



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN
GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**“LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LAS
EXPORTACIONES DE LA EMPRESA EXPORTADORA PEDRO
MARTINETTI, CANTON QUEVEDO, PERIODO 2011 – 2013”**

AUTOR

CRUZ ZAMBRANO BYRON JOSE

DIRECTOR DE TESIS:

ING. GINA RENDÓN GUERRA, MGE.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN

Yo, **Byron José Cruz Zambrano**, con C.I. #120712287- 8, declaro bajo juramento que la tesis de grado titulada **“LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA EXPORTADORA PEDRO MARTINETTI, CANTON QUEVEDO, PERIODO 2011 – 2013”** es de mi autoría, la responsabilidad del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado me corresponden exclusivamente, fue realizada en base a una investigación exhaustiva y respetando los derechos de terceros.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente de este trabajo a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Byron José Cruz Zambrano

CERTIFICACIÓN

ING. GINA RENDÓN GUERRA, MGE. Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales; Escuela de Administración Financiera de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, y director del Proyecto de tesis.

CERTIFICO:

Que el Sr. Egresado **Byron José Cruz Zambrano**, realizó la Tesis de Grado Titulado, “**LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA EXPORTADORA PEDRO MARTINETTI, CANTON QUEVEDO, PERIODO 2011 – 2013**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Gina Rendón Guerra, MGE.

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**“LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES
DE LA EMPRESA EXPORTADORA PEDRO MARTINETTI, CANTON QUEVEDO,
PERIODO 2011 – 2013”**

TESIS DE GRADO

Presentado al consejo Directivo como requisito previo para la obtencion del
titulo de Ingenieria en Gestion Empresarial

APROBADA POR:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Birmania Velasco Barahona M.sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Carlos Betancourt López M.sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dra. Martha Arboleda Briones M.sc

Quevedo – Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

La elaboración de esta Tesis no habría sido posible sin la valiosa ayuda de mi maravillosa madre que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, quien con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amiga y compañera inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento.

A mí querida esposa que con su amor y su ayuda incondicional supo apoyarme en todo momento brindándome el tiempo necesario para poder cumplir una de mis metas.

A la U.T.E.Q por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A todos los docentes que en el trayecto de mi carrera profesional me aportaron experiencia, paciencia, motivación e incentivo, logrando que pueda terminar mis estudios con éxito.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a los que les agradezco su amistad, consejos, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios Todo Poderoso quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento y por haberme permitido llegar hasta este punto y proveerme la salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi familia y sobre todo a mi madre por esos gratos consejos, amor incondicional para poder concluir mi carrera que era mi propósito.

A mi amada esposa, por haber estado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha hecho una persona de bien, pero más que nada por su amor.

ESQUEMA DE CODIFICACION

1	Título	M	“LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA EXPORTADORA PEDRO MARTINETTI, CANTON QUEVEDO, PERIODO 2011 – 2013”
2	Creador	M	Byron José Cruz Zambrano, Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia	M	Carrera de Gestión Empresarial, la comercialización del cacao y su incidencia en las exportaciones de la “Exportadora de Cacao Pedro Martinetti” periodo 2011 – 2013.
4	Descripción	M	La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos
5	Editor	M	FCE: Carrera de Gestión Empresarial
6	Colaborador	O	Ninguno
7	Fecha	M	01-02-2015
8	Tipo	M	Tesis de Grado
9	Formato	R	Documento de Word; pdf.
10	Identificador	M	http://biblioteca.uteq .
11	Fuente	O	La comercialización del cacao y su incidencia en las exportaciones de la “Exportadora de Cacao Pedro Martinetti” periodo 2011 – 2013.
12	Lenguaje	M	Español
13	Relación	O	Ninguno
14	Cobertura	O	Proyectos de Investigación
15	Derechos	M	Ninguno
16	Audiencia	O	Trabajo de Investigación/ Gestión Empresarial

DUBLIN CORE

1	Title	M	COCOA MARKETING AND ITS IMPACT ON EXPORTS OF "EXPORT OF COCOA PEDRO MARTINETTI" PERIOD 2011- 2013.
2	Creator	M	Byron José Cruz Zambrano, Quevedo StateTechnicalUniversity
3	Subject	M	Cocoa marketing and its impact on exports of "export of cocoa Pedro Martinetti" period2011-2013.
4	Description	M	This research was conducted in the canton Quevedo, Los Ríos Province
5	Publisher	M	FCE: Faculty of Business Management
6	Contributor	O	None
7	Date	M	01-02-2015
8	Type	M	Thesis
9	Format	R	Word document, pdf.
10	Identifier	M	http://biblioteca.uteq
11	Source	O	Cocoa marketing and its impact on exports of "export of cocoa Pedro Martinetti" period2011-2013.
12	Language	M	Spanish
13	Relation	O	None
14	Coverage	O	Research Projects
15	Rights	M	None
16	Audience	O	Research Work/ Business Management

INDICE GENERAL

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN.....	ii
CERTIFICACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ESQUEMA DE CODIFICACION	vii
DUBLIN CORE	viii
DUBLIN CORE	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
SUMMARY.....	xviii
CAPITULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	2
1.2. Problematización	4
1.3. Descripción de la problemática.....	5
1.4. Formulación del problema de investigación.....	6
1.4.1. Sistematización del problema de investigación	7
1.4.2. Delimitación del problema	7
1.4.3. Tema	7
1.4.4. Delimitación Espacial.....	7
1.4.5. Delimitación Temporal	7
1.5. Justificación	8
1.6. Objetivos.....	9
1.6.1. Objetivo General.....	9
1.6.2. Objetivos Específicos	9
1.7. Hipótesis.....	9
1.7.1 Hipótesis General.....	9

1.7.2 Hipótesis específicas.....	9
1.8. Variables.....	10
1.8.1 Variable independiente.....	10
1.8.2 Variable dependiente.....	10
CAPITULO II. MARCO TEORICO	13
2.1 Fundamentación Teórica.....	14
2.1.1. El Cacao.....	14
2.1.2. El Cacao en el Ecuador.....	15
2.1.3. Variedades.....	15
2.1.4. Mercados de exportación de cacao.....	15
2.1.5. Comercio actual y potencial del Ecuador con países.....	15
2.1.6. Niveles de Precios del cacao.....	16
2.1.7. Tipos de comercio.....	16
2.1.8. Dirección de comercialización.....	17
2.1.9. Dirección de integración y negociaciones internacionales.....	17
2.1.10. Sistema de comercialización.....	17
2.1.11. Estrategias de marketing, una garantía para comercializar.....	18
2.1.12. Proceso de comercialización.....	19
2.1.13. La Comercialización del Cacao.....	19
2.1.14. Importancia de La Comercialización del Cacao a Nivel Mundial, Nacional Y Regional.....	19
2.1.15. ¿Cuál es la ruta para comercializar el cacao?.....	20
2.1.16. Oferta y demanda mundiales.....	20
2.1.17. Calidad.....	20
2.1.18. La Certificación.....	21
2.1.19. Acceso a Mercados.....	21
2.2. Fundamentación conceptual.....	23

2.2.1.	La Comercialización	23
2.2.2.	Agentes de Comercialización	23
2.2.3.	Problemas de Comercialización	23
2.2.4.	Formas de Comercialización y Distribución	24
2.2.5.	Convenios bilaterales	24
2.2.6.	Convenios Multilaterales.....	24
2.2.7.	Exportaciones.....	24
2.2.8.	Importancia de las Exportaciones de cacao	25
2.2.9.	Acuerdos o relaciones comerciales	25
2.2.10.	Demanda.....	25
2.2.11.	Balanza comercial	25
2.2.12.	Comercio internacional.....	26
2.2.13.	Comercio Exterior	26
2.3.	Fundamentación legal	27
2.3.1.	Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad	27
2.3.2	INEN	28
2.3.3	OAE	28
2.3.4.	Requisitos y Gravámenes.....	28
2.3.5.	Ley Orgánica de Transparencia	29
2.3.6.	Constitución de la república del ecuador 2008.....	30
2.3.7.	Requisitos para exportar cacao en grano.....	30
2.3.8.	Trámites para Exportar	31
2.3.8.1.	Trámite en la aduana.....	31
2.3.8.2.	Requisitos y Trámites para Exportar en la aduana.....	31
2.3.9.	Trámites Especiales Complementarios	32
2.3.10.	Condiciones de acceso para el Cacao en grano en mercados internacionales	32

2.3.11. Requisitos no Arancelarios	32
2.3.12. Requisitos técnicos generales	32
2.3.13. Normas a consultar.....	33
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1. Métodos.....	35
3.1.1. Métodos Deductivo	35
3.1.2. Método Inductivo	35
3.1.3. Método Cuantitativo.....	35
3.1.4. Método Cualitativo	35
3.2. Tipos de Investigación	35
3.2.1. Investigación Analítica	35
3.2.2. Investigación descriptiva.....	36
3.2.3. Investigación Documental.....	36
3.3. Técnicas	36
3.3.1. Observación Directa	36
3.3.2. Encuesta.....	36
3.3.3. Entrevista.....	37
3.4. Población y Muestra	37
3.4.1. Población.....	37
3.4.2. Muestra.....	37
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	39
4.1. Resultados.....	40
Encuesta al gerente y personal de la exportadora Pedro Martinetti	40
4.2. La Exportadora de Cacao Pedro Martinetti	78
4.2.1. Localización	79
4.2.2. Misión	80
4.2.3. Visión.....	80

4.2.4. Valores corporativos	81
4.2.5. Organigrama de la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti	82
4.3. Causas que hacen que disminuya la entrada del producto a la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti.	83
4.4. Periodo en el que la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti tuvo mayor índice de exportación.	85
4.5. Proveedores de la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti.....	89
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
5.1. Conclusiones.....	98
5.2. Recomendaciones	99
CAPITULO VI	100
BIBLIOGRAFÍA	100
6.1. Literatura Citada	101
CAPITULO VII. ANEXOS	105
Anexo 1. Encuesta dirigida al gerente y personal de la exportadora Pedro Martinetti	106
Anexo 2. Entrevista dirigida al gerente general de la empresa.....	111
Anexo 3. Compras mensuales de cacao periodo 2011de la exportadora Pedro Martinetti	117
Anexo 4. Compras mensuales de cacao periodo 2012 de la exportadora Pedro Martinetti.....	118
Anexo 5. Compras mensuales de cacao periodo 2013 de la exportadora Pedro Martinetti.....	119
Anexo 6. Árbol de problema	120

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Tiempo de actividad agrícola.....	40
Cuadro 2. Tipo de cacao con mayor demanda.....	41
Cuadro 3. Sector al que está dirigido el cacao	42
Cuadro 4. Mejora del precio del cacao	43
Cuadro 5. Estabilidad del precio del cacao	44
Cuadro 6. Rendimiento en la compra y venta de cacao	45
Cuadro 7. Constante producción del cacao	46
Cuadro 8. Demanda del cacao en el exterior	47
Cuadro 9. Precio internacional del cacao	48
Cuadro 10. Precio del cacao fino de aroma en el exterior	49
Cuadro 11. Límites del producto para comercializarlo en el exterior.....	50
Cuadro 12. Cultivo de cacao fino de aroma en el país.....	51
Cuadro 13. Humedad con el que se compra el cacao.....	52
Cuadro 14. Cantidad de cacao que se compra diariamente	53
Cuadro 15. Método utilizado para el secado del cacao	54
Cuadro 16. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao.....	55
Cuadro 17. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao.....	56
Cuadro 18. Periodo en que aumenta la producción de cacao.....	57
Cuadro 19. Disminución de las exportaciones de cacao	58
Cuadro 20. Cultivo de cacao	59
Cuadro 21. Variedad de cacao que se cultiva	60
Cuadro 22. Dedicación al cultivo de cacao	61
Cuadro 23. Programas de ayuda del gobierno.....	62
Cuadro 24. Mejora de producción por programas de ayuda MAGAP	63
Cuadro 25. Precio del quintal de cacao.....	64
Cuadro 26. Rendimiento actual por hectáreas	65
Cuadro 27. Comercialización de quintales de Cacao.....	66
Cuadro 28. Financiamiento de la plantación y producción.....	67
Cuadro 29. Problemas de comercialización.....	68
Cuadro 30. Disminución del producto	69
Cuadro 31. Mayor índice de exportación	70

Cuadro 32. Estudio de exportación.....	71
Cuadro 33. Asistencia técnica en cultivo de cacao	72
Cuadro 34. Precio actual del producto	73
Cuadro 35. Precios del cacao nacional y CCN 51	74
Cuadro 36. Estudio de producción, comercialización y rentabilidad	75
Cuadro 37. Diferencias del precio con relación a la variedad del cacao	76
Cuadro 38. Estudio previo a la producción, comercialización y rentabilidad.....	77
Cuadro 39. Compras mensuales de cacao periodo 2011 de la exportadora Pedro Martinetti.....	85
Cuadro 40. Compras mensuales de cacao periodo 2012 de la exportadora Pedro Martinetti.....	86
Cuadro 41. Compras mensuales de cacao periodo 2013 de la exportadora Pedro Martinetti.....	87
Cuadro 42. Exportaciones de cacao periodo 2011, 2012 y 2013 de la exportadora Pedro Martinetti	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Conocimiento de los Objetivos de la Empresa.....	40
Gráfico 2. Tipo de cacao con mayor demanda.....	41
Gráfico 3. Sector al que está dirigido el cacao	42
Gráfico 4. Mejora del precio del cacao	43
Gráfico 5. Estabilidad del precio del cacao	44
Gráfico 6. Rendimiento en la compra y venta de cacao	45
Gráfico 7. Constante producción del cacao	46
Gráfico 8. Demanda del cacao en el exterior	47
Gráfico 9. Precio internacional del cacao	48
Gráfico 10. Precio del cacao fino de aroma en el exterior	49
Gráfico 11. Límites del producto para comercializarlo en el exterior.....	50
Gráfico 12. Cultivo de cacao fino de aroma en el país	51
Gráfico 13. Humedad con el que se compra el cacao.....	52
Gráfico 14. Cantidad de cacao que se compra diariamente	53
Gráfico 15. Método utilizado para el secado del cacao	54

Gráfico 16. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao.....	55
Gráfico 17. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao.....	56
Gráfico 18. Periodo en que aumenta la producción de cacao.....	57
Gráfico 19. Disminución de las exportaciones de cacao	58
Gráfico 20. Cultivo de cacao	59
Gráfico 21. Variedad de cacao que se cultiva	60
Gráfico 22. Dedicación al cultivo de cacao	61
Gráfico 23. Programas de ayuda del gobierno	62
Gráfico 24. Mejora de producción por programas de ayuda MAGAP	63
Gráfico 25. Precio del quintal de cacao	64
Gráfico 26. Rendimiento actual por hectáreas	65
Gráfico 27. Comercialización de quintales de Cacao.....	66
Gráfico 28. Financiamiento de la plantación y producción.....	67
Gráfico 29. Problemas de comercialización	68
Gráfico 30. Disminución del producto	69
Gráfico 31. Mayor índice de exportación	70
Gráfico 32. Estudio de exportación	71
Gráfico 33. Asistencia técnica en cultivo de cacao	72
Gráfico 34. Precio actual del producto	73
Gráfico 35. Precios del cacao nacional y CCN 51	74
Gráfico 36. Estudio de producción, comercialización y rentabilidad	75
Gráfico 37. Diferencias del precio con relación a la variedad del cacao.....	76
Gráfico 38. Estudio previo a la producción, comercialización y rentabilidad	77

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Localización de la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti	79
Ilustración 2. Organigrama estructural de la Exportadora Pedro Martinetti.....	82

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación propone un análisis en “La comercialización del cacao y su incidencia en las exportaciones de la “Exportadora de Cacao Pedro Martinetti” periodo 2011 – 2013”.

La idea de realizar este análisis surge por la necesidad de encontrar respuestas a las grandes incógnitas que tiene la sociedad en cuanto a los resultados económicos que cada gobierno de turno deja en el país; la ignorancia de estos temas en muchas ocasiones nos conlleva a emitir una opinión errada del régimen al mando, y el poder obtener conocimiento mediante información confiable nos hará llegar a una conclusión efectiva.

Con la elaboración de los resultados de la presente investigación se evidencian causas y efectos dentro de los períodos de estudio; así como también se obviaron políticas irrelevantes, tomando en cuenta aquellas que aportaron de manera significativa en las secuelas de los indicadores económicos más importantes, se ha contribuido con análisis y opiniones concretas a los diferentes períodos, basadas en datos obtenidos de fuentes reales dentro del sector económico de nuestro país, como es el Ministerio de Economía y Finanzas, Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, entre otros.

Se expresan recomendaciones que contienen alternativas de un mejor manejo y control de las políticas para mejorar las exportaciones, lo cual podría conllevar a implantar un proceso de mejoramiento del nivel de vida de la sociedad y el país.

SUMMARY

This research project proposes an analysis on "the marketing of cocoa and its impact on exports of" Exporter of Cacao Pedro Martinetti "period 2011 - 2013".

The idea for this analysis arises from the need to find answers to the big questions that society has in how economic outcomes that every government in power left in the country; ignorance of these issues often leads us to issue an erroneous view of the regime in command, and to obtain knowledge through reliable information we will reach a successful conclusion.

With the development of the results of this research causes and effects within the study periods are evident; and irrelevant policies were also disregarded, taking into account those that contributed significantly in the aftermath of the most important economic indicators, has contributed to analysis and specific views to different periods, based on data obtained from real sources within the sector economic development of our country, such as the Ministry of Finance, Central Bank of Ecuador, National Institute of Statistics and Censuses, among others.

Containing recommendations alternatives better management and control of policies to improve exports, which could lead to implement a process of improving the standard of living of the society and country, are expressed.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El presente trabajo investigativo de tesis trata acerca de la comercialización del cacao y su incidencia que tiene al momento de exportar el producto la “Exportadora de Cacao Pedro Martinetti”, la cual está ubicada en el km 2,5 vía Valencia de la ciudad de Quevedo.

Es de real importancia la investigación que se lleva a cabo porque nos proporcionará una idea clara y precisa acerca de las exportaciones de cacao, que en los últimos años la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti ha venido realizando, y cómo la comercialización se ha manejado para que la empresa se haya mantenido estable en el mercado.

Al cierre del 2011 Ecuador vendió al exterior cerca de 500 millones de dólares en cacao aumentando las toneladas métricas con relación al 2010 que fue 165.000, mientras que en ese año fue de 185.000. Lo que nos indica que hubo un incremento del 17%.

En el 2012 Ecuador exportó \$ 425,7 millones en cacao. En tanto la producción ecuatoriana en el año 2013 generó cerca de 205.000 toneladas, de las cuales el 60% corresponde al tipo CCN51 y el 40% al cacao fino y de aroma, del que es el mayor productor y exportador del mundo.

Las exportaciones que realiza la empresa se miden de acuerdo a la temporada en la que se encuentran, por ejemplo en temporada de cosecha que empieza a partir el mes de septiembre al mes diciembre es de 7465 quintales y la temporada que es baja es de 4637 quintales.

La finalidad de esta investigación es analizar el manejo de una empresa dedicada a la exportación de cacao y a su vez investigar sobre comercio exterior, aplicando conocimientos adquiridos en el transcurso académico.

Para desarrollar esta investigación se ha establecido la siguiente estructura:

En el Capítulo I, encontramos el planteamiento, formulación del problema, sistematización, justificación, delimitación así como los objetivos, tanto general y específicos.

En el Capítulo II, se desarrolla la fundamentación teórica de la investigación, conceptual y legal, las mismas que servirán de sustento técnico, para el planteamiento de la idea a defender.

En el Capítulo III, se indica la metodología de la investigación que se ha utilizado para conocer y diagnosticar posibles soluciones en el tema de investigación. Así como la identificación de oferta y demanda de la producción de cacao, para poder justificar la propuesta de comercialización.

En el Capítulo IV, se establecen los resultados y discusión de la investigación, la misma que se realizará a través de encuestas.

En el Capítulo V, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado, determinando indicadores y elementos claves para la toma de decisiones de la puesta en marcha del proyecto.

En el Capítulo VI, se describe la bibliografía, la misma que nos permite conocer las fuentes a las cuales se recurrió para recaudar información necesaria y primordial, que nos permitió el desarrollo de la investigación.

Y finalmente encontramos el capítulo VII, donde localizamos los anexos del proyecto investigativo.

1.2. Problemática

La Provincia de Los Ríos, pertenece a la Región Costa del país y es netamente agrícola, su capital es la ciudad de Babahoyo y su localidad más poblada es el cantón Quevedo el mismo que es uno de los más importantes centros agrícolas del Ecuador.

El presente proyecto de investigación es de carácter analítico y cuantitativo, se desarrollará en el cantón Quevedo, territorio que se caracteriza por tener gran biodiversidad, y su economía se basa en la agricultura, el comercio y la producción de sus recursos naturales. Con un promedio de 173.575 habitantes por lo que se estima como el cantón más poblado de la Provincia de Los Ríos.

Quevedo es el cantón más productivo en lo que corresponde al sector agrícola, al mismo tiempo que se constituye como uno de los centros de acopio más grande del País, y se caracteriza principalmente por la producción de cacao, banano, palma africana, madera, entre otros.

Partiendo del punto de origen de producción económica, surge el problema de incremento de producción, escasez, inestabilidad de precios, que perjudica a la exportadora Pedro Martinetti al momento de comprar el producto para posteriormente exportarlo.

1.3. Descripción de la problemática

La deficiente comercialización del cacao en los últimos meses se debe por la escasez del producto, por la falta de recursos económicos de los agricultores y el mal tiempo en la zona de Quevedo, la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti, se ve afectada en sus exportaciones por tal motivo la empresa estaría perdiendo competitividad nacional e internacional.

Pese a la gran ayuda e incentivo del gobierno a través de INIAP y MAGAP con diversos programas como el de poda y reactivación, siguen presentándose problemas en cuanto a incremento de productividad, y es que al no haber precios regularizados con altas y bajas constantemente, hace que los productores se abstengan a reactivar la plantación, perjudicando de manera directa a la exportación de la exportadora del proyecto en estudio.

La discrepancia de precios en cuanto al cacao fino de aroma y de otras variedades como el CCN-51 son relativamente mínimas con diferencia hasta de \$2.00 por quintal provocando un baja en la demanda del producto.

Por lo que el incrementar el precio del quintal de cacao a los agricultores sería una estrategia a poner en práctica dentro de la empresa, con el fin de ayudarlos económicamente a solventar los gastos e incentivar a la producción del producto en la región.

Ñ Causas

- Escasez de materia prima
- La reducción de producción de cacao, falta de recursos económicos por parte del productor, mal tiempo en la zona y la inestabilidad de los precios, han evidenciado cambios notables en la exportación de cacao
- El comportamiento de las ventas ocasionados por la inestabilidad de los precios más la discrepancia entre valores por los tipos de variedad del producto.

Ñ Efectos

- La escasa producción de materia prima afecta a las exportaciones y a la exportadora en el mercado competitivo nacional e internacional.
- La reducción de producción genera un decrecimiento y afectación en las exportaciones
- La inestabilidad de precios y la desigualdad de valores por variedad ocasiona la disconformidad al productor.

Ñ Pronóstico

- Inversión privada y pública a través de capacitación constante al productor y programa que beneficien a la producción
- El decremento en la producción y materia prima ha generado una reducción en las exportaciones nacionales e internacionales de manera involuntaria para la exportadora Pedro Martinetti.
- Efectos sociales y económicos.

Ñ Control del pronóstico

- Implementar políticas, reformas y programas de inversión destinadas a los campesinos y productores que permitan incrementar el desarrollo de la producción (de reactivación y podas).
- Ejecutar de manera eficaz los programas de reactivación y poda para incrementar la producción de la zona y aumentar las exportaciones, al mismo tiempo recuperar la competitividad de los mercados nacionales y extranjeros.
- Incrementar el precio del quintal de cacao a los agricultores y establecer valores monetarios significativos entre variedades.

1.4. Formulación del problema de investigación

¿La falta de comercialización de cacao en grano y su incidencia en las exportaciones en los 2011 – 2013 de la “Exportadora Pedro Martinetti” en la ciudad de Quevedo año 2014?

1.4.1. Sistematización del problema de investigación

1. ¿En qué factor y volumen varia la comercialización de cacao en la exportadora Pedro Martinetti?
2. ¿Qué factor incide con más frecuencia e impide la producción acelerada del cacao?
3. ¿Cuál es el periodo más productivo para los agricultores de cacao en el cantón Quevedo?

