



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DEPARTAMENTO DE POSGRADO
MAESTRÍA AGROPECUARIA CON MENCIÓN EN
AGRONEGOCIOS

TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN
AGROPECUARIA MENCIÓN AGRONEGOCIOS

TEMA:

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE
AROMA PARA LA ASOCIACIÓN “ASOPROAVAL” COMO UN EJE
DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA,
CANTÓN LA MANÁ – COTOPAXI.

AUTOR:

ING. ANDRÉS DAVID PEÑAHERRERA CRUZ

TUTOR:

DR. EDISON RIVELIÑO RAMÓN CURAY M.Sc.

2019



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DEPARTAMENTO DE POSGRADO
MAESTRÍA AGROPECUARIA CON MENCIÓN EN
AGRONEGOCIOS

TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN
AGROPECUARIA MENCIÓN AGRONEGOCIOS

TEMA:

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE
AROMA PARA LA ASOCIACIÓN “ASOPROAVAL” COMO UN EJE
DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA,
CANTÓN LA MANÁ – COTOPAXI.

AUTOR:

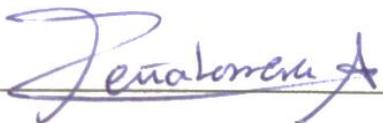
ING. ANDRÉS DAVID PEÑAHERRERA CRUZ

2019

Autoría notariada

Ing. Andrés David Peñaherrera Cruz, Autor del Trabajo de Titulación: **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE AROMA PARA LA ASOCIACIÓN “ASOPROAVAL” COMO UN EJE DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, CANTÓN LA MANÁ – COTOPAXI**, declaro que el trabajo aquí escrito es de mi autoría; este documento no ha sido previamente presentado por ningún grado o calificación profesional y que las referencias bibliográficas que se incluye han sido consultadas por el autor.

La Universidad Estatal de Bolívar puede hacer uso de los derechos de publicación correspondiente a este trabajo, según lo establecido en la ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.



Ing. Andrés David Peñaherrera Cruz

Autor

CI.: 171973158-8



1 2019 12 11 000 P00917

2

3

ESCRITURA PÚBLICA DE

4

DECLARACIÓN JURAMENTADA QUE

5

OTORGA EL SEÑOR ANDRES DAVID

6

PEÑAHERRERA CRUZ.-----

7

CUANTÍA: INDETERMINADA.-----

8

Di: 2 copias.-----

9

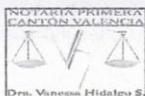
FFC Factura No.003-002-000018379.--

10

Copia Certificada No.-----

11 En la ciudad de Valencia, cabecera del Cantón del
 12 mismo nombre, Provincia de Los Ríos, República
 13 del Ecuador, hoy día, **LUNES PRIMERO DE JULIO**
 14 **DEL DOS MIL DIECINUEVE**, ante mí, **DOCTORA**
 15 **VANESSA ALEXANDRA HIDALGO SAMANIEGO**,
 16 **NOTARIA PÚBLICA PRIMERA DEL CANTÓN**
 17 **VALENCIA**, comparece, con plena capacidad,
 18 libertad y conocimiento, el señor **ANDRES DAVID**
 19 **PEÑAHERRERA CRUZ**, quien declara ser de estado
 20 civil soltero, de ocupación Ingeniero Agropecuario,
 21 de veintinueve años de edad; por sus propios y
 22 personales derechos. El compareciente es mayor
 23 de edad, de nacionalidad ecuatoriano, de estado
 24 civil antes anotado, domiciliado en el Recinto San
 25 Francisco de Chipe, del cantón La Maná, Provincia
 26 de Cotopaxi, de tránsito por este cantón,
 27 legalmente capaz para contratar y obligarse, a
 28 quien de conocerlo doy fe, en virtud de haberme





1 presentado sus respectivos documentos de
2 identidad, cuya información procedo a convalidar
3 bajo su expreso consentimiento con la consulta
4 obligatoria en el Sistema Electrónico del Registro
5 Civil del Ecuador, cuya impresión se agrega como
6 habilitante, y, me solicita elevar a escritura
7 pública el contenido de la siguiente declaración.
8 Advertido de su obligación que tiene de decir la
9 verdad con claridad y exactitud y de las penas con
10 las que se sanciona el delito de perjurio, bajo
11 juramento declaro: "Yo, ANDRES DAVID
12 PEÑAHERRERA CRUZ, portador de la cédula de
13 ciudadanía número uno siete uno nueve siete tres
14 uno cinco ocho ocho (1719731588); DECLARO
15 QUE: Previo a la obtención del título de Maestría
16 en Agropecuaria Mención Agronegocios, manifiesto
17 que los criterios e ideas emitidas en el presente
18 trabajo de investigación titulado CANALES DE
19 COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE
20 AROMA PARA LA ASOCIACIÓN "ASOPROAVAL"
21 COMO UN EJE DE DESARROLLO EN LA
22 ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARÍA, CANTÓN LA
23 MANÁ, COTOPAXI, es de mi exclusiva
24 responsabilidad en calidad de autor.- Es todo en
25 cuanto puedo declarar en honor a la verdad, con
26 las prevenciones de Ley". TERCERA: CUANTÍA:-
27 La cuantía de la presente escritura por su
28 naturaleza es indeterminada.- HASTA AQUÍ LA



1 DECLARACION. La misma que queda elevada a
 2 escritura pública con todo el valor legal.- Para su
 3 otorgamiento se observaron todos los preceptos
 4 del caso, y leída que le fue al compareciente por
 5 mí la Notaria, en alta voz e íntegramente al
 6 otorgante, aquel compareciente la aprueba, se
 7 ratifica y firma conmigo en unidad de acto
 8 quedando incorporada en el protocolo de esta
 9 Notaría, de todo lo cual doy FE.-



10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

Andrés David Peñaherrera Cruz
 ANDRES DAVID PEÑAHERRERA CRUZ



DECLARANTE

C.C. 171973158-8.

Dirección: Recinto San Francisco de Chipe, del cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

Celular: 0990342645

3

Vanessa Alexandra Hidalgo Samaniego
 DRA. VANESSA ALEXANDRA HIDALGO SAMANIEGO
 NOTARIA PRIMERA DEL CANTÓN VALENCIA



Esta firma pertenece a la Declaración Juramentada Que Otorga El Señor Andres David Peñaherrera Cruz.

DECLARACION. La misma que puede elevarse a
 Se otorgó, ante mí la Notaria, la presente escritura pública de
DECLARACIÓN JURAMENTADA: QUE OTORGA EL SEÑOR
ANDRES DAVID PEÑAHERRERA CRUZ, y en fe de ello
 confiero esta, **SEGUNDA COPIA CERTIFICADA,** firmada y sellada
 en la ciudad de Valencia, al primer día del mes de julio del dos mil
 diecinueve.

[Handwritten signature]
DRA. VANESSA ALEXANDRA HIDALGO SAMANIEGO
NOTARIA PRIMERA DEL CANTÓN VALENCIA




[Handwritten signature]
DRA. VANESSA ALEXANDRA HIDALGO SAMANIEGO
NOTARIA PRIMERA DEL CANTÓN VALENCIA

Esta firma pertenece a la Declaración Juramentada Que Otorga El Señor
 Andres David Peñaherrera Cruz.

Derechos de autor

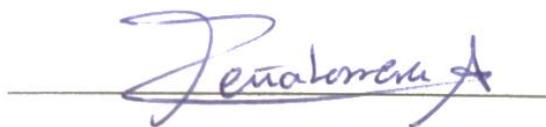
Ing. Andrés David Peñaherrera Cruz, en calidad de autor del proyecto de investigación:

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE AROMA PARA LA ASOCIACIÓN “ASOPROAVAL” COMO UN EJE DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, CANTÓN LA MANÁ – COTOPAXI, autorizo a

la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a vuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Asimismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la ley Orgánica de Educación Superior.



Ing. Andrés David Peñaherrera Cruz

AUTOR

CI.: 171973158-8

Certificación del tutor

Dr. Edison Riveleño Ramón Curay MSc. DOCENTE TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Certifica:

Que el presente PROYECTO DE INVESTIGACIÓN titulado **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE AROMA PARA LA ASOCIACIÓN “ASOPROAVAL” COMO UN EJE DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, CANTÓN LA MANÁ – COTOPAXI**, de autoría del Ing. Andrés David Peñaherrera Cruz, estudiante del Programa de Maestría Agropecuaria con mención Agronegocios de la Universidad Estatal de Bolívar, ha sido debidamente revisado e incorporado las recomendaciones emitidas en las asesorías realizadas, en tal virtud autorizo con mi firma para que pueda ser presentado, defendido y sustentado, observando las normas legales para el efecto existen y se dé el trámite legal correspondiente.

Guaranda, 25 de marzo del 2019



Dr. Edison Riveleño Ramón CurayMSc.
TUTOR

Dedicatoria

Dedico este documento de manera especial a mi padre que desde el cielo ha seguido cada paso que he dado desde su partida y a mi madre a la persona más importante y admirable que con sus consejos y fuerzas me ha sabido fomentar valores para ser cada día una mejor persona inculcándome valores de responsabilidad, respeto, superación y por apoyarme en esta nueva meta propuesta y ahora cumplida obteniendo un título de cuarto nivel.

A mis queridos hermanos, con sus consejos y apoyo incondicional han sabido cultivar en mí el deseo de ser un profesional.

Muchas gracias!

Ing. Andrés David Peñaherrera Cruz

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme estar el día de hoy aquí cumpliendo una meta más propuesta en mi vida, por darme esa fortaleza de seguir adelante a pesar de los obstáculos presentes en el caminar de la vida.

A mis padres, hermanos: Victoria, Xavier y a sus familias por el apoyo incondicional brindado, a mis sobrinos por brindar su amor y alegría a la familia.

A mi novia Margarita Murillo por ser parte de este logro y por darme ese apoyo para poder llegar a cumplir esta meta.

A los docentes, Director Dr. Edison Rivelino Ramón Curay MSc., y colaborador Ing. Favián Bayas PhD por su apoyo y paciencia a lo largo del desarrollo de la investigación.

A la Universidad Estatal de Bolívar - UEB y al grupo de docentes que conforman el departamento de posgrado por proporcionar las mejores metodologías de enseñanza en conjunto del conocimiento.

A la Lcda. Mónica Bajaña por la ayuda prestada en el desarrollo de la investigación y de su compañera de trabajo la Tnlgo. Elizabeth Caña.

A mis grandes amigos que se han sumado en este proceso de formación Eduardo y Manuel, además por brindarme su amistad y confianza.

Ing. Andrés David Peñaherrera Cruz

Índice de contenidos

Capítulo I Problema	1
1.1. Contextualización del problema.....	1
1.2. Formulación del problema	2
1.3. Justificación del Problema	3
1.4. Objetivos	5
1.5. Hipótesis y sistemas de variables	6
1.6. Sistemas de variables	6
1.6.1. <i>Variable independiente.</i>	6
1.6.2. <i>Variables dependientes.</i>	6
Capítulo II Marco teórico.....	7
2.1. Generalidades	7
2.2. Antecedentes de la Asociación.....	9
2.3. Origen del cacao.....	10
2.4. Dentro de las variedades comerciales, se presentan dos tipos de cacao:	11
2.5. Características botánicas	12
2.6. Requerimientos climáticos y edáficos.....	13
2.7. Distribución y producción.....	13
2.7.1. <i>Distribución mundial.</i>	13
2.7.2. <i>Distribución y producción en el Ecuador.</i>	13
2.8. Exportaciones	15
2.8.1. <i>Internacionales.</i>	15
2.8.2. <i>Nacional.</i>	16
2.9. Canales de comercialización	18
2.10. Funciones.....	19
2.11. Organización de la cadena de distribución	19
2.12. Importancia.....	20
2.13. Tipos de canales de distribución.....	20
2.13.1. <i>Participantes de los canales de distribución</i>	20
2.13.2. <i>Canales de distribución vías del producto.</i>	21
2.13.2.1. <i>Intermediarios.</i>	21

2.14.	Marco legal	22
2.14.1.	<i>Ley de fomento y desarrollo del cacao nacional fino de aroma.</i>	22
2.14.2.	<i>Normativas del cacao de aseguramiento de la calidad.</i>	22
2.14.3.	<i>Ley del mercado.</i>	24
Capítulo III Metodología		26
3.1.	Materiales	26
3.1.1.	<i>Ubicación.</i>	26
3.1.2.	<i>Localización de la investigación.</i>	26
3.1.3.	<i>Situación geográfica y climática.</i>	26
3.1.4.	<i>Materiales de campo.</i>	26
3.1.5.	<i>Materiales de oficina.</i>	27
3.2.	Métodos.....	27
3.2.1.	<i>Análisis de la materia prima presente en la asociación.</i>	27
3.2.2.	<i>Selección de la población.</i>	28
3.2.3.	<i>Elaboración del cuestionario.</i>	28
3.2.4.	<i>Definición de variables.</i>	28
3.2.5.	<i>Levantamiento de información.</i>	28
3.2.6.	<i>Análisis y presentación de la información.</i>	29
3.2.7.	<i>Tipo y Diseño de investigación.</i>	29
3.2.7.1.	<i>Investigación Exploratoria.</i>	29
3.2.7.2.	<i>Investigación Descriptiva.</i>	29
3.2.7.3.	<i>Investigación de Campo.</i>	29
3.2.7.4.	<i>Investigación Bibliográfica.</i>	30
3.2.7.5.	<i>Investigación Explicativa.</i>	30
3.2.8.	<i>Población.</i>	30
3.2.8.1.	<i>Delimitación de la población.</i>	30
3.2.8.2.	<i>Proceso de selección.</i>	31
3.2.9.	<i>Técnicas e Instrumentos.</i>	31
3.2.9.1.	<i>Métodos teóricos.</i>	31
3.2.9.1.1.	<i>Métodos teóricos Histórico – lógico.</i>	31
3.2.9.1.2.	<i>Analítico – Sintético.</i>	31
3.2.9.1.3.	<i>Inductivo – deductivo.</i>	31
3.2.9.1.4.	<i>Métodos empíricos.</i>	32

3.2.9.1.5. <i>Técnicas e instrumentos</i>	32
3.2.9.1.6. <i>Procedimientos / toma de datos.</i>	32
3.2.9.1.7. <i>Análisis / interpretación / datos.</i>	33
Capítulo IV Presentación de resultados	34
4.1. Situación del mercado de exportación	34
4.1.1. Exportación del grano de cacao ecuatoriano.	34
4.1.2. Exportaciones de cacao en el Ecuador	35
4.1.3. Requisitos de exportación al mercado europeo	36
4.2. Propuesta	38
4.2.1. Esquema de la propuesta en base a la investigación realizada.	39
4.2.2. Evaluación de las fortalezas y debilidades de la asociación.	39
4.2.3. Producción de materia prima.	40
4.2.4. Producto final	41
4.2.5. Identificación del mercado predestinado.	42
4.2.6. Selección del mercado pertinente.	44
4.2.7. Estudio del mercado del país.	44
4.2.8. Sistema de comercialización.	45
4.2.9. Estrategia	46
4.2.10. Marketing.....	47
4.3. Análisis general	48
4.4. Difusión.....	66
Capítulo V Discusión y conclusiones	67
5.1. Discusión.....	67
5.2. Conclusiones	69
Capítulo VI Referencias bibliográficas.....	71
Capítulo VII Anexos	80

Índice de tablas

Tabla 1. Requerimientos edafoclimáticos del cacao.....	13
Tabla 2. Superficie, producción y rendimientos provinciales.....	14
Tabla 3. Datos informativos de la investigación.....	26
Tabla 4. Datos de situación geográfica y climática.....	26
Tabla 5. Exigencias de certificaciones del producto.....	43
Tabla 6. Número de hijos.....	49
Tabla 7. Área de trabajo.....	50
Tabla 8. Cargo que desempeña dentro de la asociación.....	51
Tabla 9. Área de producción.....	52
Tabla 10. Hectáreas de producción.....	52
Tabla 11. Variedad y hectáreas de producción.....	54
Tabla 12. Tipo de control.....	55
Tabla 13. Tipo de control fitosanitario.....	56
Tabla 14. Tipo de fertilizante.....	58
Tabla 15. Asesoramiento técnico.....	59
Tabla 16. Enfermedades presentes en el sistema de producción.....	60
Tabla 17. Estado del grano para la venta.....	61
Tabla 18. Lugares de venta del producto.....	63
Tabla 19. Preferencia de venta.....	64
Tabla 20. Necesidades del productor en temas de investigación.....	65

Índice de figuras

Figura 1. Esquema del árbol de problemas.....	5
Figura 2. Exportación nacional de cacao en grano desde el año 2002-2015.....	14
Figura 3. Exportaciones mundiales de cacao en grano desde el año 2001-2015...	15
Figura 4. Participación de exportaciones mundiales de cacao en grano 2015.....	16
Figura 5. Exportación nacional de cacao en grano del año 2000-2015.....	17
Figura 6. Exportaciones nacionales de cacao en grano durante el año 2015.....	18
Figura 7. Esquema de la propuesta direccionada para la asociación.....	39
Figura 8. Presentación de la estrategia mediante un esquema.....	47
Figura 9. Presentación porcentual del número de hijos en la familia.....	49
Figura 10. Presentación porcentual del lugar de trabajo.....	50
Figura 11. Presentación porcentual cargo de cada uno de los socios.....	51
Figura 12. Presentación porcentual del número de Has del cultivo.....	53
Figura 13. Presentación porcentual del número de hectárea según la variedad de cacao.....	54
Figura 14. Presentación porcentual del tipo de control de malezas.....	55
Figura 15. Presentación porcentual del tipo de control fitosanitaria.....	57
Figura 16. Presentación porcentual del tipo de fertilizante.....	58
Figura 17. Presentación porcentual del asesoramiento técnico.....	59
Figura 18. Presentación porcentual del reconocimiento de enfermedades.....	60
Figura 19. Presentación porcentual del estado de grano para venta.....	62
Figura 20. Presentación porcentual del lugar de venta.....	63
Figura 21. Presentación porcentual de criterios de venta.....	64
Figura 22. Presentación porcentual de las necesidades del productor en temas de investigación.....	65
Figura 23. Mapa del cantón La Mana.....	80

Índice de anexos

Anexo 1. Mapa del lugar de investigación.....	80
Anexo 2. Banco de preguntas – encuesta.....	81
Anexo 3. Registro de productores de la asociación ASOPROAVAL.....	84
Anexo 4. Aceptación del artículo científico.....	86
Anexo 5. Fotografías de las encuestas realizadas a los productores.....	88
Anexo 6. Tríptico con resultados de la investigación.....	90
Anexo 7. Banner informativo del proyecto de investigación.....	92
Anexo 8. Glosario de términos.....	93

Tema

**CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE AROMA PARA LA
ASOCIACIÓN “ASOPROAVAL” COMO UN EJE DE DESARROLLO EN LA
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, CANTÓN LA MANÁ – COTOPAXI**

Resumen

El sistema económico de los países que se encuentran en vías de desarrollo está fundamentado en la producción de commodities, siendo realizada la producción de cacao por pequeños y medianos productores. En la presente investigación se analizó a la asociación “ASOPROAVAL” ubicada en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi, mediante el uso de técnicas de levantamiento de información (encuestas y FODA), además de conocer la situación actual en el que se encuentra el mercado mediante referencias bibliográficas sobre estudios similares a este. El desarrollo de uno de sus objetivos se basa en la elaboración canales de comercialización para el grano tipo nacional a través de la elaboración del plan estratégico, obteniendo como resultado que los principales consumidores del grano de cacao son los mercados de Países bajos (Holanda), Estados Unidos, Alemania y el mercado creciente de China. Finalizando la investigación mediante la difusión de resultados a través del uso de materiales didáctico visuales (charlas y proyecciones) y tangibles (trípticos y pancartas) dirigidos a los miembros de la asociación. Se llegó a la conclusión que bajo el desarrollo de una buena estrategia basada en un sistema de exportación adecuada a las condiciones que presenta la asociación “ASOPROAVAL” es válida y factible el desarrollo de exportaciones; y también información basada en precios actuales incentivan al desarrollo de proyectos asociativos, teniendo una meta en común que sería mejorar los ingresos a los productores de cacao generando un bienestar en la calidad de vida de cada una de sus familias.

Palabras claves: canales de comercialización, cacao fino y de aroma, grano de tipo nacional, plan estratégico, ASOPROAVAL

Abstract

The economic system of developing countries is based on the production of commodities, with the production of cocoa by small and medium producers. In the present investigation the association "ASOPROAVAL" located in the canton of La Maná province of Cotopaxi was analyzed, by means of the use of information gathering techniques (surveys and SWOT), besides knowing the current situation in which the market is located through bibliographic references on studies similar to this one. The development of one of its objectives is based on the elaboration of marketing channels for the national type grain through the elaboration of the strategic plan, obtaining as a result that the main consumers of the cocoa bean are the markets of the Netherlands (Holland), United States, Germany and the growing market of China. Finalizing the research through the dissemination of results through the use of visual teaching materials (talks and projections) and tangible (trptychs and banners) addressed to the members of the association. It was concluded that under the development of a good strategy based on an export system appropriate to the conditions presented by the association "ASOPROAVAL" is valid and feasible the development of exports; and also information based on current prices encourage the development of associative projects, having a common goal that would be to improve the income of cocoa producers, generating a well-being in the quality of life of each of their families.

Keywords: marketing channels, fine and aroma cocoa, national type grain, strategic plan, ASOPROAVAL

Introducción

Durante mucho tiempo el cacao fue utilizado por la humanidad como tradiciones ancestrales o rituales religiosos, en la era prehispánica, como lo describe Solís, (2017) en la civilización azteca utilizaban el cacao para convertir en una bebida llamada chocolate y daban de beber a sus prisioneros, pues creían que esto lo convertirían sus corazones en chocolate; donde procedían a ser arrancados y ofrecidos Ekchuan el dios de los productores de cacao, y a otros dioses. Porque la plantación de los granos de cacao constituía un ritual especial en épocas antiguas.

En el año de 1630 se registraron producciones de hasta 40 000 quintales, para el año de 1775 se incrementó a 50 000 quintales; en 1809 se obtiene la producción de 150 000 quintales y en 1821 se llegó a producciones de 180 000 quintales. Los datos indican, que en el transcurso de la época colonial se presentaron prohibiciones reales, a pesar de esto se dio un crecimiento en las áreas del cultivo y exportación de cacao, muchas de las plantaciones eran clandestinas como lo reporta Espinosa et al. (2012).

