



*UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ*

*EXTENSIÓN CHONE*

*CARRERA ECONOMÍA*

*TRABAJO DE TITULACIÓN*

*PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA*

*TEMA:*

*DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL CACAO EN LA ECONOMÍA  
LOCAL DEL CANTÓN CHONE.*

*AUTORA:*

LOOR MENDOZA LAURA MARIEL

*TUTOR:*

ING. LENIN PÁRRAGA ZAMBRANO

*CHONE-MANABÍ-ECUADOR*

*2015*

Ing. Lenin Párraga Zambrano, Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, en calidad de tutor,

**CERTIFICO:**

Que el presente TRABAJO DE TITULACIÓN titulado: “*DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL CACAO EN LA ECONOMÍA LOCAL DEL CANTÓN CHONE*”, ha sido exhaustivamente revisada en varias sesiones de trabajo, se encuentra lista para su presentación.

Las opiniones y conceptos vertidos en este Trabajo de Titulación son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de su autora: Laura Mariel Loor Mendoza, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, abril del 2015

Ing. Lenin Párraga Zambrano

TUTOR



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
EXTENSIÓN CHONE**

**CARRERA: ECONOMÍA**

### **TRABAJO DE TITULACIÓN**

El Trabajo de Titulación titulado: “Diagnóstico comercial del cacao en la economía local del cantón Chone”, presentada por la Egresada Laura Mariel Loor Mendoza, luego de haber sido analizada por los señores miembros del tribunal de grado, en cumplimiento de los que dispone la Ley, se da por aprobada.

El tribunal de grado está compuesto de los siguientes miembros:

---

Dr. Víctor Jama Zambrano.  
DECANO

---

Ing. Lenin Párraga Zambrano  
TUTOR

---

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

---

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lo Certifica.-

---

Lic. Fátima Saldarriaga S.  
SECRETARIA

## **DECLARACIÓN**

El presente trabajo fue realizado basándose en ideas  
e investigaciones exclusivas de la Autora.

.....  
Sra. Laura Mariel Loor Mendoza

## **DEDICATORIA**

*Dedico esta tesis a mi querida Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por esos 6 largos años vividos de experiencia y aprendizaje. A mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de mi tesis.*

*Laura*

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco primeramente a DIOS quien me permite vivir un día más de vida, a mi familia que ha sido una fuente de apoyo constante en toda mi vida y más aún en mis duros años de carrera profesional y en especial quiero expresar mi más grande agradecimiento a Mi Madre que sin su ayuda incondicional hubiera sido imposible culminar mi profesión.*

*Laura*

## ÍNDICE

	N° de pág.
Página de título o portada.	
Página de aprobación del tutor.	ii
Página de aprobación del tribunal	iii
Declaración de Autoría	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice	vii
1. Introducción.	1
2. Planteamiento del Problema.	3
2.1. Contextos	3
2.1.1. Contexto Macro.	3
2.1.2. Contexto Meso.	5
2.1.3. Contexto Micro.	7
2.2. Formulación del Problema.	8
2.3. Delimitación del Problema.	8
2.4. Interrogantes de la Investigación.	8
3. Justificación.	9
4. Objetivos.	11
4.1. Objetivo General.	11
4.2. Objetivos Específicos.	11

### CAPÍTULO I

5. Marco Teórico.	12
5.1. Diagnóstico Comercial del Cacao.	12
5.1.1. Clases de diagnóstico.	18
5.1.2. El cultivo del cacao.	20
5.1.3. El Cacao Nacional.	25

<b>5.1.4.</b>	Cacao de Exportación	25
<b>5.1.5.</b>	Los auges y crisis del cacao	27
<b>5.1.6.</b>	La importancia económica del cacao	28
<b>5.1.7.</b>	Comercialización	29
<b>5.2.</b>	Economía Local.	36
<b>5.2.1.</b>	Clasificación de la economía.	40
<b>5.2.2.</b>	La economía y su relación multidisciplinaria	42
<b>5.2.3.</b>	Importancia de la economía.	44
<b>5.2.4.</b>	Ventajas de la economía local.	44
<b>5.2.5.</b>	Economía Local vs Economía Global	46

## **CAPÍTULO II**

<b>6.</b>	Hipótesis.	50
<b>6.1.</b>	Variables.	50
<b>6.1.1.</b>	Variable Independiente	50
<b>6.1.2.</b>	Variable Dependiente	50
<b>6.1.3.</b>	Término de Relación	50

## **CAPÍTULO III**

<b>7.</b>	Metodología.	51
<b>7.1.</b>	Tipo de Investigación.	51
<b>7.2.</b>	Nivel de Investigación.	51
<b>7.3.</b>	Métodos.	51
<b>7.4.</b>	Técnica de Recolección de Información.	52
<b>7.5.</b>	Población y Muestra.	52
<b>7.5.1.</b>	Población.	52
<b>7.5.2.</b>	Muestra.	52
<b>8.</b>	Marco Administrativo.	53
<b>8.1.</b>	Recursos Humanos.	53

<b>8.2.</b>	<b>Recursos Financieros.</b>	<b>53</b>
-------------	------------------------------	-----------

#### **CAPÍTULO IV**

<b>9.</b>	<b>Resultados obtenidos y análisis de datos</b>	<b>54</b>
<b>9.1.</b>	<b>Resultado obtenidos de las encuestas aplicadas a los comercializadores del cacao del cantón Chone.</b>	<b>54</b>
<b>9.2.</b>	<b>Análisis de la entrevista realizada al Presidente de ANECACAO.</b>	<b>64</b>
<b>10.</b>	<b>Comprobación de Hipótesis</b>	<b>67</b>

#### **CAPÍTULO V**

<b>11.</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>68</b>
<b>12.</b>	<b>Recomendaciones</b>	<b>69</b>
<b>13.</b>	<b>Bibliografía</b>	<b>70</b>
<b>13.1.</b>	<b>Webgrafía</b>	<b>73</b>
	<b>Anexos</b>	

## **1. INTRODUCCIÓN**

Chone tiene una participación significativa en la producción y comercialización del cacao, fortaleciendo en gran medida la economía del cantón, pero este sector se ha visto afectado por la volatilidad de los precios debido a la forma que los intermediarios califican el cacao, dando como resultado que los ingresos de estas familias sean limitados.

Por consiguiente, el propósito de esta investigación es determinar la situación actual de este sector tan importante, los factores que inciden en la problemática; y colaborar para un mejor desarrollo productivo de los agricultores de cacao del cantón Chone.

Se desconoce cuan rico es el cantón en producción agrícola o de pronto no se aprovecha la riqueza de estos recursos, para mejorar el nivel de vida de sus habitantes; cada vez encontramos mayor pobreza, menos empleabilidad, mayor inseguridad y poca inversión en la localidad. Esto implica que pocos apuesten a este cantón, el cual necesita del aporte de todos para seguir adelante.

Capítulo I: Aquí se puntualiza la fundamentación teórica que es la explicación, la base que sustenta al tema que se investigó y la propuesta desarrollada; a la vez se realiza la explicación pedagógica estudio del problema y también se emite juicios de valor, posicionamiento teórico personal.

Capítulo II: En este capítulo se describe la hipótesis que comprende la variable dependiente e independiente, que permiten tratar de cumplir los objetivos propuestos en la investigación. La hipótesis presentada es: La comercialización del cacao incidirá en la economía local del cantón Chone.

Capítulo III: En este capítulo se describe la metodología que comprende los métodos, técnicas e instrumentos que permiten recolectar información y a la vez

cumplir los objetivos propuestos en la investigación. También se plasma el marco administrativo en el cual se destaca el talento humano y los recursos financieros.

Capítulo IV: Se presentaran resultados de la encuesta, cuyos resultados serán la base para obtener las conclusiones y recomendaciones, además de permitir comprobar la hipótesis. En el capítulo V: Se detallan las conclusiones y recomendaciones, la investigación finalizada con la bibliografía y anexos.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1 CONTEXTUALIZACIÓN**

#### **2.1.1 CONTEXTO MACRO**

Según (Ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca(MAGAP) y Organización de las Naciones Unidas por la Agricultura y Alimentación (FAO), 2010), el cacao es un árbol originario de la selva de América Central y del Sur, su nombre científico es *Theobroma cacao* c., en griego significa “comida de los dioses”. Crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundante precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, entre 25 – 28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción, esto dependerá de tipo de cacao y las condiciones de la zona.

Son frutos leñosos en forma de haba alargada y aparecen sobre la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Estos frutos, dependiendo el tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo, que oscurece al madurar. La fruta mide entre 10 y 32 cm de largo y entre 7 a 10 cm. de ancho y pesa entre 200 gr. y 1 kg. En su interior contiene entre 20 y 60 semillas dispuestas en 5 filas rodeadas por una pulpa gelatinosa y azucarada. Cuando el fruto está maduro, se corta y se extraen semillas, se las fermenta retirando la baba de la semilla y se seca. El color interno de grano es de color marrón oscuro y tiene un agradable sabor.

Los Mayas comenzaron a cultivar el árbol de cacao, gracias a evidencias arqueológicas en Costa Rica se comprobó que el cacao era consumido por los Mayas 400 años Antes de Cristo. En la cultura Maya se le daba un gran valor a sus semillas, que se utilizaba como moneda y gracias a sus cualidades nutritivas, como alimento.