1.4.2. Delimitación del problema

Campo: Cantón Quevedo

Área: Comercialización de Cacao

Aspecto: La comercialización como principal causa de las exportaciones de la exportadora Pedro Martinetti

1.4.3. Tema

“La comercialización del cacao y su incidencia en las exportaciones de la Empresa Exportadora Pedro Martinetti, Cantón Quevedo, periodo 2011 –2013”

1.4.4. Delimitación Espacial

El presente proyecto investigativo se desarrolla en el cantón Quevedo provincia de Los Ríos.

1.4.5. Delimitación Temporal

El presente proyecto de investigación se encuentra dentro del período 2011 - 2013, el mismo que es objeto de estudio.

1.5. Justificación

Mediante este trabajo conoceremos el control que se lleva a cabo en la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti acerca de la comercialización de cacao en grano y a su vez determinar en cuál de los tres periodos tuvo menor y mayor índice de exportación.

Para comprobar los valores que sufrieron un aumento o disminución en la comercialización de cacao en grano durante los tres años de estudio se la realizó a través de la obtención de los costos del producto exportado, llevando un control real sobre las exportaciones y sus ganancias en cada uno de estos períodos.

Los diversos problemas que se han presentado en el período de estudio del proyecto investigativo han sido los grandes causales de la disminución de entrada de producto a la exportadora, y al mismo tiempo repercute en la disminución de exportación del cacao en grano, ya que al no contar con grandes volúmenes de materia prima, tampoco se podrá exportar un mayor volumen a los diferentes países y sus mercados.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

- Analizar la comercialización y su incidencia en las exportaciones de cacao en grano para los periodos 2011 – 2013 de la “Exportadora Cacao Pedro Martinetti” en la ciudad de Quevedo año 2014.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Conocer los problemas que afectan la comercialización del cacao en grano de la Exportadora Pedro Martinetti.
- Identificar las causas que hacen que disminuya la entrada del producto a la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti.
- Determinar en qué período La Exportadora de Cacao Pedro Martinetti tuvo mayor índice de exportación.

1.7. Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General

La correcta comercialización y exportación de cacao en grano en la “Exportadora de Cacao Pedro Martinetti” incurrirán eficientemente en el desarrollo de la empresa en los años siguientes.

1.7.2 Hipótesis específicas

1. Conociendo con exactitud los problemas que afectan la comercialización en la exportadora Martinetti, se podrá elaborar un plan de contingencia.
2. Al identificar las causas que disminuyen el ingreso de productos, se podrá preparar un plan de capacitación a los agricultores.

3. Con un estudio del índice de exportación, se podrá diseñar un cronograma de compras con valores referenciales del estado.

1.8. Variables

1.8.1 Variable independiente

- Comercialización

1.8.2 Variable dependiente

- Exportaciones

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1. El Cacao

El cacao representa parte importante para su economía en el país. Durante varios años se han venido desarrollando en gran medida negocios internacionales con la producción del cacao. Ecuador es uno de los países con mayor productividad de cacao fino en aroma, abarcando el 70% de la producción mundial convirtiéndose en productor principal de esta clase de cacao en el mundo. Lo que ha generado un reconocimiento importante y muy favorable para nuestro país **(Enriquez, 2010)**

En el siglo XX Ecuador vivió una de sus mejores épocas económicas gracias a la abundante producción del cacao, conocida también como la pepa de oro. Este árbol es originario de las selvas de América Central y del Sur, siendo su nombre científico Theobroma, que en griego significa la comida de los dioses. La mejor producción se la observa en climas ecuatoriales ya que le favorece su temperatura de 25 grados centígrados que se mantiene estable durante todo el año **(Herrera, 2010)**

Los frutos aparecen sobre la copa de los árboles, debajo de sus ramas y en el troco del árbol, dependiendo del tipo de variedad de cacao varían el color de su fruto (amarillo, blanco, verde o rojo, que oscurece al madurar). La fruta mide entre 10 y 32 cm. de largo y entre 7 y 10 cm. de ancho, pesa entre 200 gr. y 1 kg. En su interior contiene entre 20 y 60 semillas dispuestas en 5 filas rodeadas con una pulpa blanca gelatinosa y azucarada **(Carriel, 2010)**

El cacao necesita un tratamiento, el cual es que cuando la mazorca ya se encuentra totalmente madura, la semilla es extraída dejándola fermentar con el objetivo de que la baba sea retirada en su totalidad, quedando solo la almendra de un color marrón y con un sabor agradable **(Carriel, 2010)**

2.1.2. El Cacao en el Ecuador

Ecuador es el mayor productor mundial fino de aroma, con aproximadamente el 60% de la producción y exportación mundial que va entre los 80.000 y 110.000 Tm al año. Su cosecha principal se da entre los meses de marzo a junio y la intermedia es en los meses de octubre a febrero **(Salazar, 2010)**

2.1.3. Variedades

Existen tres variedades principales de cacao:

- Forastero
- Criollo y
- Trinitario, de las que pueden derivarse otras **(Salazar, 2010)**

2.1.4. Mercados de exportación de cacao

El cacao ecuatoriano tiene como destino diversos países con los que hay una relación comercial, pero también se busca la expansión hacia nuevos mercados como Francia, Suecia, Turquía, Corea del Sur y los Emiratos Árabes **(Amado, 2010)**

El 72% de las exportaciones de cacao ecuatoriano va a EE.UU. y Europa. En Europa el país que más compra cacao ecuatoriano es Holanda (países bajos), Alemania, Bélgica, México de centro América y otros **(Ontaneda, 2010)**

2.1.5. Comercio actual y potencial del Ecuador con países

Son ocho los ocho países con mayor producción de cacao que representan el 90% de la producción mundial.

- Costa de Marfil
- Ghana
- Indonesia

- Nigeria
- República Dominicana
- Ecuador
- Brasil
- Camerún, y
- Malasia (**Lucas, 2012**)

2.1.6. Niveles de Precios del cacao

Históricamente, los precios del cacao en grano han estado muy relacionados con los ciclos de producción. Cuando la producción mundial ha aumentado hasta provocar una sobre oferta, los precios han caído a niveles bastante bajos. Adicionalmente, la oferta en este mercado reacciona de manera lenta ante los cambios en los precios o las presiones de la demanda. Es decir, cuando los precios bajan, hay una reducción en la siembra de nuevos árboles de cacao (**Nácer, 2011**)

Un elemento indispensable en la variación de los precios de la pepa de oro, son el aumento o disminución de la oferta o demanda del producto. Estos se encuentran ligados a precios internacionales y también a fenómenos naturales que afectan su producción, tales como la escasez de lluvia o el aumento de la misma (**Nácer, 2011**)

2.1.7. Tipos de comercio

El comercio es una fuente de recursos tanto para el empresario como para el país en el que esté constituido: entre más empresas vendan el mismo producto o brinden el mismo servicio se abaratan los servicios.

- El comercio mayorista
- El comercio minorista
- El comercio interior
- El comercio exterior
- Comercio terrestre,

- Comercio marítimo,
- Comercio aéreo y
- Comercio fluvial
- El comercio por cuenta propia
- El comercio por comisión.
- El comercio electrónico **(Ruales, 2011)**

2.1.8. Dirección de comercialización

Proponer, implementar y monitorear mecanismos de comercialización y regulación de los mercados de productos e insumos del multisector a nivel externo e interno **(Ruales, 2011)**

2.1.9. Dirección de integración y negociaciones internacionales

Diseñar, instrumentar y evaluar la política de acceso a mercados internacionales de productos del multisector, haciendo énfasis en la diversificación de productos y mercados de destino y la inclusión de pequeños y medianos productores **(Ruales, 2011)**

2.1.10. Sistema de comercialización

Vincula a los aspectos productivos, con los relacionados o la transferencia de la propiedad de los productos, articulándose así con el sistema agroindustrial y fundamentalmente, con el consumidor del producto de forma directa o indirecta **(Ruales, 2011)**

La parte de la síntesis de la comercialización comprende los siguiente:

- El producto
- Promoción y servicios
- Canales de distribución **(Ruales, 2011)**

2.1.11. Estrategias de marketing, una garantía para comercializar

La relación de intercambio/comercialización, el estudio y conocimiento del mercado y la incursión de la organización en nuevos negocios, se materializan exitosamente sólo mediante el diseño y puesta en práctica de adecuadas estrategias de marketing **(Vallejo, 2011)**

En la actualidad, cuando se habla de estrategia, se admite que es un proceso de planificación de recursos y acciones que habrán de utilizarse y ejecutarse en el futuro, incluyendo un plan que habrá de desglosarse en una serie de acciones concretas y precisas en el terreno práctico; esto es en relación con ejecuciones dentro de un ámbito conflictivo, en el que habrán de encontrarse intereses distintos y contrapuestos y que finalmente requiere el empleo de recursos variados: físicos, humanos, intelectuales y otros **(Vallejo, 2011)**

Una estrategia de marketing debe contar con las condiciones y características de comercialización que permita satisfacer a todos **(Vallejo, 2011)**

La estrategia para que el país aumente sus ventas es la diversificación de mercados, es Mediante el MAGAP, ya que el gobierno pretende aumentar la exportación de cacao ecuatoriano, considerando que actualmente la Unión Europea y Estados Unidos son los principales importadores de cacao ecuatoriano **(Vallejo, 2011)**

Por otro lado, el avance en el refinamiento del cacao en el país para exportar productos acabados de chocolate es otra estrategia primordial para este proyecto. Tomando como ejemplo marcas ya reconocidas mundialmente, tales como: Caoni, Pacari o República del Cacao **(Vallejo, 2011)**

Con esta meta, el Gobierno pretende convertir a Ecuador en el principal productor y exportador de cacao fino de aroma **(Vallejo, 2011)**

2.1.12. Proceso de comercialización

Se focaliza en

- Pronósticos de mercado
- Pedidos de cliente Utiliza al sistema de inteligencia de mercado para
- Mantener informados de los comportamientos de los clientes
- Desarrollar productos de competencia
- Informar el posicionamiento en el mercado
- Proveer información de
- Perfiles de competidores: estrategias de la competencia
- Perfiles de productos: explorar fortalezas y debilidades de los productos comercializados por los competid **(Nácer, 2011)**

2.1.13. La Comercialización del Cacao

El comercio es un estado de flujo, el mercado del cacao es para una demanda derivada de un mercado que se llama chocolate a nivel mundial por lo cual esto crea que muchos compradores y vendedores de otros países de alguna manera a través de la oferta y la demanda se establezca un precio referencial de cacao mundial, es del (cacao en granos), porque los países de África Occidental son los que producen más cacao en el mundo **(Nácer, 2011)**

2.1.14. Importancia de La Comercialización del Cacao a Nivel Mundial, Nacional Y Regional.

El proceso de comercialización en el ámbito mundial, regularmente se realiza a través de tres miembros de la cadena; la empresa exportadora, Anecacao y consumidor internacional (empresas procesadoras de cacao), a su vez, se identifican instituciones vinculadas a este proceso, como son la Bolsa de Cacao de Londres, London Commodity -Exchange, Ltda (LCE) la Bolsa de París, Association Francaise du Comerse du Cacao (AFCC). En el ámbito nacional, la comercialización del cacao recobra vital importancia en los últimos años **(Nácer, 2011)**

Para ello, se establece como marcador, los principales países productores de cacao (Cote d'Ivoire, Ghana, Indonesia, Brasil), donde los precios se cotizan en las diferentes bolsas, estableciéndose precios referencia en las transacciones. A su vez, este depende de la calidad del grano, ya que los cacaos finos logran precios Premium, debido a la oferta restringida de este tipo de grano **(Nácer, 2011)**

2.1.15. ¿Cuál es la ruta para comercializar el cacao?

Se suministra a clientes en el extranjero directamente desde el país. O también se suele establecer una presencia local, ya sea a través de un agente, distribuidor, revendedor, socio, etc. Lo que es según el tamaño del mercado. A comprensión de la totalidad de la cadena de suministro en tu mercado es útil. Esto incluye el conocimiento detallado de las relaciones entre los productores, los importadores, los distribuidores y clientes **(Gómez, 2013)**

2.1.16. Oferta y demanda mundiales

La producción de cacao se centraliza principalmente en los países ecuatoriales de África y Asia. En su mayoría son naciones poco desarrolladas cuyas economías dependen considerablemente de este cultivo. Así pues la producción del cacao como materia prima se da en países con economías frágiles y con alta dependencia del sector primario, sin embargo la transformación a bienes intermedios y productos finales ha correspondido a los países desarrollados **(Castro, 2013)**

2.1.17. Calidad

La calidad del cacao es uno de los aspectos más importante para la buena comercialización del mismo, ya que en base a esto depende las exportaciones del producto de los países productores de la pepa de oro. Para que se cumpla

la calidad del fruto se considera: los sectores de producción, y la adecuada cosecha **(Reyes, 2009)**

La calidad del cacao se manifiesta a través de las características físicas (tamaño, peso, grosor de cáscara, color, contenido de grasa) y las características organolépticas de las almendras. El sabor, determinado por el gusto y el aroma, refleja los efectos combinados del genotipo, de los factores edafoclimáticos, del manejo agronómico recibido en la plantación y de la tecnología postcosecha utilizada. El cacao por la calidad, se clasifican en: ASSPS, ASSS, ASN, ASE, CCN51 **(Romero, 2012)**

2.1.18. La Certificación

UTZ Certified ha desarrollado los Códigos de Conducta de UTZ. Estos códigos incluyen normas para productos específicos, como el café, cacao, té y rooibos, así como normas para cadenas de custodia y un sistema de certificación riguroso. Los Códigos de Conducta de UTZ tienen un enfoque multilateral que incluye tanto al mercado como a la experiencia de origen. El equipo de Normas y Certificados de UTZ Certified y el Comité de Normas llevan a cabo de manera continua investigaciones de apoyo para los códigos, coordinan el proceso para el desarrollo del código, aprueban nuevos códigos y gestionan el programa de certificados **(Groot, 2015)**

2.1.19. Acceso a Mercados

El sector cacaotero ecuatoriano ha tenido un periodo de crecimiento a partir del año 2011 - 2013, es decir en el periodo de estudio. En el año 2011 se vendió \$ 425,7 millones en cacao en 2012. se vendió 180 000 toneladas métricas (tm), lo que representó casi USD 600 millones. La cifra aumentó a cerca de 205 000 tm en el año 2013. Según informes internacionales, el precio del cacao subió el año 2013 un 25% en los mercados de Londres y Nueva York. Sin embargo, Lourdes Delgado, productora del chocolate Chochokululu y experta en cacao, indico que para el cacao ecuatoriano el precio de venta fue bajo a lo largo de este año, sin embargo el despunte estuvo a finales del 2013 **(Gómes, 2013)**

La entrada a nuevos mercados y el desarrollo de Ecuador como productor global, son resultados positivos. Según un estudio de mercado de Transmar, quien es una de las más grandes productoras, Ecuador pasó a ser el sexto país más importante en producción en el 2013. Hasta el 2012, ocupaba el séptimo lugar, después de Brasil, sin embargo en el año 2013 Ecuador se encuentra debajo de los grandes productores: Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Camerún y Nigeria. Según información de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, el principal destino del fruto en el 2013 fue Estados Unidos. Le siguen México, Malasia, Alemania, Holanda **(Pico, 2013)**

2.2. Fundamentación conceptual

2.2.1. La Comercialización

(Orozco, 2011) Define que la comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o “Trueque” que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción. Y comprende un procedimiento que el cliente general no ve en su totalidad, es más, el comprador es la parte final del proceso, este proceso antes del referido trueque final tiene que ser evaluado, analizado, para así, determinar el campo en el que debe ser implantado el proceso de compra y venta.

2.2.2. Agentes de Comercialización

(Urbano, 2010) La comercialización interna de la exportadora de cacao Pedro Martinetti está formada por una cadena que incluye productores, comerciantes de recinto, comerciantes viajeros, agentes de poblado mayor (capital de provincia, cantón o parroquia), comisionistas de grano.

2.2.3. Problemas de Comercialización

(Martinetti, 2014) Los problemas de comercialización que presenta en la actualidad la exportadora Pedro Martinetti se debe al decrecimiento de producción e inestabilidad de precio que presenta el mercado nacional y los mercados internacionales.

2.2.4. Formas de Comercialización y Distribución

(Marycufm, 2009) El Canal de distribución, es el circuito por medio del cual los fabricantes o productores ponen a disposición de los consumidores o usuarios finales los productos para que ellos lo adquieran.

2.2.5. Convenios Bilaterales

(Bam, 2011) Es cuando dos partes logran acordar algo. Generalmente son acuerdos económicos. “Un tratado bilateral es un acuerdo internacional concertado entre dos partes, cada una de las cuales posee la capacidad para celebrar tratados”

2.2.6. Convenios Multilaterales

(Bam, 2011) Un tratado multilateral es un acuerdo internacional concertado entre tres o más partes, cada una de las cuales posee la capacidad de celebrar tratados

2.2.7. Exportaciones

(John, 2010) En economía, una exportación es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.

2.2.8. Importancia de las Exportaciones de Cacao

(Vallejo, 2011) En un nivel macroeconómico la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular

2.2.9. Acuerdos o Relaciones Comerciales

(Moreno, 2015) Un acuerdo comercial es un entendimiento bilateral o multilateral entre dos o más países, mediante contratos, los mismos que regulan materias estrictamente comerciales, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales. Estos tratados arancelarios contienen ventajas y garantizan la puesta en práctica de las tasas y tarifas al momento de ejecutar el acuerdo entre las partes involucradas en el hecho.

2.2.10. Demanda

(Paschoal, 2009) La demanda de este producto está dirigida a determinar y definir las diferentes cantidades que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado tiempo.

2.2.11. Balanza Comercial

Según define **(Andrade, 2013)** que la diferencia existente entre las importaciones realizadas por un país y las exportaciones hechas por ese mismo país se conoce como balanza comercial. El término balanza se asimila a la posibilidad de que el país se encuentre "equilibrado", cuando el saldo que resulta de restar las importaciones a las exportaciones es cercano a cero. La balanza se considera desequilibrada cuando este mismo saldo es mayor (superávit) o inferior (déficit) a cero.

2.2.12. Comercio Internacional

Para **(Hiebaum, 2011)** el comercio internacional permite a los países especializarse en lo que mejor hacen y disfrutar de una mayor variedad de bienes y servicios. Los distintos países pueden ser socios en la economía mundial, así como competidores.

2.2.13. Comercio Exterior

(Velásquez, 2013) Define a la exportación o importación como fundamental en el Comercio Exterior para el correcto proceso de la documentación, tramitología y requisitos exigidos por el país importador así como por el país exportador.

Además, es la transacción en la cual dos o más países realizan el intercambio de servicios o productos destinados a la satisfacción de los deseos y necesidades de un grupo de personas insatisfechas. Este trámite debe ser ejecutado legalmente mediante la presentación de requisitos y requerimientos en la aduana de los países que intervienen en el hecho.

2.3. Fundamentación legal

2.3.1. Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad

En el Art. 7. De la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad se establece que en el marco jurídico sea regulado los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en ésta materia.

En el Art. 8. Del sistema ecuatoriano de la calidad se encuentra estructurado que él:

- a) Comité Interministerial de la Calidad;
- b) El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN;
- c) El Organismo de Acreditación Ecuatoriano, OAE; y,
- d) Las entidades e instituciones públicas que en función de sus competencias, tienen la capacidad de expedir normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.
- e) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO). El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), será la institución rectora del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.

En el Art. 9. Del sistema ecuatoriano de calidad se señala los Ministerios que conforman este Comité, presidido por el Ministerio de Industrias:

MCPEC: Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad.

MIPRO, Ministerio de Industrias y Productividad, quien lo presidirá.

MAE. Ministerio del Ambiente o su delegado permanente.

MINTUR. Ministerio de Turismo o su delegado permanente.

MAGAP. Ministerio de Agricultura, Acuicultura, Ganadería y pesca

MSP. Ministerio de Salud Pública. **MTOP.** Ministerio de Transporte y Obras Públicas.

MEER. Ministerio de Electricidad y Energía Renovable

2.3.2 INEN

El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, entidad normalizadora nacional, ha emitido algunas normas específicamente para la evaluación de la conformidad de los productos del cacao. Además es el Laboratorio Nacional de Metrología que ofrece trazabilidad al sector industrial y regulador, con la finalidad de asegurar que los equipos utilizados en la medición cumplen con especificaciones de forma que sus mediciones sean comparables **(Ortiz, 2012)**

2.3.3 OAE

El Organismo de Acreditación Ecuatoriano OAE es la entidad oficial de la acreditación, de la evaluación de la conformidad en el Ecuador. Para que los certificados de conformidad ofrezcan al mercado evidencia de la competencia técnica e independencia con que fueron emitidos **(Moreno, 2011)**

- En los requisitos para el 2012 están contemplados los siguientes documentos:
- Documentos 2012
- Decisión 515 CAN
- Ley de Sanidad Vegetal
- NIMF 2
- NIMF 11
- Resolución 025 CAN **(Moreno, 2011)**

2.3.4. Requisitos y Gravámenes

A continuación se presentan los siguientes requisitos para exportar el cacao y sus derivados:

1. Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
2. Etiquetado de productos alimenticios
3. Voluntario – Productos de producción ecológica **(Kluger, 2012)**

En Estados Unidos, los requisitos oficiales y obligatorios de evaluación de la conformidad requeridos por las autoridades para el acceso de los diferentes productos en los destinos de exportación, son establecidos por:

- Food and Drug Administration (FDA): Administración de Alimentos y Medicinas
- United States Department of Agriculture (USDA): Departamento de Agricultura • Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS)
(Estrada, 2013)

Japón ha establecido como requisitos para Arancelarios:

- Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios
- Requisitos Técnicos (HACCP, inocuidad, etc.)
- Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

2.3.5. Ley Orgánica de Transparencia

Artículo 1.- Aprobar el manual de procedimiento para el registro y certificación de viveros y productores de material vegetal de Cacao Nacional Fino y de aroma sabor "Arriba" y otras variedades, de aplicación obligatoria por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro

Artículo 2.- Queda prohibido reproducir plantas de cacao con fines comerciales a través de viveros que no hayan sido registrados y en su caso certificados por AGROCALIDAD, de acuerdo a lo establecido por los artículos 13 y 17 de la Ley de Sanidad Vegetal. **Artículo 4.-** Todo productor - comercializador de material propagativo de cacao, registrado y en su caso certificado, será sujeto a verificación y control por parte de Agrocalidad.

2.3.6. Constitución de la República del Ecuador 2008

ART. 161

Los Ministerios del Ambiente y de Comercio Exterior, industrialización, pesca y competitividad, serán quienes determinen el nivel tecnológico mínimo de las industrias de aprovechamiento primario.

ART. 162.

De acuerdo a lo dispuesto en el artículo anterior, se prohíbe la utilización de maquinarias, equipos o implementos obsoletos o inapropiados que no permitan alcanzar el nivel mínimo establecido o que causen altos porcentajes de desperdicio.

2.3.7. Requisitos Para Exportar Cacao En Grano

- Verificar estatus fitosanitario.
- Registrarse en agro calidad
- Solicitar el registro de operador en la página web [www. Agrocalidad.gob.ec](http://www.Agrocalidad.gob.ec). (según usuario exportador o productor)
- RUC
- Copia de cedula
- Constitución de la empresa
- Nombramiento del representante legal (persona jurídica)
- Croquis de exportación de acopio de exportados
- Factura de pago (según solicitud de registro)
- Inspección y certificación de calidad
- Solicitar certificado fitosanitario
- Documentos requeridos
- Registro de operador
- Copia de manifiesto de embarque
- Factura proforma
- En caso de pre embarque se emitirá un certificado provisional que se canjeara por el certificado fitosanitario en el punto de control

- En el caso de una inspección una vez aprobada se otorgara el certificado fitosanitario para el envío
- Verificar si el país de destino solicita un certificado de origen.

2.3.8. Trámites para Exportar

2.3.8.1. Trámite en la Aduana.

- Trámite de aduana y embarque
- Factura comercial (4 copias)
- Entrega de la mercadería en las bodegas de Aduana o Autoridad Portuaria.
- Constatación del pago de derechos y gravámenes arancelarios, de ser el caso.
- Recibo de pago de tasas por almacenamiento, carga, muellaje, vigilancia, etc.
- Entrega a la Aduana de cuatro copias del documento de embarque definitivo emitido por el transportista.
- FUE con visto bueno del Banco corresponsal
- Registro y certificación de la recaudación aduanera en el FUE.