Luego tras algunos años el cacao se volvió una actividad de intercambio por otros productos o como fuente de comercialización, estos acontecimientos se originaron en América del Sur donde se describe que Ecuador fue el primer país en realizar esta actividad en exportar su producto a otros países del mundo. Según García, (2014) a inicios de los años 1600 en el Ecuador, en ese entonces existían pequeñas plantaciones de cacao a las orillas del río Guayas. Esparciéndose a través del tiempo a lo extenso del río de Babahoyo y de Daule, Dando origen al nombre de “cacao arriba” en el mercado internacional.

Hoy en día el cacao está tomando fuerza en su producción por ser un producto de alta demanda en los mercados nacionales e internacionales, al tener preferencia su valor ha ido en aumento los últimos años mejorando en el progreso agrario de algunas familias que se dedica a la producción de esta materia prima. Como lo menciona Maldonado, (2016) la existencia de

dos variedades producidas en el Ecuador como: el fino y de aroma (producto tradicional y emblemático del país por sus fragancias y sabores frutales y florales) y el CCN-51 (una de sus principales características son su capacidad productiva, resistencia a enfermedades y superando las producciones del cacao nacional).

Las condiciones que se emplean en la producción son distintas durante el desarrollo de la fruta, para la pre cosecha y postcosecha, donde favorecen un crecimiento adecuado de la materia prima mediante la disponibilidad del cambio de propiedades físicas que posee este producto entre las cuales se encuentran el tamaño, color, grosor, etc. como lo menciona Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, (2016) el fruto del cacao es una mazorca, de forma amelonada cuenta con unas 40 semillas en su interior. Anualmente hay dos cosechas, una principal y otra media. Una vez recolectados los frutos, se extraen las semillas, se fermentan de 4-5 días en cajones de madera con períodos de volteos de los granos, seguido de su secado en tendales, marquesinas o secadoras industriales de granos dando como producto granos secos de cacao.

Después del sistema de producción del grano se da el aprovechamiento como un producto alimenticio tras un proceso de elaboración de forma industrial. Se refiere al cacao en una etapa de industrialización. Donde el grano es sometido una serie de fase hasta convertirse en un producto tanto en estado sólido como en líquido como es el caso del licor, manteca, torta y polvo, estos subproductos son utilizados en la elaboración de chocolates y otros productos (ANECACAO, 2015).

El comercio mundial de productos primarios, entre ellos el cacao en grano, es de significativa importancia, dado que la producción y el comercio de estos bienes constituyen la base de la economía nacional de la mayoría de los países subdesarrollados. Sin embargo es de hacer notar que la importancia relativa de las exportaciones de productos primarios con respecto al valor total de exportaciones de los países subdesarrollados ha venido declinando.

Para el año de 2016 en los meses de octubre y noviembre, las fluctuaciones de precios internacionales del grano de cacao bajaron en un 30%, datos comparados con los años cacaoteros del 2015-2016 y el 2016-2017 se apreció una disminución superior al 40% de los precios. El año productivo del cultivo de cacao comprende del 1 de octubre y el 30 de septiembre de cada año. La disminución de precios, afecta a los millones de pequeños y medianos agricultores cacaoteros a nivel local y mundial, sus ingresos determinan las condiciones de vida, viéndose afectados de manera negativa por la fluctuación de precios en la bolsa de valores (Valverde, 2017).

Capítulo I Problema

1.1. Contextualización del problema

El cacao es utilizado en la industria alimentaria y en el ámbito general de la sociedad, con un medio de consumo para la generación de productos alimenticios, tales como el chocolate, vino, entre otros. Todo esto se puede obtener al momento de extraer el grano dentro de la corteza separando el mucilago. Según Tapia, (2015) una vez extraído el grano de cacao, se promueve un proceso de fermentación, donde se originan distintos químicos que le al grano un sabor y olor característicos notable para los subproductos como el chocolate.

Uno de los principales problemas de la sociedad actual es no tener no provisión, producción y distribución de esta materia prima generando grandes volúmenes de pérdidas en el sector agrícola, con el consiguiente riesgo de pérdidas agroalimentaria afectando al fondo monetario público. Para el año 2016 el Banco Central del Ecuador establece que los cultivos de banano, café y cacao suman \$1 292.19 millones de dólares, teniendo una participación en el total del PIB del 1,86%. En el 2016 se evidencia un decrecimiento del 1% con relación al año 2015. Por este motivo han tomado medidas de control y seguimiento en esta producción, generando Asociaciones, sistemas de controles, entre otros. Donde fomenta la innovación, procesamiento, distribución mediante la agroindustria.

La producción de esta materia prima no tiene un realce productivo porque no genera un beneficio en los sectores que producen y afectando su forma de vida en base a la economía. En una ficha sectorial de cacao y chocolate emitido por la CFN, (2018) para el año 2017 los precios que se pagaban al momento oscilaban entre lo \$ 70 y \$ 90 dólares el quintal seco de cacao, precio que se considera bajo si lo comparamos con el que se pagaba a mediados de 2016 que era de \$ 135 a \$ 140 dólares por quintal de cacao seco.

La disminución del volumen de producción podría afectar al comercio y desarrollo del fondo monetario del país en un futuro no distante por no tener un sistema de control, planificación y realce de este producto, por este motivo algunas entidades tanto públicas como privadas han buscado alternativas para un manejo adecuado en la provisión, producción y distribución del cacao en las diferentes zonas del estado.

Igualmente, ocurre con la producción que no son tratados, controlados o sistematizados apropiadamente, generando diversos problemas económicos. Algunos de estas producciones de baja calidad pueden ser aprovechados en algunas familias mediante la producción de granos seco o molido como un producto alternativo local.

Considerando la amplia producción que tiene la Provincia de Cotopaxi donde producen en menor proporción de algunas frutas de diferentes variedades, entre ellas encontramos el cacao. Estadísticas presentan dos sistemas de producción en cuanto a hectáreas sembradas y producción total en la provincial, en el caso de monocultivo existen 4 150 ha, que generan un volumen de 2 057 t., además se tiene como cultivo asociado un total de 5 018 ha que producen un volumen de 1 731 t. (INEC, 2016).

Por otro lado, la capacidad de producción de cacao esta correlacionado con la comercialización presente en la materia tratada y este último con el grado de madurez de la fruta, sometidos a procesos de distribución, coordinación y planificación teniendo un realce de esta materia prima.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el efecto de la comercialización directa del grano de cacao fino y de aroma, basado en el uso de técnicas de agronegocios para la obtención de un mayor beneficio para la asociación?

1.3. Justificación del Problema

La situación inicial del problema se plantea basado en el desconocimiento de los canales de comercialización del grano de cacao que distingue a la variedad del cacao fino y de aroma, donde los pequeños y medianos productores asociados o no asociados no tienen acceso a precios competitivos, incentivos y beneficios que ofrece el mercado internacional.

Alrededor del 95% de la producción mundial corresponde al cacao ordinario, el cual proviene en su mayoría de África, Asia, América Central y del Sur. El 5% restante de la producción corresponde a cacao fino y de aroma, que se produce en Ecuador, Papúa Nueva Guinea, Indonesia, Venezuela, Colombia, Costa Rica, entre otros (González, 2011).

Siendo como principal causa el bajo abastecimiento mundial del cacao “fino y de aroma”, su producción es muy limitada y selectiva, materia prima requerida a nivel internacional por la industria chocolatera de alta calidad, ya que presenta unas características únicas de aroma y sabor, siendo su principal clave que determina un plus o bonificación al precio en el mercado internacional en cuanto a “calidad”, en la actualidad se espera que el Ecuador se posicione como uno de los primeros países dentro del ranking de producción de cacao fino y de aroma.

El proceso de producción de cacao y comercialización de la zona de La Maná, posee una gran importancia no solo para esta zona sino también para el país, ya que este es uno de los productos que produce ingresos al pequeño y mediano agricultor, de igual manera, es una zona que presenta unas condiciones óptimas para el desarrollo de este cultivo dando como resultado a una buena producción del grano de cacao, en cierta forma se tiene presente la manera en que este producto se ha destacado, tanto en el ámbito social como en lo económico. Al utilizar esta materia se puede potencializar las condiciones de producción y

mejoramiento en productos de calidad, fomentando la agroindustria y darle un valor agregado de acuerdo a las técnicas de agronegocios.

El desarrollo e identificación de los canales de comercialización se determinan por un sistema de vinculación entre los productores agrícolas con los mercados nacionales e internacionales, donde se permite a los productores y organizaciones entender las demandas de los consumidores, además de crear nuevas expectativas para generar productos con un valor agregado (Rodríguez et al., 2017).

Esta investigación está enfocada a proveer una alternativa de comercialización no solo a una sino que a varias asociaciones cacaoteras a nivel nacional, empleando las técnicas de agronegocios en la implementación de canales de comercialización para el rubro de cacao fino y de aroma.

Conforme a lo mencionado anteriormente se desarrolla una metodología en la utilización de esta materia prima, la cual puede ser una referencia para estudios similares en productos de primera calidad, que se encuentren en la zona, contribuyendo en el desarrollo local y la realización de estudios posteriores.

Árbol de problemas

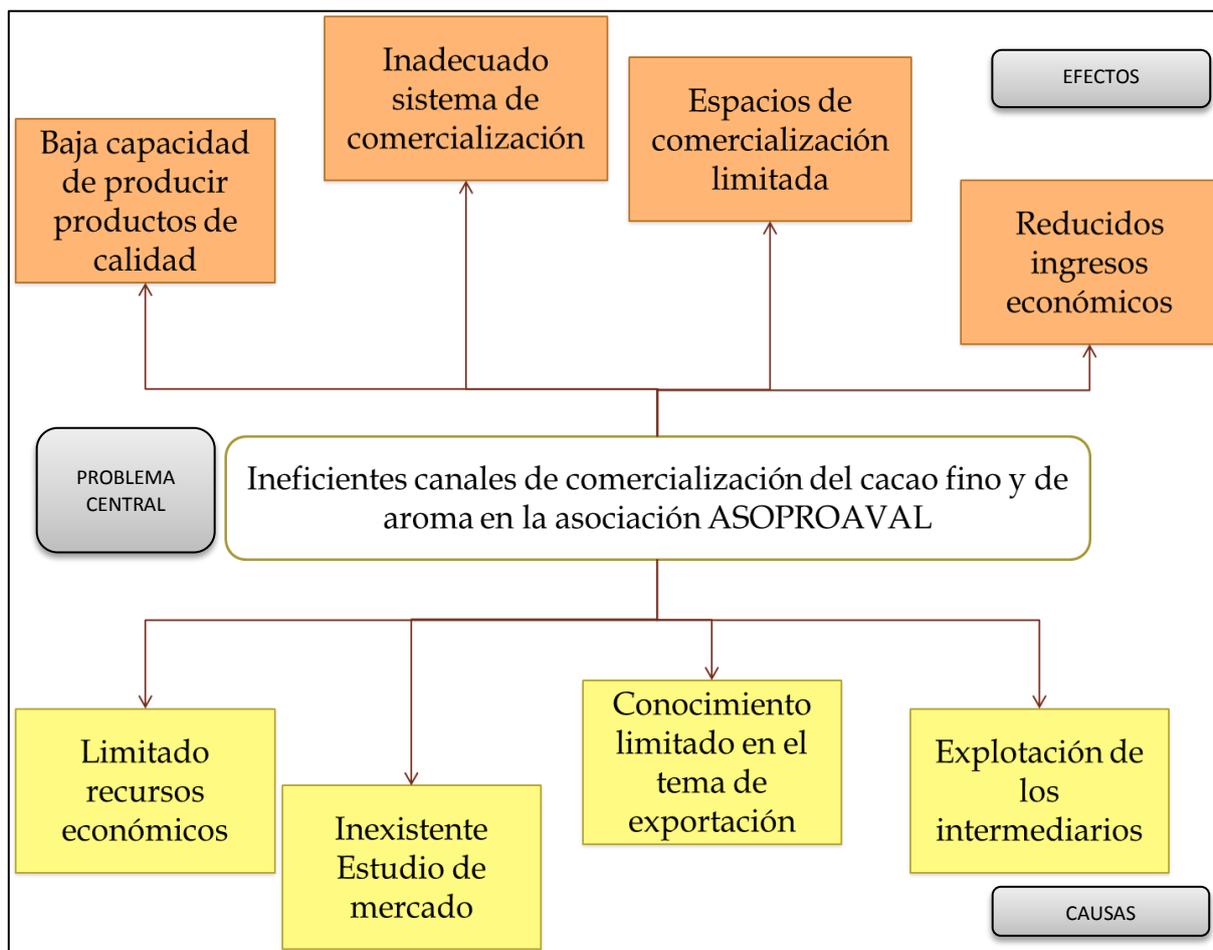


Figura 1. Esquema del árbol de problemas planteado para la Asociación.

1.4. Objetivos

Los objetivos planteados en esta investigación fueron los siguientes:

- Identificar canales de mercado para la exportación del grano de cacao fino y de aroma.
- Determinar las estrategias para el desarrollo socioeconómico para la asociación “ASOPROAVAL”.
- Analizar la realidad social, económica y administrativa de la asociación para la comercialización del grano.
- Sociabilizar los resultados con los actores sociales de la asociación “ASOPROAVAL”.

1.5. Hipótesis y sistemas de variables

La identificación de canales de comercialización del mercado internacional del grano de cacao fino y de aroma favorece el desarrollo en la producción, en el ámbito social y económico de la asociación “ASOPROAVAL”, del cantón La Maná – provincia de Cotopaxi.

1.6. Sistemas de variables

1.6.1. Variable independiente.

Ampliación en las ventas, mediante la ubicación de nuevos mercados presentados en la zona local.

Indicadores:

- Promoción de la materia prima.
- Oferta de la materia prima.
- Estrategias de comercialización.
- Mejoramiento de producción del producto.
- Manejo del cultivo y sistema de postcosecha.

1.6.2. Variables dependientes.

Favorecimiento al desarrollo social económico en la asociación “ASOPROAVAL”.

Indicadores:

- Ampliación en las ventas del producto.
- Mejoramiento del área productiva.
- Beneficios en la población.
- Beneficios en la Asociación.

Capítulo II Marco teórico

2.1. Generalidades

El cacao es originario de la región amazónica y fue transportado a América Central hace más de 3 000 años. En la región centroamericana se han localizado poblaciones silvestres de cacao, lo cual sustenta aún más la hipótesis del origen del cacao en esta región. Se cree que las culturas prehispánicas, como los mayas y aztecas, conocían el cacao antes de la llegada de los españoles. La historia indica que, antes de la conquista, el cultivo de cacao se limitaba al área comprendida entre el Sur de México y la actual frontera entre Costa Rica y Panamá. De igual forma, la domesticación original de la especie se desarrolló en Centro América, con plantas de cacao del grupo botánico llamado Criollo. Se cree que los españoles, después de su llegada a México, introdujeron el cultivo a Sudamérica en donde lo cruzaron con los materiales nativos de esa región, lo que les permitió mejorarlo (Cajas et al., 2015).

Autores estipulan que 2 000 años antes de Cristo se inició con la domesticación del cacao en la Mesoamérica entre México, Guatemala y Honduras. Estudios recientes demuestran a una variedad de *Theobroma cacao* L. como el punto de origen en la alta Amazonía, siendo utilizada en la región por más de 5 000 años. La producción y conocimiento del cacao en Ecuador es antigua; en la llegada de los españoles en la costa del Pacífico, ya se presenciaban grandes árboles de cacao que demostraban el conocimiento y la utilización de esta especie *theobroma* en la región costera (ANECACAO, 2015).

Datos registrados en el Ecuador demuestran que las primeras exportaciones a inicios del siglo XVII. Para el año de 1630 se realizaron envíos de 30 a 40 mil sacas de 60 kg. Hace 100 años antes de la llegada de las enfermedades de escoba de bruja y monilla, éramos los principales productores de cacao a nivel mundial. En la actualidad ocupamos el puesto 7 a

nivel general en exportaciones de cacao y somos el primer exportador mundial de cacao fino de aroma (Romero et al., 2015).

Autores mencionan que el Ecuador posee cuatro grandes mercados como lo son: Europa Occidental, Estados Unidos, Canadá y el Japón. Donde se orienta el análisis hacia el sector conformado por Suiza, Bélgica, Francia, Alemania y Holanda, por considerarlos países productores de los más finos chocolates existentes en el mercado y por consiguiente los principales demandantes del cacao "arriba". Con el fin de poder dirigir hacia las principales industrias productoras de chocolates finos de los países antes mencionados, puesto que son éstos, los clientes potenciales de esta variedad de cacao (Ávalos et al., 2013).

Se menciona que para la calidad, existen una serie de características y propiedades particulares que le dan a los productos derivados del cacao un valor diferenciado en el mercado nacional e internacional. Para eso las certificaciones y normas en conjunto a sellos se convierten en unos de los principales elementos significativos a partir de los cuales el mercado internacional determina un valor adicional al estipulado por la bolsa de valores de New York. Para el grano de cacao sobresalen certificaciones en los procesos de comercialización con enfoque de diferenciación y valor agregado. Dentro de los sellos tenemos: UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade International y certificación orgánica (Arvelo et al., 2016).

Los autores establecen que el fortalecimiento de los modelos asociativos donde se pueden encontrar elementos de comercialización que mejoren este tipo de emprendimientos, se debe iniciar por trabajar con modelos organizacionales, que prioricen el proceso productivo de la calidad y a su vez permitan desarrollar estrategias de mercadeo y modelos financieros que ayuden a mejorar la calidad de vida de los pequeños y medianos productores (Montoya et al., 2015).

La escasa información científica publicada en revistas y sitios de investigación sobre los problemas sociales y económicos vinculados a los sistemas agrarios a nivel de provincia, motivó al desarrollo de la investigación con el objetivo de diagnosticar la situación de un grupo de productores de cacao en la provincia de Cotopaxi desde los aspectos sociales y económicos.

2.2. Antecedentes de la Asociación

Esta asociación de producción agropecuaria valmaná es netamente agrícola fundada en septiembre del año 2016, actualmente está conformada por 26 socios activos y 80 socios pasivos de los sectores de Valencia y La Maná, sus núcleos familiares están dirigidos por un 80% con edades entre 27 y 86 años y un 20 % mujeres con edades entre 34 y 60 años, su cultura radica entre el compañerismo, el buen carisma que armoniza la fuerza en el desempeño de la agricultura.

La actividad agrícola principal es el cultivo de cacao (*Theobroma cacao* L.) y además el orito, maíz, ganadería y otras propias de la localidad; siendo nuestra zona el principal productor del banano orito (*Musa acuminata* AA) en donde las plantaciones tienen un manejo de forma orgánica y como resultado se obtienen productos orgánico-silvestre.

El derivado del producto cacao fino y de aroma que se piensa obtener es la pasta de cacao denominada “KAKAW QURI” (cacao de Oro). Este nombre se origina por la historia y trascendencia que tiene nuestro cantón La Maná; siendo que en este cantón existe mucha presencia de oro hubo una afluencia grande de personas que venían a extraerlo de diferentes partes del mundo.

Relata la historia: El mana, era el alimento enviado por Dios, todos los días durante la estadía del pueblo de Israel en el desierto como es mencionado en el libro Éxodo, es así que nace el nombre que hoy en día posee nuestro cantón La Maná.

Así nació el nombre de KAKAW QURI, viene de una historia con trascendencia le hemos puesto ALMA Y CORAZÓN, ya que el oro no es nada abundante, pero este cantón ha sido bendecido por Dios (ASOPROAVAL, 2016).

2.3. Origen del cacao

El autor menciona que sus inicios se dan en los trópicos húmedos de América, noroeste de América del Sur, zona amazónica. Hace unos 2000 años, la domesticación, cultivo y consumo del grano de cacao fueron realizados por los aztecas, toltecas y mayas; investigaciones recientes indican que al menos una variedad de cacao tiene su origen en la Alta Amazonía, hace 5000 años. Con la llegada de los españoles a América, los granos de cacao eran usados como moneda y usado en la preparación de bebidas, después de un siglo los granos de cacao fueron llevados al continente europeo, en donde se desarrollaron una receta añadiéndole dulce y vainilla. Luego de varias experimentaciones a finales del siglo XIX, los suizos consiguieron producir el primer chocolate de leche, dando inicio a la industria mundial.

A mitad del siglo XVI, el rentable negocio del cacao atrajo el interés de los empresarios guayaquileños, en el año de 1600 ya se tenían las primeras cosechas a orillas de los afluentes río arriba de Guayaquil, dando el emblema de Cacao de Arriba. Existen registros que en el Ecuador se produce cacao desde 1780, pero en el años de 1911 fue cuando se llegó a ser uno de los mayores exportadores. Hoy en día la mayor parte del cacao exportado por Ecuador corresponde a una mezcla de Nacional y Trinitarios introducidos en los años de 1930 y 1940, definiéndose como un Complejo Tradicional (Guerrero, 2015).

Botánicamente tenemos al Trinitario, es un complejo, constituido por una población híbrida que se originó en la isla de Trinidad, cuando la variedad original (criollo de Trinidad) aparentemente se cruzó con una variedad de cacao forastero

introducida de la cuenca del Río Orinoco. De allí que las características morfológicas, genéticas y de calidad son intermedias entre Criollos y Forasteros. Dentro de este grupo se ubica la mayor parte del cacao cultivado en América, incluyendo el clon CCN 51 (Soria, 1999).

Cacao tipo nacional

La variedad tradicional del Ecuador es el tipo denominado nacional, que se caracteriza por dar un chocolate suave de buen sabor y aroma, tiene un tipo de fermentación muy corta, de muy pocas horas, a diferencia del forastero que toma varios días llegando hasta 12 días, este genotipo de variedad nacional se ha venido perdiendo a través del tiempo debido a la introducción de materiales que son resistente a enfermedades y poseen una mayor producción (Aguirre, 2015).

2.4. Dentro de las variedades comerciales, se presentan dos tipos de cacao:

a) Forastero, trinitario o cacao amargo.

Originario del continente americano es el tipo de variedad más cultivada en las regiones cacaoteras de Brasil y África. Se identifica por sus frutos de cáscara dura y leñosa, de superficie relativamente tersa y de granos aplanados de color morado y un sabor amargo. Dentro de esta raza destacan las variedades como: angoleta, cundeamor, calabacillo, amelonado y sambito (InfoAgro, 2011).

b) Criollo, cacao dulce o híbrido.

Hace algún tiempo se viene sustituyendo a las plantaciones antiguas de Forasteros debido a su mayor adaptabilidad a distintas condiciones ambientales y por sus frutos de mayor calidad. Se caracterizan por sus frutos de cáscara suave y semillas redondas, de color blanco a violeta, dulces y de sabor agradable. La superficie del fruto posee diez surcos

longitudinales marcados, donde cinco de los cuales son más profundos y se presentan de manera alternada con lomos irregulares, prominentes y verrugosos (InfoAgro, 2011).