Para (Ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca(MAGAP) y Organización de las Naciones Unidas por la Agricultura y Alimentación (FAO), 2010), la Cultura Azteca continuo con la tradición, elaborando con las semillas de cacao el “xocoatl”, una bebida de fuerte sabor que producía una gran energía y vitalidad. Consideraban al cacao como un don divino y un alimento de los dioses, y reservaban su consumo a personas de alta posición social.

Según (International Cocoa Organization, 2014), se conoce que el primer europeo que probó el cacao fue Cristóbal Colón, quien llevo a Nicaragua en 1502. Sin embargo, Hernán Cortés, líder de la expedición en 1519 al Imperio Azteca, regresó a España en 1528 y llevo consigo la receta del Xocoatl. Al inicio esta bebida fue mal acogida y no fue hasta cuando se añadió azúcar que se convirtió en la bebida más popular en las Cortes Españolas.

Se conoce que el cacao se divide genéticamente en 3 grandes grupos: los Criollos, que dominan el mercado hasta mediados del siglo XVIII, en la actualidad existen muy pocos árboles criollos puros; los Forasteros, que es un amplio grupo que contiene variedades cultivadas, semi-silvestres y silvestres, entre las cuales el Amelonado es la variedad más cultivada.

Grandes áreas de tierra de Brasil y África Occidental están cultivadas de esta variedad. Dentro de este grupo existe las variedades: Común en Brasil, Amelonado de África Occidental, el Matina o Ceylán de Costa Rica y México y el Arriba o Cacao Nacional del Ecuador. Los Trinitarios, que son considerados como Forasteros, sin embargo son una mezcla de los Criollos y Forasteros. Esta variedad fue cultivada en Trinidad y esparcida a Venezuela hasta llegar a Ecuador, Camerún, Samoa, Sri Lanka, Java y Papúa Nueva Guinea.

El mercado mundial del cacao reconoce 2 grandes categorías de cacao en grano: cacao “fino o de aroma” y el cacao “al granel” o “común”. Generalmente, el cacao

fino o de aroma es producido por árboles de cacao de variedad Criollo o Trinitario mientras que el cacao al granel provienen de la variedad de árbol Forastero.

Existen Excepciones, por ejemplo en Ecuador los árboles de cacao Nacional, considerados de variedad Forasteros, producen cacao fino o de aroma. Otra excepción en Camerún el cacao producido por árboles de variedad Trinitario es considerado cacao Común.

Manifiesta (International Cocoa Organization, 2014), el 95% de la producción mundial anual es cacao al granel, el cual se produce en su mayor parte en el África, Asia y Brasil. El restante 5%, corresponde a cacao fino o de aroma, cuyas características distintivas de aroma y sabor son buscadas principalmente por los fabricantes de chocolates de alta calidad. En el caso de Ecuador existe un tipo de cacao único en el mundo conocido con el nombre de “Nacional”, el cual se lo conoce por tener fermentación muy corta y dar un chocolate suave de buen sabor y aroma, por lo que es reconocido a nivel mundial con la clasificación fino o de aroma.

Así mismo, desde el siglo XIX el cacao era cultivado en zonas de la cuenca alta de los ríos Daule y Babahoyo, los cuales forman el Río Guayas y era transportado hasta el puerto de Guayaquil para su exportación, razón por la cual se le dio el nombre de “cacao arriba”. Se siembra a una altitud máxima de 1,200 m sobre el nivel del mar, como se estableció en la denominación de origen, para obtener la certificación de cacao arriba en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

### **2.1.2 CONTEXTO MESO**

Desde la época de la independencia del Ecuador, ya existían muchas familias adineradas a la producción de cacao, en haciendas denominadas “Grandes Cacaos”, la mayoría ubicadas en Vínces y otros cantones de los Ríos.

Según la Asociación de Exportadores de Cacao, ANECACAO, la producción de este producto en el Ecuador se duplicó en 1880 (15.00 TM). Durante la década de 1890, Ecuador se convierte en el principal exportador mundial de cacao, dinamizando la economía del país, y gracias a ellos se crearon los primeros bancos del país.

Sin embargo, manifiesta (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, 2014) la década de 1920 fue negativa para este sector, ya que aparecieron y se expandieron enfermedades como la Monilla y Escoba de la Bruja, que causaron la reducción de la producción al 30%. Agravando la crisis, la falta de medios de transporte y mercados internacionales como consecuencias de la Primera Guerra Mundial, el cacao y la economía ecuatoriana entran en un periodo de depresión e inestabilidad.

Según (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura, FAO), hoy en día la mayor parte del cacao ecuatoriano corresponde a una mezcla del cacao Nacional y Trinitario y Forastero, la cantidad de cacao tipo Nacional puro es cada día menor y puede desaparecer poco a poco debido a que las plantaciones existentes son muy viejas, poco productivas y los agricultores podrían preferir producir otros cultivos más remunerativos.

El cacao es conocido en el Ecuador como la “pepa de oro”, que dominó por varios siglos la generación de divisas para el país, antes del boom petrolero, dando lugar al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca industrial, el comercio.

Su importancia en la economía radica en que el cacao, en el 2010, fue el quinto producto más exportado por el Ecuador, dentro de las exportaciones no petroleras, después del banano, pescado y crustáceos, preparaciones de carne, pescado o de crustáceos o moluscos acuáticos (conserva de pescado) y flores.

### **2.1.3 CONTEXTO MICRO**

El cantón Chone se lo considera de característica transcendental por su gran extensión en la provincia de Manabí; posee una extensa zona rural, las mismas que debido a sus tierras fértiles son utilizadas para la agricultura así como para las actividades pecuarias.

En Chone la economía se mueve al ritmo de la ganadería, este es el cantón con mayor hato ganadero del país y cuenta con 260.000 reses. El 85% de la población de este cantón está relacionado directa o indirectamente con este negocio. El 50% de las redes de Chone son las que la provincia de Manabí distribuye cada 15 días.

Como actividad complementaria, unos 200 a 300 mil litros de leche se producen diariamente, distribuidas en: el 71% a la producción de queso que es destinado al consumo local, provincial y nacional, identificándose como el “Queso Chonero”; el 22% para la venta a industrias, y el 7% a consumo de leche cruda.

La agricultura también es otro rubro destacado en el cantón, especialmente los cultivos de ciclo perenne como las naranjas, mandarinas y cacao que abastecen al mercado provincial y nacional.

Alrededor del 66% de la población del cantón se dedica a la agricultura, produciendo maíz, cítricos, cacao, café, plátano, banano, yuca, hortalizas, pastos, además de ganado vacuno, porcino y equino. También se desarrollan actividades familiares como la agroindustria donde se realiza producción de queso, manjar de leche, mermelada de frutas, pasta de maní y sal prieta.

Existen otras actividades de menor porcentaje económico, como es el caso del comercio, la construcción e industria manufacturera con el 7 y 4% de ocupación económica activa

## **2.2 Formulación del Problema**

¿Cuál es la incidencia del cacao en la economía local del cantón Chone durante el cuarto trimestre del 2014?

## **2.3 Delimitación del problema**

**2.3.1 Campo:** Economía.

**2.3.2 Área:** Comercial.

**2.3.3 Aspectos:**

- a) Diagnóstico Comercial del Cacao.
- b) Economía Local.

**2.3.4 Problema:** La economía local es limitada por el no aprovechamiento de los recursos naturales como el cacao.

**2.3.5 Delimitación espacial:** La investigación se realizará en el Cantón Chone.

**2.3.6 Delimitación Temporal:** La información que se considerará es la del cuarto trimestre del 2014.

## **2.4. Interrogantes de la Investigación**

- a) ¿Cuál es el diagnóstico comercial del cacao en el cantón Chone?
- b) ¿Cuál es el impacto del cacao a nivel nacional?
- c) ¿Cuál es el desarrollo económico del cantón Chone?
- d) ¿Cuáles son los factores que impiden el desarrollo económico del cantón Chone?

### 3. JUSTIFICACIÓN

Las principales razones para realizar esta investigación es porque la producción de cacao es considerado como generador de ingresos para las familias que se dedican a esta actividad, además es un producto adecuado para la zona, siendo un cultivo permanente que brinda sus frutos de manera continua; pero la inestabilidad de los precios está afectando a los productores de cacao.

Es de **interés** porque tiene como propósito determinar el nivel de desarrollo, sus problemas, dificultades y otros factores que inciden en la comercialización del cacao en Chone, ya que existen elevados canales de comercialización que lo califican de forma desmedida, evitando que los productos de cacao reciban el precio justo, a esta situación se suma que sus ingresos no son suficientes para mejorar la calidad de sus cultivos.

La **importancia** es que el cacao es uno de los principales productos de exportación, generador de fuentes de empleo y por lo tanto representan ingresos que contribuyen significativamente a la seguridad alimentaria de las familias que subsisten de esta actividad.

La **originalidad** de esta investigación de Diagnóstico Comercial del Cacao en la Economía local del cantón Chone, no se ha aplicado antes por ende su realización demanda un metódico estudio, ya que este producto es muy acogido en el mercado por su sabor y aroma y por eso es necesario que se ponga especial atención a este sector tan importante en la economía, ya que contribuye en gran medida a las rentas nacionales.

Además de los aspectos mencionados, y desde el punto de vista institucional, **la visión y misión** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Chone y condiciones de los estudiantes universitarios, conozcan la realidad de la

sociedad, y se involucren en ella y propongan soluciones para resolver las condiciones de la misma.