2.3.8.2. Requisitos y Trámites para Exportar en la Aduana

- Registro como exportador
- Documentos para exportar:
- Registro único de contribuyentes (ruc):
- Conocimiento de embarque
- Factura proforma:
- Datos del importador
- Factura comercial
- Carta de porte
- Lista de empaque - packinglist
- Cupón de aporte a corpei

- Obtención del visto bueno del formulario único de exportación en los bancos corresponsales

2.3.9. Trámites Especiales Complementarios

- Autorizaciones previas.

2.3.10. Condiciones de Acceso para el Cacao en Grano en Mercados Internacionales

- Autorizaciones previas
- Registros exigibles para el trámite en los bancos corresponsales y aduana
- Determinación de precios
- Certificaciones
- Certificaciones de calidad.

2.3.11. Requisitos No Arancelarios

- Requisitos sanitarios/ fitosanitarios generales
- Requisitos sanitarios/ fitosanitarios generales

2.3.12. Requisitos Técnicos Generales

- Requisitos Norma Técnica Ecuatoriana INEN 177:1987 cacao en grano.
- Factura Comercial
- Documentos de Transporte
- Lista de carga
- Lista de Empaque
- Certificado de origen
- Certificado de Origen (Formulario A) (SGP)
- Certificado de Origen
- Certificado Fitosanitario

- Documento Único Administrativo (DUA)
- Declaración de valoración de la aduana
- Guía Aérea (por vía aérea)
- Certificado de la Superintendencia de Compañías.
- Nombramiento del representante legal.
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

2.3.12. Normas a Consultar

- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 176:2003 Cacao en grano.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos

3.1.1. Métodos Deductivo

Este método, se aplicó para deducir los objetivos planteados en esta investigación.

3.1.2. Método Inductivo

A través de este método se pudo analizar el proceso de comercialización y exportación de cacao en la Exportadora Pedro Martinetti.

3.1.3. Método Cuantitativo

Método que permitió explicar los eventos ocurridos por medio de una gran cantidad de datos estadísticos tomados directamente de los productores de cacao de la población Quevedeña, para de esta manera poder responder, los intentos de aproximación y lograr dar validez a la investigación consecutiva relacionando cada dato obtenido.

3.1.4. Método Cualitativo

Este método nos permitió realizar comparación teórica entre las bases establecidas de la investigación y el acercamiento de las exportaciones de la exportadora Pedro Martinetti.

3.2. Tipos de Investigación

3.2.1. Investigación Analítica

Se analizaron cada uno de los datos obtenidos para sacar conclusiones sobre el tema que se planteó. Además que nos permitió fundamentar con criterio

investigativo las encuestas y las observaciones de los fenómenos que se presenten en la investigación, con la finalidad de verificar las hipótesis.

3.2.2. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva sirvió para obtener los resultados del cuestionario de preguntas aplicado a los productores de cacao y a la gerente de la exportadora Pedro Martinetti del cantón Quevedo, para lograr entender la relación que existe entre la comercialización de cacao de la exportadora Pedro Martinetti y las exportaciones de cacao.

3.2.3. Investigación Documental

Por medio de la investigación documental se logró realizar una extensa búsqueda de textos bibliográficos actualizados acorde al tema investigativo a tratarse y hemerográficos que permitan obtener un extenso criterio científico y social, económico, productivo y comercial para aportar en el trabajo de investigación.

3.3. Técnicas

3.3.1. Observación Directa

Se observó la infraestructura de la empresa, como también el procedimiento de comercialización del producto.

3.3.2. Encuesta

Esta técnica se aplicó a los agricultores y comerciantes que le proveen del producto a la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti.

3.3.3. Entrevista

La entrevista se dirigió a la Gerente de la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti a la Ing. Alexandra Rivera Torres y a los agricultores que comercializan su producción.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Los datos fueron obtenidos del sistema de registro computarizado de productores cacaoteros con que cuenta la exportadora Pedro Martinetti, información que fue facilitada por la gerente Ing. Alexandra Rivera Torres, la misma que está conformado por 385 productores de cacao constante durante el año y por el lapso de 10 años.

3.4.2. Muestra

La muestra, ha sido determinada tomando como referencia la siguiente fórmula, a la misma que le daremos un nivel de confianza del 95%, una probabilidad de aceptación del 50% y una probabilidad de rechazo del 50%.

Formula:

Uo=	385	Universo o Población
P=	0.5	Probabilidad de aceptación
Q=	0.5	Probabilidad de Rechazo
Z=	95%	Nivel de confianza (1.96)
e=	5%	Margen de error
n=	¿ ?	Tamaño de la muestra

$$n = \frac{U_0 \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(U_0 - 1) e^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{(385) (0.5) (0.5) (1.96)^2}{(385 - 1) (0.05)^2 + (0.5) (0.5) (1.96)^2}$$

$$n = \frac{(385) (0.5) (0.5) (3.8416)}{(385 - 1) (0.0025) + (0.5) (0.5) (3.8416)}$$

$$n = \frac{369.754}{1.9204}$$

$$n = 193$$

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Encuesta al gerente y personal de la exportadora Pedro Martinetti

Pregunta 1. ¿Qué tiempo tiene usted con esta actividad agrícola de exportación?

Cuadro 1. Tiempo de actividad agrícola

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
1 a 5 años	20	10,53
6 a 10 años	30	15,79
11 a 15 años	60	31,58
Más de 16 años	80	42,11
Total	190	100,00

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

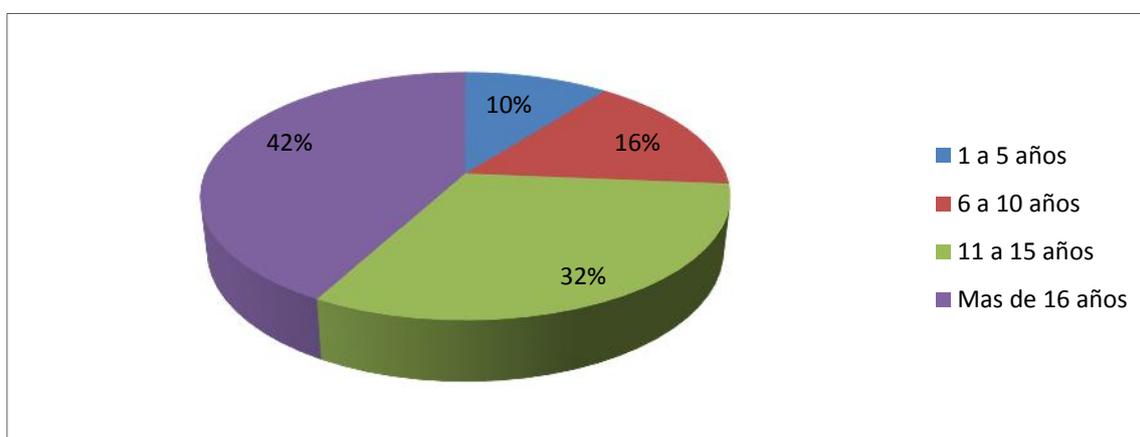


Gráfico 1. Conocimiento de los Objetivos de la Empresa

Análisis

De la encuesta realizada se conoce que el 10% de los trabajadores laboran desde de 1 a 5 años, el 16% viene laborando entre 6 a 10 años, mientras que el 32% lleva una actividad de 11 a 15 años y por último el 42% afirma que lleva más de 16 años.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de cacao tiene mayor demanda?

Cuadro 2. Tipo de cacao con mayor demanda

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Cacao fino de aroma	71	36,79
CCN51	112	58,03
Otros	10	5,18
Total	193	100,00

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

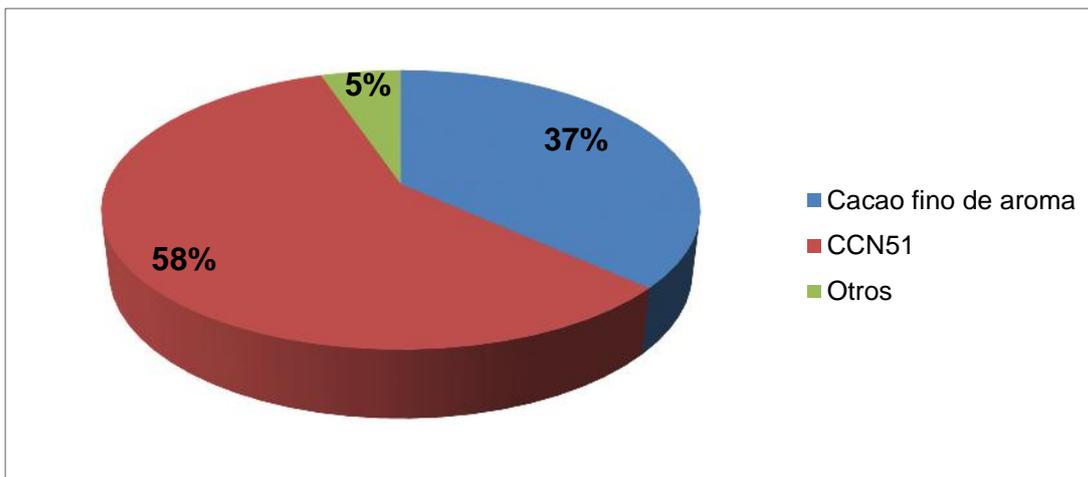


Gráfico 2. Tipo de cacao con mayor demanda

Análisis

La variedad de cacao que cuenta con una mayor demanda es el CCN51 con un 58%, seguido del fino de aroma con un 37%, mientras que otras variedades apenas son demandadas en un 5%.

Pregunta 3. ¿El cacao que usted comercializa a que sector está dirigido?

Cuadro 3. Sector al que está dirigido el cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Industrial	10	5,18
Exportación	183	94,82
Consumo	0	0.00
Total	193	100,00

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

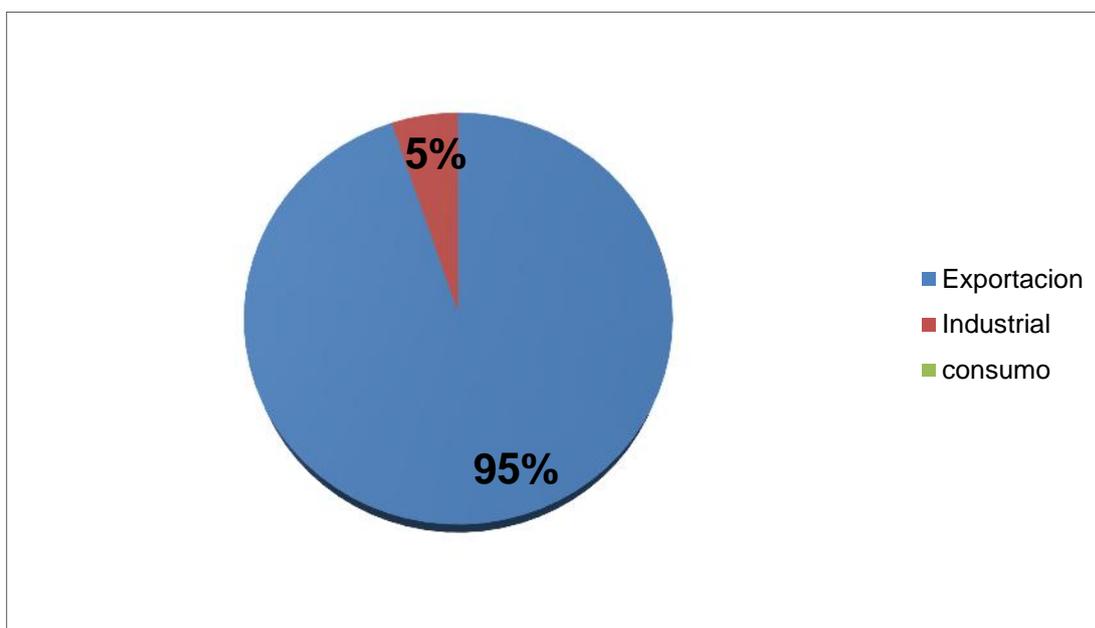


Gráfico 3. Sector al que está dirigido el cacao

Análisis

Como se puede apreciar en el cuadro y grafico # 3 la mayor parte del cacao en grano que se comercializa está dirigido especialmente a la exportación en un 95%, mientras que apenas el 5% va dirigido a las industrias que existen en el País.

Pregunta 4. ¿Considera usted que los precios de cacao deben ser mejorados?

Cuadro 4. Mejora del precio del cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	176	91,19
No	17	8,81
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

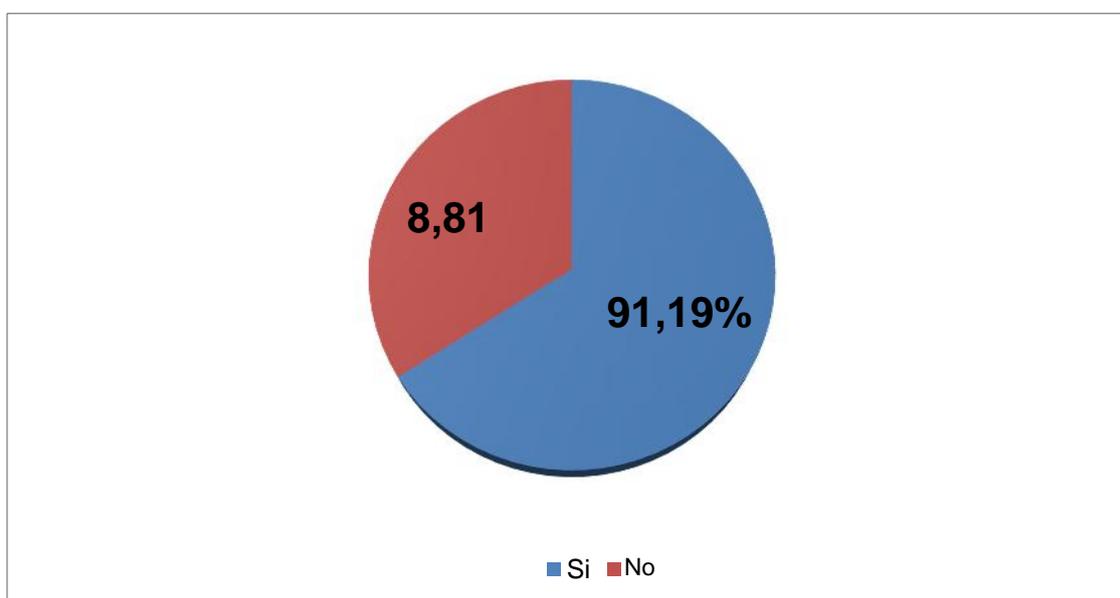


Gráfico 4. Mejora del precio del cacao

Análisis

En referencia a la mejora de precio del cacao en grano el 91.19% opina que si deben ser mejorados los precios, mientras que el 8.81% solo piensan que el precio se debe seguir manteniendo.

Pregunta 5. ¿Considera usted que los precios de cacao se mantienen estable todo el año?

Cuadro 5. Estabilidad del precio del cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	75	38,86
No	92	47,67
Pocas ocasiones	26	13,47
Total	193	100,00

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

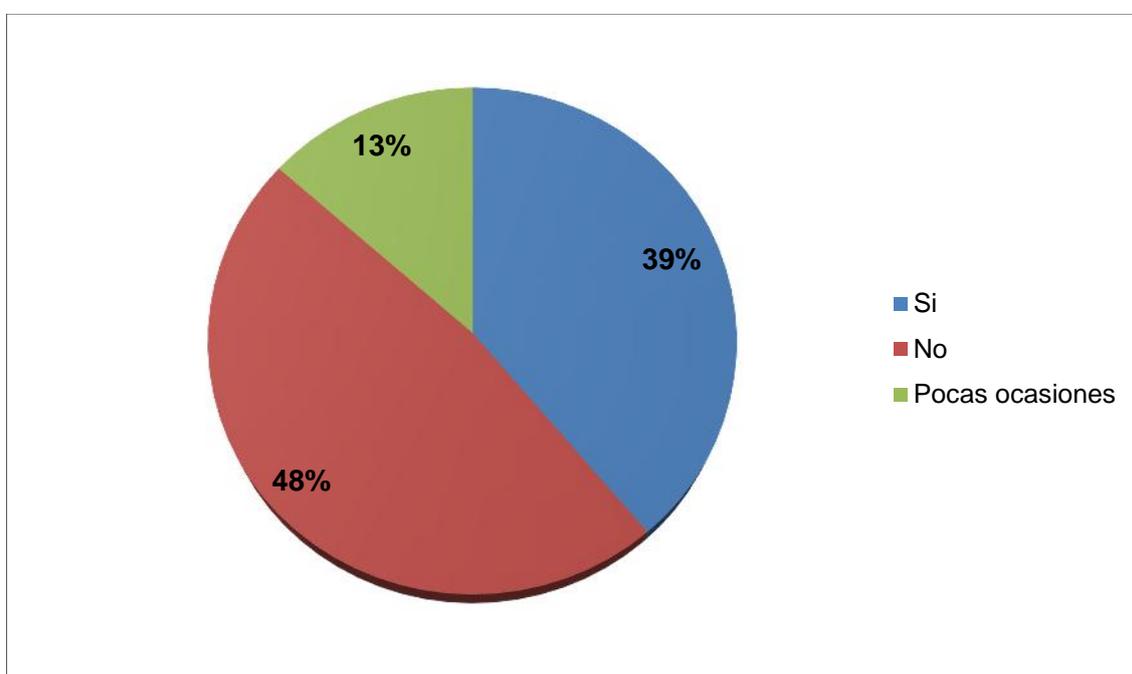


Gráfico 5. Estabilidad del precio del cacao

Análisis

Según las encuestas realizada, los precios sufren variaciones dependiendo a la productividad que mantenga el cacao en grano en el mercado, así que el 39% opinan que si sufren variaciones, el 48% creen que no se mantiene estable el precio del cacao durante todo el año y el 13% afirma que en pocas ocasiones logra mantenerse estable los precios del cacao en grano.

Pregunta 6. ¿Cree usted que el margen de rendimiento que genera la compra venta de cacao es adecuado?

Cuadro 6. Rendimiento en la compra y venta de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	69	35,75
No	58	30,05
No Siempre	66	34,20
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

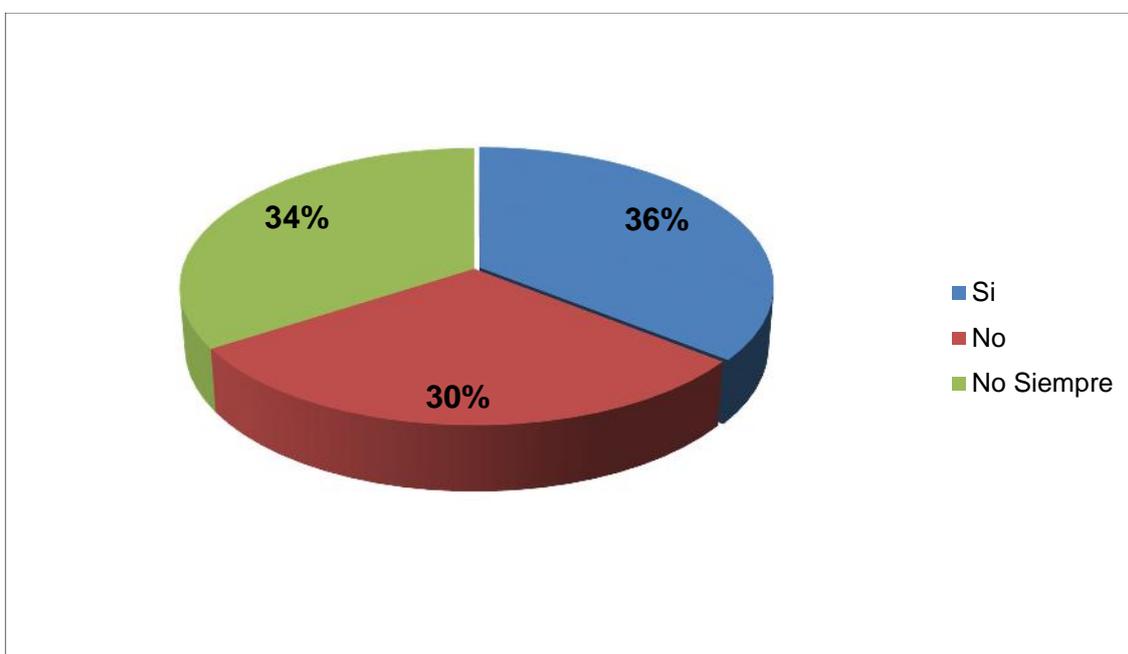


Gráfico 6. Rendimiento en la compra y venta de cacao

Análisis

El 36% cree que si existe un alto margen de rendimiento generado por la compra venta y exportación de cacao en grano, el 34% opina no siempre existe un margen de rendimiento ocasionado por estos factores mencionados anteriormente, mientras que el 30% piensa que no existe margen de rendimiento.

Pregunta 7. ¿La producción de cacao es constante todo el año?

Cuadro 7. Constante producción del cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	22	13,50
No	110	67,48
A veces	31	19,02
Total	163	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

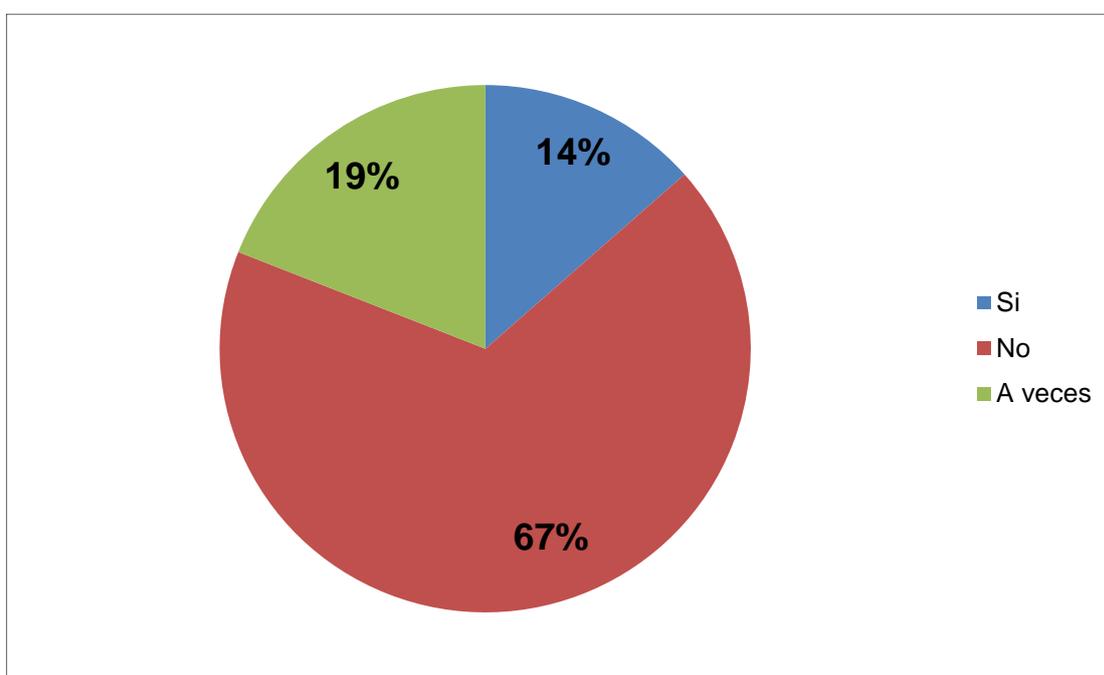


Gráfico 7. Constante producción del cacao

Análisis

Nuestros encuestados consideran que la producción del cacao no es constante durante todo el año en un 67%, hay quienes opinan lo contrario en un 14%, y por últimos un 19% piensa que esto ocurre a veces.

Pregunta 8. ¿La demanda externa del cacao se mantiene estable todo el año?