2.5. Características botánicas

Árbol de tamaño mediano con altura que van de 5 a 8 m cuando crece libremente bajo sombra intensa. Posee una corona es densa, redondeada y con un diámetro de 7 a 9 m. su tronco es recto que puede desarrollarse en formas muy variadas.

Sistema radicular.- Posee una raíz principal pivotante y tiene muchas raicillas secundarias encargadas de la absorción de los nutrientes.

Hojas.- De conformación simples, enteras y de color verde bastante variable (color café claro, morado o rojizo, verde pálido) y con un pecíolo corto.

Flores.- Son pequeñas y se producen en racimos pequeños sobre el tejido maduro mayor de un año del tronco y de las ramas. Las flores son pequeñas, se abren durante las tardes y pueden ser fecundadas durante todo el día. El cáliz es de color rosa con segmentos puntiagudos; la coloración de color blancuzco, amarillo o rosa. Sus pétalos son largos y la polinización es entomófila destacando a una mosquita del género *Forcipomya*.

Fruto.- Presentan tamaños, colores y formas variables, tienen forma de baya, de 30 cm de largo y 10 cm de diámetro, siendo lisos o rugosos, de forma elíptica de color rojo, amarillo, morado o café. La pared del fruto es gruesa, dura o suave y de consistencia como de cuero. Los frutos se dividen interiormente en cinco celdas. La pulpa es blanca, rosada o café, de sabor ácido a dulce y aromática. El contenido por baya es de 20 a 40 granos planos o redondeadas, pueden ser de color blanco, café o morado, presentando sabores dulces o amargos (InfoAgro, 2011).

2.6. Requerimientos climáticos y edáficos

Tabla 1.
Requerimientos edafoclimáticos del cacao.

Altitud	15-800 msnm
Temperatura	24 – 25 °C
Precipitación	1.500 – 3.000 mm
Suelo	Fértiles, profundos y francos
pH	6 – 7

Fuente: (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2014)

2.7. Distribución y producción

2.7.1. Distribución mundial.

El área de distribución natural de *Theobroma cacao* L. se extiende desde la región de la cuenca del Amazonas y las Guyanas hasta el sur de México. Después de la llegada de los europeos a América, el cultivo del cacao se ha expandido al Caribe, Asia y África. Los productores más importantes son Costa de Marfil, Ghana e Indonesia (Dosert et al., 2012).

2.7.2. Distribución y producción en el Ecuador

Distribuido en las Provincias de Guayas, Los Ríos, Esmeraldas, Manabí, El Oro, Santo Domingo, Santa Elena, Bolívar, Cañar, Chimborazo, Azuay, Pichincha, Loja, Imbabura, Cotopaxi, Orellana, Napo, Pastaza, Zamora Chinchipe, Morona Santiago y Sucumbíos.

La producción nacional del año 2015 presentó un comportamiento diferente a la producción internacional y se incrementó en 9.70% respecto al año 2014. Como se observa en la figura 2, la tendencia de la producción ha incrementado en el transcurso de los años evaluados (2002-2015), siendo el año 2015, el que alcanzó el mayor volumen de producción nacional con 297 853 t. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2016).

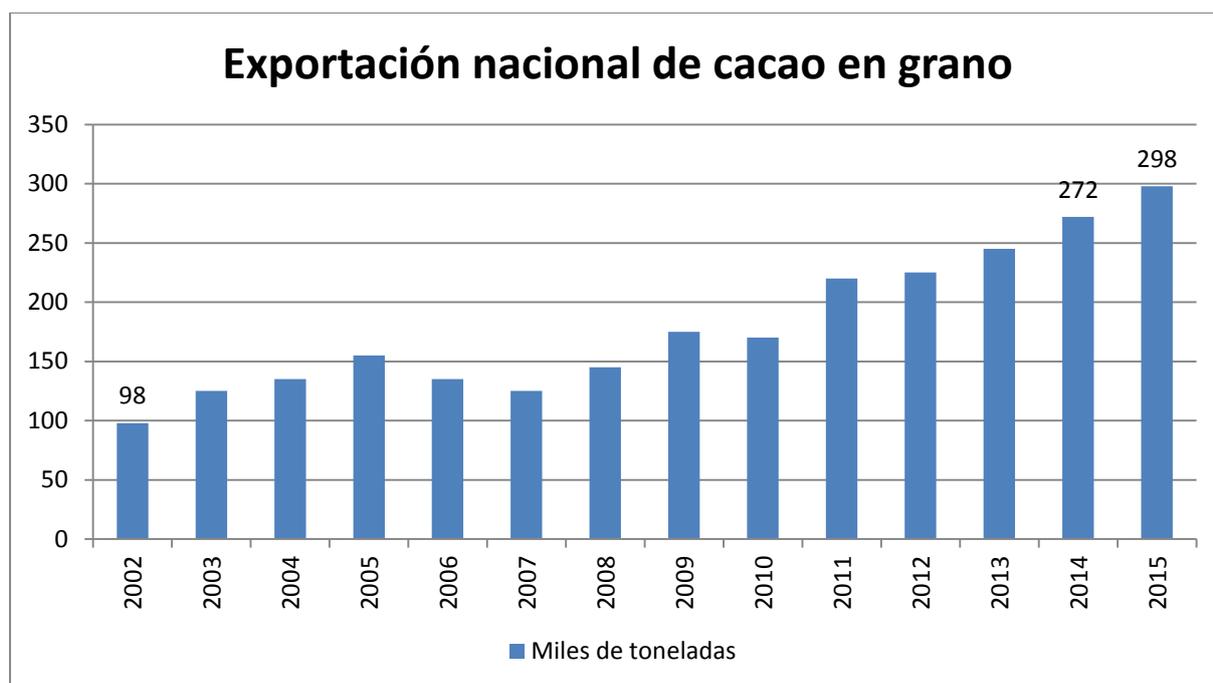


Figura 2. Exportación nacional de cacao en grano desde el año 2002- 2015.

Fuente: (MAG, 2016).

Las provincias que presentan una mayor producción de cacao corresponde a Los Ríos con 106 116 has y Manabí con 104 849 has. La provincia del Guayas obtiene una de las mejores producciones con el 27.44% del total de producción nacional y con un rendimiento por hectárea de 0.92 t.

Tabla 2.

Superficie, producción y rendimientos provinciales.

PROVINCIA	SUPERFICIE (ha)	PRODUCCIÓN (t)	RENDIMIENTO (t/ha)
LOS RÍOS	106 116	59 813	0,56
MANABÍ	104 849	46 675	0,45
GUAYAS	89 282	81 737	0,92
ESMERALDAS	73 597	25 745	0,35
Otros	163 567	83 833	0,51
Total Nacional	537 410	297 853	0,55

Fuente: (ESPAC, 2015).

2.8. Exportaciones

2.8.1. Internacionales.

Las exportaciones de cacao en grano a nivel internacional aumentaron en 8.96% con relación al año 2014. La tendencia al alza de los últimos años se mantiene marcada por una recuperación en el año 2015 como se puede observar en la figura 3. El mayor volumen de exportación se registró en el año 2002 con 8 049 782 t, mientras que en el año 2008 se registró el menor volumen de exportaciones con 2 640 302 t.



Figura 3. Exportaciones mundiales de cacao en grano desde el año 2001 al 2015.

Fuente: (TRADEMAP, 2017).

Para el año 2015, el 37.2% de las exportaciones a nivel mundial pertenecen a Costa de Marfil, lo que lo ratifica como principal exportador de cacao actualmente. El segundo país exportador fue Ghana con el 18.6% del comercio mundial, seguido por Camerún con 6.87%, Ecuador el 6.84%, Holanda con 4.99%, y Nigeria con el 4.98%. Observar figura 4 (MAG, 2016).



Figura 4. Participación de exportaciones mundiales de cacao en grano para el año 2015.

Fuente: (TRADEMAP, 2017)

2.8.2. Nacional.

Las exportaciones de cacao en grano incrementaron en 18.8% respecto al año 2014, alcanzando los niveles más altos de todo el periodo analizado 236 066 t. En total, las exportaciones corresponden a 257 350 t, incluyendo licor de cacao, pasta de cacao, manteca de cacao, grasa de cacao, polvo de cacao y chocolate.



Figura 5. Exportación nacional de cacao en grano del año 2000 al 2015.

Fuente: (MAG, 2016)

La exportación se efectuó durante todos los meses del año 2015, esto se debe a la disponibilidad de producción durante todo el año. En el mes de diciembre se registró el nivel más alto de exportaciones con 28 597 t, mientras que en el mes de julio se registró el menor nivel por acciones de factores climáticos que inciden de una manera indirecta en la emergencia de enfermedades, lo cual arroja un dato exportado de 12 244 t para ese mes. Los principales mercados fueron Estados Unidos, Holanda y Malasia (MAG, 2016).



Figura 6. Exportaciones nacionales de cacao en grano durante el año 2015.

Fuente: (MAG, 2016)

2.9. Canales de comercialización

Canal de marketing (también llamado canal de distribución o comercialización), es el conjunto de organizaciones independientes que participan el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial (Velázquez, 2012).

Los canales de distribución son los organismos que se encargan de la tarea de distribución entre la empresa productora y los clientes. El nombre de cadena de distribución viene del hecho que los distribuidores están organizados uno detrás de otro en la tarea distributiva, constituyendo cada uno de ellos un eslabón de dicha cadena. Las cadenas de distribución son de largo muy variable, pudiendo ser muy cortas, como en el caso de la venta directa de productos al consumidor, o muy largas con diferentes intermediarios entre ambos polos (Arellano, 2000).

2.10. Funciones

Los miembros del canal de marketing o de distribución, deberán realizar diferentes funciones para satisfacer la demanda de los consumidores finales o industriales, a saber:

- Información: obtención de ésta mediante estrategias de inteligencia de marketing o de investigación de mercados que tengan como propósito el estudio del entorno de marketing para planear el intercambio de bienes y servicios.
- Promoción: difusión de las ofertas de los productos o servicios.
- Contacto: búsqueda de compradores para los productos o servicios.
- Negociar: lograr acuerdos en relación con el precio y volumen de ventas.
- Distribución: transportar y almacenar los productos o servicios.

2.11. Organización de la cadena de distribución

La cadena de distribución está formada por múltiples actores, cada uno de los cuales cumple funciones diferentes dentro de ella. Estas funciones están delimitadas por la manera en que las cadenas están estructuradas y por el grado de facilidad o de dificultad de pertenecer a ellas (Arellano, 2000).

Organización según el nivel de flexibilidad, con respecto a la capacidad de intervención de los diversos actores:

- Cadena de distribución jerárquica: aquella en la cual los miembros van a respetar el orden de preeminencia de sus miembros. Así, en una cadena establecida de varios miembros, el productor solamente venderá a los mayoristas, éstos a los minoristas y éstos a su vez a su vez a los consumidores.
- Cadena de distribución flexible: es aquella en la cual pueden darse todo tipo de relaciones entre los miembros. Si bien corrientemente la dirección de la cadena se

respeta en cuanto a las jerarquías, nada impide a cada uno de los miembros saltar etapas para acortar el canal.

Tipos de intermediarios en América Latina:

- Mercados itinerantes
- Puestos de mercado
- Comerciantes ambulantes
- Almacenes de barrio
- Tiendas especializadas
- Supermercados
- Tiendas de departamentos
- Centros comerciales

2.12. Importancia

La importancia del canal de marketing o de distribución radica en el beneficio que se brinda a los consumidores en cuanto al ahorro tiempo cuando hay que recorrer grandes distancias para satisfacer necesidades mediante un producto o servicio. La fijación de los precios de los productos también es decisiva al estar relacionada con la tarea de la colocación de los productos en el mercado. Asimismo, los canales de marketing o distribución son un detonante de las economías de escala, ayudan a todos los miembros del canal al crecimiento por conducto de financiamientos y generación de conocimientos.

2.13. Tipos de canales de distribución

2.13.1. Participantes de los canales de distribución

Los fabricantes de productos o servicios eligen el canal que utilizarán, éstos deben seleccionar a los miembros del canal. Algunos productores no tienen ningún problema para asociarse con no miembros del canal; sin embargo, algunos deberán trabajar muy duro para

conseguir intermediarios que les ayuden a vender sus productos y abastecer el mercado. No obstante, es importante señalar que al seleccionar a aquellos participantes que formarán parte del canal, la empresa deberá evaluar los años de experiencia que tienen en el negocio, cuáles son las líneas que manejan, si cuentan con fuerza de ventas, cuál es su calidad, y si estos intermediarios tienen distribución selectiva o exclusiva (Velázquez, 2012).

2.13.2. Canales de distribución vías del producto.

Estos canales tienen la finalidad de hacer llegar los productos al consumidor final mediante diferentes niveles de intermediarios. Los más comunes son los siguientes; sin embargo las empresas pueden utilizar todos los niveles que se requieran para hacer llegar sus productos. Cabe mencionar que entre mayor sea el número de niveles, mayor será el precio de los productos y, por ende, los consumidores se verán afectados.

Fabricante - consumidor: También llamado canal directo, no cuenta con niveles de intermediarios, y los fabricantes venden directamente a los consumidores, el ejemplo más actual es vender por medio de la página web del productor.

Productores - minoristas o detallista - consumidores: Denominado como canal dos. Este tipo de canal tiene un nivel de intermediarios, a saber: los minoristas o detallistas.

Productores - mayoristas - minoristas o detallistas - consumidores: Este canal tiene dos niveles de intermediarios, y se denomina como canal tres, lo utilizan con frecuencia los pequeños comerciantes de alimentos y de medicinas, o bien aquellos fabricantes que no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos al consumidor.

2.13.2.1. Intermediarios.

Burin, (2017) enuncia la clasificación de los intermediarios de la siguiente manera:

- Mayoristas: Empresas que se dedican primordialmente a la venta al por mayor: las ventas al por mayor: comprende todas las actividades que intervienen en la venta de bienes y servicios a quienes los compran para reventa o para su uso en
- Detallistas (también llamados minoristas). Negocio cuyas ventas provienen primordialmente de la venta al detalle Ventas al detalle: todas las actividades que intervienen directamente en la venta de bienes o servicios a los consumidores finales para su uso personal, no comercial.

2.14. Marco legal

2.14.1. Ley de fomento y desarrollo del cacao nacional fino de aroma.

Art 1. Ámbito.- las disposiciones de la presente ley son obligatorias para todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas, que desarrollen una actividad productiva vinculada con el fomento y desarrollo del cacao fino de aroma en cualquier parte del territorio nacional.

Ley que engloba al sistema productivo: cosecha, post cosecha y comercialización de este producto en su conjunto, que comprende el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución, el intercambio comercial, el consumo y el aprovechamiento de la externalidades positivas que genere el desarrollo de la producción de cacao fino de aroma considerando las actividades que realizan todos sus actores, desde los pequeños productores hasta las grandes cadenas de industrialización y comercialización, naturales o extranjeras que operan en el país (Cajas y col., 2015).

2.14.2. Normativas del cacao de aseguramiento de la calidad.

AGROCALIDAD, (2016), estable requisitos basados en la norma 4.2.3 / 4.2.4

INCOTerms: Condiciones de comercio internacional, por sus siglas en inglés (International Common terms)

INEN173: Cacao en grano, determinación de% humedad.

INEN 174: Cacao en grano, determinación de contenido de grasa.

INEN 175: Pruebas de corte en grano de cacao.

INEN 176-2006: Requisitos para el cacao en grano.

INEN 177-95: Muestreos, cacao en grano.

Inspección de higiene: Inspección realizada contra una lista reducida de puntos de control, basándose en la norma HACCP 2002.

Inspección puerto: Esta tiene por objeto el confirmar la conformidad del lote de cacao inspeccionado y se realiza en adición a la inspección regular. En caso de encontrar no-conformidades con las normas respectivas, los lotes propiedad del exportador será inspeccionado con más minuciosidad y de ser el caso impedir la exportación del producto.

Inspección regular: Inspección de calidad que se llevará a cabo luego de pasar por los Procedimientos pertinentes con el fin de obtener el certificado de calidad. Examinación que permite la posterior exportación del lote de cacao.

Inspector: Persona natural que desempeña la función de examinador, delegado por la verificadora, independiente de las partes de la cadena de valor del cacao, con el conocimiento técnico y la formación requerida para poder ejecutar una inspección física de los lotes de cacao en forma imparcial.

ISO 17020: Normativa creada para entidades independientes que realizan inspecciones para terceros.

Ley 739: Presenta la Ley en el desarrollo de la formulación, importación, comercialización y empleo de plaguicidas y productos de uso agrícola.

Lote parado: Lote de cacao, en su totalidad a la vista, ensacado, cosido, marcado y fumigado, listo para la exportación y que no vaya a sufrir alteraciones posteriores a la fecha de inspección.

OAE: Organización de Acreditación Ecuatoriana.

Reclamo: Toda comunicación en forma escrita o verbal, que denota una inconformidad con la calidad de servicio, del producto o cualquier otro asunto de la cadena de valor del cacao, dirigida a la atención del ente que brinda dicho servicio, se excluyen los asuntos de índole financiero. Las devoluciones por cualquier motivo, notas de crédito y pactos entre caballeros para resolver una inconformidad, serán también consideradas como un reclamo y procesadas como tal.

Registro: Formulario llenado con información para comprobar el buen funcionamiento del sistema de calidad.

2.14.3. Ley del mercado.

Capítulo II

Circuitos y canales de comercialización

Artículo 45.- Definición de circuitos y canales de comercialización. Los Canales de Comercialización o Distribución son el conjunto de personas naturales o jurídicas que adquieren la propiedad o participan en la transferencia, de un producto, bien o servicio a medida que éste se desplaza desde el productor hasta el consumidor. Los Canales de Comercialización o Distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

Artículo 46.- Clasificación de los circuitos y canales. Los canales de comercialización pueden ser largos o cortos, dependiendo del número de intermediarios que contenga la cadena de distribución del producto. Los Canales de Comercialización se clasifican en:

a) Canales Directos.- Cuando el productor comercializa de forma directa con el consumidor final;

b) Canales Indirectos.- Cuando el productor sede a terceras personas naturales o jurídicas la comercialización con el consumidor; y,

c) Alternativas cooperadas de Distribución.- Cuando el productor mantiene acuerdos de distribución con terceras personas naturales o jurídicas para comercializar con el consumidor.

Artículo 47.- Regulación y fomento de los circuitos y canales. El Estado a través del organismo rector de la política agropecuaria debe identificar los diversas circuitos o canales de comercialización de cada producto de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, que pueden ser para uso alimentario o no alimentario; para lo que se utilizará el registro obligatorio de los actores que participan en el proceso de comercialización de un producto (Conferencia plurinacional e intercultural de soberanía alimentaria, 2012).

Capítulo III Metodología

3.1. Materiales

3.1.1. Ubicación.

La investigación se realizó con los integrantes de la asociación ASOPROAVAL, establecidos en el cantón La Maná – Cotopaxi y sus alrededores.

3.1.2. Localización de la investigación.

Tabla 3.
Datos informativos de la investigación.

Provincia	Cotopaxi
Cantón	La Maná
Parroquia	La Maná
Asociación	ASOPROAVAL

3.1.3. Situación geográfica y climática.

Tabla 4.
Datos de situación geográfica y climática

Parámetros	Datos
Altitud	220 msnm
Latitud	S0° 56' 27"
Longitud	W 79° 13' 25"
Temperatura	24°
Heliofanía (h/l)/año	12,6 %
Humedad Relativa	86,83 %

Fuente: (INAMHI, 2016).

3.1.4. Materiales de campo.

- Formulario de encuestas

- Libreta de campo
- Esferos
- Cámara fotográfica (celular)
- Vehículo

3.1.5. *Materiales de oficina.*

- Computadora
- Esferos
- Calculadora
- Papel bond
- Material bibliográfico (físico, digital)
- Impresora

3.2. Métodos

Para la obtención de canales de comercialización, se realizó los siguientes procesos:

3.2.1. *Análisis de la materia prima presente en la asociación.*

El cacao se obtiene de los diferentes sectores pertenecientes del cantón la Maná de la provincia de Cotopaxi. Donde se da el sistema de transporte y debido proceso en la asociación para fines de comercialización. Estos datos fueron obtenidos a través de la implementación de encuestas y entrevistas.

Se aplicaron cuestionarios de preguntas variables semiestructuradas de fácil comprensión teniendo en cuenta que estamos hablando con productores cacaoteros para facilitar su comprensión se elaboraron preguntas de tipo abiertas y cerradas englobando las variables establecidas en esta investigación, siendo material de ayuda para determinar la cadena de comercialización y los beneficios que pueden llegar a obtener los pequeños y medianos productores de cacao.

3.2.2. Selección de la población.

Se aplicaron las encuestas a los 10 socios activos de la asociación “ASOPROAVAL” del cantón La Maná que se encuentran en la actualidad dando un funcionamiento y mantenimiento a la asociación, cabe recalcar que los fundadores fueron 26 agricultores que con el tiempo se han ido retirando de dicha asociación. En el desarrollo de la investigación se tomó información de diferentes autores en el área de comercialización y exportación de cacao, como una fuente para el desarrollo de la empresa.

3.2.3. Elaboración del cuestionario.

El diseño del cuestionario se apoyó en el uso de preguntas de tipo abiertas y cerradas que encierran las variables de estudio. El cuestionario se encuentra en el anexo 2 del documento.

3.2.4. Definición de variables.

A continuación se presenta las variables propuestas en esta investigación empleadas en el bloque de preguntas.

- Variables productivas: variedades usadas.
- Variables ambientales: uso de pesticidas y fertilizantes.
- Variables comerciales: postcosecha, forma y lugar de venta.
- Variables sociales: datos personales, nexos y lugar dentro de la asociación.

3.2.5. Levantamiento de información.

El proceso de levantamiento de información se realizó investigador-productor mediante encuestas a cargo del responsable de la investigación y en acompañamiento del presidente de la asociación “ASOPROAVAL”.

3.2.6. Análisis y presentación de la información.

Para realizar el respectivo análisis de la información se utilizó Microsoft office Excel de acuerdo a las necesidades presentadas, para la presentación de la información recopilada expresándolos en sus diferentes asignaciones tales como: tablas y gráficos.

3.2.7. Tipo y Diseño de investigación.

3.2.7.1. Investigación Exploratoria.

Este tipo de diseño ayuda a localizar los factores de estudios preliminares donde se reunió información respectiva que nos proporcionó una pista y entendimiento para el levantamiento de estudio. Donde el objeto de nuestra investigación es la Asociación Asoproaval debido a que existe un problema de comercialización. Se caracteriza principalmente por ser un sistema de obtención de la información de manera libre, dando un proceso de investigación flexible y versátil. El sistema de investigación a nivel de comercialización de cacao fino y de aroma en el cantón La Maná no se ha estudiado de una manera profunda, por tanto se debe realizar una exploración de la información.

