. Recuperado de: https://files.fairtrade.net/standards/SPO_SP.pdf .

- Viteri Díaz, G. (2014). Reforma agraria en el Ecuador. Recuperado de:
<https://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/298/credito.htm>
- Tawfik, L. Y chauvel, A. (1993). Administración de la producción. McGraw-hill. México.
Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056828005/553056828005.pdf>
- Peter Drucker E.F. (2015). Estrategias de comercialización. En Ramírez-Ortiz, M.E.
(Ed.). Recuperado de:
<https://www.omniascience.com/books/index.php/monographs/catalog/download/88/362/707-1?inline=1>

Anexos

Anexo A

Encuesta de recolección de datos

Importante: Los datos llenados en la encuesta serán usados para la elaboración de la tesis ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS VARIETADES DE CACAO EN GRANO DE LA FUNDACIÓN MAQUITA EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS. La información recogida es de uso académico e investigativo.

Objetivo: Conocer los procesos de PRODUCCIÓN del cacao que se mantienen vigentes en la Fundación Maquita.

Marque con una X según su criterio:

1. La Mayor recepción de cacao la obtiene de:
 Pequeños proveedores (personas)
 Medianos proveedores (grupos)
2. ¿qué tipo de cacao compra?
 Cacao CCN-51
 Fino y de aroma
3. Fermentación: ¿en qué etapa del estado del cacao lo compran con mayor frecuencia?
 Baba
 Semiseco (escurrido)
 Seco
4. ¿El proceso de secado del cacao que realizan en la fundación Maquita es?
 óptimo
 Regular
 Deficiente
5. ¿De qué forma realizan la clasificación y eliminación de impurezas del cacao?
 Minucioso
 Estandarizado
 Mecánico
6. ¿Qué parámetros consideran para determinar la diferenciación de calidad y estado final del cacao?
 Sabor, Pureza y sanidad.
 Consistencia, rendimiento del material comestible.
 Todos
7. ¿De qué forma almacenan el cacao al final de la cadena de producción?
 Lugar seco y fresco
 Lugar húmedo
 Lugares expuestos
8. ¿con que frecuencia usted realiza el envío de cacao para su exportación?
 diario
 semanal
 mensual

Anexo B

Encuesta de recolección de datos

Importante: Los datos llenados en la encuesta serán usados para la elaboración de la tesis ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS VARIETADES DE CACAO EN GRANO DE LA FUNDACIÓN MAQUITA EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

Objetivo: Caracterizar los PROCEDIMIENTOS COMERCIALES y el cumplimiento de los estándares del comercio justo del cacao.

Marque con una X según su criterio:

1. ¿Qué canales de distribución usted utiliza para su comercialización?

- Directo
- Indirecto
- Industrial

2. ¿Cuáles son los aliados estratégicos que tiene la fundación?

- Proveedores
- Clientes

3. ¿Cuál es la gama específica de negocio a la que se dedica comercializar la fundación?

- Solo cacao
- Cacao y otros frutos

4. ¿Cuál es el alcance de la publicidad del producto?

- Amplio alcance
- Mediano alcance
- Bajo alcance

5. ¿Bajo qué normativas la fundación Maquita establece el precio de los productos de comercialización?

- Estandarizada y regular
- Según las condiciones del mercado
- Independiente

6. ¿Cree usted que la presencia de competidores afecta la comercialización de la fundación Maquita?

- Si afecta
- No afecta

7. ¿Cuál es el precio de compra a proveedores?

Precio cacao baba

- \$30 – 35 \$36 – 40

Precio cacao escurrido

- \$40 – 45 \$46 – 50

Precio cacao seco

- \$80 – 100 \$101 – 120

8. ¿Cuál es el precio de compra a clientes?

Precio de venta a clientes

- \$130 – 140 \$141 - 150

Anexo C

Entrevista dirigida a proveedores:

1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo proveedor de la Fundación Maquita?
2. ¿La fundación Maquita ha implementado estrategias para facilitar la compra de su cacao?
3. ¿Que opina de esas estrategias ya mencionada?
4. ¿Qué tipo de cacao que vende a la fundación Maquita?
5. ¿Por qué considera que el valor en el que se mantiene el quintal de cacao es favorable para su economía?
6. ¿Por qué estaría de acuerdo en crear una relación profesional con la Fundación Maquita para el comercio de cacao?

Anexo D

Ficha de observación

Criterios a evaluar con la ficha de observación

1. Compra del cacao
2. Fermentación del cacao
3. Secado
4. Clasificación y eliminación de impurezas
5. Almacenamiento
6. Comercialización

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA - COMERCIALIZACIÓN COMPRADORES	
FECHA	
LUGAR DE VISITA	
OBSERVACIONES	
COMPRA DEL CACAO	
FERMENTACION DEL CACAO	
SECADO	
CLASIFICACION Y ELIMINACION DE IMPURESAS	
ALMACENAMIENTO	
COMERCIALIZACION	
COMENTARIOS	

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9											
10											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:					X		NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:			FREDDY BETANCOURT AGUILAR								
Firma:											
Fecha:			5/08/2021								

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9											
10											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:					X		NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:		FREDDY BETANCOURT AGUILAR									
Firma:											
Fecha:		05/08/2021									

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6											
7											
8											
9											
10											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:					X		NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:		FREDDY BETANCOURT AGUILAR									
Firma:											
Fecha:		05/08/2021									

INSTRUMENTO: ENCUESTA A PROVEEDORES											
ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9											
10											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:				X				NO APLICABLE:			
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:		Mgt. Ma. de Lourdes Solís Murillo									
Firma:											
Fecha:		11 de agosto de 2021									

INSTRUMENTO: ENCUESTA A CLIENTES

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9											
10											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:					X		NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						X					
Validado por:			Mgt. Ma. de Lourdes Solís Murillo								
Firma:											
Fecha:			11 de agosto de 2021								

INSTRUMENTO: ENCUESTA A PROVEEDORES											
ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6											
7											
8											
9											
10											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la Investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y Secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:					X		NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:			Mgt. Ma. de Lourdes Solís Murillo								
Firma:											
Fecha:			11 de agosto de 2021								