Cuadro 8. Demanda del cacao en el exterior

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	49	25,39
No	67	34,72
Es variable	77	39,90
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

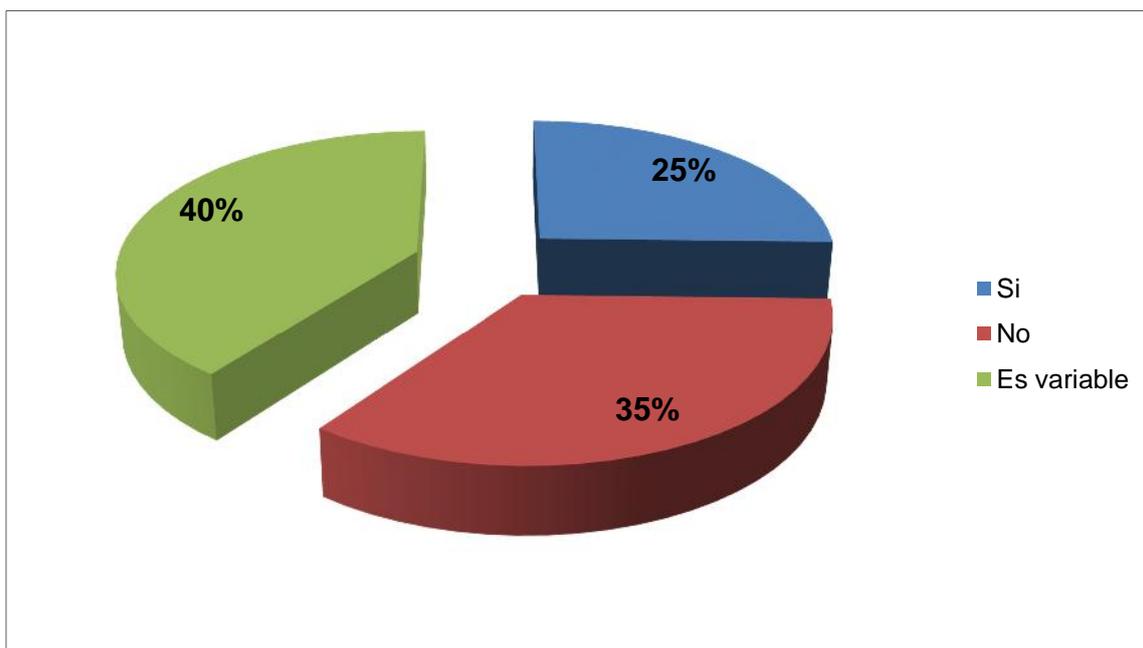


Gráfico 8. Demanda del cacao en el exterior

Análisis

El 40% opinan que la demanda del cacao en grano varía durante el año, el 23% considera que si se mantiene estable y por último el 35% cree que no se mantiene estable la demanda durante el año.

Pregunta 9. ¿Los precios internacionales del cacao se mantienen todo el año?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	52	26,94
No	73	37,82
Varían	68	35,23
Total	193	100

Cuadro 9. Precio internacional del cacao

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

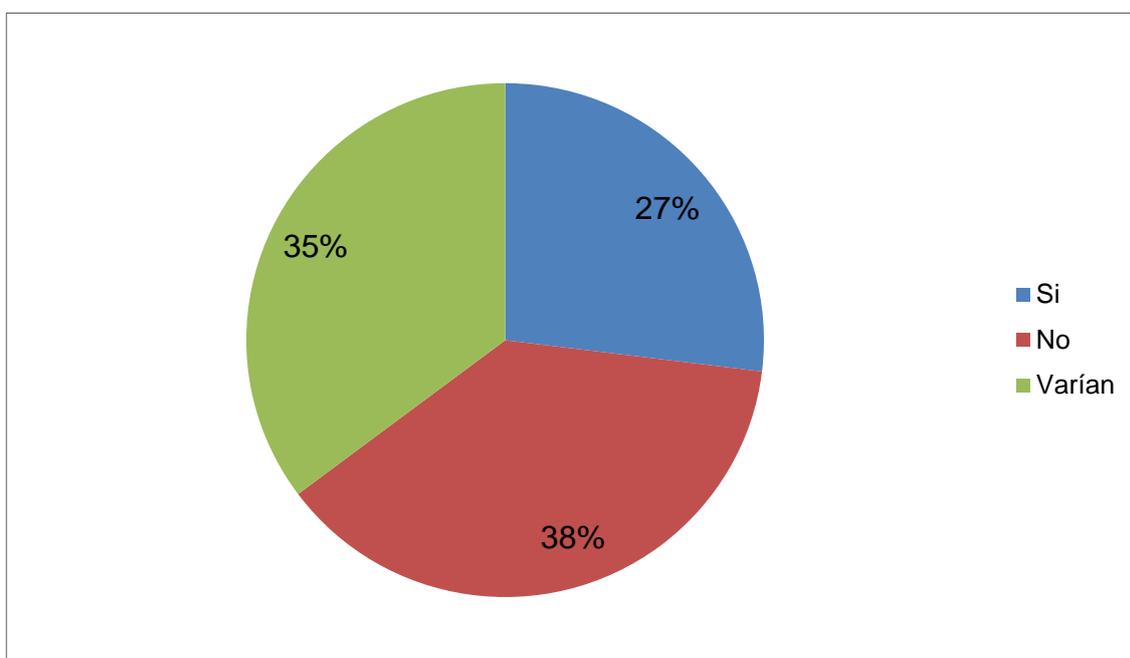


Gráfico 9. Precio internacional del cacao

Análisis

Según indica el cuadro y gráfico # 9 los precios internacionales del cacao si se mantienen en un 27%, hay quienes opinan que no se mantienen en un 38%, mientras que el 35% creen que varían.

Pregunta 10. ¿En qué mercado extranjero pagan mejor el cacao fino de aroma ecuatoriano?

Cuadro 10. Precio del cacao fino de aroma en el exterior

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Japón	35	18,13
Estados unidos	50	25,91
Holanda	21	10,88
México	15	7,77
China	45	23,32
Alemania	27	13,99
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

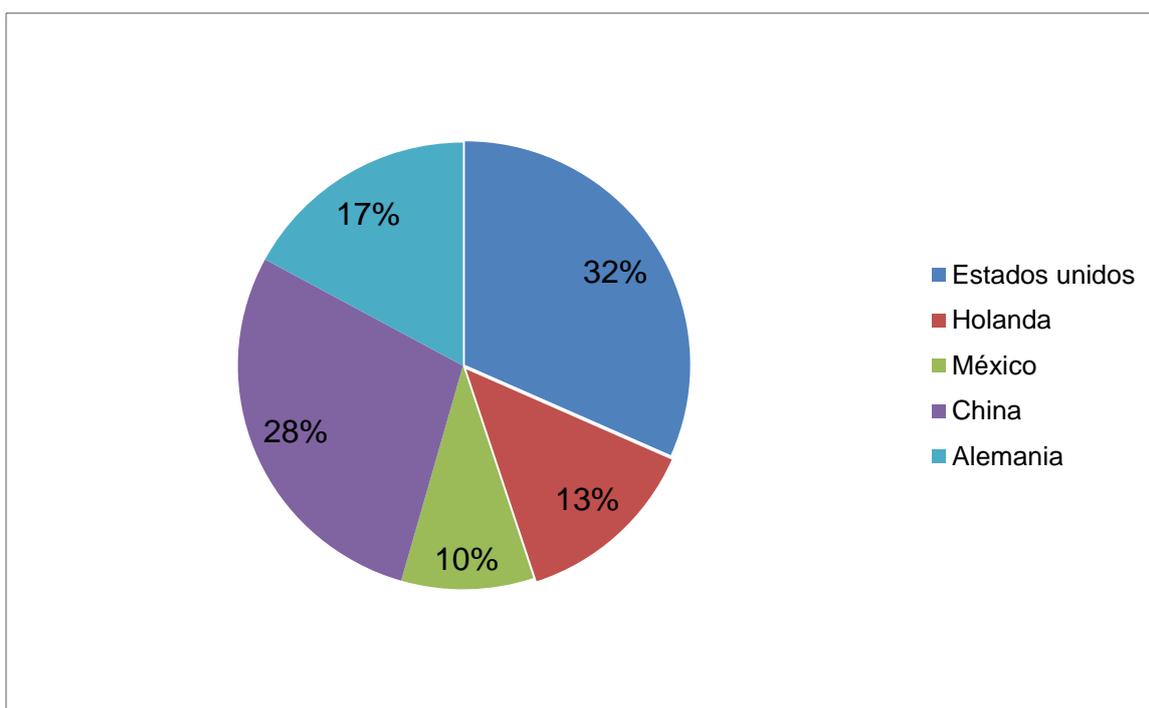


Gráfico 10. Precio del cacao fino de aroma en el exterior

Análisis

Según repuestas de los encuestados el mercado extranjero que paga mejor precio al cacao en grano ecuatoriano es EE.UU. con un 32%, le sigue China con un 28%

Pregunta 11. ¿Cuáles son los obstáculos que tiene el cacao fino de aroma para ser comercializado correctamente en el exterior?

Cuadro 11. Límites del producto para comercializarlo en el exterior

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Calidad	18	9,33
Volumen	29	15,03
Precios	55	28,50
Otros	30	15,54
Ninguno	61	31,61
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

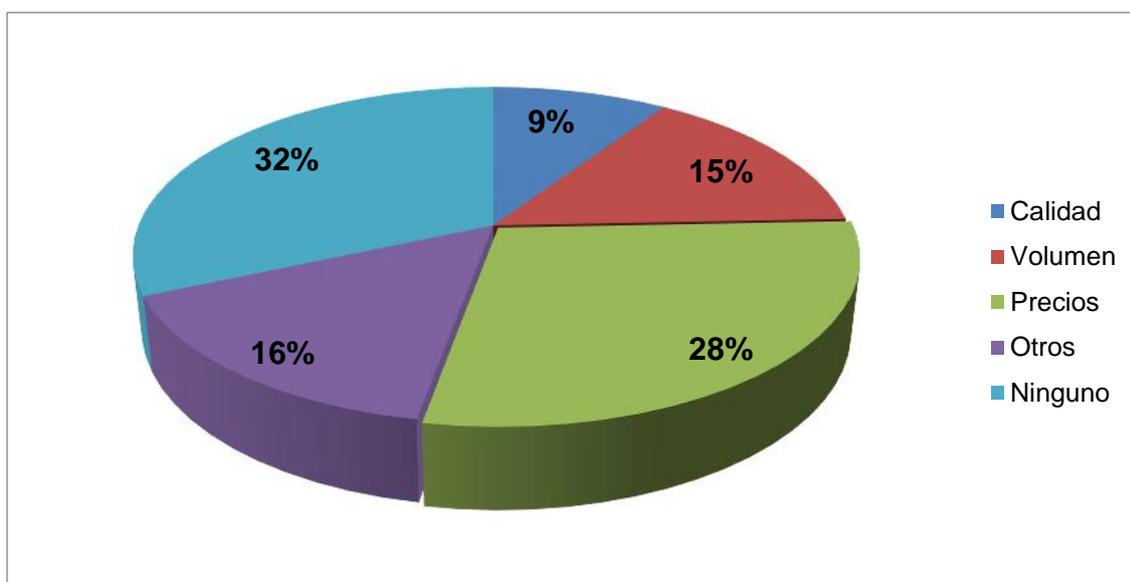


Gráfico 11. Límites del producto para comercializarlo en el exterior

Análisis

Según los encuestados el cacao ecuatoriano para la comercialización y exportación tenemos las siguientes respuestas: el 32 % consideran que nuestro cacao no posee limitantes al momento de comercializarlo a mercados internacionales, el 28% cree su limitante está en el precio, el 15% responde que la limitante se debe al volumen del producto al momento de exportar, el 9% opina que se debe a la calidad del cacao al momento de comercializarlo a otros países y el 16% estima que se debe a otros factores.

Pregunta 12. ¿Considera que el cultivo de cacao fino de aroma es adecuado para el país?

Cuadro 12. Cultivo de cacao fino de aroma en el país

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	149	77,20
No	37	19,17
No Siempre	7	3,63
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

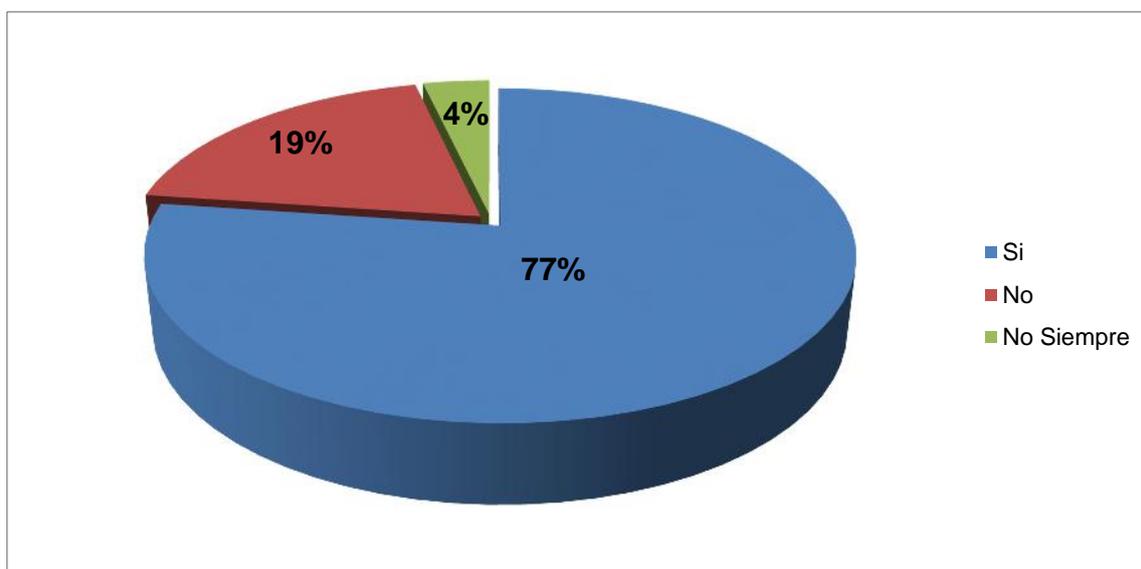


Gráfico 12. Cultivo de cacao fino de aroma en el país

Análisis

El 77% de las personas encuestadas en la ciudad de Quevedo, considera que si es adecuado el cultivo de cacao de nuestro país, mientras que el 19% cree que no y el 4% opina que no siempre es la adecuada.

Pregunta 13. ¿En qué grado de humedad compra el cacao?

Cuadro 13. Humedad con el que se compra el cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Seco	89	46,11
Casi seco	97	50,26
Baba	7	3,63
Total	193	100,00

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

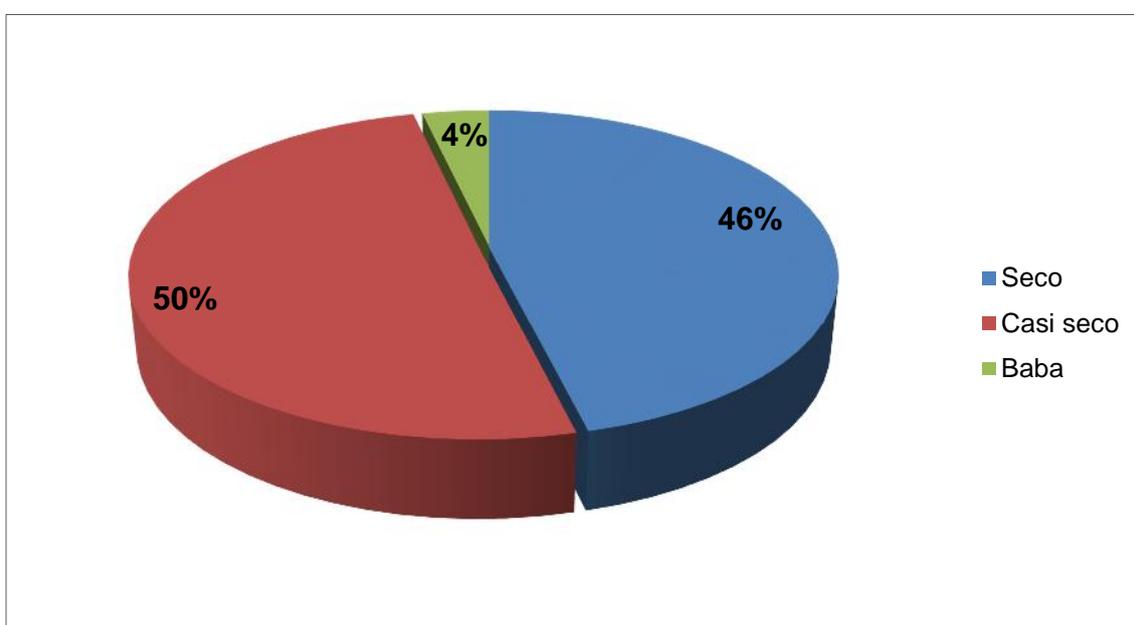


Gráfico 13. Humedad con el que se compra el cacao

Análisis

Los encuestados consideran que en un 50% se compra casi seco el cacao en grano, el 46% considera que se lo compra casi seco y el 4% cree que se compra en baba el cacao en grano.

Pregunta 14. ¿Diariamente qué cantidad de cacao compra Exportadora Pedro Martinetti?

Cuadro 14. Cantidad de cacao que se compra diariamente

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
50 - 100 qq.	18	9,33
101 - 500 qq.	112	58,03
501 - 1000 qq.	63	32,64
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

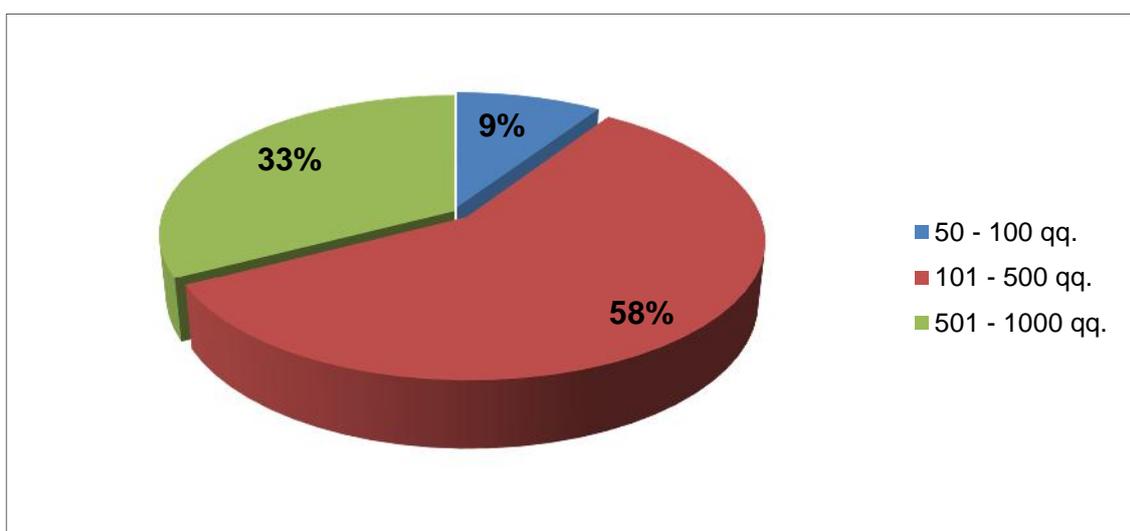


Gráfico 14. Cantidad de cacao que se compra diariamente

Análisis

Según información brindada el 58% compra diariamente entre 101 a 500 qq de cacao, el 33% considera que compra de 501 a 1000 qq de cacao y el 9% cree que únicamente compra de 50 a 100 qq por día.

Pregunta 15. ¿Qué método utiliza para secar el grano de cacao?

Cuadro 15. Método utilizado para el secado del cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Secado a Gas	136	70,47
Tendal	43	22,28
Las dos opciones	14	7,25
Total	193	100,00

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

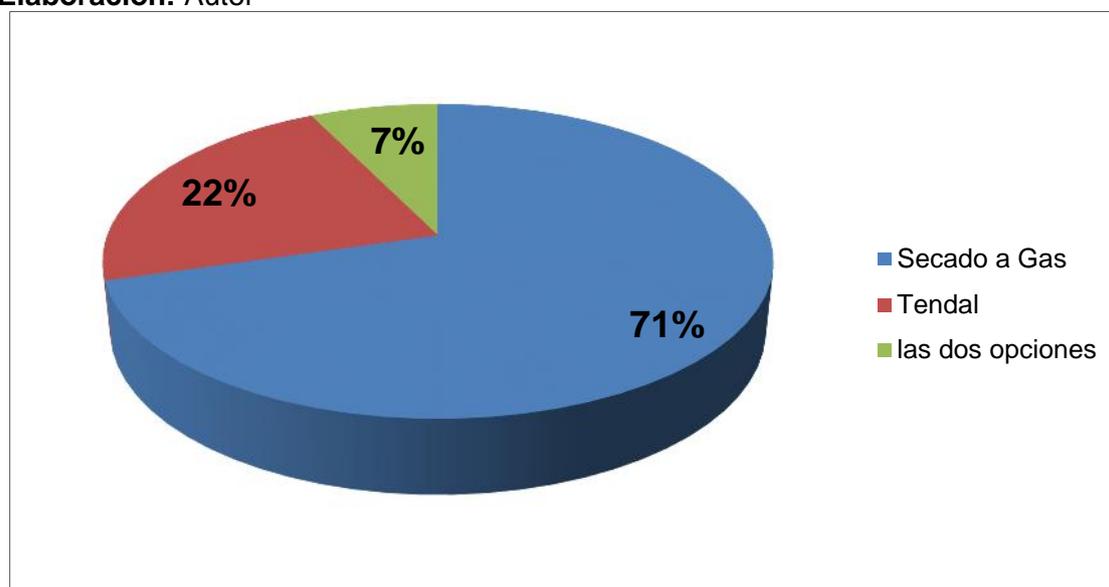


Gráfico 15. Método utilizado para el secado del cacao

Análisis

El 72% considera que se utiliza secadora a gas para el sacado de cacao en grano, el 22% cree que se lo realiza por medio de tendales y el 7% afirma hacerlo de las dos maneras.

Pregunta 16. ¿La comercialización de cacao le genera rentabilidad?

Cuadro 16. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	98	50,78
No	9	4,66
Constantemente	86	44,56
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

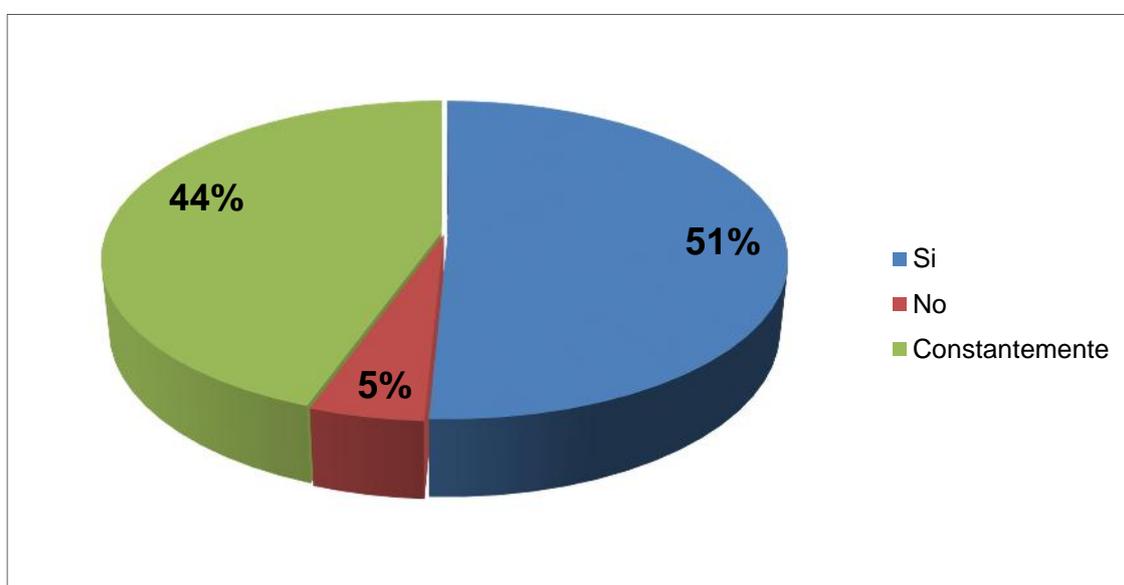


Gráfico 16. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao

Análisis

Un 51% piensa que la comercialización de cacao si genera rentabilidad, el 44% opina que constantemente genera rentabilidad la comercialización de cacao en grano y solo el 5% cree que no se genera rentabilidad en la comercialización de cacao.

Pregunta 17. ¿A qué lugares o mercados internacionales comercializa el cacao en grano?