3.2.7.2. Investigación Descriptiva.

Se recolectó la información sobre las características presentadas en el problema como puede ser sus aspectos sociales, económicos, culturales, entre otros. Dentro de este tipo de investigación se recolectaron datos para comprobar la hipótesis o responder la pregunta respectiva a la situación actual de sujeto de estudio.

3.2.7.3. Investigación de Campo.

Se realizó un análisis sistemático para determinar la realidad del problema, con el propósito de describirlos, se analizó e interpretó los factores involucrados en esta investigación, donde los datos se recogieron de una forma directa mediante la utilización de encuesta acorde a la entrevista y donde se midió el propósito de interés de la población.

3.2.7.4. Investigación Bibliográfica.

Mediante información descritas por diferentes autores donde se estableció el desarrollo y propósito de una investigación, este tipo de información se sitúa desarrollando en el capítulo 1. Donde se tomaron diferentes fuentes bibliográficas para la respectiva comparación de nuestro proyecto investigativo con investigaciones de diferentes autores.

3.2.7.5. Investigación Explicativa.

Donde se menciona los factores que ha sido escogido para esta investigación mediante las causas y efectos de cada una de las variables y su relación entre las mismas. Se aplicará en el momento de realizar el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas respectivas.

3.2.8. Población.

El objeto de estudio es la asociación ASOPROAVAL conformada por los agricultores productores de la materia prima como es el cacao fino y de aroma, este estudio se encuentra localizado en el cantón la Mana, provincia de Cotopaxi.

3.2.8.1. Delimitación de la población.

El estudio que se realizó a la población total, conformada por 10 socios activos de la asociación “ASOPROAVAL” del cantón La Maná – provincia de Cotopaxi, cabe recalcar que la asociación fue fundada por 26 agricultores en un inicio, donde se han ido retirando por motivos personales dejando en la actualidad 10 personas que dan el mantenimiento y funcionamiento a la asociación. A demás se puede observar información de cada uno de ellos como se muestra en el Anexo 3.

La investigación es de tipo probabilística, población a la cual se le plantea una encuesta sobre la problemática para obtener información relevante que ayudará a fortalecer la

comercialización del grano de cacao fino y de aroma para beneficio de la asociación del cantón La Maná ubicada en la provincia de Cotopaxi.

3.2.8.2. *Proceso de selección.*

El paso de selección de este trabajo de investigación se procedió a utilizar la elaboración de encuestas, entrevistas y observaciones en el lugar de estudio cantón La Maná.

3.2.9. *Técnicas e Instrumentos.*

3.2.9.1. *Métodos teóricos.*

3.2.9.1.1. *Métodos teóricos Histórico – lógico.*

Se empleó esta metodología en la recolección de datos históricos, dando a conocer sus inicios y como ha ido progresando a través del tiempo, logrando establecer las técnicas y métodos que ayudarán a mejorar las condiciones de comercialización del grano de cacao.

3.2.9.1.2. *Analítico – Sintético.*

Se empleó este método para realizar la investigación del tema destacado, permitiendo analizar y verificar cada una de las variables expuestas para generar conclusiones y soluciones al problema planteado.

3.2.9.1.3. *Inductivo – deductivo.*

Técnica empleada para la exploración y recolección de información ligada al sistema de comercialización que se utiliza en la localidad, proporcionándonos diferentes patrones y situaciones que nos permitan tener una idea más clara del sistema de comercialización del grano de cacao.

3.2.9.1.4. Métodos empíricos.

El empleo de esta metodología nos induce al uso de la observación, para conocer o darnos cuenta de los factores y acontecimientos que surgen en el sistema de la comercialización del grano de cacao.

3.2.9.1.5. Técnicas e instrumentos

Se usaron técnicas para la investigación como: encuestas, entrevistas y observaciones aplicadas a todos los productores cacaoteros de la asociación ASOPROAVAL del cantón La Maná.

La técnica de las encuestas se utilizó con un cierto número de personas, utilizando un banco de preguntas el cual nos ayudó a compilar información para la investigación.

La entrevista, se dio a través de una interacción entre dos sujetos de una manera verbal, donde se obtuvo información sobre acontecimientos aplicados a diferentes áreas profesionales.

La cualidad de la observación técnica aplicada y muy importante ya que proporciona información sobre los problemas dentro de la organización.

El bloque de preguntas se elaboró en base a la extracción de modelos realizados en otras investigaciones de diferentes rubros del país, teniendo en cuenta que se encuentran en las mismas líneas de investigación en la extracción y recopilación de información a los productores (Aguirre, 2015; Bolaños, 2010; Cajas et al., 2015).

3.2.9.1.6. Procedimientos / toma de datos.

El proceso de levantamiento de información se realizó investigador-productor mediante encuestas a cargo del responsable de la investigación y en acompañamiento del presidente de la asociación “ASOPROAVAL”.

3.2.9.1.7. Análisis / interpretación / datos.

Para realizar el respectivo análisis de la información se utilizó microsoft office excel donde se tabularon los datos y de esta manera se obtuvo la información requerida y se la representó en tablas y gráficos para proceder a realizar sus respectivos análisis.

Capítulo IV Presentación de resultados

4.1. Situación del mercado de exportación

4.1.1. Exportación del grano de cacao ecuatoriano.

La situación actual referente a los mercados para la exportación del grano de cacao nacional ha llevado a tener dificultados de negocios a las asociaciones o vendedores particulares al momento de trasladar para su exportación, esta información es de tipo bibliográfica. Donde dan ciertos acontecimientos de la exportación del cacao fino de aroma.

Identificación de los mercados del exterior:

El mercado exterior tiene diferentes modalidades y normas para la compra del producto antes de llegar al consumo de su pueblo. Para la exportación a otros países, en nuestro país se presenta una serie de requisitos para la exportación mediante el régimen exporta fácil como lo describen Mejillones et al. (2015), que se presenta en el siguiente literal:

- Exporta fácil.
- Requisitos generales de acceso.
- Documentos de exportación.
- Verificación de status fitosanitario.
- Registrarse en Agrocalidad.
- Inspección y certificado de calidad.
- Solicitar certificado fitosanitario.
- Exportación a consumo.
- Gestión aduanera.
- Factura comercial.
- Registro de exportación.

- Declaración aduanera de exportación.
- Lista de embarque.
- Aspecto logístico.
- Conocimiento de embarque.
- Empaque comercial.
- Rótulo.
- Condiciones de almacenamiento.
- Embalaje para el transporte.

4.1.2. Exportaciones de cacao en el Ecuador

El país ecuatoriano se ubica en el quinto lugar, siendo uno de los mayores proveedores de grano de cacao para Alemania, esta posición la ha mantenido por varios años, el país se encuentra en la mejor posición para ampliar su presencia del producto en el mercado alemán por su calidad. En Alemania, a través del tiempo se ha incrementado la elaboración de chocolates y dulces en todo su territorio. En el sitio web TRADEMAP; se estipula que para el año del 2014 las exportaciones de cacao en grano hacia Alemania bajaron de 16 383 t a 8 729 t y en el año del 2015 se incrementó a 11 500 t (Peralta y col., 2016).

Requisitos para exportar a la Unión Europea

En la actualidad se presentan normativas legales para los productos que se exportan a la Unión Europea, donde deben cumplir con requisitos exigidos para protección a nivel de la salud, humana, animal, medio ambiente y los derechos de los consumidores. Como se lo describe a continuación:

- Procedimientos de importación de la UE.
- Sistema de clasificación de productos de la UE.
- Unión aduanera de la UE.

- Documentos de despacho de aduanas.
- Impuestos especiales.
- Impuesto sobre el valor añadido (IVA).

Se pueden clasificar en los siguientes sectores:

- Contenido máximo de contaminantes (Reglamento CE 1881/2006).
- Requisitos medioambientales.
- Requisitos sanitarios y fitosanitarios.
- Requisitos técnicos.
- Normas de comercialización.
- Plaguicidas – LMR (Reglamento CE 149/2008).
- Restricciones a las importaciones en la UE.

En el sector alimenticio se requiere:

- Específica para productos de cacao (Directiva CE 200/36)
- Higiene de Productos Alimenticios (Reglamento CE 852/2004)
- Legislación Alimentaria General (Reglamento CE 178/2002)

4.1.3. Requisitos de exportación al mercado europeo

Se lo hará bajo el Régimen Común Exportación a Consumo que según la Ley Orgánica de Aduanas en el Artículo 56 dice:

Artículo 56.- Exportación a consumo.- La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior (Vergara et al., 2016).

Para la correcta exportación se deben seguir los siguientes pasos:

- Inscribirse en la página web del servicio nacional de aduana del Ecuador.

- Obtener el RUC, autorizado por el SRI.
- Presentar la declaración aduanera única de exportación (la cual tendrá que completarse de acuerdo a las directrices del manual de despacho de exportaciones del recinto aduanero).

Los documentos solicitados son:

- Factura comercial original.
- RUC del exportador.
- Certificado de origen.
- Autorizaciones previas.
- Documento de transporte.
- Registro de exportador.

La gestión de exportación consiste en dos fases:

- Pre-embarque:

Aquí inicia la transferencia y se muestra la orden de embarque, donde se guarda la información previa de exportar. Los datos de la exportación, tienen que ser enviados electrónicamente al servicio nacional de aduana del Ecuador, bajo el formato de la orden de embarque que está en la página web de la aduana, que contiene información como: descripción de la mercancía, datos del exportador, peso, cantidad y factura provisional. Después que el sistema interactivo de comercio exterior apruebe la orden de embarque, el exportador estará apto para mover el producto hasta el sitio aduanero.

- Post-embarque:

El siguiente paso, después de haber presentado la declaración aduanera de exportación, se estiman 15 días laborables para que la exportación sea regularizada;

por medio de la transferencia de la declaración aduanera de exportación definitiva de exportación. Antes del enviar electrónicamente la declaración aduanera de exportación definitiva de exportación, quienes se encargan del transporte de la carga, deben remitir la información de los manifiestos de la carga de exportación con los debidos documentos de transportes. Datos dentro de la declaración aduanera de exportación serán verificados con la información de carga; al hacer válida la información el resultado es favorable, el exportador recibirá la de aprobación de la declaración aduanera. La declaración aduanera de exportación, debe mostrar al departamento de exportaciones que la mercancía realizó su salida, la documentación que se detalla a continuación:

- Orden de embarque con factura comercial definitiva.
- Declaración Aduanera Única de Exportación.
- Documentos de transporte.
- Cupón CORPEI.

4.2. Propuesta

El desarrollo de la propuesta basadas en estudios anteriores como lo describe el autor plantea un esquema que se adapta y acopla a esta investigación, donde se pretende brindar a la Asociación “ASOPROAVAL” del cantón La Maná perteneciente a la provincia de Cotopaxi, una nueva forma de seguimiento de plan de exportación mediante una estructura con un diseño integral, donde tendrá ciertos requerimientos al momento de implementarse y mostrará una mejor perspectiva acerca de las capacidades competitivas con las que cuenta dicha asociación que le permitirá competir en el mercado nacional e internacional, a continuación se muestra un esquema sobre la propuesta planteada (Vera, 2016).

4.2.1. Esquema de la propuesta en base a la investigación realizada.

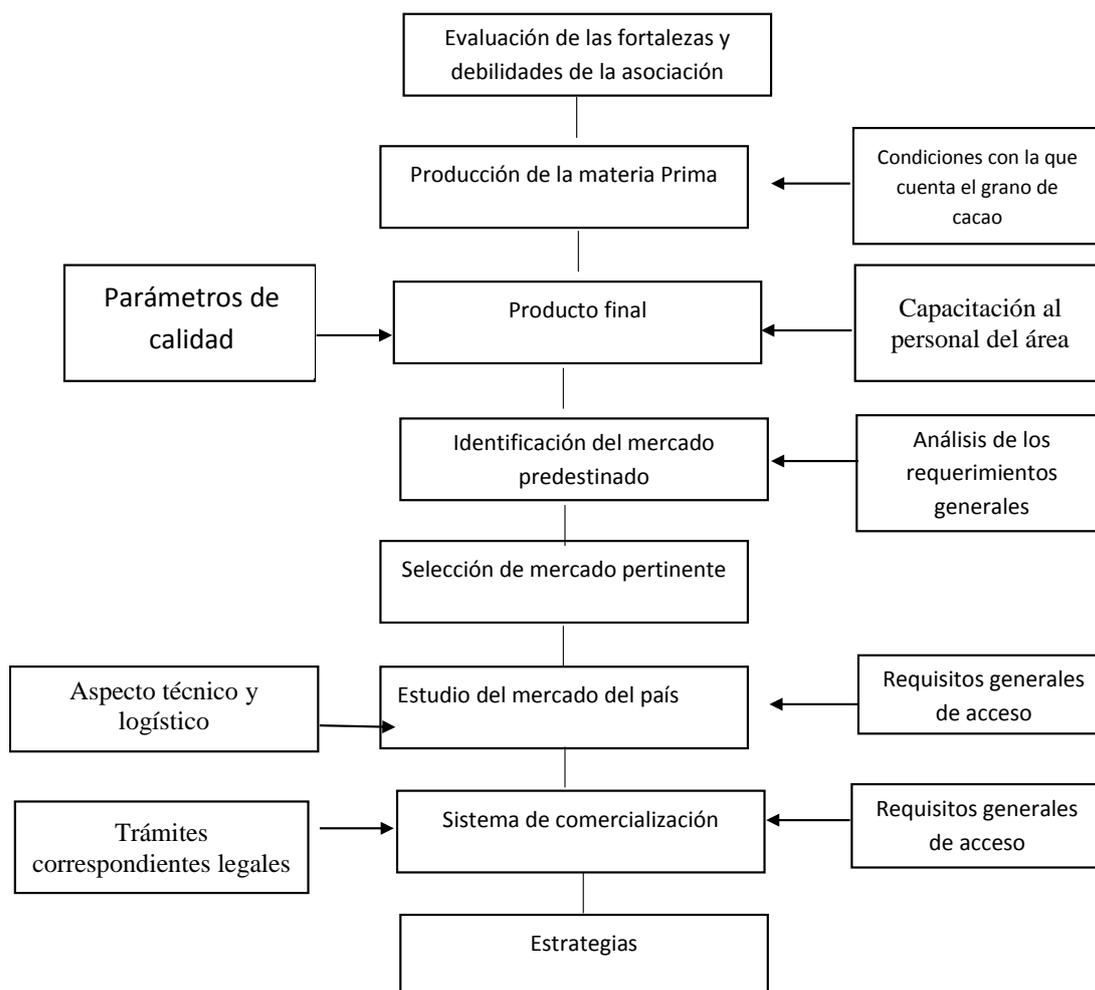


Figura 7. Esquema de la propuesta direccionada para la asociación “ASOPROAVAL”

4.2.2. Evaluación de las fortalezas y debilidades de la asociación.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Integración de los socios. ✓ Capacidad productiva de cada uno de los socios. ✓ Apoyo por parte del gobierno al cacao fino y de aroma (cacao nacional) ✓ Disponibilidad de materia prima. ✓ Condiciones favorables para el desarrollo del cultivo. ✓ Capacidad de producción territorial. ✓ Disponibilidad de materia prima. ✓ Licencia de exportación para productos agropecuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponibilidad de una propiedad a nombre de la asociación. ✓ Falta de capital para la realización de compra de grano de cacao. ✓ Poseer un centro de acopio con las áreas necesarias. ✓ Dificultad en la toma de decisiones por parte de los miembros de la asociación. ✓ Débil imagen y red en el mercado. ✓ Marca no reconocida a nivel internacional.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponibilidad de zonas agroecológicas apropiadas para la producción de cacao. ✓ Agricultores con experiencia en el cultivo. ✓ Grano ecuatoriano de calidad cuando se hace con adecuado manejo agronómico y postcosecha. ✓ Microclimas adecuados para aumentar área cultivada. 	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingresar a mercados selectos para cacao nacional. ✓ Diversificarse en productos relacionados. ✓ Mercados internacionales que requieren productos con certificados de origen. ✓ Materia prima con niveles bajos de cadmio. ✓ Cuentan con una licencia de exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad económica para realizar compras de volúmenes constantes. ✓ Exportadoras establecidas cercanas a la zona de La Maná. ✓ Cambio climático (afectaciones a las producciones). ✓ Proliferación de enfermedades. ✓ Desacuerdos dentro de los socios. ✓ Cambio en las necesidades y gustos de los compradores. ✓ Fluctuaciones en los precios internacionales del cacao – bolsa de valores de New York. ✓ Baja en la producción debido a la incidencia enfermedades propias del cacao como la Moniliasis (<i>Moniliophthora roreri</i>) y mazorca negra (<i>Phytophthora palmivora</i>). ✓ La no sostenibilidad por parte de la organización a largo plazo debido al mercado y condiciones de cultivo.

4.2.3. Producción de materia prima.

Existen bajos niveles en la infraestructura de las instalaciones para el almacenamiento del grano de cacao con las que cuenta la asociación, donde AGROCALIDAD, (2018) es la entidad que emite certificados para el funcionamiento del lugar, además donde se está trabajando en la mejora y calidad del producto destinado para la exportación y así cumplir con la normativa de exportación que establece la entidad ya mencionada. INEC, (2016) reporta que la producción con la que cuenta la provincia de Cotopaxi posee dos sistemas de

hectáreas sembradas: en el caso de monocultivo existen 4 150 ha, que generan un volumen de 2 057 t., además se tiene como cultivo asociado un total de 5 018 ha que producen un volumen de 1 731 t.

4.2.4. Producto final

El autor establece que se debe cosechar un fruto o mazorca completamente madura. En la fermentación se debe abrir la mazorca de cacao, después es depositado en cajones donde drena el mucilago que contiene el grano durante cuatro días proporcionando remociones a las 24 horas y 72 horas logrado una adecuada fermentación. Finalmente, se llega al secado que es uno de los procedimientos que se realiza de forma natural o artificial hasta lograr un porcentaje de humedad del 7%, porcentaje que nos permite exportar (Vera, 2016).

La producción de cacao en los países productores se identifica porque esta se realiza a través de pequeños productores. Los demandantes más importantes, son empresas relacionadas a la producción de chocolate, en donde el cacao es su insumo más importante, quienes están atendiendo a un mercado cada vez más sofisticado (Barrientos, 2015).

Entidades con las que se ha trabajado en conjunto como el MAG, (2008) y el MIPRO, (2008) se ejecutaron tendencias y parámetros de cumplimiento a través de capacitaciones sobre el sistema de transformación del grano de cacao para la elaboración de subproductos como es el caso de pasta de cacao y entre otros. Alternativa que generaría un mejor ingreso a la asociación.

AGROCALIDAD, (2018) establece parámetros de calidad para la exportación del grano como lo son el 7% de humedad en el grano de cacao, además de contar con fumigaciones a los lotes a exportar para evitar pérdidas en el sistema de transporte y rechazo del producto sin pago alguno.

4.2.5. Identificación del mercado predestinado.

El crecimiento de diferentes países son buenas alternativas para llegar con nuestro producto ya que son mercados capitales en crecimiento donde su población consume cada vez más una diversidad de productos.

Según datos obtenidos para el año 2017 los países que presentaron mayores importaciones de grano de cacao se dieron en Países bajos (se destaca Holanda) con 939 187 toneladas, seguido por Estados Unidos con 470 258 toneladas y Alemania con 353 673 toneladas (TRADEMAP, 2017).

PROECUADOR, (2017) menciona que el Ecuador dispone de algunos convenios y sistemas internacionales relacionados a temas comerciales dando ciertas preferencias arancelarias que a su vez facilita el comercio entre los países de la región. A continuación se presentan los convenios:

- ✓ Comunidad Andina (CAN)
- ✓ Asociación Latino Americana de Integración (ALADI)
- ✓ Acuerdo de Complementación Económica Ecuador-Cuba
- ✓ Adhesión del Ecuador al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros y Colombia y Perú
- ✓ Acuerdo de Complementación Económica Brasil, Argentina, Colombia, Venezuela, Ecuador, Paraguay y Uruguay
- ✓ Acuerdo de Complementación Económica Chile-Ecuador
- ✓ Acuerdo de Alcance Parcial Agropecuario Brasil, Argentina, Colombia, Venezuela, Bolivia, Chile, Cuba, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay
- ✓ Acuerdo de reconocimiento mutuo de certificados de conformidad con los reglamentos

- ✓ Sistema Generalizado de Preferencias-Japón
- ✓ Sistema Generalizado de Preferencias-Federación de Rusia
- ✓ Sistema Generalizado de Preferencias-Turquía
- ✓ Sistema Generalizado de Preferencias-Noruega
- ✓ Sistema Generalizado de Preferencias-Nueva Zelandia
- ✓ Sistema Generalizado de Preferencias-Estados Unidos
- ✓ Sistema Generalizado de Preferencias-Suiza Sistema Generalizado de Preferencias-Kazajistán

ICCO, (2016) indica que el promedio de importaciones registradas de cacao en grano a nivel mundial para los últimos años supera los 3 000 000 t, siendo solo 10 países que exportan el 80 % del volumen total y el 78 % del valor nominal de las mismas. Europa es el principal importador de cacao en grano con 58.6 %, Asia y Oceanía 21.7 %, América 19.3 % y África 0.6 %.

A continuación se muestra las principales certificaciones que exigen los mercados internacionales.

Tabla 5.
Exigencias de certificaciones del producto

Esquema de certificación	Área de inicio de certificación	Área de enfoque
UTZ	2009	Profesionalización de prácticas agrícolas y gestión operacional. Se enfoca en el aumento de la productividad. Cubre café, té y cacao
Rainforest Alliance	1998	Conservación de la biodiversidad y bienestar de los agricultores. Se

		enfoca el aumento de la productividad y cubre commodities tropicales y turismo.
Fairtrade International	1994	Promover mejores condiciones y empoderar a los productores. Se enfoca en un amplio rango de commodities y oro
Orgánico	1989	Apunta la producción de forma sustentable, sin el insumo de productos químicos.

Fuente: (Solórzano et al., 2017).

4.2.6. Selección del mercado pertinente.

De acuerdo al autor, el desarrollo de un sistema de exportación es la guía que muestra al empresario hacia dónde debe dirigir su esfuerzo exportador y cómo competir en el mercado internacional con el propósito de lograr el éxito. El desarrollo del sistema óptimo para las empresas requiere del conocimiento y las capacidades propias, así como también de las características y situaciones presentes en el mercado internacional (García, 2015).

Datos investigados en TRADEMAP, (2017) establece para ese año, que las mejores importaciones se dieron por Holanda, Estados Unidos y Alemania. Estableciendo las mejores alternativas para la exportación del producto en cuanto a necesidades y parámetros de exportación generando beneficios a las asociaciones mediante convenios en diferentes áreas.