El presente trabajo investigativo es **factible** porque se posee el conocimiento bibliografía y factor económico para la realización de este estudio. El cual servirá de base para futuras investigaciones.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo general**

Determinar la incidencia del cacao en la economía local del cantón Chone durante el cuarto trimestre del 2014.

### **4.2 Objetivos específicos**

- a)** Establecer el diagnóstico comercial del cacao en el cantón Chone.
- b)** Investigar el impacto del cacao a nivel nacional.
- c)** Identificar el desarrollo económico del cantón Chone.
- d)** Analizar los factores que impiden el desarrollo económico del cacao en el cantón Chone.
- e)** Elaborar una estrategia para potencializar el comercio del cacao en el cantón Chone.

## **CAPÍTULO I**

### **5. MARCO TEÓRICO**

#### **5.1 DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL CACAO**

El diagnóstico comercial del cacao según (Dopp Consultores, 2014), nos conlleva a conocer las fortalezas, con el fin de potenciarlas, a las debilidades para corregirlas, es un primer gran paso en la definición de un modelo comercial de éxito. Constituyendo una herramienta sencilla u de gran utilidad a los fines de conocer la situación actual.

En el diagnóstico de la gestión comercial de una empresa, se busca determinar la posición de la organización en el mercado en que se desenvuelve y su grado de competitividad (Fleitman, 1997), su rentabilidad, y posibilidades futuras, así como, la calidad de sus productos y servicios. Es decir, se analiza si la empresa satisface a sus diferentes tipos de clientes y fabrica los productos (presta los servicios) que mejor se adapten a las necesidades de estos.

Según (Thibaut, 1994), “el objetivo del diagnóstico comercial consiste en asegurar; que el contenido de la función se encuentre de acorde con los conocimientos, técnicas y métodos existentes según la actividad. Que los productos de la empresa sean competitivos mediante una correcta utilización de sus métodos y técnicas comerciales.”

Para (Fleitman, 1997), al realizar el diagnóstico de la gestión comercial de una organización se debe estudiar:

La planeación de las ventas, los presupuestos de ventas, la organización de las ventas, la políticas de ventas, la selección y capacitación del personal de ventas, las estrategias de ventas, los estudios de mercado, la imagen y aceptación en el mercado, el mercado potencial, la calidad y precio de venta de los productos, los

precios y costos en relación con los competidores, la investigación y planeación de los productos, la publicidad y promoción y la competencia.

Según (Eumed, 2014), el objetivo de diagnóstico comercial es reconocer si la organización puede o no progresar proponiendo una nueva forma de organización y comercialización con innovación estratégica. La importancia de realizar un diagnóstico comercial radica en:

- Relevar toda información existente a los efectos de trabajar con un mayor grado de certeza en la definición del plan comercial de la organización.
- Determinar las fortalezas y debilidades propias de la organización y del producto, a los efectos de diseñar una buena estrategia competitiva. Contar con elementos firmes que permitan trabajar con un cierto grado de certidumbre respecto a los objetivos comerciales planteados.
- Elaborar el plan comercial que al ser factible se convierte en una mayor probabilidad de éxito para la organización.

Las metodologías de diagnóstico de (Fleitman, 1997) y (Thibaut, 1994) tienen como principal punto en común de que ambas pueden ser utilizadas en cualquier tipo de organización, ya que ambas se adaptan fácilmente a las necesidades que las organizaciones muestran dependiendo del tipo de problemas que presentan.

También, ambas metodologías permiten evaluar las áreas funcionales y procesos de la organización, encaminándose a la presentación de resultados que permitan mejorar la gestión de la organización.

Aunque (Thibaut, 1994) y (Fleitman, 1997) se consideran los más importantes autores de teorías y bases metodológicas de diagnóstico dado el marco tan completo y general que dan para su realización, otros autores también han escrito sobre este dando sus propias definiciones.

Para (Vidal Aristizabal, 2004), el diagnóstico “es un proceso de comparación entre dos situaciones, la presente que hemos llegado a conocer mediante la indagación, y otra ya definida y supuestamente conocida que nos sirve de pauta o modelo; es un componente de la dirección y planeación estratégica que sirve a la toma de decisiones e involucra los fines de productividad, competitividad, supervivencia y crecimiento de cualquier clase de organización”

Según (Rodríguez Mancilla, 2005), el diagnóstico organizacional puede ser definido como “el proceso de medición de la efectividad de una organización desde una perspectiva sistémica. Aquí la efectividad incluye tanto las capacidades de desempeño de tarea (es decir, cuán bien estructurados se encuentran los diversos componentes de la organización y como funcionan en su logro de tareas), como el impacto que tiene el sistema organizacional sobre sus miembros individuales”

Para (Martínez Chavéz, 1998), el diagnóstico “es la conclusión del estudio de la investigación de una realidad, expresada en un juicio comparativo sobre una situación dada”, la cual se analizó.

En general, todo diagnóstico debe partir del estudio de la situación actual de la organización, buscando conocer en su mayor detalle posible a esta, de tal manera que se puedan identificar las causas de los problemas que está atravesando y brindar de esta manera soluciones acordes a las dificultades de la organización, o descubrir la razón del buen comportamiento de la organización, de tal manera que se puede mejorar la efectividad de esta, y por consiguiente, sus utilidades.

El éxito o fracaso de una empresa depende de la gestión de sus recursos que realicen los directivos, quienes son los responsables de los resultados que está presente. El diagnóstico de la gestión administrativa de una empresa permite conocer como es la organización, como ha sido el manejo que han hecho los directivos de la empresa, si se alcanzan a cumplir los objetivos planteados, es

decir, permite medir el rendimiento de los directivos y evaluar la gestión que han realizado.

El diagnóstico administrativo según José Antonio Fernández “es el proceso de acercamiento gradual al conocimiento analítico de un hecho o problema administrativo que permite destacar los elementos más significativos de una alteración en el desarrollo de las actividades de una institución” (1998:222). Este está encaminado a lograr tanto la sistematización de un cúmulo de informaciones cuantitativas sobre la situación presente y sus tendencias, como a precisar los obstáculos principales de la organización, para de esta manera dar soluciones a los problemas que están presentes.

En el diagnóstico de la Gestión Administrativa de una empresa, se analiza en forma general la organización y las áreas que la conforman, su disposición y clasificación. Se estudian tendencias y situaciones, se explican hechos, se establecen las asociaciones de causalidad comprometidas y se dilucidan los problemas que atañen a una actividad (Rodríguez Mancilla, 2005), la prioridad es establecer las relaciones causa-efecto que expliquen el porque de los resultados que se presentan, de tal manera, que se puedan generar alternativas que permitan mejorar estos.

En un diagnóstico administrativo, se estudia y se busca determinar cómo es la empresa, su estructura orgánica y su nivel de planeación, sus planes y programas estratégicos, la forma como se miden los avances en los programas, la coordinación que existe entre el gerente y los subalternos encargados de cada área específica de la empresa, las relaciones externas e internas, en general, la congruencia de la organización con los objetivos fijados, la planeación desarrollada, los programas y los recursos con se cuentan (Fleitman, 1997). Se estudian las decisiones tomadas por los directivos de la organización, buscando conocer si estas fueron favorables para la empresa, si fueron acordes con la búsqueda de los objetivos de la organización, y si le generaron beneficios a esta.

Para (Martínez Chavéz, 1998), la realización de un diagnóstico administrativo a una organización tiene principalmente dos fines:

- Servir de base para acciones concretas.
- Fundamentar las estrategias que se van a expresar en un práctica concreta, conforme a las necesidades y aspiraciones manifestadas por los propios interesados.

Debe servir de base para acciones concretas, ya que sus resultados permiten conocer cuáles han sido los errores que se han cometido en la gestión de la organización, de tal manera que estos puedan ser corregidos, diseñar nuevos planes y programas que permitan alcanzar de manera plausible los objetivos de la empresa, teniendo en cuenta los recursos con que esta cuenta.

El diagnóstico administrativo realizado en una empresa le debe permitir a la administración diseñar nuevas estrategias basadas en los resultados obtenidos, de forma que la organización sea más competitiva, garantizando su supervivencia y crecimiento en el largo plazo.

En el diagnóstico administrativo de una empresa, se debe realizar un análisis profundo de los resultados de la organización buscando conocer si la gestión realizada contribuyó a que mejorara el valor agregado de la empresa en el mercado.

También se debe hacer un análisis profundo de la dirección de la organización, de su estructura, de las estrategias utilizadas por esta para alcanzar los objetivos trazados, y de las competencias de los directivos. Se debe analizar la organización en forma completa, el tipo de organización y su estructura, teniendo en cuenta el grado de complejidad de esta. De igual manera, se debe analizar los sistemas de información utilizados por la empresa, sus métodos de planificación y control.

En el diagnóstico de la gestión comercial de una empresa, se busca determinar la posición de la organización en el mercado en que se desenvuelve y su grado de competitividad (Fleitman, 1997), su rentabilidad y posibilidades futuras, así como, la calidad de sus productos y servicios. Es decir, se analiza si la empresa satisface a sus diferentes tipos de clientes y fabrica los productos (presta los servicios) que mejor se adapten a las necesidades de estos. Según (Thibaut, 1994), “el objetivo del diagnóstico comercial consiste en asegurar:

- Que el contenido de la función se encuentre de acorde con los conocimientos, técnicas y métodos existentes según la actividad.
- Que los productos de la empresa sean competitivos mediante una correcta utilización de sus métodos y técnicas comerciales.”