Cuadro 17. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Japón	15	7,77
Estados Unidos	86	44,56
China	13	6,74
México	7	3,63
Holanda	18	9,33
Bélgica	54	27,98
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

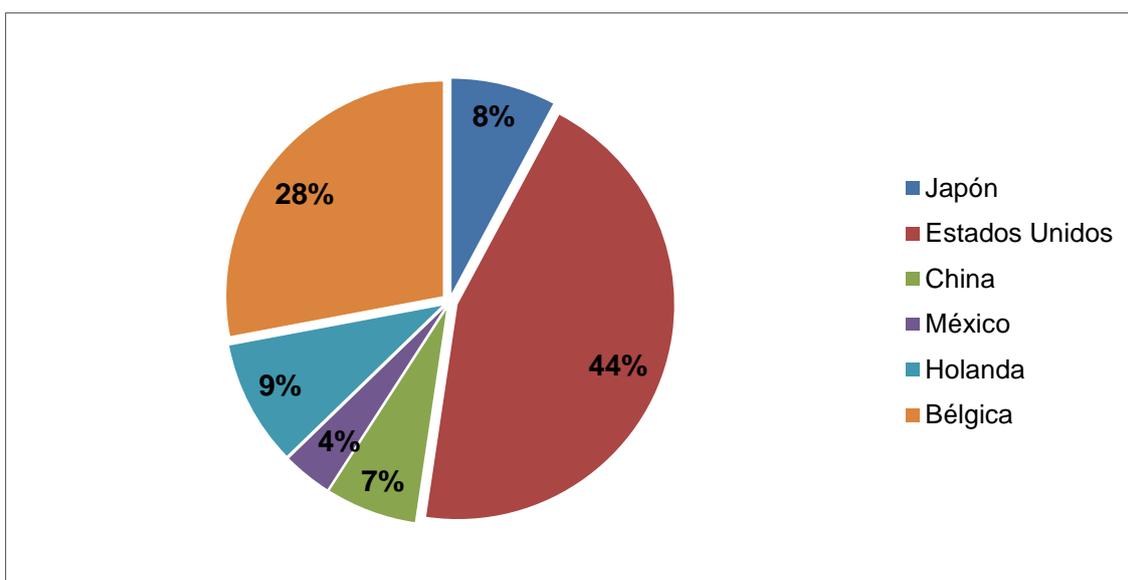


Gráfico 17. Rentabilidad que genera la comercialización de cacao

Análisis

Los países donde se comercializa el cacao son EE.UU. en un 44%, Bélgica en un 28%, Holanda en un 9%, Japón en un 8%, China en un 7% y México en un 4%.

Pregunta 18. ¿En qué período de tiempo existe mayor demanda de la producción de cacao?

Cuadro 18. Período en que aumenta la producción de cacao

Descripción	frecuencia	porcentaje %
Enero a abril	73	37,82
Mayo a Julio	80	41,45
Agosto a Diciembre	40	20,73
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

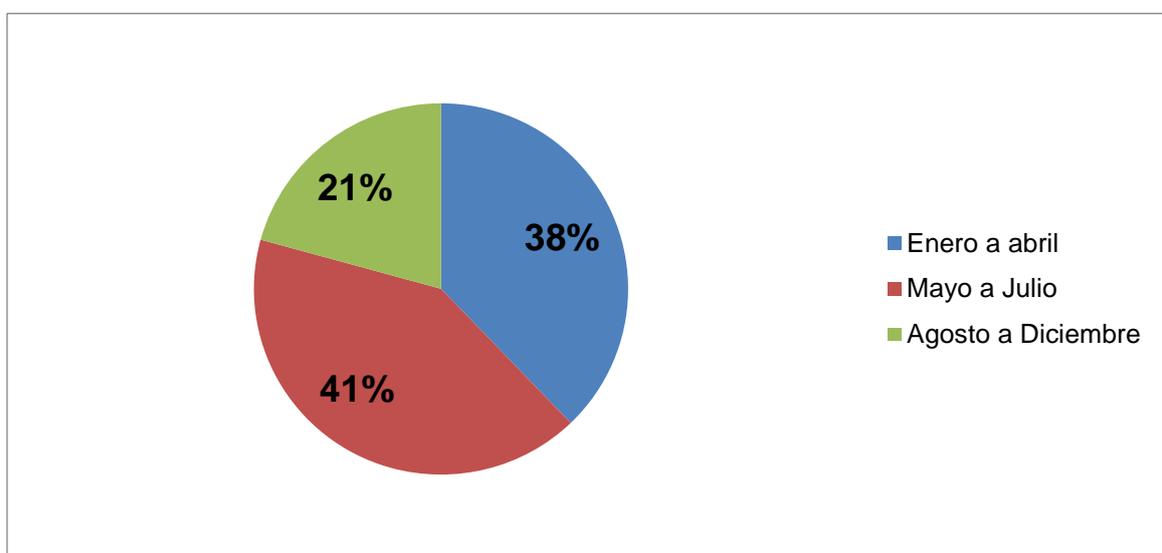


Gráfico 18. Período en que aumenta la producción de cacao

Análisis

Según la encuesta realizada el período con mayor producción de cacao se da entre los meses de mayo a julio en un 41%, seguido de enero a abril en un 38% y por último en los meses de agosto a diciembre en un 21%.

Pregunta 19. ¿Considera usted que el precio del cacao ha disminuido las exportaciones de la exportadora?

Cuadro 19. Disminución de las exportaciones de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	129	66,84
No	58	30,05
Tal vez	6	3,11
Total	193	100

Fuente: Encuesta al personal de Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

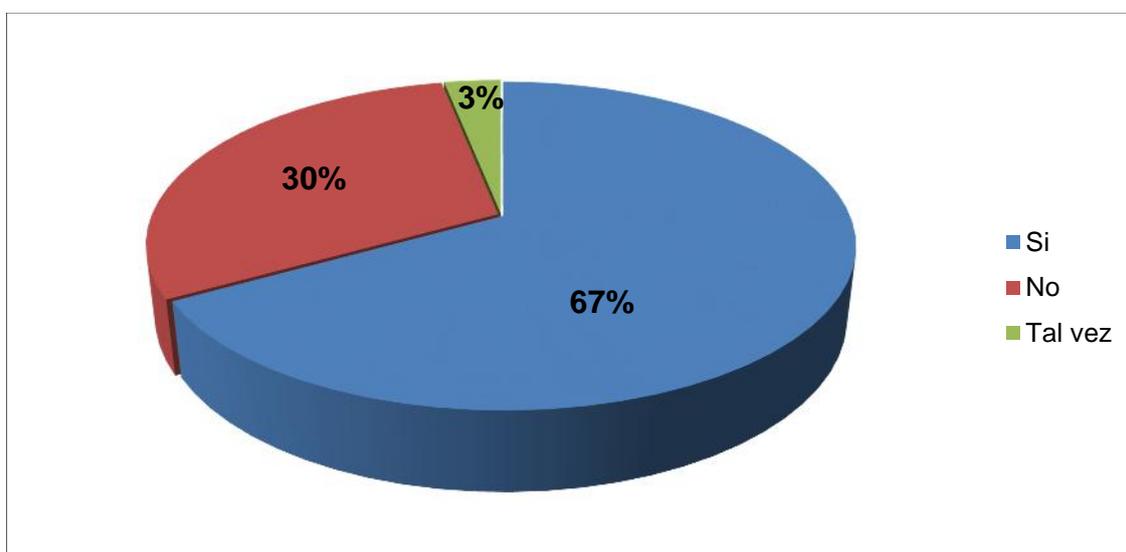


Gráfico 19. Disminución de las exportaciones de cacao

Análisis

El precio del cacao juega un rol muy importante dentro del incremento de las exportaciones de la exportadora Pedro Martinetti, el 67% considera que si, el 30% cree no y apenas el 3% estima que tal vez tenga una relación directa con el incremento de las exportaciones.

Encuesta realizada a los agricultores y comercializadores de cacao en grano

Pregunta 1. ¿Cultiva usted cacao?

Cuadro 20. Cultivo de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	183	94,82
No	0	0,00
Siempre	10	5,18
Total	193	100,00

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

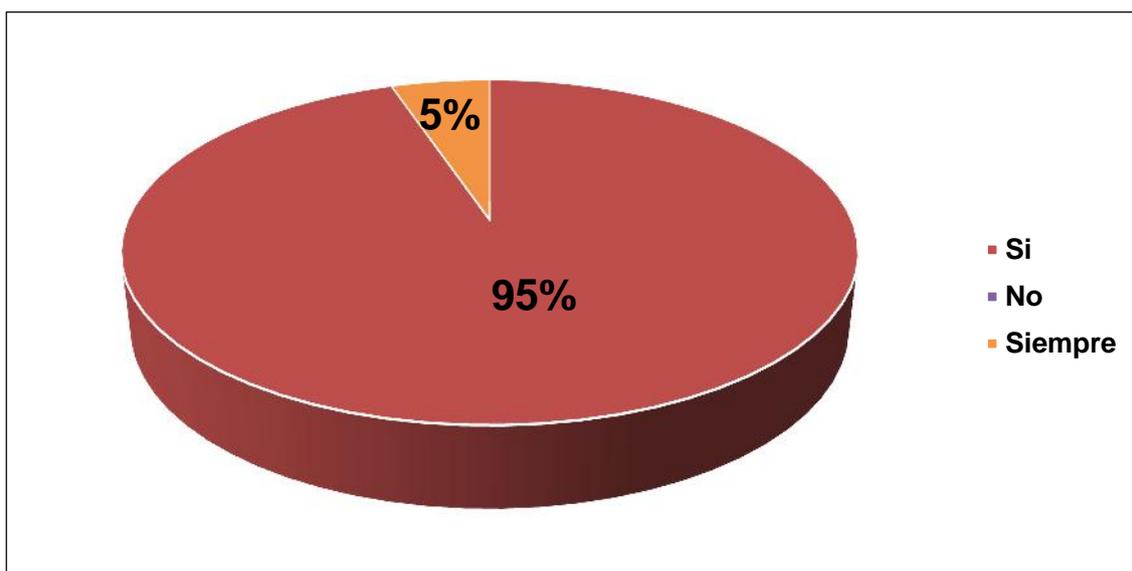


Gráfico 20. Cultivo de cacao

Análisis

El 95 por ciento, responde positivamente que se dedica al cultivo de cacao y solo el 5 % responde que se dedica a cultivar otros productos.

Pregunta 2. ¿Qué tipo o variedad de cacao cultiva usted?

Cuadro 21. Variedad de cacao que se cultiva

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
CCN51	87	45,08
Nacional	94	48,70
Las dos	12	6,22
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

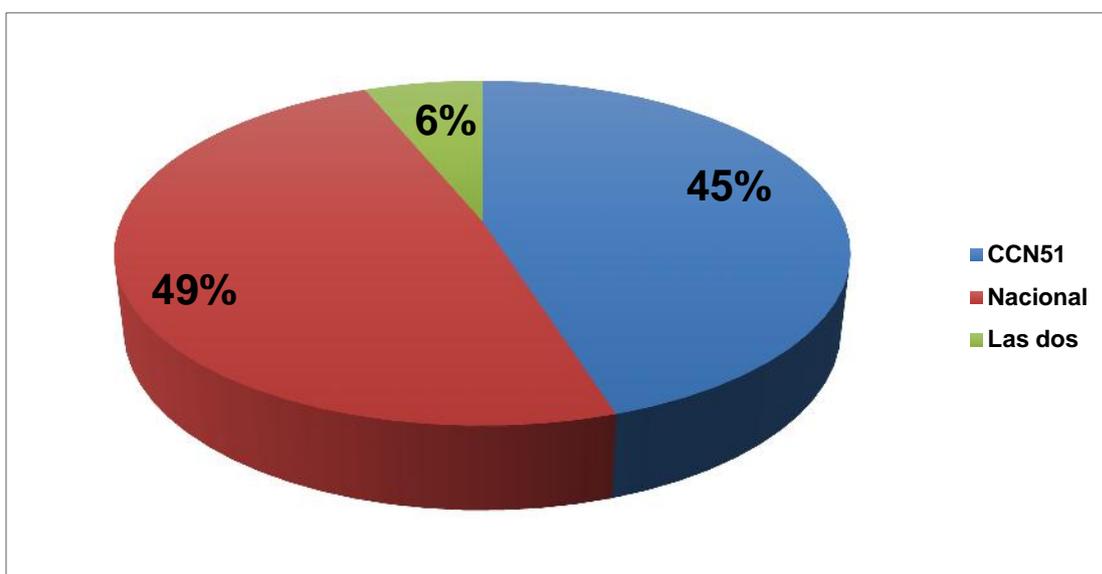


Gráfico 21. Variedad de cacao que se cultiva

Análisis

Según encuesta realizada a los productores comercializadores de cacao en grano el cacao que más tienen cultivado es el CCN51 con un 49%, cacao nacional con un 45% y las dos variedades en un 6%

Pregunta 3. ¿Por qué decidió usted dedicarse al cultivo de cacao?

Cuadro 22. Dedicación al cultivo de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Rentabilidad	79	40,93
Fácil manejo	81	41,97
Tradicición	33	17,10
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

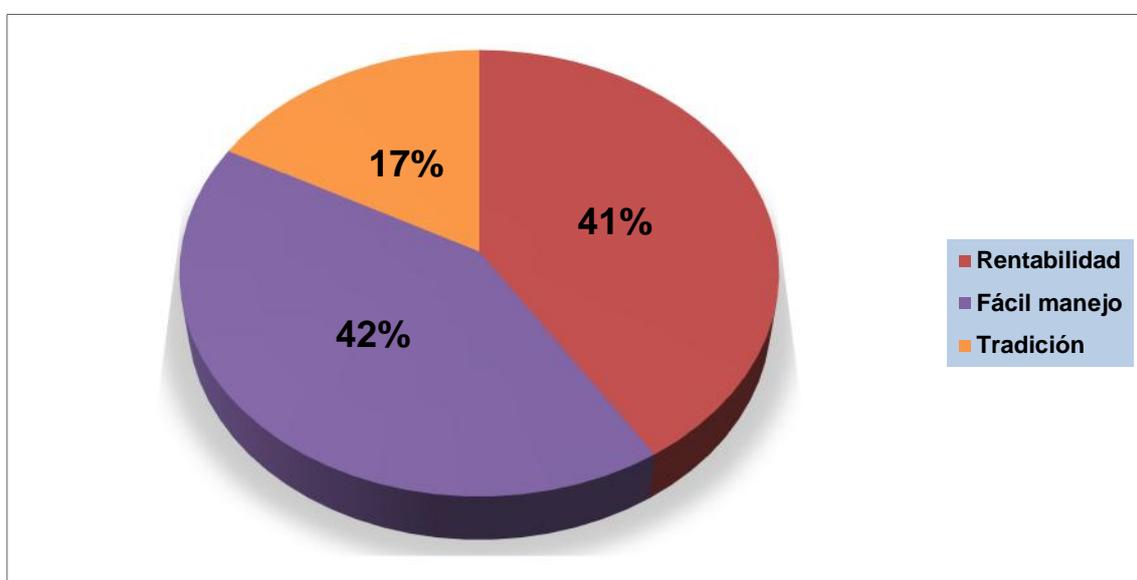


Gráfico 22. Dedicación al cultivo de cacao

Análisis

El 42% opina que es debido al fácil manejo, el 41% por la rentabilidad y el 17% se debe a la tradición de cultivo.

Pregunta 4. ¿Conoce usted los programas de ayuda implantados por el gobierno?

Cuadro 23. Programas de ayuda por el gobierno

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	122	63,21
No	43	22,28
Muy poco	28	14,51
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

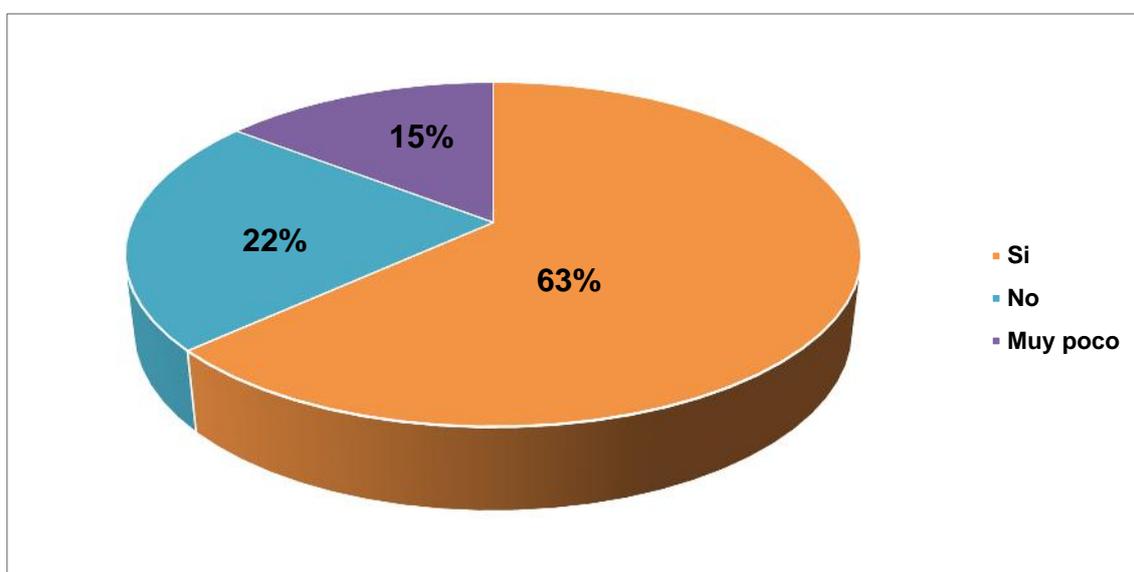


Gráfico 23. Programas de ayuda por el gobierno

Análisis

La mayoría de los encuestados aseguraron conocer los programas de intervención que proporciona el Estado para fomentar el cultivo de cacao en un 63%, el 22% desconoce sobre los programas y el 15% conocen muy poco sobre estos programas estatales.

Pregunta 5. ¿Su cultivo y producción de cacao ha mejorado después de que recibió ayuda de los programas implantados por el MAGAP?

Cuadro 24. Mejora de producción por programas de ayuda MAGAP

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	146	75,65
No	19	9,84
Sigue igual	10	5,18
A mejorado muy poco	18	9,33
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

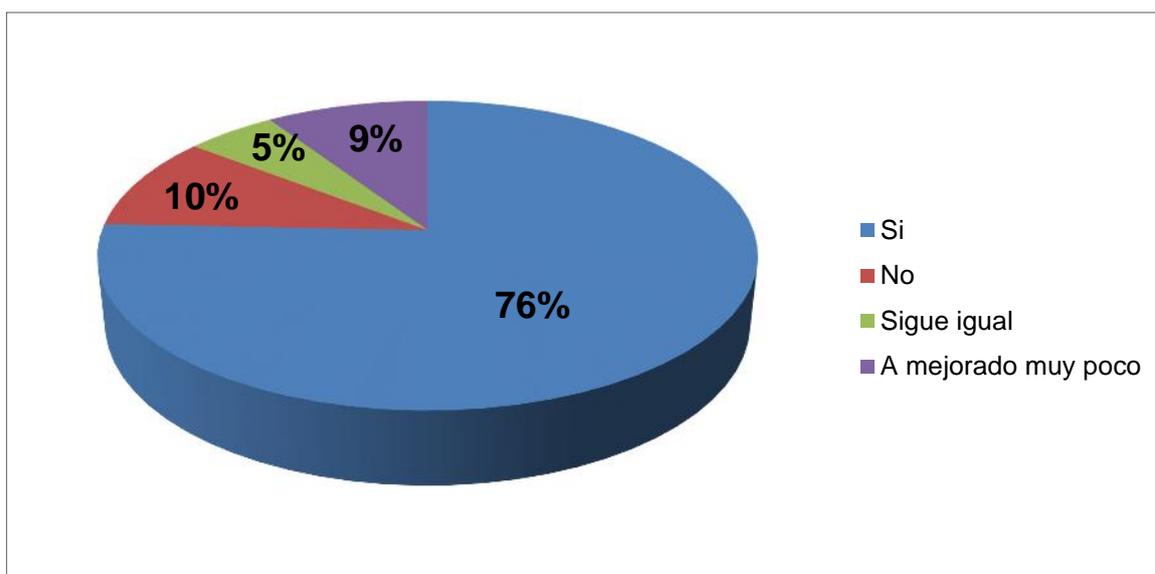


Gráfico 24. Mejora de producción por programas de ayuda MAGAP

Análisis

El 76% opina que si han mejorado sus cultivos, el 10% piensa que no han mejorado y apenas el 5% cree que siguen iguales sus cultivos, mientras que el 9% opinan que ha mejorado muy poco sus cultivos.

Pregunta 6. ¿Cuál es el precio que cobra por quintal de cacao el agricultor?

Cuadro 25. Precio del quintal de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
70 – 100 \$	66	34,20
101 – 150 \$	115	59,59
Ambos	12	6,22
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

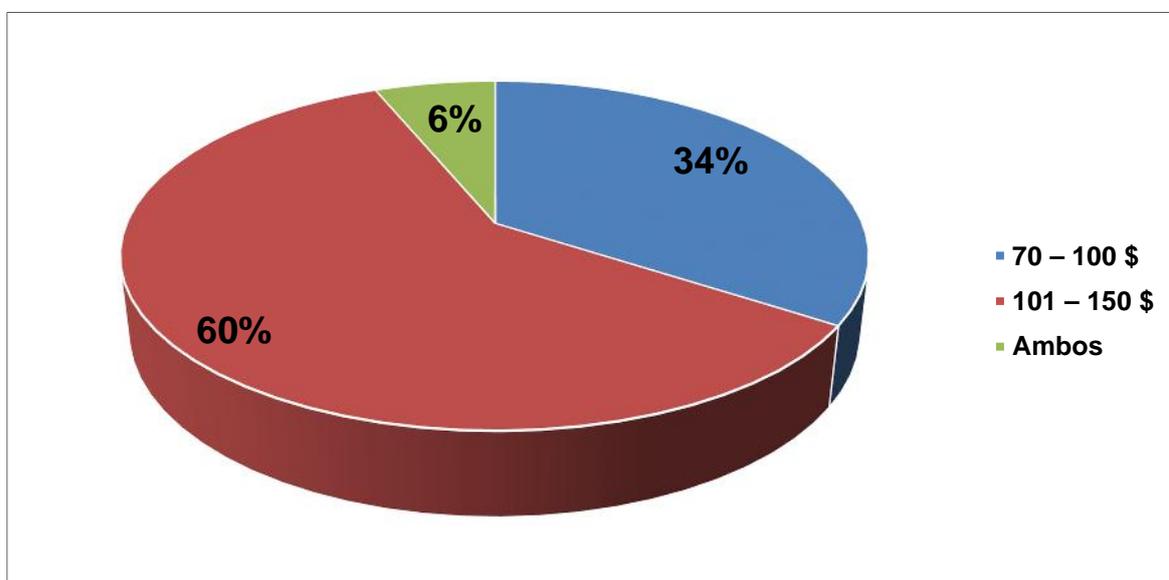


Gráfico 25. Precio del quintal de cacao

Análisis

El 34% cree que cobra entre 70 a 100 dólares, mientras que el 60% opina que cobra entre 101 a 150 dólares y apenas el 6 % nos dice que cobra ambos valores.

Pregunta 7. ¿Cuál es su rendimiento actual de hectárea por año?

Cuadro 26. Rendimiento actual por hectáreas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 800qq	20	10,36
Más de 1200qq	75	38,86
Más de 2500qq	98	50,78
Total	193	100,00

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

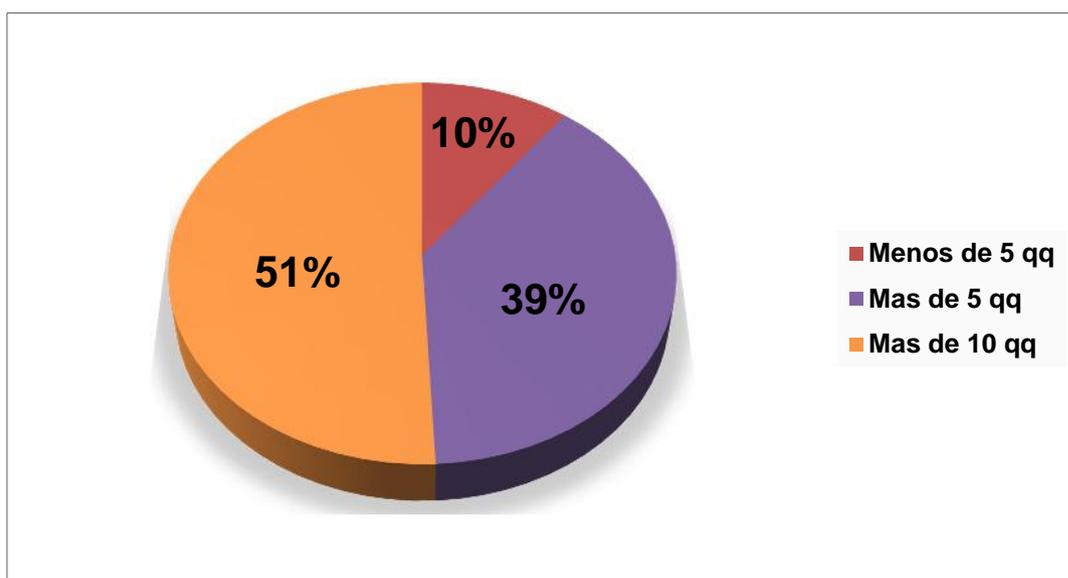


Gráfico 26. Rendimiento actual por hectáreas

Análisis

El rendimiento actual de hectáreas por año según productores encuestados está menos de 5 qq en un 10%, más de 5 qq en un 39% y más de 10 qq en un 51%.