4.2.7. Estudio del mercado del país.

Estudios de mercados locales posicionan al Ecuador como principal productor de cacao fino y de aroma de América Latina, seguido por Venezuela, Panamá, y México, estos

países que han incrementado su participación en el mercado internacional. En el caso de Brasil, a pesar de ser el quinto productor mundial de grano de cacao, no se ubica en los primeros lugares del ranking de competitividad, porque su producción se destina al abastecimiento interno para su gran industria de chocolate y productos intermedios (Gordon, 2010).

Barrientos, (2015) argumenta que cerca del 80% de las importaciones mundial de granos de cacao se da por cuatro países, teniendo a Suiza como el mayor importador con el 29.4%, seguido de Estados Unidos por un 16.7% y Alemania con el 13.9%.

4.2.8. Sistema de comercialización.

El autor indica que la cadena de la agroindustria del grano de cacao está puntualizada en el acuerdo ministerial No. 120 del Ministerio de Agricultura y Ganadería del 21 de julio del 2008; donde se establece generalmente para granos y se dispone de diferentes normas para su comercialización. Los productores deben tener un registro de AGROCALIDAD (Feijjo, 2018).

Las medidas tomadas en las barreras arancelarias son aquellas tarifas oficiales que se fijan y cobran a todos los importadores y exportadores en las aduanas de un país, ya sea por la entrada o salida de las mercancías. Para el caso del Ecuador no se cobra ninguna tarifa para los diferentes productos que se exportan (Cueva, 2018).

Se establece que para poder lograr la exportación del cacao fino y de aroma al mercado Europeo, se direccionará bajo lo establecido por la Ley Orgánica de Aduanas que se encuentra en el Art. 56 (Vergara et al., 2016).

Para la exportación se deben seguir los siguientes pasos:

- Inscribirse en la página web del servicio nacional de aduana del Ecuador.
- Obtener el RUC, autorizado por el SRI.

- Presentar la declaración aduanera única de exportación (la cual tendrá que completarse de acuerdo a las directrices del manual de despacho de exportaciones del recinto aduanero).

Los documentos solicitados son:

- Factura comercial original.
- RUC del exportador.
- Certificado de origen.
- Autorizaciones previas.
- Documento de transporte.
- Registro de exportador.

4.2.9. Estrategia

Nuestro país es privilegiado por condiciones que favorecen el buen desarrollo de una biodiversidad grande de flora y fauna, donde se destacan productos como el cacao tipo nacional catalogado como uno de los mejores a nivel internacional siendo esta una de las mayores ventajas en las cuales favorece la inserción de nuestro producto al mercado internacional.

Una de las principales estrategia para la inserción del producto es contar con disponibilidad constante del grano además de proporcionar la calidad que requiere el mercado, además de disponer con una carta de presentación o un análisis del producto que se está ofertando; seguido a esto se deben hacer estudios que determinen la cantidad de grano que puede acopiar dicha asociación tanto a nivel de socios y cacaoteros de la zona, y de esta manera cumplir con las demandas del mercado internacional.

Para esto es necesario contar elementos necesarios para crear un plan de exportación donde se destacan los principales requisitos:

- En primer lugar hay que definir lo que la asociación exportar, a partir de la visión y los objetivos.
- Crear una metodología la cual nos ayudará para el desarrollo del plan.
- Luego proceder a realizar un análisis de los elementos que contengan las 4 p del marketing como se lo menciona a continuación: Producto, precio, plaza y promoción.
- Realizar un análisis meticuloso sobre información interna pertinente al potencial del negocio para lanzarse a un mercado en el exterior, (certificaciones, hoja de calidad del producto, capital, permisos y demás requisitos necesarios para el desarrollo de la exportación).
- Análisis del mercado meta y su entorno, (clientes potenciales y clientes a futuro).

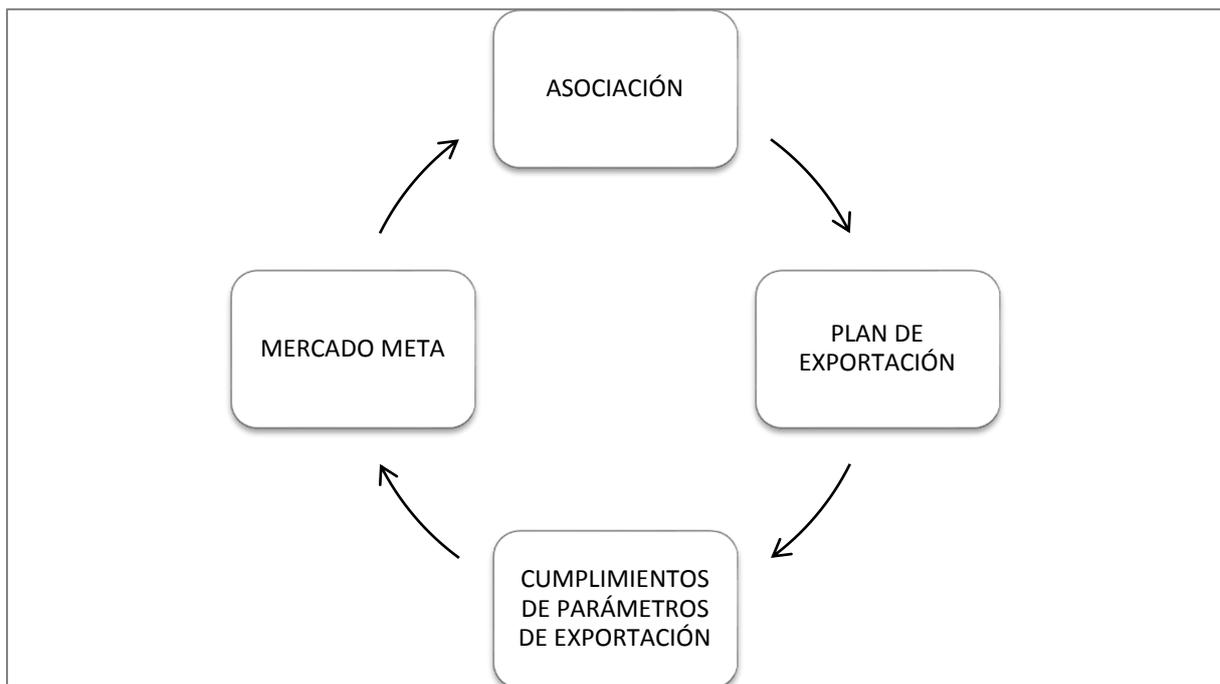


Figura 8. Presentación de la estrategia mediante un esquema.

4.2.10. Marketing

Producto.

El producto principal ofertado al mercado internacional es el cacao fino y de aroma, además de promocionarse a exportadoras y fábricas locales. Se determina por presentar la

más alta calidad en su grano con características que la realzan sobre el cacao ordinario y común de menor costo. Se aplicaran estándares de calidad y almacenamiento del grano garantizando al mercado un producto de calidad. Los granos poseen sustancias antioxidantes, vitaminas y aminoácidos que aportan a la salud de las personas (ANECACAO, 2015).

Precio.

Los precios estarán establecidos en base a la bolsa de valores de Nueva York más un adicional o prima que se impone por la calidad del producto que se ofrece. El precio está ligado a las fluctuaciones que presentan todo el año siendo influenciadas por la oferta y demanda del mercado internacional.

Plaza.

Se mantendrá un canal de comercialización directa al mercado internacional, siendo como principal acopiador la asociación en la zona de La Maná, donde se realizarán transacciones eficientes basadas en la oferta de buenos precios e incentivos por la calidad del producto entregada por los agricultores de la localidad.

Promoción.

La asociación se promocionará como exportadora que brindara mejores precios y servicios al pequeño agricultor, dando a conocer los servicios que se ofrecen a cambio de entregar un producto de calidad basada en las normas establecidas por la asociación.

4.3. Análisis general

De acuerdo al tercer objetivo se logró evidenciar ciertos acontecimientos realizados en la asociación ASOPROAVAL ubicado en el cantón La Maná perteneciente a la provincia de Cotopaxi, donde se procedió a ordenar y procesar la información mediante la tabulación y uso de un software estadístico para expresar los resultados de cada una de las preguntas en

gráficos, con sus respectivo detalle y análisis llegando a conclusiones sobre la incidencia o no del problema.

Dentro del sistema del cultivo de cacao existe una variabilidad de problemas ya que existen diversos tipos de manejos del cultivo difiriendo de productor a productor. Las encuestas presentan los conocimientos y experiencias de cada uno de los productores en las diversas labores que se realizan en el cultivo de cacao.

Pregunta 1.- Composición de la familia.

Tabla 6.
Número de hijos.

Alternativa	Frecuencia
0	2
1	1
2	5
3	1
4	1

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

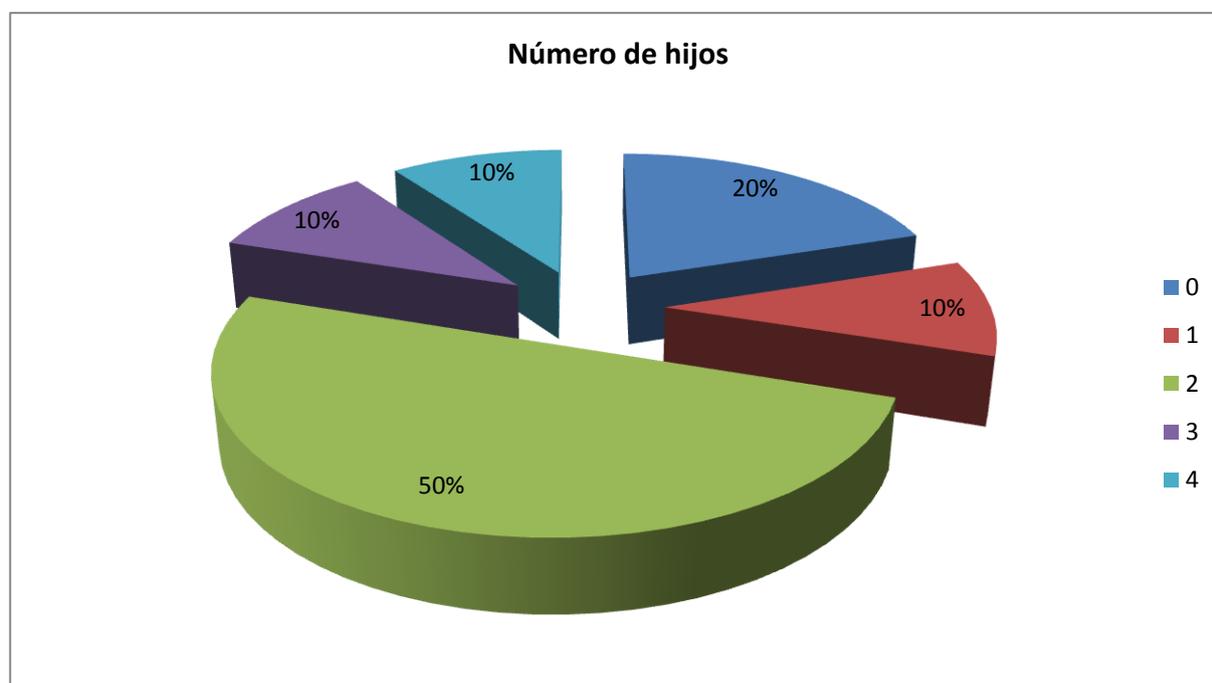


Figura 9. Presentación porcentual del número de hijos en la composición familiar.

Análisis de datos:

Mediante la aplicación de las encuestas se obtuvo que 5 de los socios tiene dos hijos dentro de su composición familiar dando como un resultado del 50%, a diferencia de que 2 miembros no tiene hijos siendo del 20%, y finalmente los dos últimos socios poseen un solo hijo y otro posee 4 respectivamente.

Pregunta 2.- Lugar de trabajo.

Tabla 7.
Área de trabajo.

Alternativa	Frecuencia
Finca	9
Cargo público	0
Otra ocupación	5

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

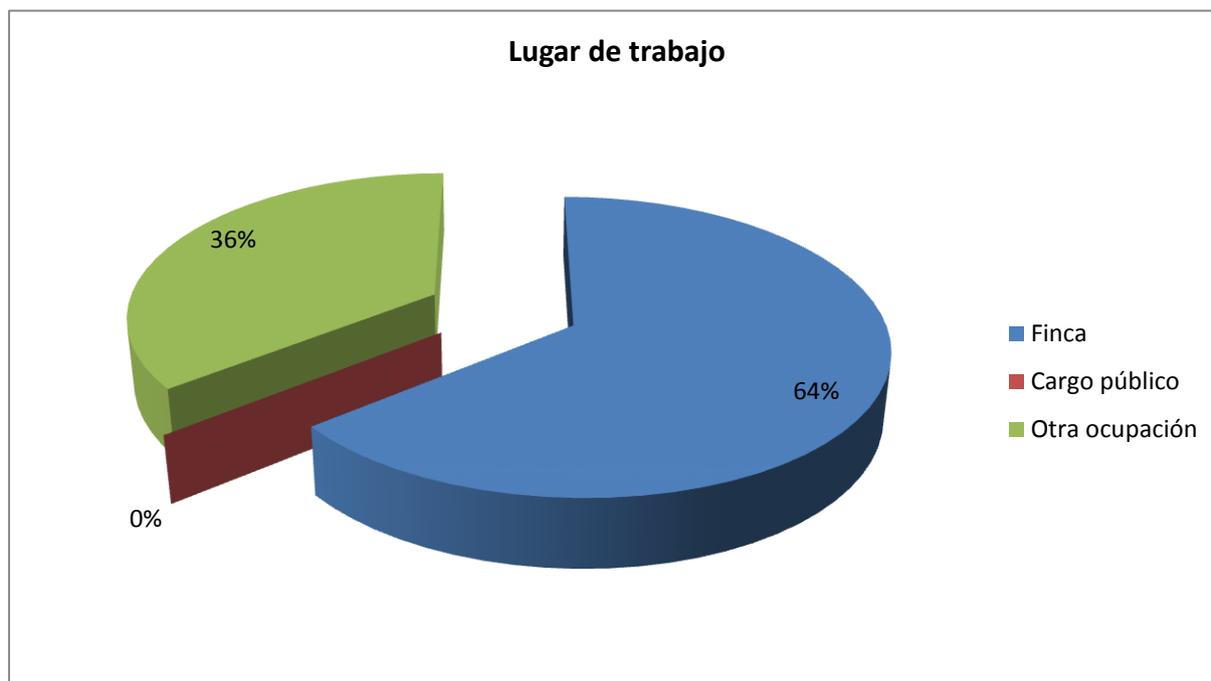


Figura 10. Presentación porcentual del Lugar de trabajo.

Análisis de datos:

En el gráfico se aprecia que el 64% de los socios su sustento proviene de la finca a diferencia del 36% posee otra ocupación como lo es de comerciante según los datos

obtenidos en la encuesta. Hay que tener en cuenta que de los 10 socios 5 dependen de otra actividad económica ya que la situación económica del agricultor es complicada más aun cuando se depende de un solo producto, motivo por el cual se busca incursionar en otra actividad económica.

Discusión:

Ullauri, (2015), concluye que el 89,5% de los agricultores depende netamente de la producción de su finca; obteniendo resultados similares en esta investigación donde se obtiene un 64%.

Pregunta 3.- Cargo que desempeña dentro de la asociación.

Tabla 8.

Cargo que desempeña dentro de la asociación.

Alternativa	Frecuencia
Administrador	1
Presidente	1
Gerente	1
Socio	7

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

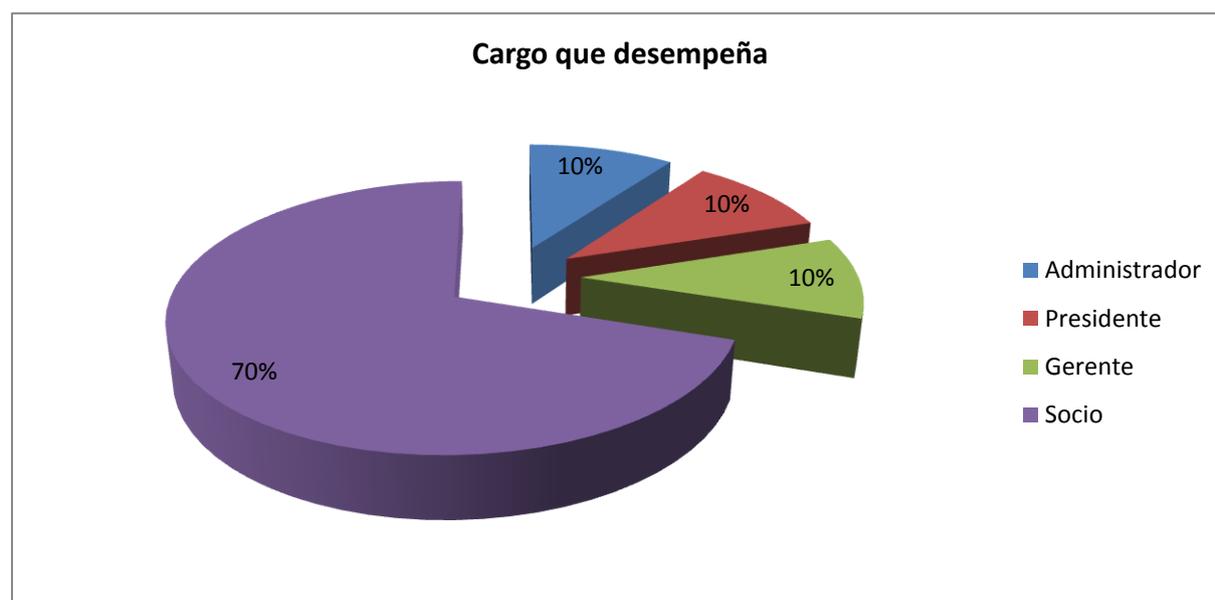


Figura 11. Presentación porcentual cargo de cada uno de los socios.

Análisis de datos:

Se puede apreciar que el 70% de los resultados dicen que 7 de 10 personas son socios mientras que el 30% restante da a conocer los cargos de un administrador, un gerente y un presidente dentro de la asociación, cargos que se requieren dentro de la función legal de una asociación.

Pregunta 4.- Tenencia del terreno.

Tabla 9.
Área de producción.

Alternativa	Frecuencia
Propio	10
Arrendado	0

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

Análisis de datos:

Se pudo determinar que el 100% de los productores poseen sus propias tierras de producción, asegurando un volumen y sistema de producción constante que genere un ingreso adecuado para el sustento familiar.

Pregunta 5.- Extensión aproximada de terreno.

Los rangos se determinaron en experiencias de otras investigaciones.

Tabla 10.
Hectáreas de producción.

Alternativa	Frecuencia
De 1 - 5 Has	5
De 6 - 10 Has	2
De 11 Has en adelante	3

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

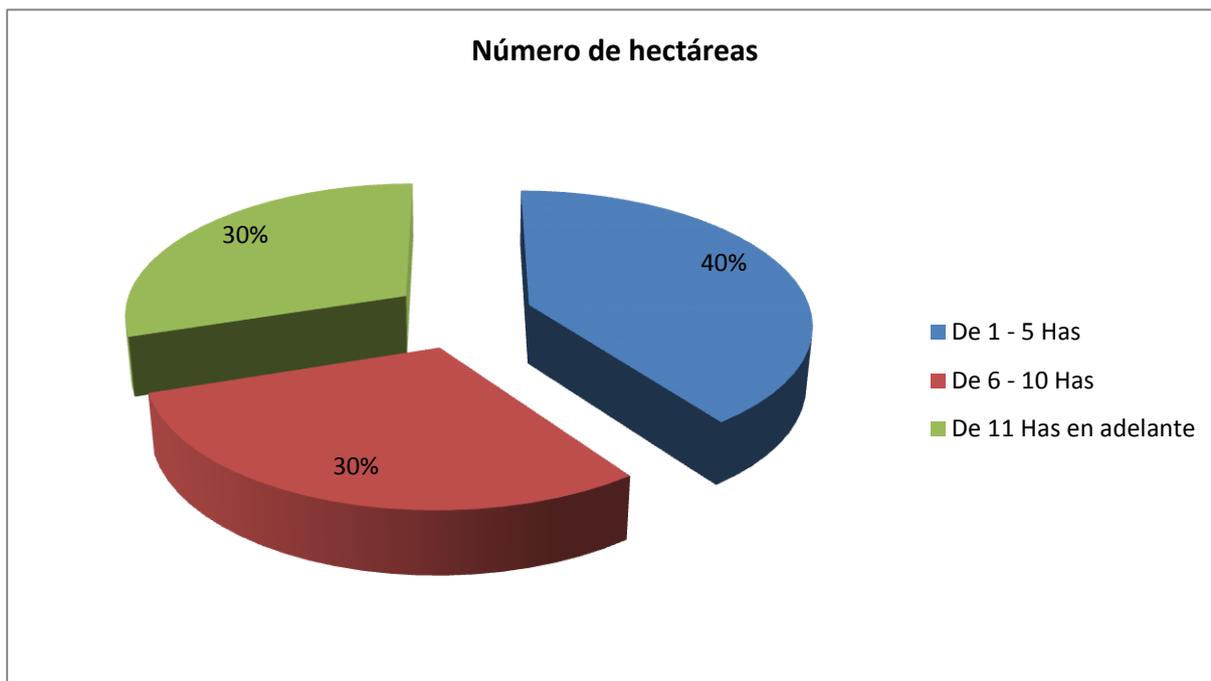


Figura 12. Presentación porcentual del números de has del cultivo.

Análisis de datos:

Vale recalcar que el 40% de los socios poseen entre 1-5 has de producción de cacao mientras que el 30% posee más de 11 has y el 30% posee entre 6-10 has. Notándose que en mayor porcentaje se presentan pequeños agricultores con extensiones de 1 a 5 has debido a que el cultivo de cacao está catalogado como un cultivo de subsistencia.

Discusión:

Molina, (2012), menciona que el mayor número de agricultores cacaoteros poseen extensiones de tierras de 1 a 3 hectáreas presentando una similitud en esta investigación, donde los miembros de la asociación en un mayor número se encuentran dentro del rango de 1 a 5 hectáreas de cultivo de cacao.

Pregunta 6.- Variedad de cacao que utiliza, número de hectáreas por variedad.

Tabla 11.
Variedad y hectáreas de producción.