Para (Fleitman, 1997) al realizar el diagnóstico de la Gestión comercial de una organización se debe estudiar:

- La planeación de las ventas.
- Los presupuestos de ventas.
- La organización de las ventas.
- La selección y capacitación del personal de ventas.
- Las estrategias de ventas.
- Los estudios de mercado.
- La imagen y aceptación en el mercado.
- El mercado potencial
- La calidad y precio de venta de los productos.
- Los precios y costos en relación con los competidores.
- La investigación y planeación de los productos.
- La publicidad y promoción
- La competencia.

El objetivo del diagnóstico comercial es conocer si la organización puede o no progresar proponiendo una nueva forma de organización y comercialización con innovación estratégica. La importancia de realizar un diagnóstico comercial radica en:

- Relevar toda la información existente a los efectos de trabajar con un mayor grado de certeza en la definición del plan comercial de la organización.
- Determinar las fortalezas y debilidades propias de la organización y del producto, a los efectos de diseñar una buena estrategia competitiva. Contar con elementos firmes que permitan trabajar con un cierto grado de certidumbre respecto a los objetivos comerciales planteados.
- Elaborar el plan comercial que al ser factible se convierte en una mayor probabilidad de éxito para la organización.

#### **5.1.1. Clases de diagnóstico.**

Existen diferentes clasificaciones de Diagnóstico, una de las más completa es la realizada por (Thibaut, 1994), el considera que el diagnóstico puede ser general, expreso (rápido) o específico.

Según (Fleitman, 1997), en el diagnóstico general se evalúa toda la empresa de manera integral, tanto los departamentos como los procesos de la organización, estudiando, analizando y evaluando las fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades de la empresa.

En general, con su realización se busca comprender el rendimiento pasado que tuvo la organización, delimitar las oportunidades y conocer las amenazas que presenta el ente económico dependiendo del entorno en que se desenvuelve.

El diagnóstico expreso se utiliza cuando se presenta un problema urgente y puntual que es necesario resolverlo rápidamente buscando evitar un problema

mayor. Para (Thibaut, 1994), este consiste en “crear unas medidas de gestión a corto plazo cuyos efectos sean inmediatos, además de algunas normas estructurales que no se resientan con el tiempo”.

El diagnóstico específico o funcional es el que se realiza sobre una función concreta como el diagnóstico de gestión administrativa, diagnóstico de gestión financiera, entre otros. Manifiesta (Thibaut, 1994) con su utilización se busca solucionar problemas de funcionamiento interno de la organización y a mejorar los rendimientos de la empresa, se puede realizar después del diagnóstico rápido.

Un diagnóstico integral realizado a una empresa, permite:

- Identificar las causas y la gravedad de los problemas a los que se enfrenta la organización.
- Determinar si la empresa está generando las utilidades que debiera con los recursos con que esta cuenta.
- Establecer si está haciendo una buena utilización de los recursos con que cuenta la organización para el desempeño de sus funciones y alcance de sus objetivos.
- Comprueba si los sistemas de registro incluyen la totalidad de las operaciones realizadas; si los métodos y procedimientos utilizados permiten confiar en la información financiera y operacional que de ellos emana y si reflejan adecuadamente tanto lo referente a la obtención y empleo de recursos como el cumplimiento de los objetivos y metas definidas por la dirección de la empresa.
- Determinar la calidad de las decisiones gerenciales, conocer y evaluar cuál ha sido el desempeño de la gerencia.

- Conocer si las ventajas de ventas de bienes y/o servicios de la organización está generando los resultados esperados, y si no, las causas por lo cual esto está sucediendo.

El diagnóstico expreso, es un paso previo para el diagnóstico funcional, consiste en determinar rápidamente la causa de la dificultad, dando soluciones urgentes que permitan soslayar el problema en forma rápida. En el caso particular del diagnóstico funcional, como se había mencionado anteriormente, este se realiza sobre una función específica de la organización, ya sea de la gestión financiera, de la gestión de mercado o de la gestión administrativa, entre otros.

### **5.1.2 El Cultivo de Cacao.**

Según las guías prácticas comerciales centro de (Comercio Internacional-Desarrollo de productos y mercados ,2001). El árbol del cacao se desarrolla mejor en las regiones tropicales, en la faja comprendida de entre 20° al norte y 20° al sur de la línea ecuatorial. La mayor parte de los cacaotales se hallan en una altitud inferior a 400 metros sobre el nivel del mar.

La temperatura ideal para su crecimiento está comprendida entre 18C y 32C. Para una producción óptima, el árbol debe estar protegido de la luz solar directa y de los vientos excesivos.

Manifiesta (PRO ECUADOR, 2014), el árbol del cacao puede crecer hasta alcanzar 10 metros de altura cuando está a la sombra de altos arboles forestales. El fruto, o mazorca, mide de 15cm a 25cm de largo y contiene de 30 a 40 semillas que se convierten en el grano de cacao después de ser fermentadas y secadas. Las mazorcas brotan del tronco principal y de las ramas de la copa. El cacaotal comienza a producir al cabo de cuatro a cinco años de haber sido plantado y puede seguir produciendo durante varios decenios.

Las variedades Criollo y Trinitario y algunos híbridos de la especie ecuatoriana “Nacional” producen lo que se conoce como cacao fino o de aroma. Según (PRO ECUADOR, 2014), este tipo de cacao, utilizado exclusivamente para los chocolates especializados o “gourmet”, ha perdido su importancia comercial en el último siglo hasta el punto de que las empresas comerciales han cesado de trabajar con él. El cacao fino o de aroma puede brindar, sin embargo, oportunidades interesantes, especialmente a los pequeños productores y comerciantes.

La mayoría de los cacaotales de Forastero plantados hoy en día son híbridos e varias variedades de forastero o un cruce de criollo y forastero. Se prefiere los híbridos por su mayor resistencia de enfermedades y porque rinden un tonelaje superior en hectáreas. Según (Centro de Comercio Internacional, 2001), las fincas de cacao cultivadas con el sistema tradicional de supervisión mínima pueden rendir normalmente de 300 kg. a 500 kg. Por hectárea al año y los nuevos híbridos cultivados comercialmente en condiciones agrícolas óptimas han llegado a producir hasta 2500 kg por hectárea.

Manifiesta (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, 2014), tradicionalmente se ha sostenido que el punto de origen de la domesticación del cacao se encontraba en Mesoamérica entre México, Guatemala y Honduras, donde su uso está atestiguado alrededor de 2,000 años antes de Cristo.

No obstante, estudios recientes demuestran que por lo menos una variedad de Theobroma Cacao tiene su punto de origen en la Alta Amazonía y que ha sido utilizada en la región por más de 5,000 años.

La cultura del cacao en Ecuador es antigua, se sabe que a la llegada de los españoles en la costa del Pacífico, ya se observaban grandes árboles de cacao que demostraban el conocimiento y la utilización de esta especie en la región costera, antes de la llegada de los europeos.

En el Ecuador actual se cultivan algunos tipos de cacao, pero la variedad conocida como NACIONAL es la más buscada entre los fabricantes de chocolate, por la calidad de sus granos y la finura de su aroma.

Sin embargo, la llegada de enfermedades severas como la monoliosis o la escoba de bruja, hace unos 100 años, engendró la introducción masiva de cacao extranjero, proveniente particularmente de Venezuela.

Estos cacaos se cruzaban con la variedad local, dando híbridos vigorosos y productivos, pero cuyos frutos tenían una calidad aromática menor que la original. Se pensó entonces que se debería poder encontrar los representantes de esta variedad ancestral, que se estaba paulatinamente perdiendo en el proceso de hibridación y poder así volver a recrear las variedades productivas con un gusto equivalente a la variedad nativa Nacional.

La hipótesis de la existencia de una variedad ancestral pudo ser verificada gracias al análisis de las colecciones antiguas de los diferentes cacaos del Iniap y de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (Uteq). Estas colecciones corresponden a los Árboles cultivados en toda la zona costera del Ecuador.

Mediante los métodos de análisis de ADN desarrollados por el Cirad, algunos Árboles fueron identificados como los ancestros probables de todo el Pool híbrido actualmente cultivado en Ecuador. Los estudios de paternidad confirmaron esta hipótesis.

Sin embargo, el origen del cacao Nacional era todavía desconocido, por lo que hubo que recurrir a nuevos análisis de ADN para buscar pistas entre las distintas variedades nativas. Existen poblaciones de cacao salvaje en toda la región amazónica, desde Colombia hasta la Guyana y Brasil.

Desde hace varias décadas se ha hecho la búsqueda de estos tipos en estado natural. El material vegetal producto de esta amplia prospección se conserva actualmente en varias colecciones locales e internacionales. El proyecto de investigación tuvo acceso a estos materiales y pudo efectuar la comparación de las huellas genéticas de ADN del material salvaje con los representantes de la variedad nativa Nacional.

Esta comparación permitirá demostrar el gran parentesco existente con algunos Árboles colectados hace más de 30 años en la región amazónica de Zamora Chinchipe, en el sur del Ecuador y los análisis de ADN volvieron a dar su veredicto.

A pesar de que en la actualidad su cultivo se encuentra más desarrollado en la región costera del Pacífico, la región oriental de Zamora Chinchipe resulta ser entonces el centro de origen de la domesticación probable de la variedad Nacional. Los intercambios entre sociedades amazónicas y costeras podrían explicar esta migración que parece ser muy antigua.