Pregunta 8. ¿Cuántos quintales de cacao comercializa mensualmente?

Cuadro 27. Comercialización de quintales de Cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
20 – 60 qq	49	25,39
80 – 140 qq	63	32,64
150 qq en adelante	81	41,97
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

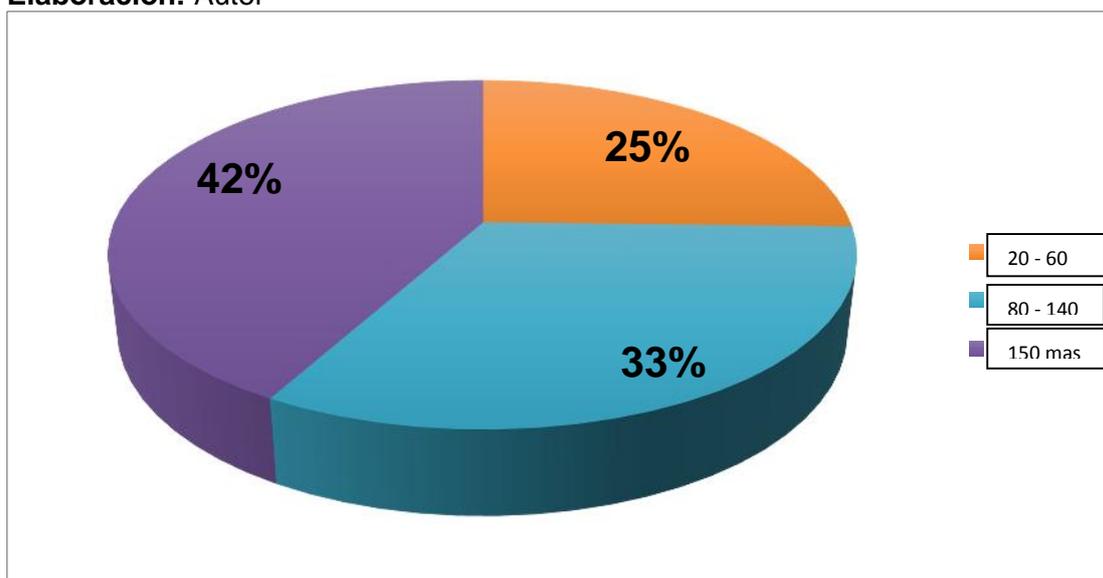


Gráfico 27. Comercialización de quintales de Cacao

Análisis

El 33% comercializa de 80 a 140qq mensualmente, el 42% comercializa de 150o más qq y el 25% comercializa de 20 a 60qq.

Pregunta 9. ¿Cómo financia la plantación y la producción de cacao?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Recursos propios	73	37,82
Préstamo	71	36,79
Otros	49	25,39
Total	193	100

Cuadro 28. Financiamiento de la plantación y producción

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

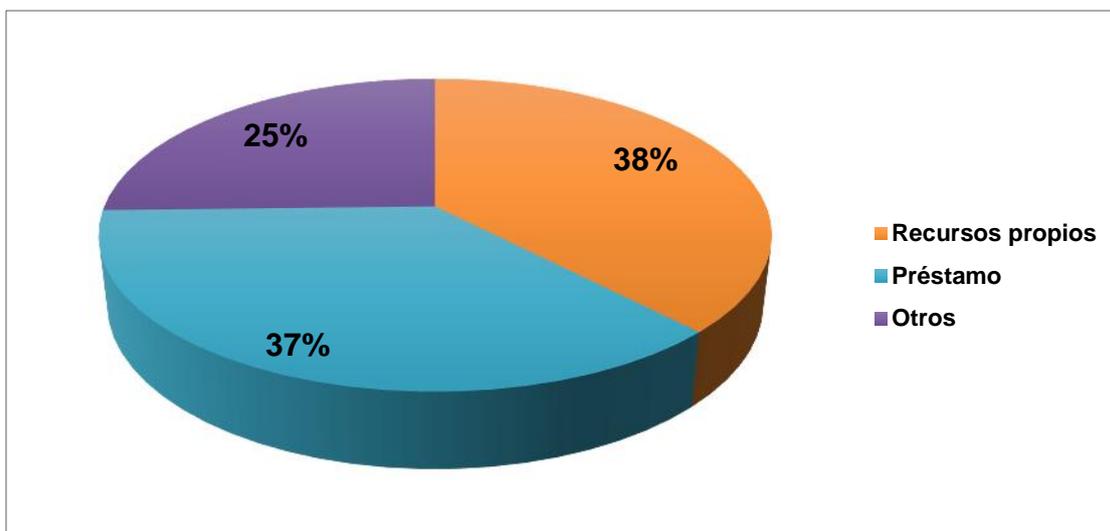


Gráfico 28. Financiamiento de la plantación y producción

Análisis

El 38% se financia con recursos propios, el 37% se financia por medio de préstamos a instituciones financieras y el 26% se financia por medio de otros recursos

Pregunta 10. ¿Qué tipos de problemas de comercialización son los que se presentan frecuentemente en la exportadora Pedro Martinetti?

Cuadro 29. Problemas de comercialización

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Precios inestables	31	16,06
Poca diferencia de precios en variedades	35	18,13
Escasez de productividad	33	17,10
La naturaleza	28	14,51
Falta de tecnología	5	2,59
Disminución de las exportaciones	45	23,32
Falta de incentivos de programas	15	7,77
Ayuda e intervención del Estado ecuatoriano	1	0,52
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

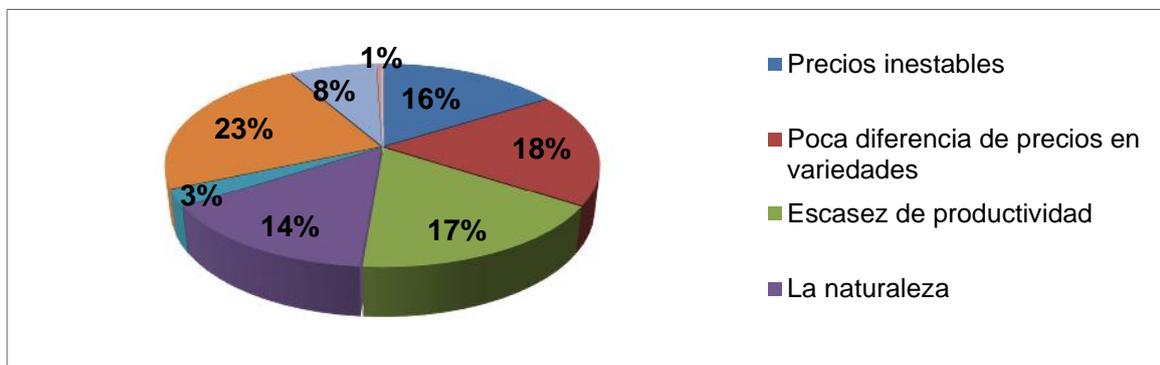


Gráfico 29. Problemas de comercialización

Análisis

Los problemas de exportación que presenta la exportadora Pedro Martinetti son diversos por lo que el 16% opina que se debe a la inestabilidad de precios, el 18% cree que se debe a la poca diferencia de precio entre variedades, el 17% dice que es por la escasez de producción, el 14% opina que el problema se debe a la naturaleza, el 3% nos dice que es por la falta de tecnología, el 23% que esto ocurre por la disminución de las exportaciones, el 8% cree que se

debe a la falta de incentivo de programas y solo el 1% que se debe a la ayuda e intervención del estado.

Pregunta 11. ¿Cuáles son las causas que han provocado una disminución del producto en la exportadora Pedro Martinetti?

Cuadro 30. Disminución del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Competencia	5	2,59
Temporada de cosecha	49	25,39
Escasez de productividad	63	32,64
Problemas de financiamiento	58	30,05
Consecuencia de la naturaleza	18	9,33
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

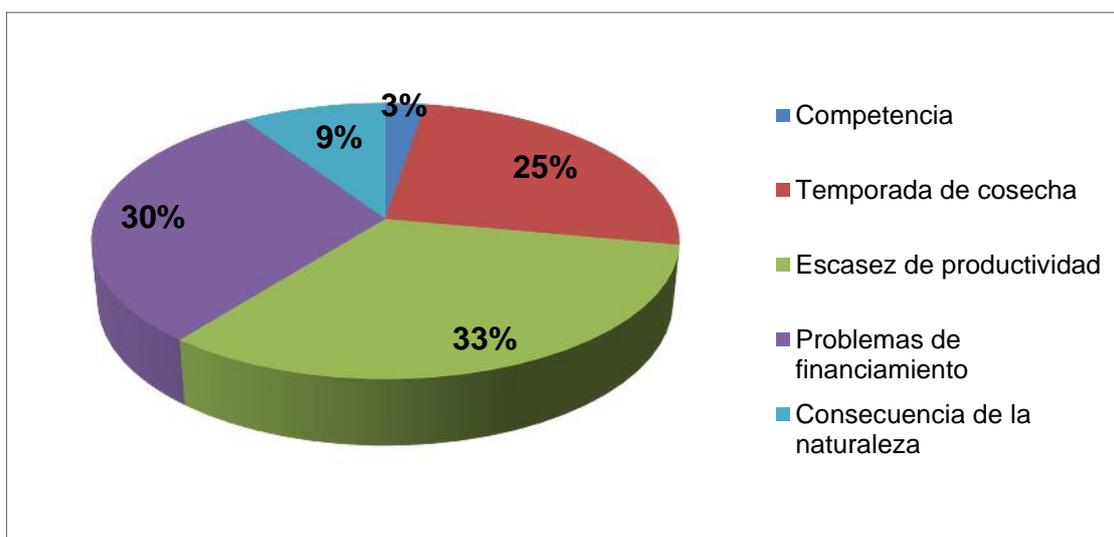


Gráfico 30. Disminución del producto

Análisis

El 3% opina que la competencia es la causa que ha provocado la disminución de cacao en grano en la exportadora Pedro Martinetti, el 25% cree que la causa es la temporada de cosecha, el 33% dice que la causa es debido a la escasez de productividad, mientras que el 30% dice que se debe

a los problemas de financiamiento y sólo el 9% piensa que es por consecuencia de la naturaleza.

Pregunta 12. ¿Según usted y acorde al tema investigativo, cuál fue el período en el que la exportadora Pedro Martinetti tuvo un mayor índice de exportación?

Cuadro 31. Mayor índice de exportación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
2011	65	33,68
2012	29	15,03
2013	99	51,30
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

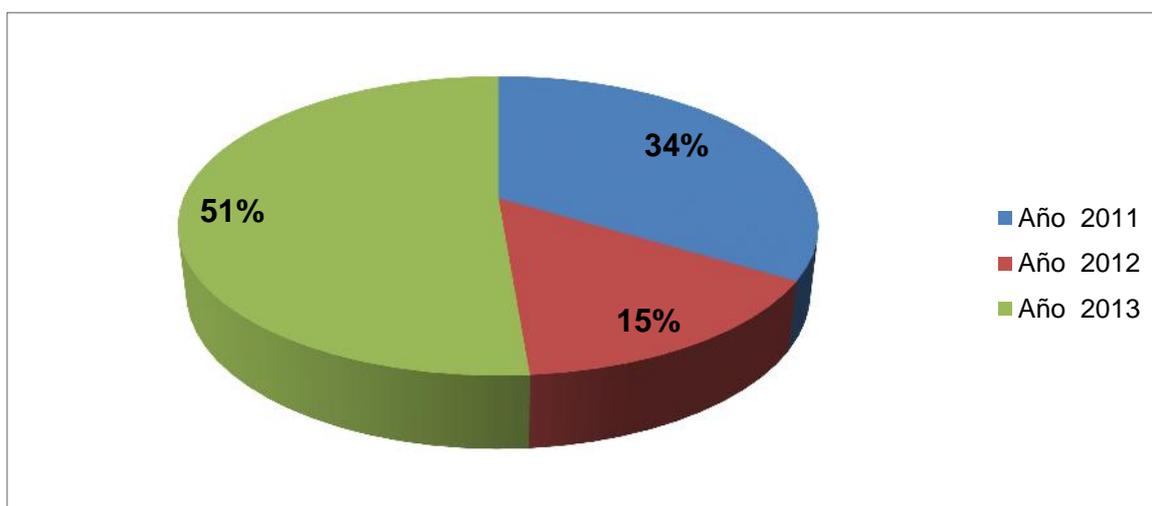


Gráfico 31. Mayor índice de exportación

Análisis

El 51% opina que el período con mayor índice de exportación se dio en el año 2013, seguido del año 2011 con un 34% y el 15% cree que fue en el año 2012.

Pregunta 13. ¿Cree usted que un estudio de exportación, permita diseñar un cronograma de compra y venta con valores referenciales del Estado ecuatoriano?

Cuadro 32. Estudio de exportación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	43	22,28
No	132	68,39
muy poco	18	9,33
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

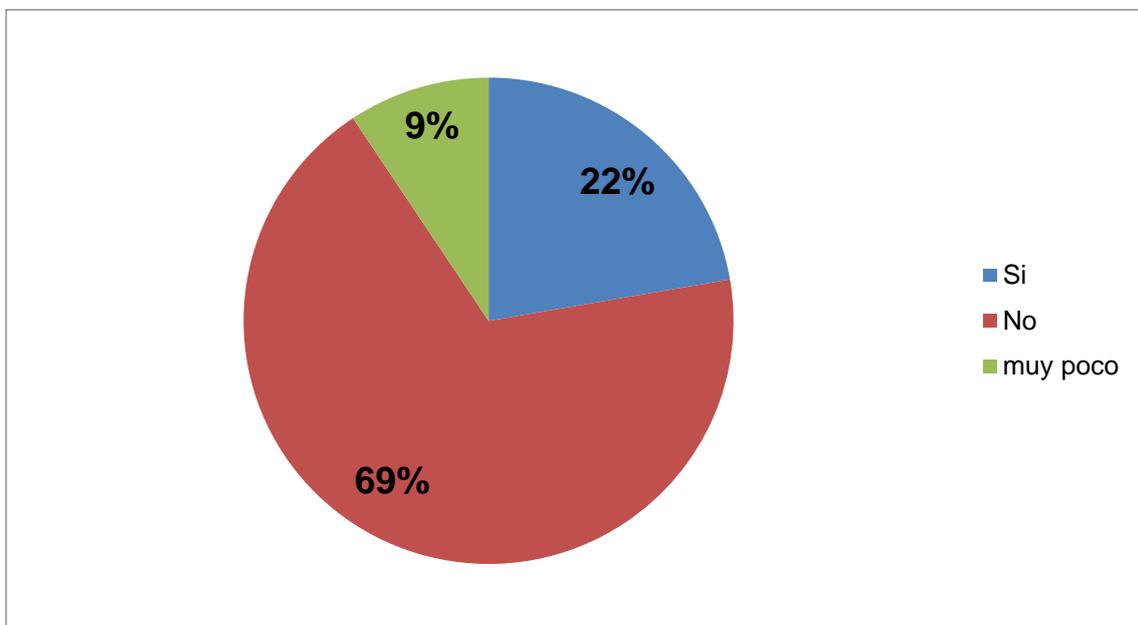


Gráfico 32. Estudio de exportación

Análisis

El 22% opina que un estudio de índices de exportación permitiría el diseño de un cronograma de compra y venta referenciales con valores estatales, mientras que el 68% nos indica que no y sólo el 9% nos dicen creer muy poco.

Pregunta 14. ¿Recibe asistencia técnica en el cultivo de cacao?

Cuadro 33. Asistencia técnica en cultivo de cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	134	69,43
No	23	11,92
Muy pocas veces	36	18,65
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

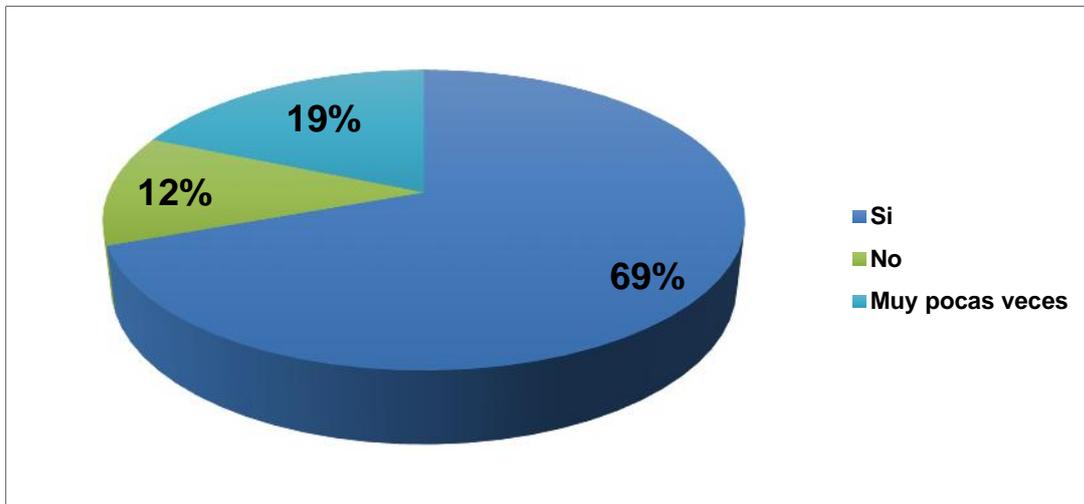


Gráfico 33. Asistencia técnica en cultivo de cacao

Análisis

Los agricultores de cacao en grano nos indican que si reciben asistencia técnica en un 69%, hay quienes opinan que muy pocas veces en un 19% y el 12% dice que no reciben asistencia técnica.

Pregunta 15. ¿El precio actual del producto cubre sus costos de producción?

Cuadro 34. Precio actual del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	54	27,98
No	77	39,90
Ciertas ocasiones	62	32,12
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

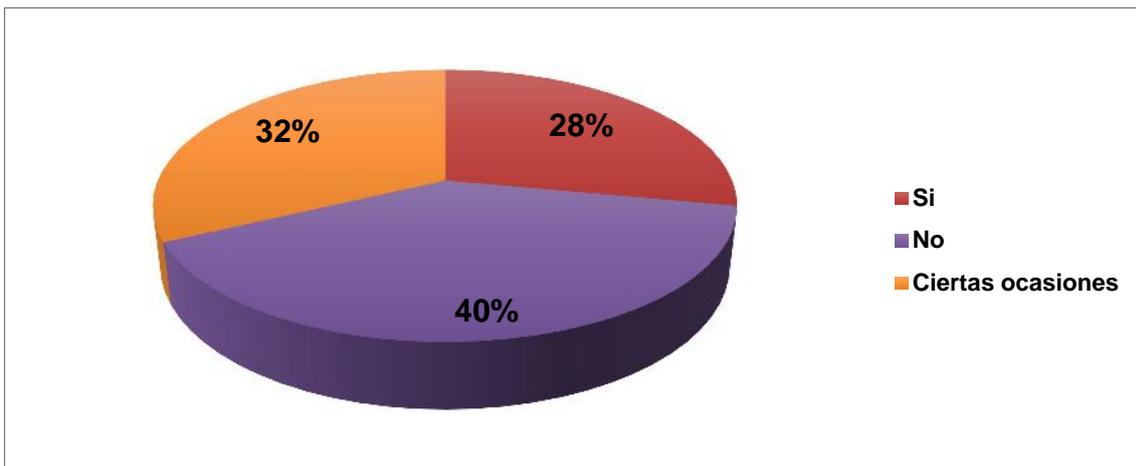


Gráfico 34. Precio actual del producto

Análisis

El 40% opina que el precio actual del cacao en grano no cubre los costos de producción, mientras que el 32% cree que solo en ciertas ocasiones el precio actual del cacao en grano llega a cubrir los costos de producción y sólo el 28% opina que si cubre los costos de producción.

Pregunta 16. ¿Está usted de acuerdo con los precios entre el cacao nacional y el CCN 51?

Cuadro 35. Precios del cacao nacional y CCN 51

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	35	18,13
No	96	49,74
Debe ser mejorado	62	32,12
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

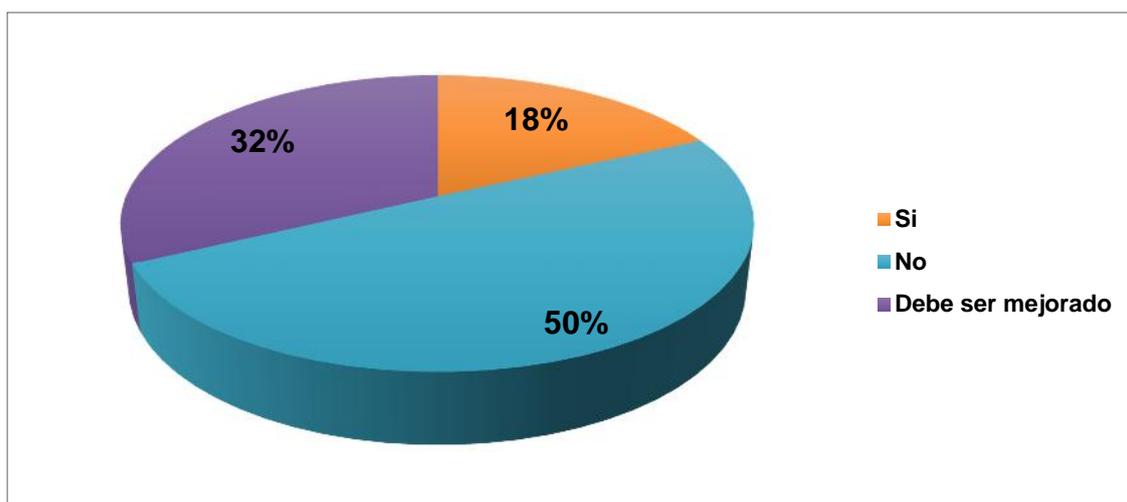


Gráfico 35. Precios del cacao nacional y CCN 51

Análisis

Los agricultores comercializadores de cacao en grano de la exportadora Pedro Martinetti dicen no estar de acuerdo con los precios entre variedades en un 50%, mientras que el 32% sugiere que deben ser mejorados los precios entre variedades de cacao y el 18% dice estar de acuerdo con el precio entre variedades de cacao en grano.

Pregunta 17. ¿Conoce usted lo que es un estudio de Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51?

Cuadro 36. Estudio de producción, comercialización y rentabilidad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Conozco	76	39,38
Desconozco	69	35,75
Muy poco	48	24,87
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

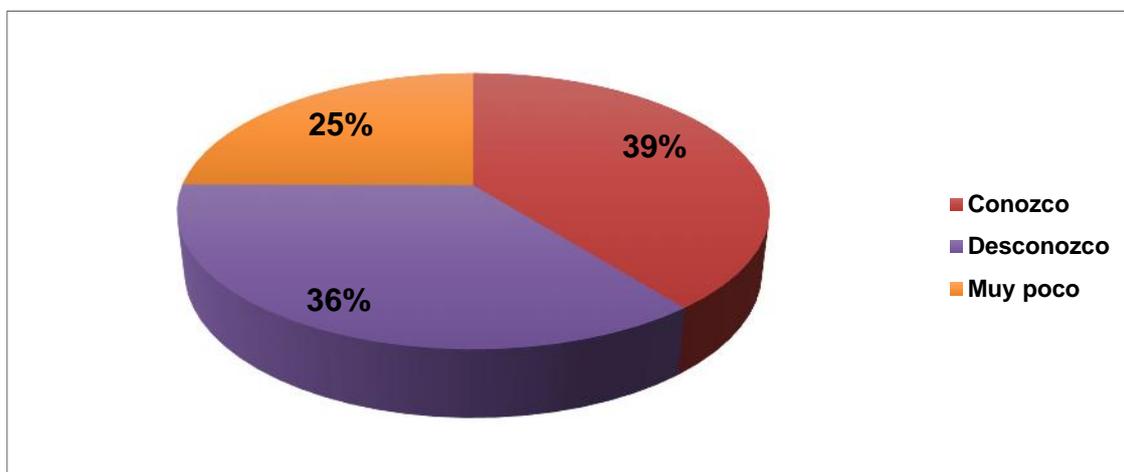


Gráfico 36. Estudio de producción, comercialización y rentabilidad

Análisis

El 39% opina si conocer que es un estudio de producción, comercialización y rentabilidad de cacao en grano, el 36% dice no conocer y el 25% indica conocer muy poco sobre el tema.