Alternativa	Frecuencia Nacional	Frecuencia CCN-51
De 1 - 5 Has	3	5
De 6 - 10 Has	0	2
De 11 Has en adelante	0	3

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL

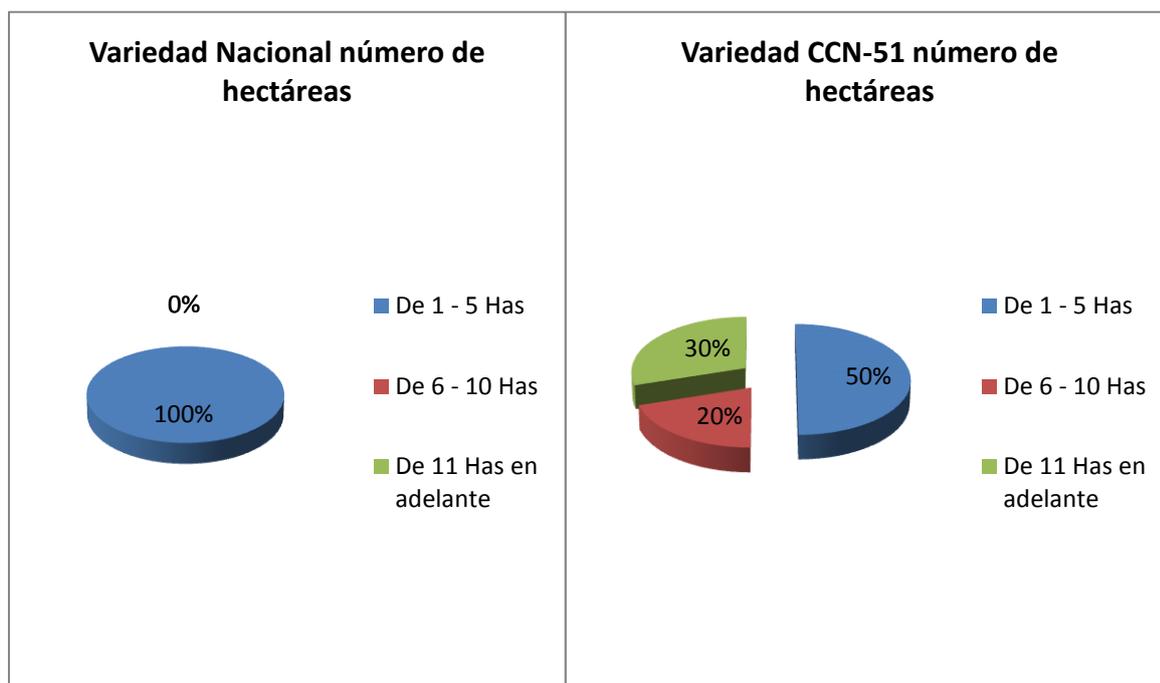


Figura 13. Presentación porcentual del número de hectáreas según la variedad de cacao.

Análisis de datos:

Se puede interpretar que la presencia de cacao nacional tiene un 100% dentro del rango de 1-5 has; mientras que el siguiente cuadro presenta el 50% en el rango de 1-5 has, el 30% está sobre las 11 has y el 20% está dentro del rango de 6-10 has. La tendencia por una de las dos variedades se da principalmente en agricultores que poseen extensiones de 1-5 has debido a que el manejo y el sistema de cambio de variedades requiere de menor inversión y la por la facilidad de cultivar sus propias tierras.

Discusión:

Sin embargo, Cajas et al. (2015) menciona que en el cantón de Marcelino Maridueña (Guayas), productores de cacao presentan una mayor afinidad por el cacao ramilla y CCN-51 debido a su alta producción en cuanto a quintales secos por hectárea, de esta manera se observa la misma afinidad por dichos materiales CCN-51 y a su vez en un menor porcentaje el cacao fino y de aroma.

Pregunta 7.- Labores culturales que realiza en el control de malezas.

Tabla 12.
Tipo de control.

Alternativa	Frecuencia
Química	5
Manual	2
Mecánica	3

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

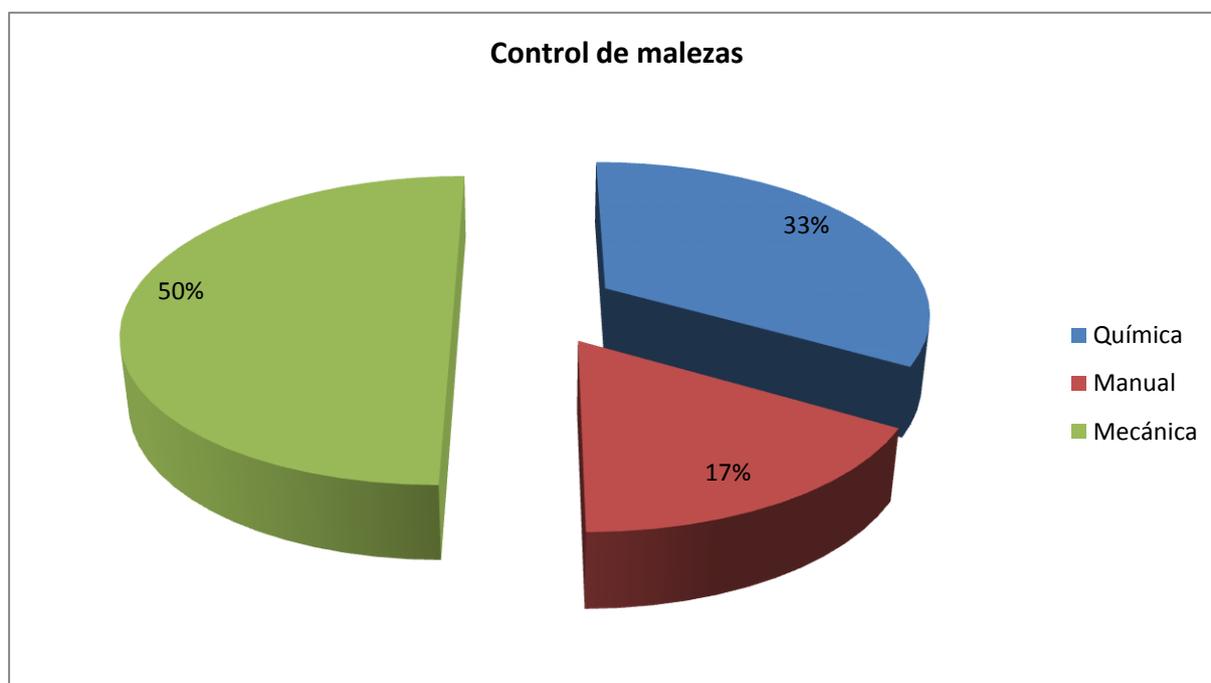


Figura 14. Presentación porcentual del tipo de control de malezas realizado.

Análisis de datos:

El 50% de los productores realiza un control mecánico (motoguadañas), el 33% emplea el uso de herbicida y el 17% realiza controles manuales. Se puede resaltar que el sistema de control mecánico es el más usado porque es más amigable con el medio ambiente y por los resultados obtenidos incrementando la productividad en función del comportamiento de las plantas de cacao.

Discusión:

El investigador Ullauri, (2015) obtiene resultados donde el control de malezas realizados por los agricultores se da de manera manual, mientras que en esta investigación los productores realizan controles mecánicos por encima de los controles químicos y manuales, debido a que se obtiene una mayor eficiencia.

Pregunta 8.- Labores culturales que realiza en los controles fitosanitarios.

Tabla 13.
Tipo de control fitosanitario.

Alternativa	Frecuencia
Fungicidas orgánicos	1
Fungicidas inorgánicos	7
Podas	10

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

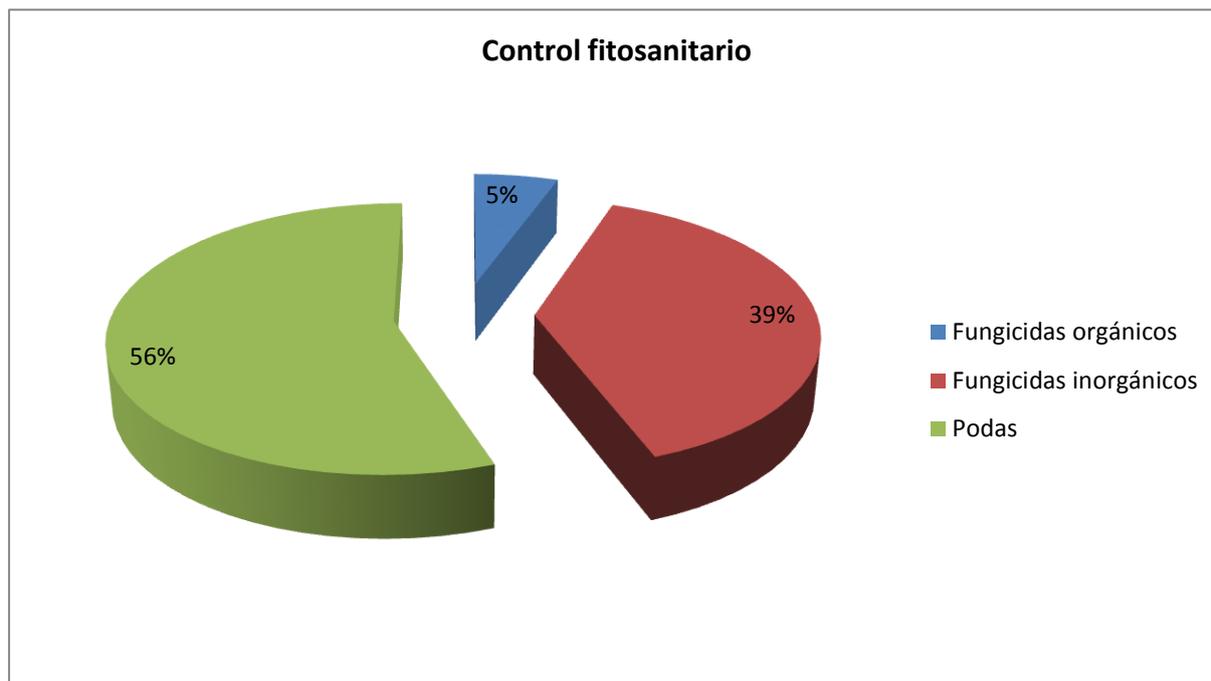


Figura 15. Presentación porcentual del tipo de control fitosanitario.

Análisis de datos:

El 56% de los productores realiza podas para ayudar a prevenir la presencia de enfermedades, el 39% de los productores emplea el uso de fungicidas orgánico y el 5% emplea fungicidas orgánicos, los fungicidas complementan la labor de las podas proporcionando un mayor control de enfermedades e incrementar los niveles de producción del cultivo.

Discusión:

Estupiñan, (2018) menciona que agricultores del cantón Rioverde (Esmeraldas), poseen un 80% de preferencia en la aplicación de fungicidas orgánicos-biológicos para realizar controles de las enfermedades, mientras que en la asociación ASOPROAVAL prefieren realizar controles a través del uso de podas.

Pregunta 9.- Que tipo de fertilizante emplea usted.

Tabla 14.
Tipo de fertilizante.

Alternativa	Frecuencia
Química	10
Orgánica	3

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

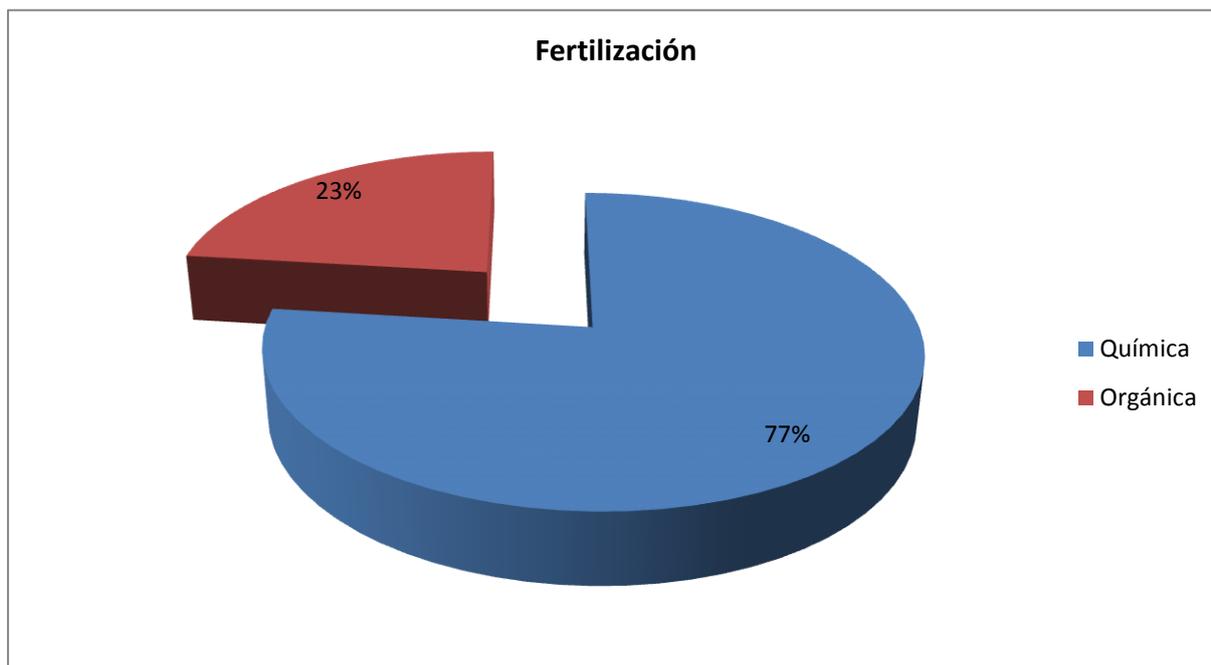


Figura 16. Presentación porcentual del tipo del fertilizante.

Análisis de datos:

Los productores que realizan fertilizaciones químicas tienen una presencia del 77% por los efectos que se obtienen en campo son a corto y mediano plazo, mientras que el empleo de fertilizantes orgánicos es del 23%.

Discusión:

En la investigación realizada por Molina, (2012) en La Maná (Cotopaxi) con productores de cacao que tienen preferencia por el uso de fertilizante químico, al igual que los miembros de la asociación “ASOPROAVAL” debido al efecto que se produce a mediano plazo en sus cultivos de cacao.

Pregunta 10.- Dentro de la aplicación de los agroquímicos posee algún asesoramiento técnico.

Tabla 15.
Asesoramiento técnico.

Alternativa	Frecuencia
Contratación privada	2
Casas comerciales	8
Asociación	0
MAG	0

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL

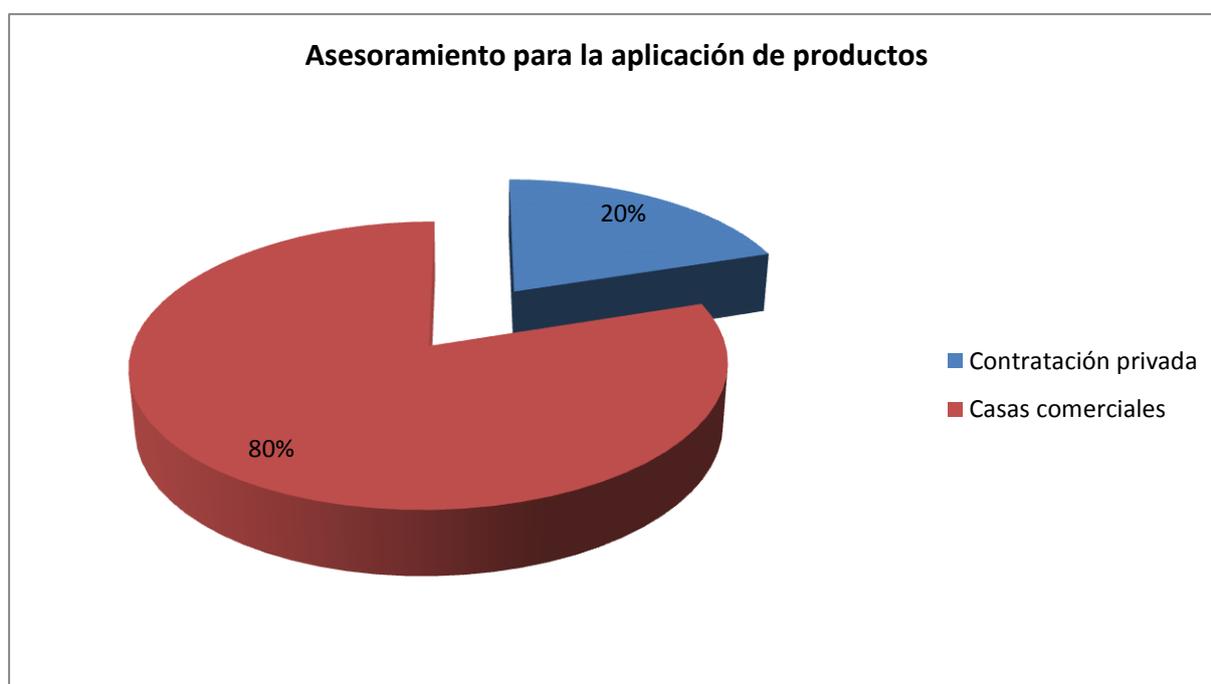


Figura 17. Presentación porcentual del asesoramiento técnico.

Análisis de datos:

El 80% de los productores adquiere un asesoramiento técnico de las casas comerciales por medio de la compra de insumos y el 20% realiza la contratación técnica privada para el asesoramiento adecuado del uso de insumos agrícolas.

Discusión:

Mera, (2018) obtiene porcentajes similares donde las casas comerciales son las que asesoran en el uso y empleo de los insumos químicos al igual que se pudo observar en esta investigación.

Pregunta 11.- Reconocimiento de enfermedades en las diferentes partes de la planta.

Tabla 16.
Enfermedades presentes en el sistema de producción.

Alternativa	Frecuencia
Moniliasis	10
Mazorca negra	9
Cherel de wilt	10
Escoba de bruja cojinete floral	10
Mal de machete	9
Escoba de bruja en brotes	10

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

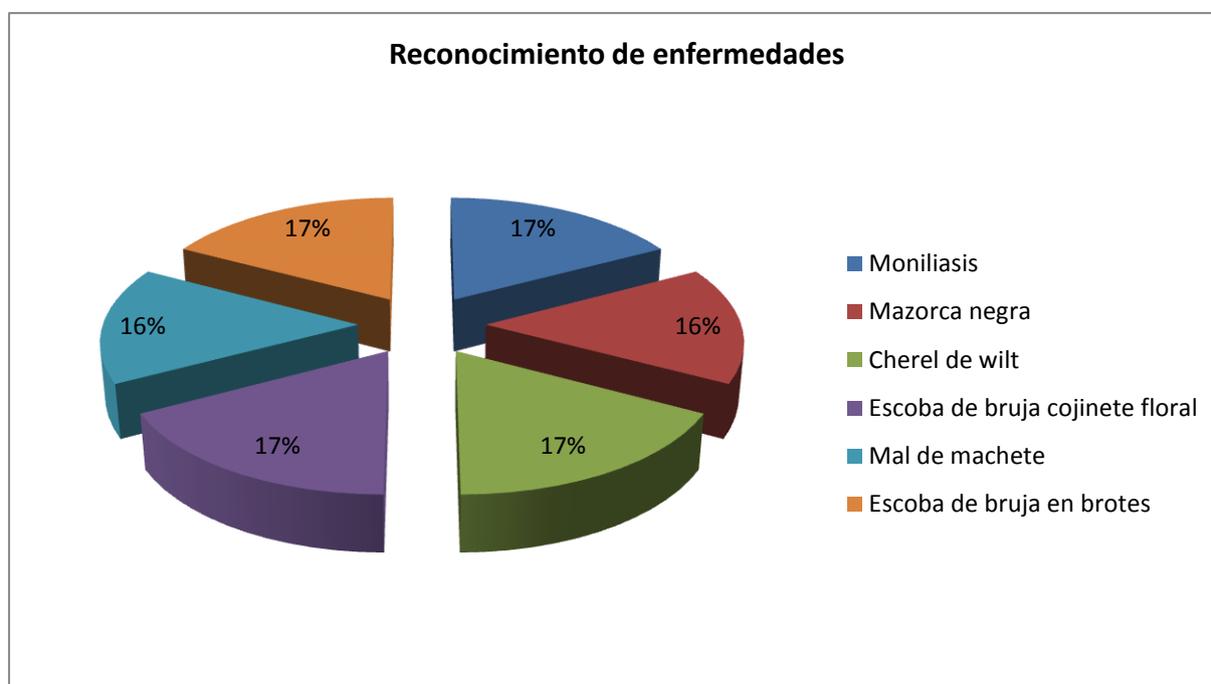


Figura 18. Presentación porcentual del reconocimiento de enfermedades.

Análisis de datos:

Se puede observar que todos los encuestados poseen los conocimientos adecuados para el reconocimiento de enfermedades que se presentan en el cultivo de cacao, lo cual los beneficia para realizar controles oportunos y adecuados.

Discusión:

La incidencia de enfermedades provoca un mejor reconocimiento y control por parte del agricultor por eso en la investigación realizada por Estupiña, (2018) menciona que la mayor afectación de sus cultivos se da por escoba de bruja y monilla; presentándose condiciones parecidas en la zona de La Maná donde sus productores tienen la experiencia necesaria para reconocer todas las enfermedades.

Pregunta 12.- Forma en la que vende el producto.

Tabla 17.
Estado del grano para la venta.

Alternativa	Frecuencia
Bola	0
Desmagayado	2
Fresco	0
Ecurrido/fermentado	0
Seco	9

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL

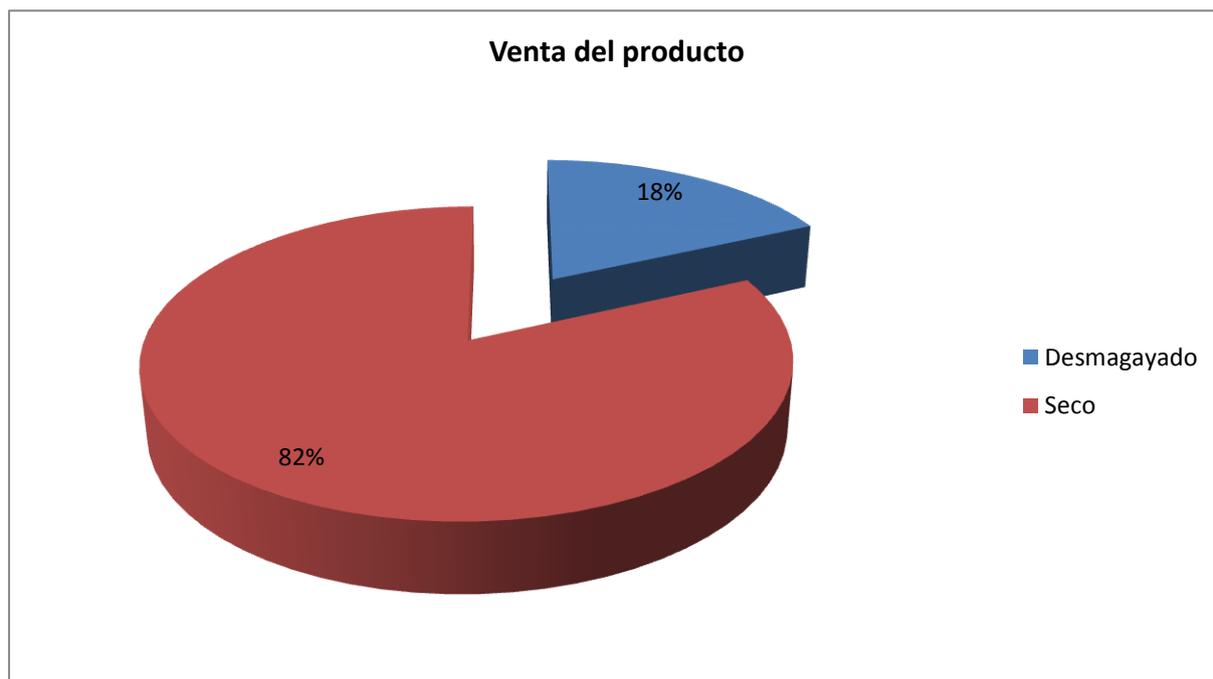


Figura 19. Presentación porcentual del estado del grano para la venta.