El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, al llegar a lo que hoy es Nicaragua durante su cuarto viaje.

Más de un milenio antes del Descubrimiento de América, las culturas Toltecas, Mayas y Aztecas ya lo cultivaban. Usaban el cacao como moneda, y para preparar una bebida deliciosa, el XOCOLAT, como descubría Hernán Cortés, cuando Moctezuma II organizaba banquetes en su honor. Pero por su sabor amargo, tardó casi un siglo en ser introducido en Europa y EMPLEADO para hacer una bebida.

Dominado por España, el negocio del cacao fue rentable a mediados del siglo XVI, lo que potenció el cultivo en lo que hoy es la costa ecuatoriana. En 1600 había ya pequeñas siembras a orillas del río Guayas. Este cacao tenía una fama especial por su calidad y aroma floral típico, proveniente de la variedad autóctona

que hoy llamamos Aroma Nacional o Sabor Arriba. En 1789, la Cédula Real obtiene la facultad de exportar el cacao desde Guayaquil, en lugar del Callao.

En las primeras décadas del siglo XIX, más del 50% de la producción de cacao se encontraba en Venezuela. En la década de 1820, los portugueses introducen la pepa de oro en Ghana y otros países del centro de África. En ese entonces, la tercera parte de la producción mundial de cacao era consumida por los españoles. Durante el mismo siglo, se empieza a extender el cultivo en Brasil.

A finales del siglo XIX, los suizos producen el primer chocolate en leche. Los chocolates suizos conquistan cantidades de premios en festivales internacionales, dando origen a la industria que conocemos hoy en día.

**El gran cacao.-** En 1830, se declara la fundación del Ecuador. Muchas familias adineradas dedican sus tierras a este producto, en haciendas denominadas Grandes Cacao. Ubicadas preferentemente en Vinces y otros cantones de Los Ríos, se hace una costumbre de alcurnia encargar a terceros la administración de estas haciendas para pasar largas temporadas en Europa. De ahí el mote de París Chiquito.

La producción se duplica hacia 1880 (15.000 TM), y de ahí se triplica por los ajaos 20 (40.000 TM). Durante la década de 1890, Ecuador es el mayor exportador mundial de cacao. Los primeros bancos del país se crean gracias a la base sólida que ofrece el cacao como motor económico nacional.

La década de 1920 es funesta. La aparición y expansión de las enfermedades Monilla y Escoba de la Bruja, reducen la producción al 30%. Sumado eso a la falta de medios de transporte y mercados internacionales como consecuencias de la Primera Guerra Mundial, el cacao y la economía ecuatoriana entran en un periodo de depresión e inestabilidad.

En la actualidad, la mayor parte del cacao ecuatoriano corresponde a una mezcla de Nacional y trinitario introducidos después de 1920 por considerarse más resistente a las enfermedades. Sin embargo, el sabor Arriba sigue permaneciendo ya que el Ecuador tiene las condiciones agro-climáticas para el desarrollo del cultivo.

### **5.1.3. Cacao Nacional**

El cacao fino de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor buscadas por los fabricantes de chocolate. Representada únicamente 5% de la producción mundial de cacao. Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de Cacao Arriba fino y de aroma (63% de la producción mundial) proveniente de la variedad Nacional cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional.

Manifiesta (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, 2014), este tipo de grano es utilizado en todos los chocolates refinados. Sin embargo, los que muchos no saben que el chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que el cacao tiene. Este es el tipo de cacao que promueve Anecacao.

### **5.1.4. Cacao de Exportación**

El Ecuador exporta cacao en tres diferentes formas, que se refieren a etapas distintas de elaboración: Grano de cacao, Semi-elaborado y Producto Terminado.

**Granos.-** Los granos o almendras se encuentran dentro de la mazorca del cacao y constituyen la materia prima para la elaboración de todo tipo de chocolates. En Ecuador existen sobre todo dos variedades en cacao: Sabor Arriba y CCN51.

- **Sabor arriba:** También conocido como Fino y de Aroma. Es el producto tradicional y emblemático del Ecuador. Por sus fragancias y sabores frutales y florales, se volvió famoso entre los extranjeros y como a poco lo fueron llamando Cacao Arriba. Por su organoleptica tiene un valor agregado que es reconocido por la industria de la confitería.
- **CCN-51:** Los frutos tienen una coloración rojiza en su estado de desarrollo y en su madurez. Contienen grandes cantidades de grasa, por lo que define sus propios nichos de mercados.

Es una variedad que se caracteriza por su capacidad productiva, siendo esta cuatro veces mayor a las clásicas producciones y a su vez por ser resistente a las enfermedades.

**Semielaborados.-** Se refiere al caco en una etapa de industrialización. Se separan las fases sólidas de las líquidas, obteniendo productos que serán utilizados para la fabricación de chocolates y derivados.

- **Licor:** Es una pasta fluida que se obtiene del cacao a partir del proceso en molienda. Se utilizara como materia prima en la producción de chocolates y de algunas bebidas alcohólicas.
- **Manteca:** Es la materia grasa del caco. Se conoce también como aceite de teobroma. Es usada también en la producción de cosméticos y farmacéuticos.
- **Torta:** Es la fase sólida del licor del cacao. Se utiliza en la elaboración de chocolates.
- **Polvo:** La torta puede ser pulverizada y convertirse en polvo de cacao, utilizado para la elaboración de bebidas de chocolate.

**Elaborados.-** Es el cacao tras un proceso de industrialización o elaboración artesanal. Por lo general, se refiere al chocolate, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, el polvo, relleno, baños y un sinfín de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos.

El consumo de chocolate es asociado con una serie de beneficios para la salud. Estudios demuestran que favorece al sistema circulatorio, y que también tiene otros buenos efectos: anticanceroso, estimulador cerebral, antitusígeno, antidiarreico y efectos afrodisiacos.

#### **5.1.5. Los auges y crisis del cacao.**

La producción mundial del cacao durante el siglo XX es la siguiente:

1. El gran aumento experimentado en ese período no ha seguido un ritmo constante, sino que se ha caracterizado por etapas de estancamiento relativo y por otras de fuerte expansión.

Los países productores han tendido a experimentar espectaculares aumentos de producción en períodos relativamente cortos. Por lo general, las épocas de auge desembocan en períodos de cosechas bastante estables, seguidos a su vez por etapas de decadencia y crisis, a veces graduales y a veces muy pronunciadas. La progresión entre épocas de auge y de crisis se conoce como “el ciclo cacaotero”.

Históricamente, las épocas de auge del cacao impusieron cambios en los centros geográficos de producción mundial. Partiendo de sus orígenes en América Central, el desarrollo temprano del cacao como producto básico internacional coincidió inicialmente con un traslado de la producción hacia Sudamérica (particularmente Venezuela y el Ecuador) y hasta cierto punto hacia las islas de las Antillas.

La fabricación industrial del chocolate a principios del siglo XX y su consiguiente popularidad como artículo de consumo (especialmente en Europa y otras partes del hemisferio norte) se alimentó principalmente con el auge del cacao en Ghana. Pese a que la producción del Brasil aumentó firmemente durante ese período, el principal desencadenante para trasladar la producción de América Latina a África Occidental fue el fenómeno de Ghana.

Tras un período de estancamiento relativo en el decenio de 1970, hubo un aumento sostenido de la producción mundial. El principal motor fue esta vez Côte d'Ivoire que reemplazó a Ghana como mayor productor mundial, a medida que la producción de ese país entraba en una etapa recesiva.

Al mismo tiempo que se producía este cambio dentro de África, comenzaba a aumentar la producción en Asia Sudoriental. Posteriormente, esta región ha alcanzado al menos la misma importancia que América Latina.

#### **5.1.6. La importancia económica del cacao.**

El cultivo de cacao puede beneficiar la estructura social de un país y su economía. El cacao requiere superficies relativamente grandes para que su cultivo sea económico, por lo que se trata de una actividad casi enteramente rural. Por su propia naturaleza, el cacao aporta ingresos y un determinado nivel de vida a las comunidades rurales, contribuyendo así a prevenir la migración a zonas urbanas y los problemas de desempleo y peor calidad de vida que este fenómeno acarrea.

En algunos lugares del mundo el cacao tiene poca importancia en la economía nacional del país, pero una trascendencia a veces muy destacada en la región donde se produce. Por ejemplo en el Brasil, que durante gran parte del siglo pasado fue uno de los productores más importantes del mundo, la contribución del cacao a la renta nacional ha sido siempre relativamente pequeña. Sin embargo, en

el Estado de Bahía, donde se cultiva la mayoría del cacao del Brasil, la producción de cacao ha sido siempre una actividad económica principal.

En cambio en un país pequeño, el cacao puede constituir el principal sostén de la economía nacional. Este es el caso de Santo Tomé y Príncipe, el estado formado por dos islas en la costa de África Occidental. Su producción anual no repercutirá en el consumo y la demanda mundial, sin embargo el destino de su economía nacional depende de los principales productores y consumidores de otros lugares, cuyas actividades decidirán, a la larga, el nivel de los precios.

Una serie de países productores, entre ellos Côte d'Ivoire, Nigeria y el Brasil, optaron por incrementar los ingresos de la exportación de cacao creando instalaciones de tratamiento de grano crudo para su transformación en productos semielaborados y, en algunos casos, en productos finales. Esto parece, a primera vista, una evolución lógica para los productores de materias básicas puesto que, en principio, la elaboración local debería tener por efecto añadir valor a la materia exportada. Pero en el caso del cacao, el tema plantearía dificultades intrínsecas.