Pregunta 18. ¿El precio actual de diferenciación entre las variedades de cacao es rentable?

Cuadro 37. Diferencias del precio con relación a la variedad del cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	37	19,17
No	97	50,26
Muy pocas veces	59	30,57
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

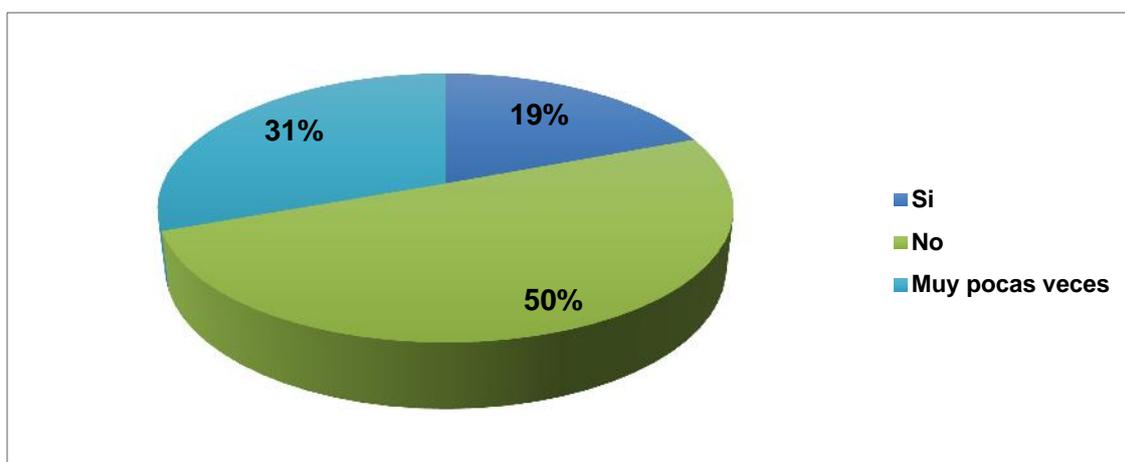


Gráfico 37. Diferencias del precio con relación a la variedad del cacao

Análisis

El 20% opina que si es rentable la diferenciación de precios entre variedades y el 50% cree lo contrario y por último el 31% opina que muy pocas veces es rentable esta diferenciación.

Pregunta 19. ¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio previo de la Producción, Comercialización y Rentabilidad del cacao CCN 51 y el nacional en la exportadora Martinetti?

Cuadro 38. Estudio previo a la producción, comercialización y rentabilidad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si	166	86,01
No	9	4,66
Me es indiferente	18	9,33
Total	193	100

Fuente: Encuesta a los agricultores y comerciantes de la Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

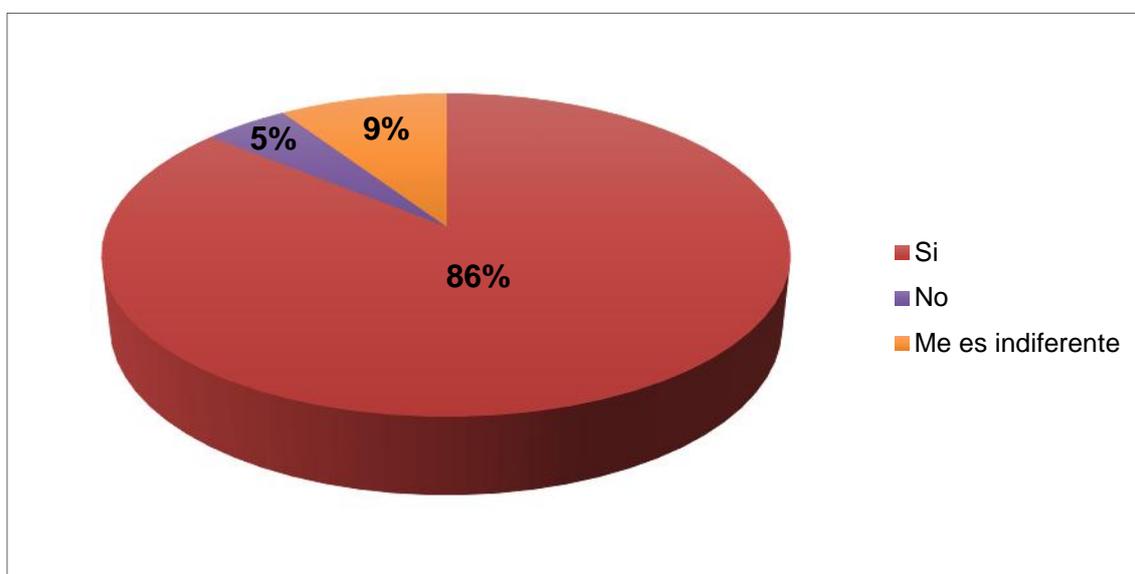


Gráfico 38. Estudio previo a la producción, comercialización y rentabilidad

Análisis

El 86% opina favorablemente con la idea de realizar un estudio previo de producción, comercialización y rentabilidad del cacao en grano y sus variedades, el 9% dice que le es indiferente y solo el 5% opina no importarle.

4.2. La Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

La Exportadora Pedro Martinetti fue fundada el 1 de julio de 1992, por el Ing. Pedro Martinetti quien es hasta la actualidad su Gerente propietario. Esta empresa se dedica a la compra y exportación del cacao en grano, producto que cumple con las normas RAS (Red de Agricultura Sostenible), se preocupa por la trazabilidad del producto, y por las personas que intervienen dentro de la cadena de custodia.

Empresa que brinda un producto de alta calidad, dentro de la mejor oferta de servicios y precios. Además cuenta con personal altamente calificado y capacitado para emplear métodos adecuados según área o cargo laboral, brindándoles, de este modo, seguridad, confiabilidad y fidelidad a los proveedores, lo cual ha sido carta de presentación a lo largo de su trayectoria.

La Exportadora Pedro Martinetti mantiene relaciones comerciales con los países de EE.UU, México, Bélgica, Holanda, a los cuales exporta el cacao en grano.

Actualmente se mantiene la comercialización con un aproximado de 1.000 a 1.500 agricultores y un selecto número de comerciantes, los cuales cumplen con la empresa y el compromiso que la misma tiene con ellos.

Sus compras de cacao alcanzan un aproximado mensual de 6.000 quintales en temporada de cosecha, caso contrario, es decir, cuando la cosecha baja las compras son de 2.000 a 3.000 quintales al mes.

4.2.1. Localización

Exportadora de Cacao Pedro Martinetti se encuentra ubicada en el cantón Quevedo Provincia de Los Ríos en el Km 2 1/2 Vía Valencia, lugar estratégico para la comercialización de cacao ya que existen varias zonas aledañas que tienen una gran producción cacaotera lo cual permite el incremento de sus actividades y el rendimiento en las exportaciones.

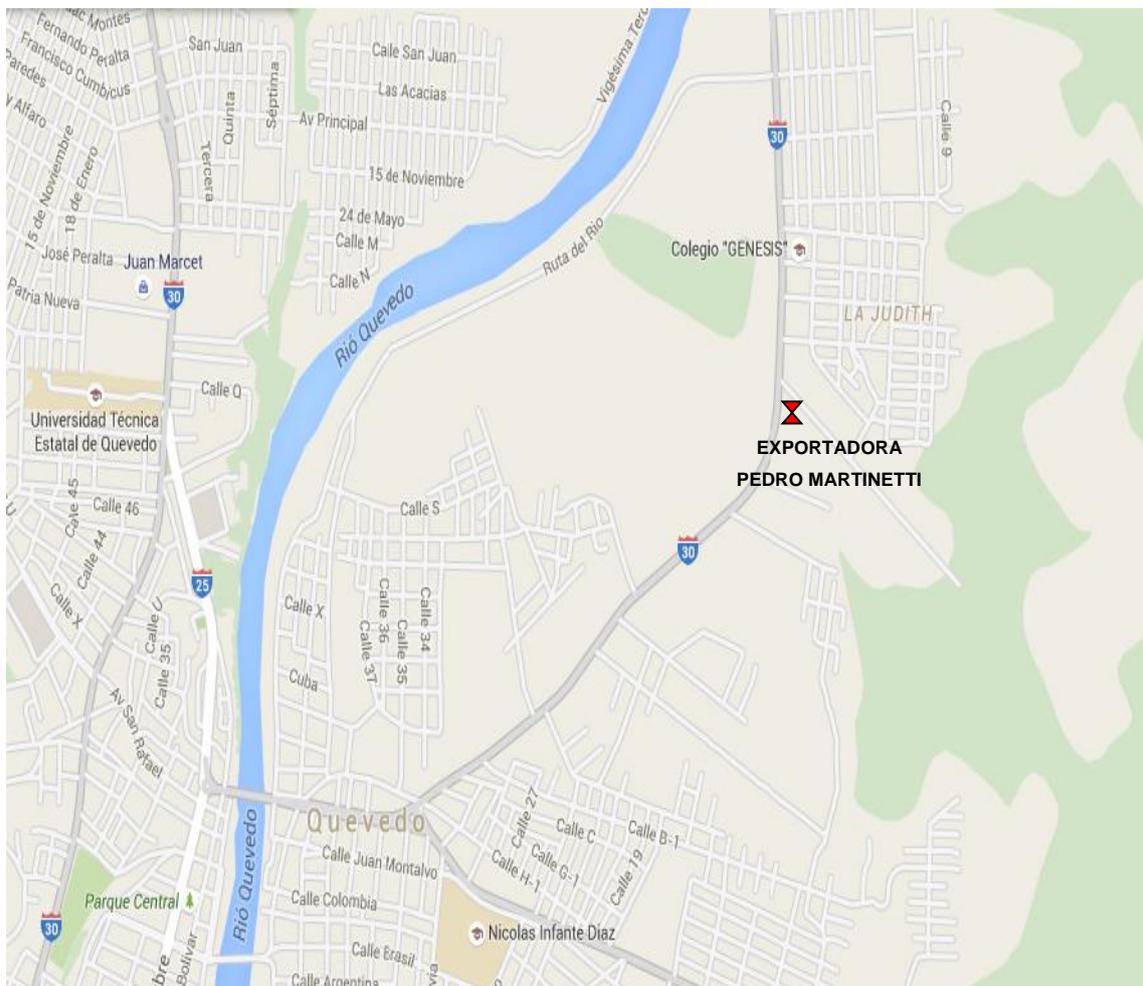


Ilustración 1. Localización de la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

4.2.2. Misión

- Ofrecer productos certificados de calidad y competir en los mercados internacionales en todos los niveles para beneficio de la producción del cacao ecuatoriano.
- Fortalecer los valores éticos, económicos, sociales y generar empleo productivo.
- Satisfacer las necesidades del comprador desarrollando altos estándares en el manejo de la calidad.

4.2.3. Visión

- Ser una empresa líder a nivel regional, nacional e internacional, consolidándonos con mejoras tecnológicas, ampliando la cartera de clientes, atrayendo el apoyo financiero y ofertando productos de calidad mediante el resultado de un trabajo de excelencia del personal y socios que la conforman.

4.2.4. Valores Corporativos

➤ **Puntualidad**

Para la empresa es importante la puntualidad debido a que debemos cumplir los horarios establecidos para la atención a los proveedores.

➤ **Respeto**

El respeto se lo aplica porque es fundamental para estar un ambiente laboral amigable tanto con el personal que labora en la empresa como con los proveedores del producto.

➤ **Trabajo en equipo**

Permite el compañerismo dentro de la Exportadora la cual ha dado buenos resultados en lo largo de su trayectoria comercial ya que genera entusiasmo y produce satisfacción en el trabajo a realizarse.

➤ **Atención al proveedor**

Es la más aplicada dentro de la empresa ya que permite mantener una buena relación con los proveedores parte importante de la empresa.

4.2.5. Organigrama de la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

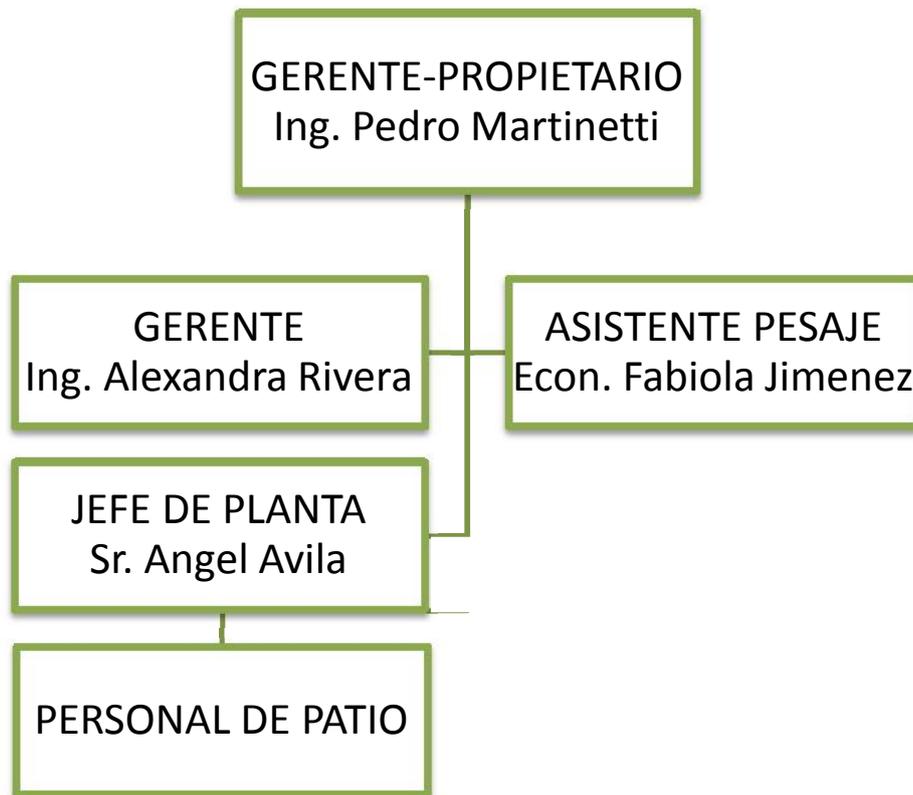


Ilustración 2. Organigrama estructural de la Exportadora Pedro Martinetti

4.3. Causas que hacen que disminuya la entrada del producto a la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti.

Entre las causas más relevantes tenemos:

Transnacionales.- Es una de las causas más significativa, ya que las transnacionales entraron al mercado cacaotero de nuestro país con precios insuperables por parte de los exportadores, lo cual generó que los exportadores nacionales disminuyan sus exportaciones en un porcentaje significativo, quedando las transnacionales como primeros exportadores de cacao en el país, estadística que fueron confirmadas por Anecacao.

Competencia Entre Exportadores.- Anteriormente Exportadora de Cacao Pedro Martinetti exportaba cacao con certificación como: RAINFOREST, UTZ, y CACAO ORGANICO lo cual permitía tener precios competitivos dentro del mercado cacaotero, con el pasar de los años estas certificaciones saturaron el mercado y eso los obligó a exportar cacao sin certificación (convencional), al hacerlo se vieron obligados a bajar precios ya que el cacao convencional no genera las mismas utilidades que un cacao certificado.

Políticas de Precio.- El precio es una de las causas más influyentes para la buena comercialización del producto, anteriormente se podía manejar mayor precio cuando se exportaba cacao certificado, pero debido a que ese mercado se saturó, los precios decayeron ya que al exportar cacao convencional no genera las mismas ganancias y por lo tanto los precios bajan considerablemente.

Anticipo a Proveedores.- Muchas exportadoras de cacao se manejan con anticipos a los proveedores lo cual hace que la entrada del producto incremente, lo contrario de Exportadora Pedro Martinetti que no aplica esta estrategia y esto a su vez ocasiona que los agricultores y comerciantes elijan la opción de llevar su producto a la competencia.

El Mercado de Cacao.- Es muy importante estar a la expectativa de cómo se encuentra el mercado de cacao, ya que por medio de este se fijan los lotes a exportar, teniendo en cuenta que la fijación a realizarse sea la más apropiada para competir con precios altos.

Clima y Producción.- El clima afecta mucho a la producción y a su vez a la comercialización, cuando las lluvias y las heladas afectan a las plantaciones de cacao de los agricultores es probable que el producto se dañe ocasionando la monilla generando pérdidas tanto como para el productor y al exportador.

4.4. Periodo en el que la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti tuvo mayor índice de exportación.

Cuadro 39. Compras mensuales de cacao periodo 2011 de la exportadora Pedro Martinetti

AÑO 2011		
MESES	PRECIO PROMEDIO CACAO	QQ CACAO EXPORTADO
ENERO	\$ 148,04	2534,67
FEBRERO	\$ 158,78	6118,41
MARZO	\$ 147,23	3683,48
ABRIL	\$ 141,45	5238,12
MAYO	\$ 142,26	4600,05
JUNIO	\$ 138,44	1955,68
JULIO	\$ 146,12	2834,62
AGOSTO	\$ 135,32	2555,03
SEPTIEMBRE	\$ 126,15	3044,33
OCTUBRE	\$ 108,78	6587,32
NOVIEMBRE	\$ 99,04	9488,57
DICIEMBRE	\$ 85,95	4601,48
TOTAL ANUAL	\$ 131,46	53241,76

Fuente: Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

Análisis

Las exportaciones en el periodo 2011 fueron de 53241.76 quintales, el mes que se exportó más cacao fue noviembre con 9488.57 quintales mientras que el mes más bajo fue junio que sólo se exportó 1955.68 quintales.

Cuadro 40. Compras mensuales de cacao periodo 2012 de la exportadora Pedro Martinetti

AÑO 2012		
MESES	PRECIO PROMEDIO CACAO	QQ CACAO EXPORTADO
ENERO	\$ 91,86	7177,54
FEBRERO	\$ 88,42	5420,04
MARZO	\$ 90,23	2660,01
ABRIL	\$ 90,92	2398,37
MAYO	\$ 97,10	2026,98
JUNIO	\$ 93,85	1288,94
JULIO	\$ 97,94	1991,41
AGOSTO	\$ 101,39	1928,92
SEPTIEMBRE	\$ 109,28	4305,22
OCTUBRE	\$ 104,04	4970,76
NOVIEMBRE	\$ 101,94	5044,78
DICIEMBRE	\$ 98,36	6031,91
TOTAL ANUAL	\$ 97,11	45244,88

Fuente: Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

Análisis

Las exportaciones de cacao en el periodo 2012 fueron de 45244.88 quintales, enero siendo el mes que más se exportó con un total de 7177.54 quintales mientras que el mes que menos se exportó fue junio con tan sólo 1288.94 quintales.

Cuadro 41. Compras mensuales de cacao periodo 2013 de la exportadora Pedro Martinetti

AÑO 2013		
MESES	PRECIO PROMEDIO CACAO	QQ CACAO EXPORTADO
ENERO	\$ 93,14	4325,11
FEBRERO	\$ 89,42	6153,02
MARZO	\$ 88,69	6517,59
ABRIL	\$ 91,46	3074,34
MAYO	\$ 99,19	3243,91
JUNIO	\$ 97,54	2753,49
JULIO	\$ 100,01	3149,12
AGOSTO	\$ 104,09	3087,48
SEPTIEMBRE	\$ 106,05	2174,07
OCTUBRE	\$ 109,64	1155,53
NOVIEMBRE	\$ 105,88	4763,47
DICIEMBRE	\$ 114,47	3336,50
TOTAL ANUAL	\$ 99,97	43733,63

Fuente: Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

Análisis

En este último periodo 2013 las exportaciones fueron de 43733.63 quintales, quedando como el mes que más se exportó marzo con un total de 6517.59 quintales y el mes más bajo fue octubre con sólo 1155.53 quintales exportados.

Cuadro 42. Exportaciones de cacao periodo 2011, 2012 y 2013 de la exportadora Pedro Martinetti

AÑO	PRECIO PROMEDIO	QQ CACAO EXPORTADO
2011	\$ 131,46	53241,76
2012	\$ 97,11	45244,88
2013	\$ 99,97	43733,63

Fuente: Exportadora Pedro Martinetti

Elaboración: Autor

Análisis

Haciendo un análisis de todos los periodos antes mencionados nos da un total de 142.220.27 quintales exportados, siendo el año 2011 con mayor exportaciones de la Exportadora Pedro Martinetti con un total de 53241.76 quintales, bajando las exportaciones considerablemente a unos 45244.88 quintales y terminando el año 2013 con tan solo 43733.63 quintales exportados.

Como podemos darnos cuenta las exportaciones fueron disminuyendo al pasar de los años debido a la competencia de las transnacionales, factor que afectó no sólo a la comercialización del producto dentro de la Exportadora Pedro Martinetti, sino también a los demás exportadores del país, relegándolos en segundo plano y captando mayor ingreso de producto, compitiendo con precios más elevados, llegando así a zonas cacaotera del Ecuador.

4.5. Proveedores de la Exportadora de Cacao Pedro Martinetti

Los proveedores del cacao se dividen en dos grupos:

4.5.1. Agricultores

El Agricultor representa parte importante en la Exportadora Pedro Martinetti ya que son los que se encargan de sembrar y cosechar el producto, por lo que el precio para ellos es alto, pensando en que son ellos los que realizan todo el trabajo, a su vez incentivándolos a que su producto sea entregado en esta empresa siendo justa en el momento de peso y calificación.

La mayor cantidad de cacao exportado en la empresa es de agricultor siendo un 60% en temporada de cosecha, ya que cuando ésta termina la entrada del producto es menor y no abastece a la hora de completar los lotes a exportarse.

Existen ventajas y desventajas en el momento de comercializar el cacao del agricultor.

Ventajas:

- Los precios para ellos no se comparan con el del comercio, lo cual permite obtener mayor utilidad en sus exportaciones.
- El agricultor no entrega su producto en las transnacionales, busca lo más cercano y rápido en el momento de vender el cacao.
- Al momento de la calificación de la humedad del cacao no existen mayores dificultades en la entrega de su producto.