Análisis de datos:

La preferencia del productor para vender el grano de cacao se basa en un estado seco teniendo un 82% dentro de los datos obtenidos, mientras que el 18% realiza la venta del grano desmagayado el mismo día de la cosecha. Hay que tener en cuenta que los precios son variables en los diferentes estados del grano (Tabla 17).

Discusión:

En la investigación realizada por Mera, (2018) en la zona de Babahoyo los productores de cacao tienen una baja preferencia en vender el cacao en estado seco a diferencia de que el 82% pertenecientes a miembro de la asociación prefieren vender el cacao en estado seco.

Pregunta 13.- Lugar donde vende su producto.

Tabla 18.
Lugares de venta del producto.

Alternativa	Frecuencia
Centro de acopio	4
Exportadoras	6
Asociaciones	0

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL

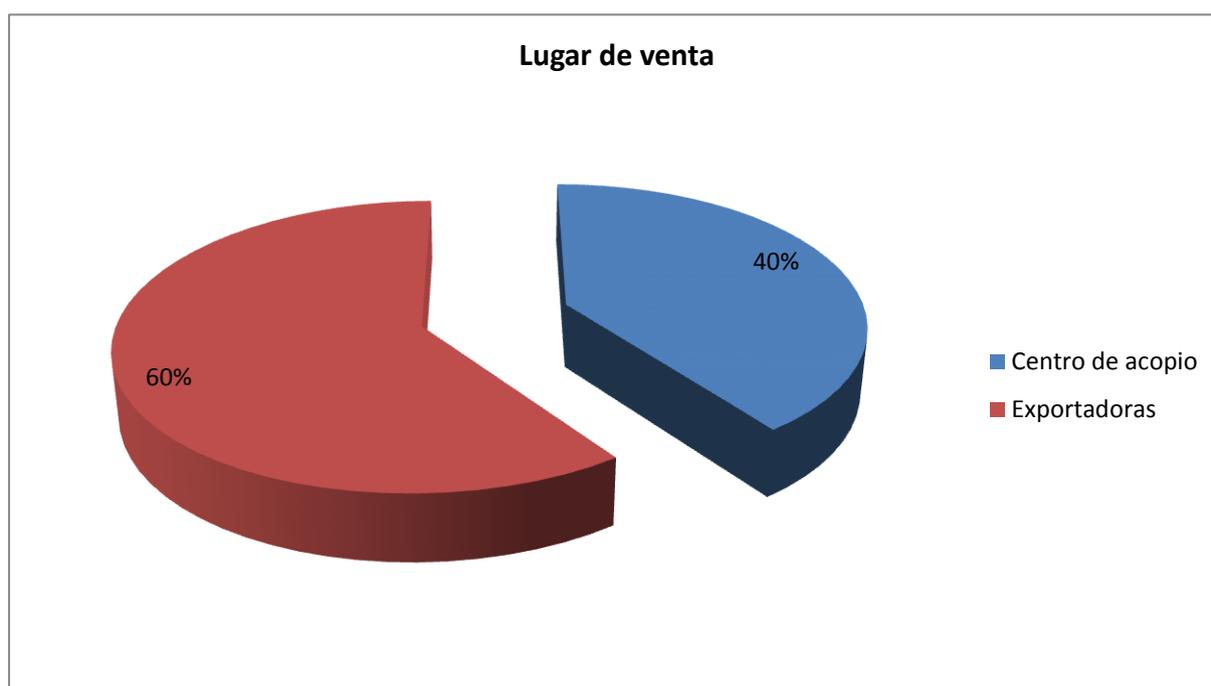


Figura 20. Presentación porcentual del lugar de venta.

Análisis de datos:

La preferencia del lugar de venta es en las exportadoras con una presencia del 60% a diferencia de los centros de acopio que solo es del 40%, esta presencia puede darse el manejo de precios en el mercado local.

Discusión:

En esta investigación los productores venden su producto a exportadoras presentes en la zona; mientras en el trabajo de Cajas et al. (2015) analiza que los productores del cantón de

Marcelino Maridueña (Guayas), realizan la entrega de sus productos en mayor cantidad a intermediarios de la localidad.

Pregunta 14.- Sus preferencias de ventas se basan en criterios como:

Tabla 19.
Preferencia de venta.

Alternativa	Frecuencia
Mejor precio	3
Buena calificación	5
Peso justo	3
Peso y precio justo	2
Al más cercano de su lugar de producción	2

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.

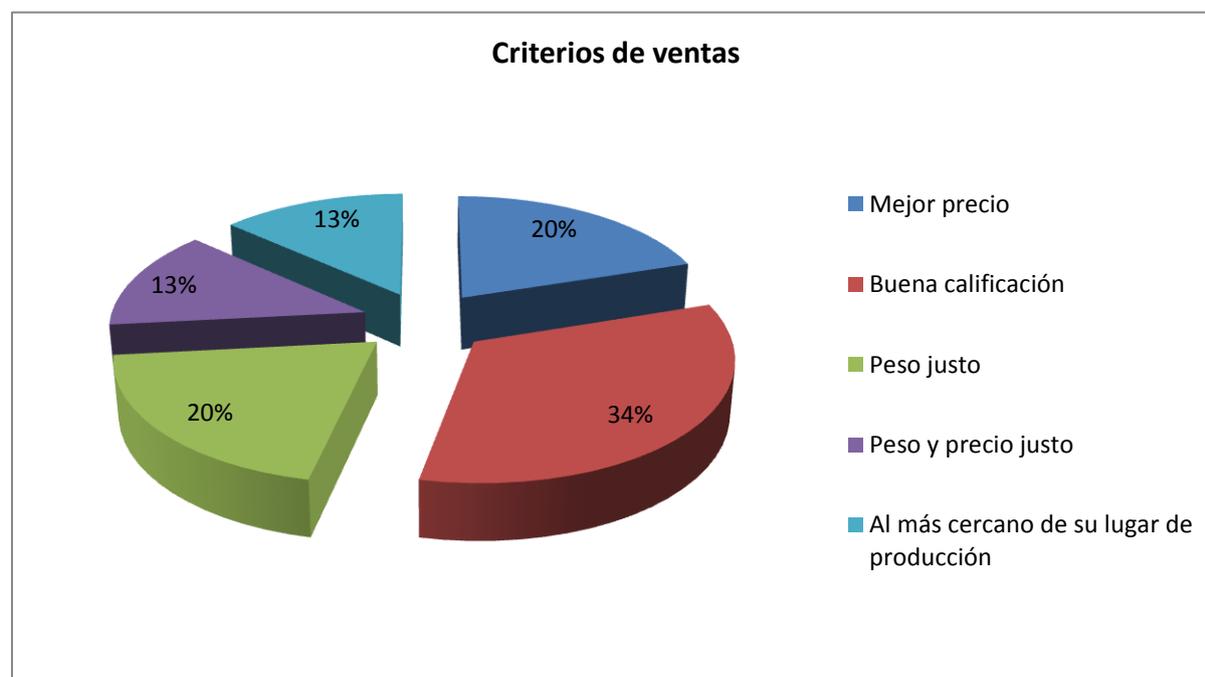


Figura 21. Presentación porcentual de criterios de venta.

Análisis de datos:

El productor realiza sus ventas en lugares donde obtiene una buena calificación como observamos un 34% en la figura 19, seguido por el criterio de mejor precio y pesos justo con un 20% de manera individual y en el conjunto de peso y precio justo solo el 13% de productores se rige por este criterio.

Discusión:

En esta investigación los productores poseen una mayor aceptación en el momento de vender su producto por la calificación que le planteen; mientras que Ullauri, (2015) plantea que la mayor afinidad de los agricultores de la zona se da por el precio, influenciado por restricciones por presencia de impurezas.

Pregunta 15.- ¿En qué área le gustaría a usted que se dé mayores investigaciones?

Tabla 20.
Necesidades del productor en temas de investigación.

Alternativa	Frecuencia
Agronomía	0
Comercialización	3
Industrialización	0
Mejoramiento del cultivo	8

Fuente: Tomada de la asociación ASOPROAVAL.



Figura 22. Presentación porcentual de las necesidades del productor.

Análisis de datos:

Las necesidades del productor se basan en el mejoramiento del cultivo con una preferencia del 73% mientras que otros productores recomiendan investigaciones en temas de comercialización con el 27%.

4.4. Difusión

Para difundir la información sobre el estudio realizado, se contará con materiales de oficinas para sociabilizar con los miembros de la asociación, tal como se describe en los siguientes ítems:

1. Preparación de materiales didácticos:

- a. Trípticos
- b. Pancartas

2. Presentación de materiales didáctico

- a. Charlas

Todos estos requerimientos son realizados dentro de la asociación y participación igualitaria con los mismos integrantes de la asociación. Los puntos 1 y 2 se encuentran ubicados en la sección de anexos.

Capítulo V Discusión y conclusiones

5.1. Discusión

- En base a los resultados obtenidos en el desarrollo de la propuesta se determinó que los mercados más opcionales para la exportación del grano de cacao tipo nacional son los mercados de Países bajos, Estados Unidos y Alemania comparado con lo que menciona Barrientos, (2015) que cerca del 80% de las importaciones mundial de granos de cacao se da por cuatro países, teniendo a Suiza como el mayor importador con el 29.4%, seguido de Estados Unidos por un 16.7% y Alemania con el 13.9%.
- Basada en la propuesta realizada en el estudio por Vera, (2016) en conjunto a la propuesta realizada en esta investigación cualitativa se determinaron parámetros establecidos y requerimientos para la exportación del grano de cacao fino y de aroma prestan las condiciones adecuadas para su comercialización.
- Las fluctuaciones constantes de los precios en el mercado internacional ocasionan un desequilibrio en la oferta y demanda, según estudios realizados por Sukha, (2016) establece que la demanda mundial de cacao ha ido en decrecimiento versus a la oferta actual, donde los precios se han visto afectados, donde se ve la necesidad de establecer relaciones directas de comercialización desde el productor hasta el consumidor de la materia prima.
- Ecuador exporta en un 83% su producción de cacao principalmente en forma grano, principalmente a Estados Unidos, Holanda, México y a otros países de la Unión Europea, e importa productos terminados de dichos países con valores mucho más altos, tales como son chocolates, bombones, entre otros; productos que son elaborados

con el grano de cacao fino y de aroma ecuatoriano, presentando como resultado una balanza comercial negativa entre la exportación e importación de productos relacionados al cacao (León et al., 2016).

- Compartiendo el criterio según un estudio realizado por Mejillones et al. (2015), el cultivo de cacao se ha extendido en otros países nuevos que incursionan en este sistema de producción, pero esperando a un futuro serán insuficientes sus ofertas ante el rápido crecimiento de la demanda de los mercados como los países de la India y China.

5.2. Conclusiones

- Se puede constatar que dentro de la asociación se cuenta con la materia prima y condiciones adecuadas para la comercialización del producto a un mercado demandante, viéndose pérdidas económicas a través de ventas locales a intermediarios lo cual genera una baja en la calidad de vida de los productores que se dedican a esta actividad.
- El análisis bibliográfico realizado de la situación actual se logró cumplir con el objetivo para el desarrollo, problema del sector, ventajas y exportación de cacao fino y de aroma, basado en el desarrollo de un nuevo modelo de la empresa generará nuevas y mejores condiciones para la productividad, para generar un producto de calidad y que cumpla las expectativas del mercado.
- El desarrollo adecuado de la estrategia de un plan de exportación del grano de cacao permite acoplarse y cumplir con los lineamientos establecidos por las entidades internacionales y locales para llegar a negociaciones exitosas entre productor y consumidor.
- Se concluye que bajo el desarrollo de una buena estrategia basada en un sistema de exportación adecuada a las condiciones que presenta la asociación “ASOPROAVAL” es válida y factible el desarrollo de exportaciones.

- El sistema de socialización fue el más apto y acorde a la situación, para llegar de la mejor manera cada uno de los miembros de la asociación ASOPROAVAL y a su vez que sea de fácil comprensión los resultados obtenidos en esta investigación.

- Se espera que la implementación de nuevos sistemas contribuyan a los socios a mejorar los ingresos provenientes de la venta de su producción de cacao tipo nacional.

- Información basada en precios actuales inculcan al desarrollo de proyectos asociativos, teniendo una meta en común que sería mejorar los ingresos a los productores de cacao generando un bienestar en la calidad de vida de cada una de sus familias.

- Hay que tener en cuenta que mediante el desarrollo de esta investigación se destacó información que demuestra que existen alternativas para subproductos diferenciados con calidad y variedad, que pueden ser llevadas a través de otras investigaciones.

Capítulo VI Referencias bibliográficas

- AGROCALIDAD. (2008). Agencia de regulación y control "fitosanitario e inocuidad de alimentos" y zoosanitario. Recuperado el 20 de 10 de 2018, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/>
- AGROCALIDAD. (2016). Manual de procedimientos para la verificación de la calidad del cacao. Recuperado el 20 de 04 de 2019, de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/MANUAL_CALIDAD-DE-CACAO.compressed.pdf
- Aguirre, J. (2015). Comparación productiva, sanitaria y sensorial de clones de cacao obtenidos a partir de selecciones avanzadas de híbridos del cruce CCN-51 x variedad nacional. Recuperado el 12 de 09 de 2018, de <https://docplayer.es/80727173-Departamento-de-ciencias-de-la-vida-y-la-agricultura-carrera-de-ingenieria-agropecuaria-santo-domingo.html>
- Aguirre, V. (2015). Identificación de las cadenas de comercialización de arroz (*Oryza sativa* L) en los pequeños productores de la "Cooperativa alianza definitiva" de la cuenca central del río Daule; Provincia del Guayas. Recuperado el 15 de 01 de 2019.
- ANECACAO. (2015). Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. Recuperado el 01 de 08 de 2018, de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/historia-del-cacao.html>
- ANECACAO. (2015). Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. Recuperado el 13 de Julio de 2018, de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>
- ANECACAO. (2016). Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. El Beneficiado del cacao: secado, transporte, almacenamiento y evaluación de calidad (Parte II). Sabro Arriba 10ma Edición, 22-23.
- Arellano Cueva, R. (2000). Marketing - Enfoque América Latina. D.F. México: Mexicana.

- Arvelo, M., Delgado, T., Maroto, S., Rivera, J., Higuera, I., & Navarro, A. (2016). Estado actual sobre la producción y el comercio del cacao en América. Recuperado el 12 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://www.iica.int/sites/default/files/publications/files/2017/BVE17048806e.pdf
- ASOPROAVAL. (09 de 2016). Asociación de Producción Agropecuaria Valmaná. Recuperado el 01 de 09 de 2018, de http://asoproaval.com.ec/origen/
- Ávalos, P., García, J., & Jaramillo, L. (2013). Inteligencia competitiva y definición de una estrategia para la comercialización del cacao variedad "Arriba". Recuperado el 12 de 10 de 2018, de http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/36722
- Barrientos, P. (2015). El comercio del cacao y su influencia en la agricultura peruana. Recuperado el 14 de 10 de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/322163694_El_comercio_del_cacao_y_su_influencia_en_la_agricultura_peruana
- Bolaños, R. (2010). Diagnóstico de la producción y comercialización de la frutilla (*Fragaria* sp.) en la parroquia de Yaruquí, Provincia de Pichincha. Recuperado el 15 de 01 de 2019, de http://biblioteca.ueb.edu.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=17998&shelfbrowse_itemnumber=20235
- Burin, D. (2017). Distribución: canales, logística y puntos de venta. Recuperado el 01 de 02 del 2019, de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/3153/10/BVE17089159e.pdf
- Cajas, E. F., & Mayansa, N. (2015). Estudio de las condiciones de comercialización del cacao en el cantón Marceliño Maridueña. Recuperado el 11 de 09 de 2018, de://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bits

tream/handle/123456789/2765/ESTUDIO%20DE%20LAS%20CONDICIONES%20DE%20COMERCIALIZACI%3%93N%20DEL%20CACAO%20EN%20EL%20CANT%3%93N%20MARCELINO%20MARIDUE%3%91A%20DE

CFN. (2018). Corporación Financiera Nacional. Recuperado el 16 de 07 de 2018, de chrome-extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Cacao.pdf

Conferencia plurinacional e intercultural de soberanía alimentaria. (2012). Ley organica de comercialización y abastecimiento alimentario. Recuperado el 20 de 04 de 2018, de chrome-extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/01/PROYECTO-DE-LEY-DE-COMERCIALIZACION-Y-ABASTECIMIENTO-AGROPECUARIO-FINAL.pdf

Cueva, E. (2018). Proyecto de prefactibilidad para la exportación de pasta de cacao orgánico de Puerto Quito. Recuperado el 12 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/440/1/T-UIDE-0418.pdf

Dosert, N., Roque, J., Cano, A., La Torre, M., & Weigend, M. (2012). Theobroma cacao L. Hoja Botánica Cacao, 20. Perú.

ESPAC. 2015. Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua. Recuperado el 12 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.ecuadorencifrs.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2014-2015/2015/Cuestionario%20ESPAC%2001%20MA_2015.pdf

Espinosa, C., & Mosquera, D. (31 de 08 de 2012). Estudio de factibilidad para la producción de cacao en el cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas. Recuperado el 18 de 09

de 2018, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1559/1/T-UCE-0005-181.pdf>

- Estupiñan, N. (2018). Análisis de la situación actual de la producción de cacao en el cantón Rioverde, provincia Esmeraldas. Recuperado 15 de 01 de 2019, de chrome-extension://oemmnclbldboiebfnladdacbfmadadm/<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1532/1/ESTUPI%C3%91AN%20ARAUJO%20NATHALLY.pdf>
- Feijoo, A. E. (2018). Comercialización de cacao (*Theobroma cacao* L.) en el cantón Ventanas, provincia de Los Ríos. Recuperado el 12 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmnclbldboiebfnladdacbfmadadm/<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28438/1/Feijoo%20Durazno%20Anibal%20Eduardo.pdf>
- García, C. (2014). El cacao y su incidencia en la industria nacional de elaborados de cacao en el periodo 2008 - 2012. Recuperado el 10 de 09 de 2018, de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6050/1/TESIS%20FINAL%20CACAO_Correcc_%20Final%20-%20grama%20%281%29.pdf
- García, J. C. (2015). Diseño de un plan de exportación del chocolate fino ecuatoriano al mercado de Chile. Recuperado el 17 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmnclbldboiebfnladdacbfmadadm/<https://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9927/1/UPS-GT000950.pdf>
- González, D. (2011). Cacao fino y de aroma del Ecuador "Cacao Arriba". Recuperado el 20 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmnclbldboiebfnladdacbfmadadm/<http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2011gonzalezladydiana.pdf>
- Gordon, W. (2010). Industrialización y comercialización de cacao en el cantón Manta - provincia Manabí. Recuperado el 12 de 10 de 2018, de chrome-

extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6171/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-114.pdf

Guerrero, G. H. (2015). Revista Líderes. Recuperado el 02 de 05 de 2018, de

<http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuatoriano-historia-empezo-siglo.html>

ICCO. (2016). Organización Internacional del Cacao. Boletín Trimestral de Estadísticas del Cacao v. 2, tomo 42, año cacaotero 2015-2016. Recuperado el 24 de 10 de 2018, de chrome-

extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/6422/1/BVE18019631e.pdf

INAMHI. (2016). Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología. Estación San Juan.