#### **5.1.7. Comercialización**

La comercialización según (Guamán, 2007), es un proceso que abarca tanto la planificación y la gestión de la producción, para llevarla al destino donde lo requiere el mercado objetivo, por tanto, debe contemplar las cantidades suficientes para satisfacer la demanda y para generar un margen de utilidad razonable cliente.

Es posible asociar la comercialización a la distribución, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo.

Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas en el mercado por una organización o persona naturales, con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean satisfaciendo sus necesidades.

Ramas de la comercialización se muestra de la siguiente manera:

**Macro-Comercialización.-** Para (Guamán, 2007) constituye un proceso socioeconómico que orienta un flujo de bienes y servicios de una economía desde los productores hasta los consumidores en una forma que haga corresponder de una manera efectiva las heterogéneas capacidades de la oferta con una demanda heterogénea y que cumpla a la vez los objetivos a corto y a largo plazo de la sociedad.

Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. Manifiesta (Uribe Ruiz, 2008), proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

La Macro-comercialización se ocupa de los flujos de los bienes y servicios que satisfacen las necesidades desde el productor hasta el consumidor pero siempre tomando en cuenta que no todos ellos comparten los mismos objetivos, recursos y aptitudes, es decir la macro-comercialización consiste en hacer corresponder de una manera efectiva este proceso de oferta y demanda de carácter igualitaria.

**Micro – Comercialización.-** Expresa (Guamán, 2007) que es la realización de aquellas actividades que tratan de lograr los objetivos de una organización

anticipándose a las necesidades del cliente y orientando un flujo de bienes y servicios que satisfacen necesidades del producto al cliente.

Para (Uribe Ruiz, 2008), la micro-comercialización es la realización de las actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades, se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro.

Se puede decir que la microeconomía es un conjunto de actividades que se anticipa a las necesidades del cliente y que orienta un flujo de bienes y servicios que satisfacen las necesidades de organizaciones con o sin fines de lucro, organismos estatales o incluso naciones extranjeras.

Para (López, 2007), existen canales de comercialización el cual es un conjunto de circuito a través de los cuales se establece la relación entre producción y consumo, a efectos de hacer disponibles los bienes para los consumidores, mediante la articulación de los distintos flujos de comercialización: de bienes, informativos, financieros.

Canal de comercialización es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran.

Se establece que los canales de comercialización son de vital importancia para el empresario, productor en la cadena productiva de distribución su los productos el mismo que debe tomar en cuenta los diferentes canales para que el bien llegue en buen estado al consumidor final.

Manifiesta (López, 2007) que canal directo es cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al

cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios.

Establece (Navas, 2009), canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante a los Consumidores): Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario”

Los canales directos de la comercialización son las ventas de los productos directamente del productor al consumidor sin utilizar a terceras personas y el producto lleva en mejores condiciones y bajos precios al lugar donde va hacer comercializado.

Para (Petty, 2008), los canales indirectos incluyen uno, dos o tres niveles de de intermediación, sean los más que usan las pequeñas empresas que fabrican productos y tienen mercados grandes desde un punto de vista geográfico, es importante señalar que las empresas pequeñas utilizan más este canal de distribución.

Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto”

Los canales indirectos consisten en que los productores venden sus productos a los intermediarios, quienes posteriormente los venderán al consumidor final o en todo caso a otros intermediarios, luego al consumidor para satisfacer sus necesidades.

La gestión de los recursos financieros de una organización es una función crítica, ya que junto con los recursos humanos, proporciona los principales insumos con los cuales una organización elabora sus productos y servicios. La buena gestión del presupuesto, el mantenimiento de registros financieros y la declaración de datos son esenciales para el funcionamiento general de la organización.

La gestión financiera está íntimamente relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la financiación y a la política de dividendos enfocándose en dos factores primordiales como la maximización del beneficio y la maximización de la riqueza, para lograr estos objetivos una de las herramientas más utilizadas para que la gestión financiera sea realmente eficaz es el control de gestión, que garantiza en un alto grado la consecución de las metas fijadas por los creadores, responsables y ejecutores del plan financiero.

Cuando se realiza el diagnóstico de la Gestión Financiera de una organización, se evalúa la situación financiera de la empresa. Se analizan los estados financieros, las fuentes de los recursos, las aplicaciones de fondo; las decisiones de financiamiento, las de inversión, la política de dividendos, la estructura financiera de la empresa, la estructura de capital de la organización; se hace un estudio de la rentabilidad de la organización, de su nivel de endeudamiento y de la liquidez de la empresa.

Para (Ortiz Gómez, 1995), el diagnóstico financiero “debe practicarse con base en el previo conocimiento de las capacidades empresariales, las variables exógenas no controlables por la gerencia y las políticas establecidas por la dirección para evaluar el alcance de los objetivos fabriles, mercantiles y financieros”

En general, con el diagnóstico de la Gestión Financiera de la organización se busca medir la capacidad de generar utilidades de la empresa, así como, el nivel

de la estabilidad financiera de esta y su capacidad de cancelar sus obligaciones a corto y largo plazo.

Para (Thibaut, 1994), el diagnóstico de la Gestión Financiera tiene como propósito asegurar que la organización:

- Disponga (o este organizada para contar de forma permanente) con unos medios financieros suficientes que aseguren su perpetuidad y desarrollo.
- Integre de forma correcta el elemento financiero en su proceso de formulación estratégica

El diagnóstico de la gestión financiera de la organización permite a la gerencia medir el progreso comparando los resultados alcanzados con las operaciones planeadas y los controles aplicados, además informa sobre la capacidad de endeudamiento, su rentabilidad y su fortaleza o debilidad financiera, esto facilita el análisis de la situación economía de la empresa para la toma de decisiones.

En la historia contemporánea las organizaciones han presentado un notable crecimiento, es innegable su cada vez más preponderante participación en la economía mundial, su influencia en esta, cada día alcanzan mayor magnitud y complejidad, lo cual realza de importancia su estudio. Estas están en una amplia gama de actividades humanas, pueden clasificarse en públicas o privadas, con fines de lucro o sin ánimo de lucro, gubernamentales o no gubernamentales, etc.

Existen diferentes definiciones de organización:

Para Carlos Eduardo Martínez Fajardo “las organizaciones son sistemas sociales que producen bienes o servicios, están orientadas por una racionalidad social, poseen un subsistema administrativo o de gestión, una estructura, unos recursos y se encuentran delimitadas por una estructura socioeconómica específica”. una

organización “es una agrupación deliberada de personas para el logro de algún propósito específico, en una entidad que tiene un propósito distintivo, cuenta con personas y tiene una estructura deliberada de algún tipo”.

Para (Stoner, 1998), una organización son “dos o más personas que trabajan juntas, de manera estructurada, para alcanzar una meta o una serie de metas específicas”

Según Bernardo (Kliksberg, 1975), una organización es una institución social en la cual sus integrantes realizan una serie de actividades, cuenta con una estructura relativamente estable en el tiempo y tiende hacia determinados fines. Para (Kliksberg, 1975), toda organización está fuertemente influenciada por el entorno en que se desenvuelve, por las características sociales, culturales, políticas, económicas, etc., del medio en donde existe.

Para (Morin, 1990), la organización es “la disposición de relaciones entre componentes o individuos que produce una unidad compleja o sistema, dotado de cualidades desconocidas en el nivel de los componentes o individuos”. Es decir, la organización implica una serie de relaciones entre personas, las cuales al relacionarse crean un clima organizacional particular para la organización, el cual le permite desenvolverse en el mercado.

La organización para (Morin, 1990), permite relacionarse a diferentes individuos con disímiles capacidades intelectuales, desiguales niveles de conocimiento y heterogéneos atributos personales creando un todo expresado en un sistema o unidad compleja. Las relaciones entre las personas dentro de la organización permiten que esta se auto-organice, se auto-mantenga, se auto-repare y se auto-desarrolle.

Siempre que se estudia una organización, se debe tener en cuenta el tipo de empresa a la cual pertenece. Para (Zea, 2004), una empresa es una “Interacción

conversacional de un grupo de personas entre sí o con otros, y que en su interactuar conversacional transforman y crean cosas”, es decir, las personas al relacionarse en el entorno laboral en que se desenvuelven van creando relaciones que les permiten mantener en funcionamiento a la organización, se coordinan, creando un particular clima organizacional para la empresa, el cual dependiendo de lo cerrado o no de las relaciones creadas permitirán que la empresa no solo se mantenga en el mercado, sino que crezca en el largo plazo y de esta manera aumente el valor de la empresa creando riqueza para sus propietarios y manteniendo el empleo a sus trabajadores.

Una empresa dependiendo de si persigue o no, la distribución de excedentes (utilidades) puede ser con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro. En general, se puede considerar una empresa como una organización en la cual interactúan personas en sus diferentes departamentos o áreas funcionales buscando, a través, de la gestión de sus recursos generar los suficientes beneficios económicos para mantenerse en el mercado en el corto plazo, a la vez, que se busca maximizar la riqueza de los propietarios en el largo plazo.

Las organizaciones, como se observa en las definiciones anteriores, presentan una fuerte interacción social, su éxito o fracaso depende de la relación social particular que se dé entre sus miembros en la búsqueda de su fin común.