Desventajas:

- Alto porcentaje de humedad del cacao al momento de su entrega
- Mayor tiempo de sacado del producto
- Demora en las exportaciones de los lotes

Cuadro 43. Cacao de los agricultores exportadora Martinetti

NOMBRES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO
NORMA MEDINA	13,96	109,19	32,52	14,39	36,19	92,22	36,03	21,72	17,81	15,25	39,96	27,85	457,09
MARILU SANCHEZ	11,74	135,50	14,00	24,35	26,31	39,14	13,62	29,05	13,59	34,32	13,22	40,49	395,33
CARLOS JORGGE	15,49	63,81	17,03	31,20	36,56	21,26	13,88	53,54	34,78	41,83	11,07	68,15	408,60
LUTHER CHANG	17,39	63,59	19,15	14,41	35,60	49,26	14,43	15,41	45,82	32,17	50,31	51,45	408,99
MARLENE CALVACHE	21,47	95,54	38,03	30,74	37,07	21,58	12,32	11,29	58,14	41,39	48,26	41,53	457,36
EDER BURGOS	35,23	96,92	12,52	43,69	25,37	47,75	15,55	43,03	20,90	38,24	28,18	82,20	489,58
MATILDE GUERRA	31,38	98,08	10,37	35,30	5,99	11,13	11,81	10,78	43,08	26,70	11,29	41,53	337,44
ORLANDO LEON	64,06	94,82	16,69	15,21	29,49	11,05	14,14	23,44	19,67	27,44	11,88	19,69	347,58
ROBERTO MIRANDA	19,33	177,97	27,04	18,39	20,80	17,79	34,21	54,52	10,94	28,29	16,12	69,74	495,14

OSCAR LANDIVAR	24,72	42,83	68,30	15,03	22,56	10,56	34,21	31,50	16,57	10,12	26,04	41,35	343,79		
RC	NOMBRES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO	91
MELIDA PAREDES	21,56	63,18	27,46	34,88	32,69	10,44	25,79	13,26	28,91	46,90	23,18	43,67	371,92		
ELIAS VILLAMAR	17,54	45,52	40,74	36,04	4,33	12,93	2,51	13,77	6,88	24,41	22,00	14,84	241,51		
HADA BURGOS	27,50	88,92	15,96	24,32	24,43	19,24	23,07	30,98	24,53	25,49	42,90	79,33	426,67		
SIXTO CONTRERAS	45,45	55,58	39,52	12,32	2,49	4,96	9,35	6,98	6,53	5,82	20,37	128,05	337,42		
CRISTOBAL VELEZ	17,06	44,73	21,78	31,42	2,12	3,01	9,57	20,85	26,57	23,92	6,63	8,61	216,27		
JOSE BUSTAMANTE	10,74	115,82	27,98	30,87	1,98	1,83	5,38	11,73	28,48	19,58	37,53	76,54	368,46		
NAPOLEON VILLAFUERTE	30,22	33,34	40,90	21,03	3,44	2,25	4,66	4,69	12,44	46,05	1,93	46,44	247,39		
VALENTIN JAEN	23,32	27,89	28,86	15,17	42,00	11,06	4,28	14,12	1,65	96,71	73,32	31,43	369,81		
HERNAN GUERRERO	35,80	34,92	10,83	33,60	42,00	7,70	7,56	8,89	0,05	27,00	11,46	16,16	235,97		
VICENTE ALDAZ	44,57	46,57	60,53	16,27	36,00	13,67	7,97	4,64	1,84	16,02	105,59	17,15	370,82		
HUGO YALERQUENA	15,67	56,31	10,81	34,08	7,12	8,73	14,76	8,94	6,28	124,35	34,43	116,62	438,10		
TEREZA VELEZ	21,46	215,62	17,63	25,07	59,43	10,85	27,96	1,35	7,98	11,74	53,23	10,12	462,44		

AURELIO LLAMUSCO		28,01	35,86	43,38	14,89	6,71	25,08	31,92	4,12	12,85	189,49	19,13	7,07	418,51	
EDIT	NOMBRES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO	5,74
JORGE MOLINA		67,42	37,18	47,50	14,28	42,37	10,46	10,15	5,33	2,18	9,87	67,33	175,30	489,37	
FELICITA VELIZ		13,82	42,30	14,64	43,43	42,00	9,16	11,57	24,51	4,76	5,11	29,56	241,67	482,53	
CLARA SOLIZ		21,34	50,95	17,61	28,45	12,00	33,67	8,30	11,12	4,90	5,01	2,69	50,54	246,58	
JULIO JOSE GAVICA		14,73	51,01	15,11	34,25	27,28	9,13	6,07	57,42	9,40	69,40	47,16	4,89	345,85	
ALICIA VERA		35,61	61,50	18,50	23,92	81,82	9,10	16,77	23,01	43,75	29,33	38,28	31,73	413,32	
OSWALDO BONILLA		26,09	37,57	16,49	14,63	49,82	8,39	14,74	12,32	2,35	6,10	48,77	17,65	254,92	
JIMMY PAREDES		37,73	93,50	23,32	25,22	4,96	9,91	9,43	6,94	1,34	35,25	33,06	14,02	294,68	
EBARISTO VERA		18,19	44,06	43,05	37,69	4,45	11,17	9,96	5,83	26,31	10,79	322,90	28,66	563,06	
WILMO VILLACRES		32,63	35,82	22,26	24,04	5,03	16,92	4,09	2,77	8,04	35,96	27,36	16,02	230,94	
COLOMBIA ARIAS		20,95	135,75	12,76	23,86	3,64	8,65	1,74	1,06	4,46	15,66	25,33	44,57	298,43	
MARITZA MONTOYA		50,93	69,69	48,69	21,29	12,71	28,26	29,42	15,49	18,99	18,27	25,71	79,56	419,01	
WILMO VILLACRES		24,72	92,02	34,09	14,96	7,29	11,32	0,39	2,50	6,50	12,02	1,19	39,19	246,19	

PATRICIA VACA	13,08	85,81	29,88	14,26	6,41	11,11	112,06	17,79	2,53	21,33	54,65	4,53	373,44
WILLIAN PAEZ	10,90	63,12	15,78	14,99	44,10	9,29	15,50	25,62	10,26	33,44	13,07	111,91	367,98
VICENTE PEREZ	37,80	81,69	37,02	13,54	4,33	5,59	14,62	43,65	46,23	12,02	12,95	31,10	340,54
EFREN COELLO	33,29	152,19	11,09	15,46	16,77	7,58	2,99	10,39	11,57	16,08	58,58	83,77	419,76
WLADIMIR MONTERO	20,72	70,48	29,25	22,54	14,74	11,79	12,56	2,52	22,34	5,90	6,90	8,09	227,83
VICTOR CHICA	23,46	75,08	39,96	21,55	9,43	2,74	3,31	17,36	5,38	4,90	22,99	9,30	235,46
ALBERTO MUÑOZ	12,78	155,52	23,74	36,50	9,96	3,35	3,53	13,36	7,80	7,52	25,40	15,64	315,10
WALTER MAYORGA	10,92	92,05	19,42	26,07	8,30	14,04	7,25	5,06	18,42	11,28	6,68	1,36	220,85
JOSE CARPIO	15,20	72,14	12,82	32,79	36,07	13,11	41,33	14,74	52,86	16,50	10,18	27,73	345,47
TOTAL	1.197,65	3.630,26	1.226,13	1.143,34	1.047,26	748,06	735,63	794,10	785,39	1.383,90	1.682,56	2.198,87	16.573,15

Fuente: Exportadora Pedro Martinetti
Elaboración: Autor

4.5.2. Comerciantes

Los comerciantes en la exportadora Pedro Martinetti son los que les proveen el cacao con porcentajes de un 0 % mínimo a un 5 % máximo de humedad, siendo los precios mejores que los del agricultor ya que ayudan a ahorrar tiempo de trabajo al momento de completar los lotes a exportar.

Por el momento Exportadora Pedro Martinetti desarrolló sus actividades comerciales con un aproximado de 15 a 20 comerciantes, mientras que otros pocos no son fijos y venden sus productos donde esté más conveniente el precio y la calificación.

Como con los agricultores, con los comerciantes también existen ventajas y desventajas las cuales son:

Ventajas:

- El cacao llega con humedad de 0 a 5 %
- Ahorra tiempo de trabajo
- Se completa los lotes para exportación con mucha más facilidad

Desventajas:

- Los precios son más altos, por lo que el precio promedio suele estar por encima de los fijado
- La calificación es un poco más compleja, porque piden calificaciones baja o no se conforman con lo calificado
- Los comerciantes no son fijos, siempre buscan transnacionales donde el precio está por encima del de la Exportadora Pedro Martinetti y su calificación es mucho más baja

Cuadro 44. Cacao del comercio de la Exportadora Martinetti

NOMBRES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO
MARCOS SOLORZANO	250.47	159.84	378.92	397.58	321.83	199.48	109.54	272.54	487.15	460.14	526.87	511.54	4075.90
BOLIVAR ZABALA	187.54	168.47	220.14	215.64	280.66	114.96	109.48	247.96	298.57	310.58	338.49	304.87	2797.36
JORGE COBEÑA	109.82	124.11	152.96	140.32	180.90	115.21	103.53	106.11	134.04	142.00	245.24	246.37	1800.61
LUIZ YANEZ	73.93	81.86	82.40	70.93	72.05	51.22	57.18	69.23	42.59	75.10	100.49	120.83	897.81
MARCOS CORTEZ	109.48	149.87	150.79	180.37	126.34	133.29	188.48	191.47	154.99	278.44	280.47	254.65	2198.64
MARIA FERNANDA INTRIAGO	296.91	207.10	228.82	139.88	165.82	112.82	135.78	180.61	194.29	289.54	306.60	301.54	2559.71
ABAD VIVAS	199.74	201.32	156.29	147.62	136.53	122.54	128.47	168.78	204.16	200.47	280.94	271.47	2218.33
OMIDES INTRIAGO	163.54	180.56	177.69	163.22	170.48	110.47	119.54	147.68	157.98	169.57	201.54	198.54	1960.81
EDUARDO ZAMBRANO	128.47	116.57	104.92	123.54	120.21	102.47	100.66	154.87	160.57	156.38	196.54	182.74	1647.94
TOTAL	1519,9	1389,7	1652,93	1579,1	1574,82	1062,46	1052,66	1539,25	1834,34	2082,22	2477,18	2392,55	20157,11

Fuente: Exportadora Pedro Martinetti**Elaboración:** Autor

4.6. Discusión

Los problemas que afectan la comercialización del cacao de la Exportadora Pedro Martinetti se los resuelve llevando el adecuado proceso de compra y venta del cacao, lo cual se aplica de buena manera en esta prestigiosa empresa, tal como Rúales 2011 describe que el proponer, implementar y monitorear mecanismos de comercialización y regulación de los mercados de productos es base fundamental para la excelencia de las actividades comerciales.

Una de las causas que hacen que disminuya la entrada de producto a la Exportadora es el precio, como Salazar 2010 explica que los excedentes de producción hacen que los precios del cacao genere una caída y se estanque, no son motivo para que la entrada del producto decreciente en la empresa, ya que los agricultores no sólo buscan precios sino también confianza al momento de vender su producto siendo el peso y la calificación justa para la credibilidad del proveedor.

Se estableció que el período en Exportadora de Cacao Pedro Martinetti tuvo mayor índice de exportación fue en el 2011 tal como se refiere Castro 2013, que las relaciones y acuerdos comerciales sólo se dan entre países con varias normativas gubernamentales y convenio entre sí, se cumplía a cabalidad, lo cual hacía que las exportaciones en este período hayan sido mayores a los otros períodos, teniendo Exportadora Martinetti excelentes relaciones comerciales con países como Bélgica, Holanda, Alemania y Estados Unidos principales compradores del cacao de la empresa.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- En la Exportadora Pedro Martinetti los problemas que afectan la comercialización se debe en una pequeña proporción al mal tiempo o externalidades negativas de la naturaleza, que no ha permitido obtener una producción mayor a la esperada en el tiempo de cosecha, razón por la cual ha provocado que los precios acorde al producto se desestabilicen, provocando afectaciones al sector agrícola, comercial, económico y por lo tanto a los índices de exportación.
- Entre las causas que hacen que afecte el ingreso de producto a la Exportadora es el aumento de las transnacionales en el país, la competencia entre los exportadores y las políticas de precios, ya que son causas principales que hacen disminuir las actividades comerciales dentro de la empresa y por lo cual sus exportaciones disminuyan considerablemente.
- El período en el que mayor índice de exportaciones se dio en Exportadora Martinetti fue en el año 2011, donde la producción del cacao no se vio afectada por fenómenos naturales como lluvias, baja de precio o caída del mercado de cacao, lo que ayudó a mantener la estabilidad en la comercialización del producto beneficiando tanto a los agricultores como a los comerciantes.

5.2. Recomendaciones

- Promover microcréditos a sus proveedores lo que ayudará a que incremente el desarrollo de la productividad. Esto a su vez permitirá que los agricultores inviertan en sus plantaciones de cacao, para así obtener una mayor producción, mejoras y estabilidad de precios que facilitará a la comercialización del cacao en grano al momento de exportar.
- Incrementar los precios para sus principales proveedores manteniéndolos en actividad comercial con la empresa y otorgándoles abonos orgánicos a los agricultores, ayudando a la mejora de sus producciones, lo que beneficiará tanto al agricultor como al exportador, aumentando la entrada de producto a la empresa, elevando de manera considerable sus exportaciones.
- Al haberse logrado una recuperación de exportación en el año 2011 en la Exportadora Pedro Martinetti, deberá tomar como referencia las técnicas y métodos empleados para la continuación, mejora e incremento de productividad y exportación de la misma.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

AMADO, J. (2009). Mercado de Exportación (Primera ed). México: Alianza Editorial

ANDRADE, M. (2013). La Balanza Comercial (Tercera ed). México. Pearson Educación.

Bam, K. (2011). Comercios Bilaterales (Segunda ed). México. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.

Carriel, V. (2010). El Cacao (Cuarta ed). México. Cengage Learning.

Carriel. 2010, Requisitos Técnicos Generales. (Elaeis guineensis) ". "Tesis de ingeniería". Universidad Internacional del Ecuador, Quito. Ecuador.

Castro, C. J. (2013). Oferta y Demanda. (En Línea). Guayaquil. Proecuador. Disponible en: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/quesonbarreras-no-arancelarias/>

Eguiluz. S. (2010). Estudio Plan Comercialización. Bogotá: MMeditores.

Enríquez, A. (2010). El Cacao Orgánico. Revista de Anecaco Ecuador "guía para productores ecuatorianos" INIAP, Ecuador.

Espinel, M. (2010). Acuerdo Interministerial para el Reposicionamiento del Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba". Publicado en el Registro Oficial No. 199 De La Ley de Sanidad Vegetal y su Reglamento codificación 315 del 16 de abril de 2004, Ecuador.

Estrada, V. (2012). Servicio de Inspección de Animales y Plantas Requisitos de Importación. ICESI,

Gómez, L. (2013). Rutas de Comercialización del Cacao. (En Línea). Guayaquil.ElComercio.Disponibleen:<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/ecuador-sexto-mayor-productor-de.html>

Groot, H. (2013). La Certificación del Cacao. (En Línea). Guayaquil. Utzcertified.Disponibleen:<http://www.utzcertified.org/es/sobreutzcertified/normascertificados>, utzcertified.org.es

Herrera, E. (2010). Levantamiento Estadístico Cacao. CORPEI faostat.fao.org Informe

John, D. (2010). Negocios internacionales (Segunda ed). México. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.

Kluger, V. (2012). Rutas de Comercialización del Cacao. (En Línea). Guayaquil.Disponibleen:[http://www.ExportHelpdesk\(Europea,2012\),Europ](http://www.ExportHelpdesk(Europea,2012),Europ).

Lucas, A. (2012). 9 Informe ICCO15, Banco Central del Ecuador, Ecuador.

Martinetti, P. (2014). Exportaciones, Exportadora Pedro Martinetti, Quevedo

Marycufm, L. (2009). “Canales de Comercialización” “Canales de Comercialización”

Moreno, L. (2015). Acuerdos y Relaciones Comerciales. Disponible en <http://www.iadb.org/es/temas/comercio/nuevos-acuerdos-comerciales-como-herramienta-para-la-reforma-politica-y-la-integracion-economica,8555.html>, BID

Nácer, A. (2011). Cacao, Estudio agroindustrial en el Ecuador, MIC; ONUDI. América Latina y el Caribe de la exportadora Transmar y miembro de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao), Ecuador.

Orozco, D. (2011). Definición de Comercialización. Disponible en: <http://www.Conceptodefinición.de/comercialización/>

Ortiz, A. (2012). Organización Mundial del Comercio OMC.

Paschoal, R. (2009). Introducción a la economía (Tercera ed). México. Editorial Harla

Pico, A. (2013). Acceso al Mercado. Disponible en: <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/cacao-ecuador-negocio-ganancias-chocolate.html>. Diario el Comercio, Ecuador.

Reyes, E. (2009). La calidad en el cacao, Factores determinantes de la calidad. México. Ediciones Días de Santos, S.L.

Rivadeneira, G. (2012). Comercio Exterior, Ministerio de Comercio Exterior, Ecuador

Romero, S. (2012). Factores determinantes de la calidad. México. Bresca Editorial, S.L.

Rúales, A (2013). ANÁLISIS DEL SECTOR CACAO Y ELABORADOS, Proecuador, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.

Rúales, A. (2015). Disponible en: www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-acuerdos-comerciales/, Proecuador, Ecuador.

Salazar, M. (2010). ANECACAO, Ecuador. Se encuentra en página <http://www.anecacao.com/es/precios/>,

Urbano, B. (2010). Comercialización y Marketing de Productos a Agroalimentarios. México. Editorial junta de Castilla y León.

Vallejo, S. (2013). Federación Ecuatoriana de Exportadores. Presentación.Institucional.Mayo2011.

CAPITULO VII

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Anexo 1. Encuesta dirigida al gerente y personal de la exportadora Pedro Martinetti

1. ¿Qué tiempo tiene usted con esta actividad agrícola de exportación?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
1 a 5 años		
6 a 10 años		
11 a 15 años		
Más de 16 años		
Total		

2. ¿Qué tipo de cacao tiene mayor demanda?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Cacao fino de aroma		
CCN51		
Otros		
Total		

3. ¿El cacao que usted comercializa a que sector está dirigido?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Industrial		
Exportación		
Consumo		
Total		

4. ¿Considera usted que los precios de cacao deben ser mejorados?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Total		

5. ¿Considera usted que los precios de cacao se mantienen estable todo el año?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Pocas ocasiones		
Total		

6. ¿Cree usted que el margen de rendimiento que genera la compra venta de cacao es adecuado?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
No Siempre		
Total		

7. ¿La producción de cacao es constante todo el año?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
A veces		
Total		

8. ¿La demanda externa del cacao se mantiene estable todo el año?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Es variable		
Total		

9. ¿Los precios internacionales del cacao se mantienen todo el año?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Varían		
Total		

10. ¿En qué mercado extranjero pagan mejor del cacao fino de aroma ecuatoriano?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Japón		
Estados unidos		
Holanda		
México		
China		
Alemania		
Total		

11. ¿Cuál es el mayor limitante que tiene nuestro producto para comercializarlo adecuadamente en el exterior?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Calidad		
Volumen		
Precios		
Otros		
Ninguno		
Total		

12. ¿Considera que el cultivo de cacao fino de aroma es adecuado para el país?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
No Siempre		
Total		

13. ¿En qué grado de humedad compra el cacao?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Seco		
Casi seco		
Baba		
Total		

14. ¿Qué cantidad de Cacao compra anualmente?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
500 - 1000 qq.		
1001 - 5000 qq.		
5000 - 10000 qq.		
Total		

15. ¿Qué método utiliza para secar el grano de cacao?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Secado a Gas		
Tendal		
Ambos		
Total		

16. ¿La comercialización de cacao le genera rentabilidad?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Total		

17. ¿A qué lugares o mercados internacionales comercializa el cacao en grano?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Japón		
Estados Unidos		
China		
México		
Holanda		
Bélgica		
Total		

18. ¿En qué periodo de tiempo existe mayor demanda de la producción de cacao?

Descripción	frecuencia	porcentaje %
Enero a abril		
Mayo a Julio		
Agosto a Diciembre		
Total		

19. ¿Considera usted que el precio del producto puede ser el que ha de crecentado las exportaciones de la exportadora?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Tal vez		
Total		



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Anexo 2. Entrevista dirigida al gerente general de la empresa.

1. ¿Cultiva usted cacao?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Siempre		
Total		

Para los que respondieron si a la primera pregunta

2. ¿Qué tipo o variedad de caco cultiva usted?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
CCN51		
Nacional		
Las dos		
Total		

3. ¿Por qué se decidió usted dedicarse al cultivo el cacao?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Rentabilidad		
Fácil manejo		
Tradicición		
Total		

4. ¿Conoce usted los programas de ayuda implantados del gobierno?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Muy poco		
Total		

5. ¿Su cultivo y producción de cacao ha mejorado después de que recibió ayuda de los programas implantados por el MAGAP?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Sigue igual		
A mejorado muy poco		
Total		

6. ¿Cuál es el precio que cobra por quintal de cacao el agricultor?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
70 – 100 \$		
101 – 150 \$		
Ambos		
Total		

7. ¿Cuál es su rendimiento actual de hectárea por año?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 40qq		
Más de 40 qq		

Más de 50 qq		
Total		

8. ¿Cuántos quintales de cacao comercializa mensualmente?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
1 – 3 qq		
4 – 6 qq		
7 – 10 qq		
Total		

9. ¿Cómo financia la plantación y la producción de cacao?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Recursos propios		
Préstamo		
Otros		
Total		

10. ¿Qué tipos de problemas de comercialización son los que se presentan frecuentemente en la exportadora Pedro Martinetti?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Precios inestables		
Poca diferencia de precios en variedades		
Escasez de productividad		
La naturaleza		
Falta de tecnología		
Disminución de las exportaciones		
Falta de incentivos de programas		
Ayuda e intervención del Estado ecuatoriano		
Total		

11. ¿Cuáles son las causas que han provocado una disminución del producto en la exportadora Pedro Martinetti?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Competencia		
Temporada de cosecha		
Escasez de productividad		
Problemas de financiamiento		
Consecuencia de la naturaleza		
Total		

12. ¿Según usted y acorde al tema investigativo, cuál fue el periodo en el que la exportadora Pedro Martinetti tuvo un mayor índice de exportación?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
2011		
2012		
2013		
Total		

13. ¿cree usted que un estudio de índices de exportación, permita diseñar un cronograma de compra y venta con valores referenciados del Estado ecuatoriano?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
muy poco		
Total		

14. ¿Recibe asistencia técnica en el cultivo de cacao?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		

No		
Muy pocas veces		
Total		

15. ¿El precio actual del producto cubre sus costos de producción?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Ciertas ocasiones		
Total		

16. ¿Está usted de acuerdo con los precios entre el cacao nacional y el CCN 51?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Debe ser mejorado		
Total		

17. ¿Conoce usted lo que es un estudio de Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Conozco		
Desconozco		
Muy poco		
Total		

18. ¿El precio actual de diferenciación entre las variedades de cacao es rentable?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Muy pocas veces		

Total		
--------------	--	--

19. ¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio previo de la Producción, Comercialización y Rentabilidad del cacao CCN 51 y el nacional en la exportadora Martinetti?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Me es indiferente		
Total		

Anexo 3. Compras mensuales de cacao periodo 2011 de la exportadora Pedro Martinetti

AÑO 2011		
MESES	PRECIO PROMEDIO CACAO	QQ CACAO EXPORTADO
ENERO	\$ 148,04	2534,67
FEBRERO	\$ 158,78	6118,41
MARZO	\$ 147,23	3683,48
ABRIL	\$ 141,45	5238,12
MAYO	\$ 142,26	4600,05
JUNIO	\$ 138,44	1955,68
JULIO	\$ 146,12	2834,62
AGOSTO	\$ 135,32	2555,03
SEPTIEMBRE	\$ 126,15	3044,33
OCTUBRE	\$ 108,78	6587,32
NOVIEMBRE	\$ 99,04	9488,57
DICIEMBRE	\$ 85,95	4601,48
TOTAL ANUAL	\$ 131,46	53241,76

Anexo 4. Compras mensuales de cacao periodo 2012 de la exportadora Pedro Martinetti.

AÑO 2012		
MESES	PRECIO PROMEDIO CACAO	QQ CACAO EXPORTADO
ENERO	\$ 91,86	7177,54
FEBRERO	\$ 88,42	5420,04
MARZO	\$ 90,23	2660,01
ABRIL	\$ 90,92	2398,37
MAYO	\$ 97,10	2026,98
JUNIO	\$ 93,85	1288,94
JULIO	\$ 97,94	1991,41
AGOSTO	\$ 101,39	1928,92
SEPTIEMBRE	\$ 109,28	4305,22
OCTUBRE	\$ 104,04	4970,76
NOVIEMBRE	\$ 101,94	5044,78
DICIEMBRE	\$ 98,36	6031,91
TOTAL ANUAL	\$ 97,11	45244,88

Anexo 5. Compras mensuales de cacao periodo 2013 de la exportadora Pedro Martinetti.

AÑO 2013		
MESES	PRECIO PROMEDIO CACAO	QQ CACAO EXPORTADO
ENERO	\$ 93,14	4325,11
FEBRERO	\$ 89,42	6153,02
MARZO	\$ 88,69	6517,59
ABRIL	\$ 91,46	3074,34
MAYO	\$ 99,19	3243,91
JUNIO	\$ 97,54	2753,49
JULIO	\$ 100,01	3149,12
AGOSTO	\$ 104,09	3087,48
SEPTIEMBRE	\$ 106,05	2174,07
OCTUBRE	\$ 109,64	1155,53
NOVIEMBRE	\$ 105,88	4763,47
DICIEMBRE	\$ 114,47	3336,50
TOTAL ANUAL	\$ 99,97	43733,63

Anexo 6. Árbol de problema



Anexo 7.