Recuperado el 10 de 08 de 2018

INEC. (2016). Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2016. Recuperado el 17 de 07 de 2018, de chrome-

extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2016/Presentacion%20ESPAC%202016.pdf

InfoAgro. (2011). InfoAgro - El cultivo de cacao 1º parte. Recuperado el 02 de 05 de 2018, de <http://www.infoagro.com/herbaceos/industriales/cacao.htm>

INIAP. (2014). Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias - Cacao. Recuperado el 20 de 04 de 2018, de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mcafec/rcacao>

León, F., Calderón, J., & Mayorga, E. (2016). Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador. Recuperado el 24 de 10 de 2018, de chrome-

extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5774752.pdf

MAG. (2008). Ministerio de agricultura y ganadería "PITPPA, Sistema de información, Agricultura y ganadería". Recuperado el 20 de 10 de 2018, de <https://www.agricultura.gob.ec/>

MAG. (2016). Ministerio de agricultura y ganaderia. Sistema de Información Nacional. Recuperado el 11 de 05 de 2018, de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://sipa.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/cultivo/2016/boletin_situacional_cacao_2015.pdf

Maldonado, J. (2016). Perspectivas economicas y financieras en el cultivo de cacao CCN51 vs cacao fino de aroma para la decision de inversion de la empresa FAMISA. Recuperado el 29 de 08 de 2018, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/95292/D-CSH182.pdf>

Mejillones, C., & Jaime, V. (2015). Plan estratégico de exportación de cacao fino producido en el cantón Guayaquil para el mercado de Shanghái - China. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10015/1/UPS-GT001016.pdf

Mera, C. (2018). Propuesta de plan de negocio para crear un centro de acopio de cacao en cantón Babahoyo, provincia Los Ríos. Recuperado el 08 de 01 de 2019, de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28964/1/FINAL%20TESIS%20CARLOS%20MERA%20DICADO_ACOPIO%20CACAO.pdf

- MIPRO. (2008). Ministerio de industria y productividad "Emisión de certificados para el sector de la producción y Emisión de registros de exportación". Recuperado el 20 de 10 de 2018, de <https://www.industrias.gob.ec>
- Molina, J. (2012). Producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN-51 (*Theobroma cacao* L) Y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. Recuperado el 05 de 01 de 2019, de <chrome-extension://oemmndcblldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1509/1/T-UTC-2098.pdf>
- Montoya, I., Montoya, L., & Lowy, P. (2015). Oportunidades para la actividad cacaotera en el municipio de Tumaco, Nariño, Colombia. Recuperado el 12 de 10 de 2018, de <chrome-extension://oemmndcblldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n1/v11n1a04.pdf>
- Peralta, K., Chasin, S., & Balanzategui, M. (2016). Exportación de cacao orgánico ecuatoriano al mercado alemán realizada por medianas empresas de Guayaquil. Recuperado el 07 de 11 de 2018, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/cacao.html>
- PROECUADOR. (2017). Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior. Perfil sectorial de cacao y elaborados. Recuperado el 24 de 10 de 2018, de <chrome-extension://oemmndcblldboiebfnladdacbfmadadm/https://www.proecuador.gob.ec/download/77968/>
- Rodríguez, D., Riveros, H. (2017). Esquemas de comercialización que favorecen la vinculación de productores de cacao con el mercadp, San José-Costa Rica. Recuperado el 13/04/2019, de <chrome-extension://oemmndcblldboiebfnladdacbfmadadm/>

extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/2995/1/BVE17058893e.pdf

Romero, É., Fernández, M., Macías, J., & Gurumendi, Z. (2015). Producción y comercialización del cacao y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro. Recuperado el 11 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5556791.pdf

Solis, J. (05 de 2017). Monografía del cacao de Tuxtla Chico, Chiapas. Recuperado el 01 de 10 de 2018, de <https://repositorio.unicach.mx/bitstream/20.500.12114/1052/1/GAS%20633.74%20S65%202017.pdf>

Solórzano Solórzano, S. S., & Balseca Tapia, L. B. (2017). Nuevas perspectivas de mercado para los productos derivados de cacao de la provincia de El Oro. Recuperado el 11 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://www.researchgate.net/publication/320390550_COMERCIO_INTERNACIONAL_NUEVAS_PERSPECTIVAS_DE_MERCADO_PARA_LOS_PRODUCTOS_DERIVADOS_DE_CACAO_DE_LA_PROVINCIA_DE_EL_ORO_-_ECUADOR/fulltext/59e16c4e0f7e9b9

Soria, V. (1999). Selección y estudio de los caracteres útiles de la flor para la identificación y descripción de cultivares de cacao. *Revista Costa Rica* 12, 8-16.

Sukha, D. (2016). Protocolos para calidad del cacao: análisis del estado actual de la industria. Recuperado el 9 de 11 de 2018, de chrome-extension://oemmnxcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/02/protocolos_calidad_cacao.pdf

- Tapia, C. (2015). Aprovechamiento de residuos agroindustriales, cascarilla de cacao (Theobroma cacao L.) Variedad arriba y CCN51 para la elaboración de una infusión. Recuperado el 25 de 09 de 2018, de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/11981/1/AL%20574.pdf>
- TRADEMAP. (2017). Centro de Comercio Internacional - Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2017. Recuperado el 17 de 10 de 2018, de https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||1801||4|1|1|1|1|2|1|1
- Ullauri, W. (2015). Análisis del sistema de comercialización del cacao y su incidencia en los ingresos del productor. Recuperado el 15 de 01 de 2019, de chrome-extension://oemmndcblldboiebfnladdacbfmadadm/<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8143/1/TESIS%20ING.%20WALKER%20ULLAURI.pdf>
- Valverde, L. K. (20 de 07 de 2017). La Situación Actual del Mercado Mundial de Cacao. Recuperado el 01 de 05 de 2018, de El Productor: <https://elproductor.com/noticias/la-situacion-actual-del-mercado-mundial-de-cacao/>
- Velázquez, E. (2012). Canales de distribución y logística. Estado de México.
- Vera, M. (2016). Plan exportación de cacao fino de aroma para la asociación de productores de la ciudad de Montalvo. Recuperado el 11 de 10 de 2018, de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6197/1/TUBECO003-2016.pdf>
- Vergara Marcilla, J. E., & Yerovi Saltos, C. E. (2016). Producción de cacao orgánico fino de aroma en la provincia del Guayas cantón General "BUCAY". Recuperado el 11 de 10 de 2018, de chrome-extension://oemmndcblldboiebfnladdacbfmadadm/<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15011/1/PRODUCCION%20DE%20CACAO%20ORGANICO%20FINO%20DE%20AROMA.pdf>

Capítulo VII Anexos

Anexo 1

Mapa

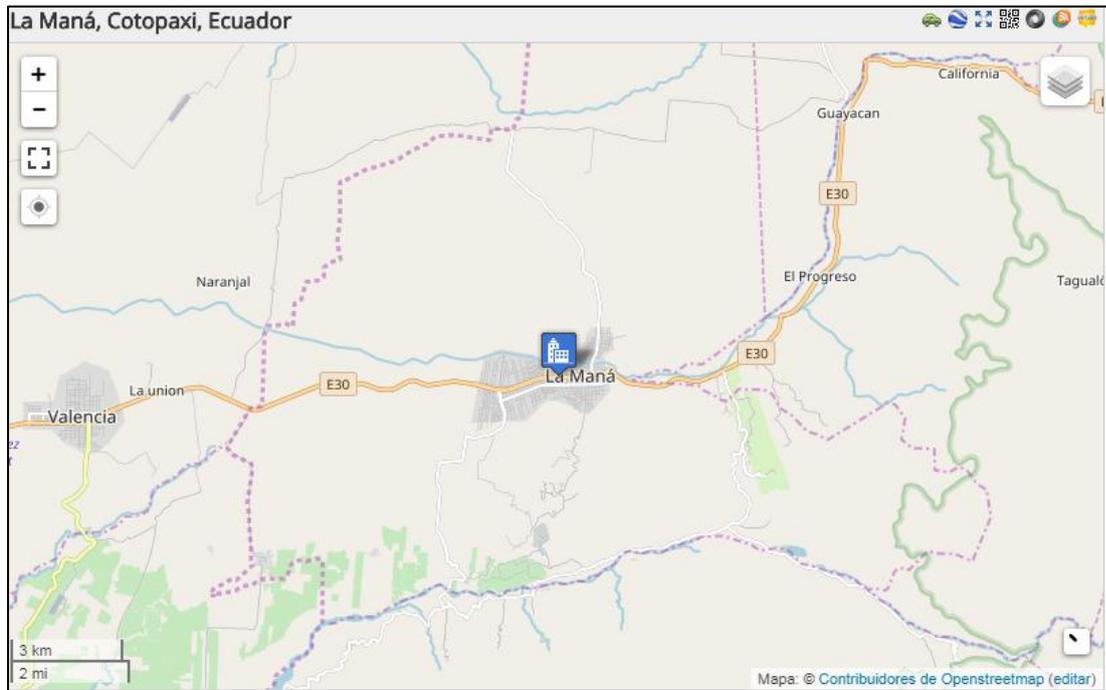


Figura 22. Mapa del cantón La Maná

Fuente: (GOOGLEMAPS, 2018).

Anexo 2

“ASOPROAVAL”

ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA VALMANÁ

Ficha Encuesta – Línea Base

INFORMACIÓN - DATOS PERSONALES

Datos generales

Ubicación

Provincia_____.

Cantón_____.

Recinto_____.

Datos personales

Nombre y apellidos:

_____.

Tipo de instrucción:

_____.

1. Composición familia

Número de hijos ()

2. Lugar de trabajo

Finca ()

Cargo público ()

Otra ocupación _____.

3. Cargo que desempeña en la asociación

_____.

INFORMACIÓN SOBRE EL PREDIO

1. Tenencia del terreno

Propio ()

Arrendado ()

2. Extensión aproximada del terreno

Hectáreas m² ()

3. Variedad de cacao que utiliza, número de hectáreas por variedad

Variedad		Has.
Nacional	()	()
CCN-51	()	()

4. Labores culturales

a. Control de malezas

Química ()

Manual ()

Mecánica ()

No realiza labor alguna ()

b. Controles fitosanitarios

Fungicidas orgánicos ()

Fungicidas inorgánicos ()

Podas ()

No realiza labor alguna ()

c. Fertilización

Química ()

Orgánica ()

No realiza labor alguna ()

d. Dentro de la aplicación de los agroquímicos posee algún asesoramiento técnico

Contratación privada ()

Casas comerciales... ()

Asociación..... ()

MAG..... ()

5. Reconocimiento de enfermedades en las diferentes partes de la planta

a. Frutos

Moniliasis..... ()

Mazorca negra.... ()

Cherel de wilt..... ()

Escoba de bruja ... ()

b. Totalidad de la planta

Mal de machete... ()

c. Brotes

Escoba de bruja ... ()

INFORMACIÓN DE VENTA DEL PRODUCTO

1. Forma en la que vende el producto
 - Bola..... ()
 - Desmagayado..... ()
 - Fresco..... ()
 - Escurrido/fermentado ()
 - Seco..... ()
2. Lugar donde lo vende
 - Centro de acopio. ()
 - Exportadoras..... ()
 - Asociaciones..... ()
3. Sus preferencias de ventas se basan en criterios como:
 - Mejor precio..... ()
 - Buena calificación..... ()
 - Peso justo..... ()
 - Peso y precio justo..... ()
 - Al más cercano de su lugar de producción ()

INFORMACIÓN DE REQUERIMIENTOS DEL PRODUCTOR

1. ¿En qué área le gustaría a usted que se dé mayores investigaciones?
 - Agronomía.....()
 - Comercialización.....()
 - Industrialización.....()
 - Mejoramiento en el cultivo.....()

FECHA: __/__/2018

FIRMAS:

ENCUESTADOR

Ing. Andrés Peñaherrera

ENCUESTADO

.....

Anexo 3

Registro de productores de cacao que fundaron y dieron inicio a la Asociación de Producción Agropecuaria VALMANA “ASOPROAVAL”, ubicada en La Maná – Cotopaxi. Ruc. 0591737104001

Nº	Apellidos y nombres de los miembros de la asociación ASOPROAVAL	Número de cédula
1	Buste Zambrano Jairo Lizandro	1708405467
2	Carrera Perez Hugo Alberto	0500672951
3	Charco García Ángel Raúl	0918486127
4	Chicaiza Jacho Luis Alberto	1703914067
5	Clas Rezabala Teodoro Gonzalo	1708188766
6	Coloma Hidalgo Joffre Marcelo	0201387909
7	Espinoza Espinoza Segundo Nicanor	0500303144
8	Gómez Romero Javier Jovino	1708547888
9	Herrera Espinoza Rosa Irene	1709154890
10	Masapanta Acosta Jorge Emiliano	1202650790
11	Masapanta Guamani Luis Humberto	0501499123
12	Masapanta Guamani Segundo Ruben	0502251689
13	Masapanta Guamani Victor Manuel	0502058449
14	Medina Villalba Daysi Jimena	1716547409
15	Medina Villalba Flor Cecilia	0502741093
16	Mera Vaca Omar Leonardo	1205815895
17	Navarro Quezada Ángel Leonel	1204449514
18	Ochoa Díaz Efraín Alfonso	0603186982
19	Peñaherrera Cruz Andrés David	1719731588
20	Pico Bonilla Jaime Ramiro	0502481062
21	Saltos Jijon Wilson Gilberto	0502505563
22	Toaquiza Oto José Olmedo	0501260715
23	Toaquiza Oto María Delia	0500913470
24	Vaca Bonilla Euclides Jonas	1204265829
25	Vele Curillo Silvio Gerardo	0102716966
26	Zambrano Bravo Celia Esperanza	1204266025

Lista de socios activos dentro de la asociación ASOPROAVAL, periodo 2018-2019.

Nº	Apellidos y nombres de los miembros de la asociación ASOPROAVAL	Número de cédula
1	Carrera Perez Hugo Alberto	0500672951
2	Charco García Ángel Raúl	0918486127
3	Clas Rezabala Teodoro Gonzalo	1708188766
4	Coloma Hidalgo Joffre Marcelo	0201387909
5	Herrera Espinoza Rosa Irene	1709154890
6	Medina Villalba Daysi Jimena	1716547409
7	Mera Vaca Omar Leonardo	1205815895
8	Navarro Quezada Ángel Leonel	1204449514
9	Vaca Bonilla Euclides Jonas	1204265829
10	Zambrano Bravo Celia Esperanza	1204266025

Información perteneciente a la asociación:



DATOS GENERALES	
RUC:	0591737104001
RAZÓN SOCIAL:	EXPORTADORA "ASOPROAVAL"
TIPO DE EMPRESA:	PRODUCTORES EPS
TAMAÑO DE EMPRESA:	MEDIANA
PROVINCIA / CIUDAD:	Cotopaxi / La Maná
PAGINA WEB:	Catalogo: www.asoproaval.com.ec
PERSONA DE CONTACTO:	Daysi Medina
CARGO:	GERENTE
CORREO:	beirario.emprendedora@outlook.com
PRESENCIA EN MERCADO LOCAL (SI/NO)	SI
EXPORTA (SI/NO) MERCADO	NO
MERCADOS / OBJETIVO	RUSIA, ALEMANIA, MÉXICO

Página web perteneciente a la asociación donde se puede obtener mayor información, en el siguiente enlace se presenta la dirección:

<http://asoproaval.com.ec/origen/>

Anexo 4

Aceptación del artículo científico extraído de la presente investigación.

 → Scientific Research Publishing Company	Medwell Journals Tel: +92-41-5003000 Fax: +92-41-8815599 http://medwelljournals.com
April 24, 2019	
Dear FAVIAN BAYAS MOREJÓN,	
Based on the reviewer's recommendations, I am delighted to inform you that your following manuscript has been accepted for the publication in <i>International Business Management</i> .	
Title	Marketing channels of aroma cocoa (<i>Theobroma cacao</i> L) for the association "ASOPROVAL" (Ecuador) as an axis of social development and solidarity economy
Authors	Andrés Peñaherrera-Cruz, Rivelifio Ramón-Curay, Sonia Fierro-Borja, Lizeth Ramírez-Arteaga and Favian Bayas-Morejón
Received on	April 18, 2019
Accepted on	April 24, 2019
Thank you very much for submitting your article to <i>"International Business Management"</i> .	
We look forward to receive more articles in future.	
Best Regards	
Muhammad Kamran International Business Management	

Anexo 5

Fotografías tomadas en las encuestas realizados a los productores de la asociación ASOPROAVAL

Fotografía 1.- Encuesta realizada en el lugar de trabajo de uno de los socios de la asociación.



Fotografía 2.- Encuesta realizada en la finca de un socios de la asociación.



Fotografía 3.- Encuesta realizada en su hogar a uno de los socios de la asociación.



Fotografía 4.- Encuesta realizada a la gerente de la asociación en su lugar de trabajo.



Fotografía 5.- Encuesta realizada a un miembro de la asociación.



Fotografía 6.- Encuesta realizada a un miembro de la asociación.



Fotografía 7.- Encuesta realizada a un miembro de la asociación.



Fotografía 8.- Visita a la zona de investigación por parte del Ing. Rodrigo Yáñez catedrático del taller de titulación II, y del Ing. Manuel Monar Coordinador de la maestría.



Anexo 6

Tríptico entregado a los miembros de la asociación ASOPROAVAL, el cual presenta el contenido y resultado de la investigación del proyecto investigativo de la maestría.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRIA AGROPECUARIA CON MENCIÓN EN AGRONEGOCIOS

UEB

Dirección:

Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel

Teléfono:

(593) 32206010 - 32206014

Correo coordinador:

Ing. Manuel Muñoz: m.munoz@hotmail.com

Dirigido a:



Esta presente investigación esta dirigida a cada uno de los miembros que conforman la asociación "ASOPROAVAL". Al mismo tiempo se agradece a los socios que participaron en el desarrollo de la misma.

Mis mejores deseos y éxitos en su caminar empresarial

ANTECEDENTES

Durante mucho tiempo el cacao fue utilizado por la humanidad como tradiciones ancestrales o rituales religiosos, en la era prehispánica.

Luego tras de algunos años el cacao se volvió una actividad de intercambio por otros productos o como fuente de comercialización, estos acontecimientos se originaron en América del sur donde describe que Ecuador fue el primer país en realizar esta actividad en exportar su producto a otros países del mundo. El sistema económico de los países que se encuentran en vías de desarrollo está fundamentado en la producción de commodities, siendo realizada la producción de cacao por pequeños y medianos productores.



JUSTIFICACIÓN

Se pretende aprovechar un producto que se produce en el sector y que es promovido en la asociación "ASOPROVAL", del cantón la Mata provincia de Cotacachi, como es el caso del cacao variedad fino y aroma, de donde se pueden obtener



como un eje de desarrollo en la economía social y solidaria mediante las técnicas de agrobiotecnología, que pueden ser beneficiados en algunos sectores agrícolas de la localidad. A través de un sistema de comercialización adecuado al rubro que se está produciendo, aplicando técnicas de agrobiotecnología para el entendimiento de precios y volúmenes que se manejan en los mercados.

OBJETIVOS

Objetivo General.

Diseñar canales de comercialización del cacao fino y de aroma para la asociación "ASOPROVAL", identificando las oportunidades y restricciones comerciales para la inserción del producto en el mercado internacional.

Objetivos Específicos.

- Identificar canales de mercado para la exportación del grano de cacao fino y de aroma.
- Determinar las estrategias para el desarrollo socioeconómico para la asociación "ASOPROVAL".

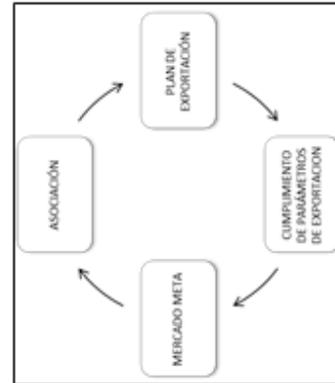
- Analizar la realidad social, económica y administrativa de la asociación para la comercialización del grano.

- Sociabilizar los resultados con los actores sociales de la asociación "ASOPROVAL".

RESULTADOS



Basado en el estudio de la asociación, recopilación de información bibliográfica y científica de investigaciones similares se pudo concretar que el desarrollo óptimo de un sistema de exportación se basa en cuatro elementos principales que se obtienen a partir de la propuesta realizada.



Anexo 7

Banner que se presentó en la defensa del proyecto de investigación.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

PROGRAMA DE MAESTRÍA AGROPECUARIA

CON MENCIÓN EN AGRONEGOCIOS



CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE AROMA PARA LA ASOCIACIÓN “ASOPROAVAL” COMO UN EJE DE DESARROLLO EN LA ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA, CANTÓN LA MANÁ – COTOPAXI



INTRODUCCIÓN

El sistema económico de los países que se encuentran en vías de desarrollo está fundamentado en la producción de commodities, siendo realizada la producción de cacao por pequeños y medianos productores.

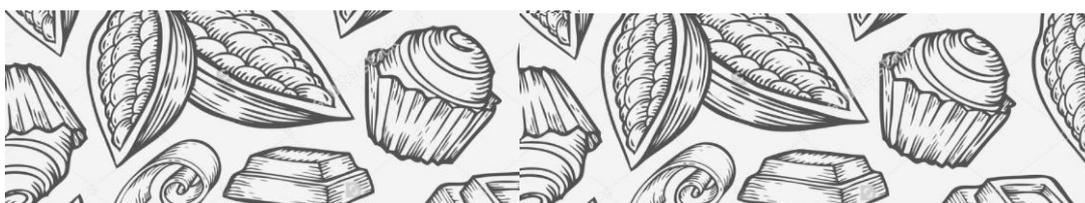
RESULTADOS

En la presente investigación se analizó a la asociación “ASOPROAVAL” ubicada en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi, mediante el uso de técnicas de levantamiento de información (encuestas y FODA), además de conocer la situación actual en el que se encuentra el mercado mediante referencias bibliográficas sobre estudios similares a este. El desarrollo de uno de sus objetivos se basa en la elaboración canales de comercialización para el grano tipo nacional a través de la elaboración del plan estratégico, obteniendo como resultado que los principales consumidores del grano de cacao son los mercados de Holanda, Estados Unidos, Alemania y el mercado creciente de China. Finalizando la investigación mediante la difusión de resultados a través del uso de materiales didáctico visuales (charlas y proyecciones) y tangibles (trípticos y pancartas) dirigidos a los miembros de la asociación.

CONCLUSIÓN

Bajo el desarrollo de una buena estrategia basada en un sistema de exportación adecuada a las condiciones que presenta la asociación “ASOPROAVAL” es válida y factible el desarrollo de exportaciones; y también información basada en precios actuales incentivan al desarrollo de proyectos asociativos, teniendo una meta en común que sería mejorar los ingresos a los productores de cacao generando un bienestar en la calidad de vida de cada una de sus familias.

AUTOR: ANDRÉS DAVID PEÑAHERRERA CRUZ



Anexo 8

Glosario de términos

ASOPROAVAL. Asociación de Producción Agropecuaria VALMANÁ

CFN. Corporación Financiera Nacional.

TRADEMAP. Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas.

Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Commodities. Son los productos o bienes que existe con una demanda específica en el mercado, dicho de otra manera es la materia prima sin valor agregado o transformación de la misma.

Canales de comercialización. Camino que un producto toma desde el fabricante (Productor) hasta el consumidor.

Cacao fino y de aroma. Grano de cacao que presenta características únicas de aroma y sabor, que es buscadas por los fabricantes de chocolates de alta gama.

Plan estratégico. Como su nombre lo indica consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo mediante un sistema de organización de y planteamiento de objetivos secuenciales.

Entrevistas. Herramienta basada en el intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar a través de un banco de preguntas.

Encuestas. Procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado.

Banco de preguntas. Empleo de un sin número de preguntas para la recopilación de información.

PIB. Producto interno bruto.

SRI. Servicio de Rentas Internas.

RUC. Registro Único de Contribuyentes.

Anexo 9



Urkund Analysis Result

Analysed Document: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO Y DE AROMA PARA LA ASOCIACIÓN "ASOPROA VAL" COMO UN EJE DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, CANTÓN LA MANA - COTOPAXI.docx (D53174041)

Submitted: 5/30/2019 11:48:00 AM

Submitted By: fbayas@ueb.edu.ec

Significance: 2 %

Sources included in the report:

<http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/historia-del-cacao.html>

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1559/1/T-UCE-0005-181.pdf>

<http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuadoriano-historia-empezo-siglo.html>

<http://www.infoagro.com/herbaceos/industriales/cacao.htm>

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/cacao.html>

<https://elproductor.com/noticias/la-situacion-actual-del-mercado-mundial-de-cacao/>

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15011/1/PRODUCCION%20DE%20CACAO%20ORGANICO%20FINO%20DE%20AROMA.pdf>

Instances where selected sources appear:

7