## **5.2 ECONOMÍA LOCAL**

Etimológicamente la palabra “Economía” procede de dos vocablos griegos: Oikía, que significa “casa”, y Nomía, que significa “costumbre” o “norma”. Etimológicamente, por tanto, podría traducirse por “administración a la casa”.

Marshall. A (1842-1924) la definió con estas palabras: “Es el estudio de la humanidad en los quehaceres ordinarios de la vida”. A veces se la define, como “Ciencia social de la conducta humana en la realización de los negocios”.

Según (ECONOMIALOCAL, 2015), no existe una única interpretación del concepto de desarrollo económico local, aquí se presentan las siguientes definiciones que ayudan a entender sus aspectos principales. Por ejemplo: “El desarrollo económico local es aquel proceso reactivador y dinamizador de la economía local, que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes de una determinada zona, es capaz de estimular el crecimiento económico, crear EMPLEO y mejorar la calidad de vida” (Manual de Desarrollo Local, ILPES, 1998)

“Es un proceso participativo y equitativo que promueve el aprovechamiento sostenible de los recursos locales y externos, en el cual se articulan los actores clave del territorio para generar EMPLEO, ingresos para mejorar la calidad de vida de la población”

“Se puede definir el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno” (Vásquez Barquero, 2000)

La economía se puede enmarcarse dentro del grupo de ciencias sociales ya que se dedica al estudio de los procedimientos productivos y de intercambio, y al análisis del consumo de bienes (productos) y servicios. El vocablo proviene del griego y significa “administración de una casa o familia”.

En 1932, el británico Lionel Robbins aportó otra definición sobre la ciencia económica, al considerarla como la rama que analiza cómo los seres humanos satisfacen sus necesidades ilimitadas con recursos escasos que tienen diferentes usos. Cuando un hombre decide utilizar un recurso para la producción de cierto bien o servicio, asume el coste de no poder usarlo para la producción de otro

distinto. A esto se lo denomina coste de oportunidad. La función de la economía es aportar criterios racionales para que la asignación de recursos sea lo más eficiente posible.

A grandes rasgos, pueden mencionarse dos corrientes filosóficas respecto a la economía. Cuando el estudio refiere a postulados que pueden verificarse, se trata de economía positiva. En cambio, cuando toma en cuenta afirmaciones que se basan en juicios de valor que no pueden comprobarse, se habla de economía normativa.

Para el alemán Karl Marx, la economía es la disciplina científica que analiza las relaciones de producción que se dan en el seno de la sociedad. Basándose en el materialismo histórico, Marx estudia el concepto del valor-trabajo que postula que el valor tiene su origen objetivo según la cantidad de trabajo necesaria para obtener un bien.

Hay que destacar que existen numerosas escuelas del pensamiento económico, que presentan diferentes enfoques de análisis. El mercantilismo, el monetarismo, el marxismo y el keynesianismo son algunos de ellos.

La palabra economía tiene muchos usos que permiten vincularla con diferentes aspectos de los intercambios comerciales o las relaciones de oferta-demanda que existen. Algunas de estas acepciones son:

Economía sostenible, también conocida como desarrollo sostenible, es un nuevo término que se ha puesto de moda en los últimos años y que encierra un proyecto de vida social basado en la reutilización de la materia prima para fines diversos. Se trata de cambiar el proceso de productividad en base a una economía basada en el cuidado del medio ambiente y en la mejora de la calidad de vida de una sociedad. Básicamente se busca satisfacer las necesidades de las generaciones que

se hallan viviendo en un determinado espacio temporal sin poner en riesgo la subsistencia o las posibilidades económicas de las futuras generaciones.

Economía empresarial es la forma en la que una organización, puede manejar sus recursos y servicios, ofreciendo una visión competitiva frente al mercado. Se vale de varias disciplinas científicas que permiten llevar a cabo dicha labor. Es una forma de aplicar economía en el ámbito de una empresa y deben tenerse en cuenta para su buen funcionamiento valores externos como índices de la bolsa, demanda de mercado y otras variables.

Economía natural como lo define el biólogo M.T. Ghiselin, es el estudio de las consecuencias que la escasez causa en los seres vivos. Proponiendo un análisis profundo sobre las acciones humanas y sus efectos secundarios en el medio ambiente.

Economía política es el estudio de los comportamientos humanos, examinados dentro de un contexto jurídico característico. La economía política se relaciona con la economía natural en cuanto a que las acciones humanas, su economía política puede afectar el entorno natural, de forma positiva o negativa, la interacción de los seres vivos con el medio lo modifica siempre.

Economía mixta es un sistema de intercambio comercial que no es totalmente libre, donde el estado se encarga de pautar ciertas normas que posibiliten una equilibrada distribución de las ganancias entre los diferentes comerciantes de ese sistema económico.

La Economía de mercado es un sistema social donde los factores que influyen son la división del empleo, de los bienes y servicios y la interacción entre los entes que componen una sociedad. Se trata de un sistema libre de precios fijados por la demanda y la oferta. Es un sistema económico absolutamente libre, donde los que

intervienen en el ejercicio de compra-venta pautan las condiciones. No existe hoy en día ningún país donde la libertad comercial sea absoluta.

En los siglos XV y XVI la economía comenzó a constituirse como disciplina específica del quehacer científico que estudiaba como una Sociedad se organizaba para producir, distribuir los frutos de la producción y consumirlos.

Esa disciplina fue la Economía Política, la que no sólo intentaba comprender por qué los hechos económicos eran de determinada forma, sino que además definir las medidas adecuadas para lograr el bienestar de una Sociedad.

El éxito de esta disciplina científica y sus herramientas fue notable, hasta el punto que en una parte importante de las bases del pensamiento económico (como en la Teoría Neoclásica) no ha sufrido grandes modificaciones. Tal vez sólo Keynes y sus seguidores y más recientemente Nash sean de las pocas escuelas que han cuestionado la racionalidad neoclásica.

### **5.2.1 Clasificación de la Economía**

***Economía Teórica.*** Se la califica como “Teoría Económica”; investiga, formula e interpreta los fundamentos y las condiciones de la conducta humana referida a los recursos crematísticos. Es la Economía “pura”. Se dice que interpreta, porque es la función propia y fundamental de las ciencias sociales, a diferencia de las ciencias naturales, que explican. Su nivel de abstracción es grande, pues sin él no podrían establecerse teóricamente, ni sistemas o corrientes. Las “escuelas” se diferencian unas de otras por su fase teórica.

***Economía Aplicada.*** Analiza situaciones dadas y concretas, en diversos sectores de conducta económica e inventa métodos para describir esas situaciones peculiares. Descienden del nivel abstracto hacia el práctico e investiga la

influencia de lo económico en los individuos, los grupos, las instituciones y las sociedades.

***Economía Matemática o Econometría.*** Fue creada por A. Cournot (1838) y su objetivo es descubrir estadísticos e indicadores o fórmulas matemáticas, que cuantifiquen las variables económicas. En pocas palabras es la Economía que incorpora y emplea la Estadística. (Fischer, 1990), la concibe así: “Es la rama de la Economía que desarrolla y utiliza métodos estadísticos para medir la relaciones entre las variables económicas”

La Econometría según (OCDE, 1965), usa ecuaciones, cuyo conjunto origina modules econométricos aplicables a la planificación, al análisis y a la valoración de los proyectos, a las demandas y previsiones, etc.

***Economía Positiva.*** Manifiesta (Fischer, 1990), busca aplicaciones objetivas o científicas del funcionamiento de la Economía y se ocupa de lo que es o podría ser.

***Economía Normativa.*** Prescribe, mediante juicios personales axiológicos; y opina y especula sobre que debería ser.

***Macroeconomía.*** Estudia la administración de los recursos crematísticos dentro de la sociedad, prescindiendo de sectores o instituciones concretas; se interesa únicamente por las relaciones e incidencias entre la sociedad y la administración del dinero y de los recursos financieros; determina los grandes principios, las reglas generales y universales y cuanto, de modo general, afecta a los movimientos propios de su objeto.

***Microeconomía.*** En contraposición a lo anterior, investiga las conductas de las empresas, de las economías domésticas y de otras unidades/ instituciones económicas.

### 5.2.2 La Economía y su Relación Multidisciplinaria.

La Economía, considerada dentro del campo de estudio de las ciencias sociales, estudia las actividades de los hombres que viven en sociedad siempre y cuando dichas actividades estén aplicadas a la obtención de bienes y servicios y estos estén dirigidos a satisfacer necesidades materiales.

Por lo tanto, la Economía como ciencia social se ocupa de las actividades de la conducta humana orientadas a la satisfacción de las necesidades con medios escasos. Según (Zorrilla Arena, 2004), importantes relaciones que la Economía tiene con otras disciplinas sociales.

- **Economía y Sociología.-** Cada sociedad diversificada en el tiempo, en el espacio y en la naturaleza de la psicología humana, tiene un régimen económico propio. La creación de la riqueza y del trabajo, son los elementos que dan origen, sustancialmente, a distintos tipos de sociedades.

La economía está presente e íntimamente unida a todos los aspectos de la evolución social, por lo que se considera como uno de los signos fundamentales de la estructura social. Es imposible estudiar a la Economía sin estudiar sus estrechas relaciones.

- **Economía y Derecho.-** Los anexos de la Economía con el Derecho son múltiples. Si se revisa sus relaciones, en forma general se debe considerar que todo sistema jurídico dado en una sociedad determinada, delimita la actuación legal del individuo o de los grupos para obrar económicamente. Si se lo toma en forma concreta, las relaciones de la Economía con el Derecho dan lugar a disposiciones legales mayormente delimitadas por la legislación civil o mercantil.

En otras palabras, la actividad económica funciona tanto dentro del mundo físico como dentro de las condiciones impuestas en el Derecho. Estas condiciones se reflejan en las leyes. Dentro del ámbito Economía-Derecho, la ley la actuación del hombre, gobierna y forma su conducta ejerciendo una influencia modificadora sobre los hechos económicos.

- ***Economía y Administración.-*** La Economía influye en la Administración partiendo de lineamientos generales que se dan en los marcos macro y microeconómico. Formula consideraciones de oferta y demanda, relacionándolas con los ingresos y los costos de las empresas, buscando en todo ello la maximización del beneficio. La economía y la Administración, analizan conjuntamente las políticas monetarias, crediticias y bancarias y toman en cuenta la inversión extranjera y el comercio internacional.
- ***Economía y Psicología.-*** Si en alguna forma puede ser fácil el estudio de las relaciones entre la Economía y la Sociología, al entrar al campo de las características puramente individuales, resulta bastante complicado y difícil estudiar al hombre en sus actos aislados.

La Psicología lleva al conocimiento del individuo y al estudio del porqué reacciona de determinada manera ante ciertos estímulos. Es decir, para que la Economía estudie el comportamiento del hombre, necesita conocer cómo actúa para satisfacer ciertos objetivos con preferencia a otros.

La Economía utiliza modelos, en los que maneja, con diversas variables, la respuesta que puede darse a las reacciones cambiantes del hombre frente a los estímulos económicos. Es compleja la relación entre la Economía y la Psicología; el estudio deberá tener gran cuidado para emitir sugerencias u opiniones respecto del comportamiento.

- **Economía e Historia.-** La historia tiene estrechos nexos con la Economía. A tal grado es la importancia de estas relaciones, que pueden resumirse señalando que la historia de las sociedades se concreta a la historia de sus luchas económicas.
- **Economía y los Métodos cuantitativos.-** La Economía se interesa por las cualidades. El lenguaje, los métodos y las técnicas matemáticas son de gran utilidad para la Economía. Derivada de estas combinaciones nació la Econometría. También la Estadística tiene un papel importante en los estudios de la Economía ya que permite realizar experimentos controlados sin dañar a toda una población.

### **5.2.3. Importancia de la economía.**

El estudio de la Ciencia Económica es de vital importancia para la Sociedad contemporánea ya que si se logra entender cómo funciona la economía de una Sociedad determinada se da el primer paso para mejorar las condiciones de vida de la población.

De aquí que una reflexión sobre los supuestos y fundamentos en que descansa la teoría económica es crucial para contar con el instrumental de análisis más apropiado para comprender el fenómeno económico.

En este apartado hemos seleccionado material que aporta interesantes reflexiones sobre esta temática.

### **5.2.4. Ventajas de la economía local.**

Las economías locales obtienen beneficios distintos de la actividad de las pequeñas empresas locales. Las pequeñas empresas, a su vez, pueden obtener ventajas competitivas mediante el empleo de un enfoque local en el servicio y las

actividades de marketing. Según (Ingram & Demand, 2015), los principales beneficios de las empresas en la economía local incluyen un aumento en el empleo y los ingresos discrecionales en la comunidad, aumentan los ingresos fiscales para los gobiernos locales y una base de clientes leales a las empresas.

**Empleo local.-** Una de las ventajas más personales de las empresas en la economía local es el aumento en el empleo en la región. Los niveles de empleo influyen una serie de otras medidas de estándar de vida, tales como la renta disponible, las tasas de ejecuciones hipotecarias y los nuevos emprendimientos de pequeñas empresas. El empleo de personas en la comunidad local puede estimular la publicidad boca-a-boca para una empresa, suponiendo que la empresa trata a sus empleados lo suficientemente bien como para conseguir menciones positivas.

**Ingreso de impuestos local.-** Las empresas pagan una parte importante de todos los impuestos en los Estados Unidos, incluyendo impuesto a la renta, impuesto sobre la propiedad y el impuesto al empleo. Tener más empresas en la economía local puede aumentar los ingresos fiscales para los gobiernos locales, por lo que habrá más dinero para reparar los caminos, agrandar las escuelas y mejorar los servicios públicos.

**Acceso a servicios.-** Junto con el aumento de nivel de vida inherente a aumentar el empleo local, la presencia de muchos tipos de negocios pueden elevar el nivel de vida aún más al proporcionar una gama más amplia de servicios y comodidades en el área local. La adición de una sala de cine a un pequeño pueblo, por ejemplo, puede agregar una opción de entretenimiento para los residentes locales, mientras que trae el dinero de las comunidades periféricas.

**Ventajas políticas.-** Las empresas con fuertes lazos con la comunidad local pueden dar una mano en las acciones políticas centradas en la comunidad. Las empresas pueden ayudar a financiar y organizar campañas de cabildeo, cartas y otras actividades políticas para influir en los legisladores en temas que afectan a la

comunidad local. Una empresa local puede ayudar a convencer a un candidato presidencial para hacer un discurso de campaña en la ciudad, por ejemplo, a través de contribuciones de campaña de tamaño considerable.

**Cientes leales.-** Las empresas con un enfoque local tienen la ventaja de cultivar una base de clientes leales, especialmente cuando sus servicios no se ven amenazados por las grandes tiendas cadena. Si bien esto puede no influir en el crecimiento de la empresa, garantiza un cierto nivel de sostenibilidad financiera, y ayuda a asegurar que la empresa mantenga una reputación positiva en al menos una región.

#### **5.2.5. Economía Local vs Economía Global**

Aunque podemos destacar numerosas escalas que permite analizar la actividad económica, los dos que vamos a enfocar son la economía local y la economía global.

Si estamos estudiando la economía local, estamos buscando a la producción, distribución y consumo que se producen dentro de una comunidad local.

El tamaño de una comunidad local puede ser tan pequeña como un vecindario o tan grande como una ciudad - no se puede negar que las actividades que estamos buscando en general se concentran en un área geográfica particular.

Como resultado, el análisis de las economías locales a menudo se centra en las pequeñas empresas y las transacciones que se producen con una comunidad.

Aunque las economías locales pueden servir como punto de análisis, también puede ser un punto de énfasis para los partidarios de la actividad económica local.

Algunos investigadores y activistas argumentan que el apoyo a la economía local es importante para el desarrollo económico y el bienestar social de los habitantes de la comunidad.

Ellos argumentan que las pequeñas empresas son más beneficiosas que las grandes empresas debido a su enfoque más sensible en las comunidades en las que se encuentren.

Ponen de relieve cómo las pequeñas empresas devuelven la prosperidad a la comunidad a través de locales, impuestos y salarios individuales.

Además, las pequeñas empresas son más proclives a apoyar el bienestar de las comunidades, ya que están más integrados en la vida de los residentes locales.

Sin embargo, los críticos argumentan que el exceso de énfasis en las economías locales puede dificultar la integración en la economía global más grande y puede hacer que grandes corporaciones sean menos probable que se establezcan en una determinada localidad.

La economía global es un concepto muy grande para discutir y demasiado grande para discutir en detalle en este tema.

De hecho, libros enteros se han dedicado al análisis de la economía global.

A continuación se ofrece una breve reseña de los procesos económicos sucediendo a nivel mundial.

Como ya se ha discutido en varios temas previamente, el siglo XX vio la aparición de las grandes corporaciones multinacionales como actores principales en el desarrollo económico de los países.

Algunas empresas han llegado a ser tan grandes que sus propias economías rivalizan con las de los países: de las 100 mayores entidades económicas en la actualidad en el mundo, 51 son ahora corporaciones, mientras que 49 son países.

Es evidente que las empresas manejan grandes cantidades de energía.

Sin embargo, muchas personas podrían argumentar que el poder exorbitante de las grandes empresas no beneficia significativamente a la mayoría de la población mundial.

Puesto que las empresas siempre están buscando lograr un beneficio, que no siempre tienen los mejores intereses de los ciudadanos en el corazón.

Un tema que llegó a la prominencia cada vez mayor en las últimas décadas es la creciente privatización del agua.

Las empresas multinacionales como Suez y Veolia han sido criticados por hacerse cargo de la provisión de agua en los países en desarrollo (tales como Sudáfrica, Colombia, etc) y hace que aumenten las tasas que los consumidores deben pagar por el agua.

Muchos podrían argumentar que un derecho básico como el agua no debe estar en manos de empresas privadas, ya que las empresas sólo buscan beneficios y no proveer de agua a las personas que no pueden pagar.

La privatización del agua es sólo una cuestión, pero hay otros casos en donde sin duda numerosas empresas multinacionales han ejercido grandes cantidades de energía para cumplir con sus objetivos de generación de beneficios a costa de los ciudadanos locales.

Y ciertamente también están los problemas ambientales que genera la economía global, que se han discutido en detalle con anterioridad.

Es el resultado del creciente poder de las corporaciones multinacionales y los gobiernos poderosos que las protestas y activismo social han surgido en todo el mundo.

Una de las protestas más famosa fue la protesta de Seattle en 1999, también llamada “Batalla de Seattle”, debido a la naturaleza violenta de los enfrentamientos entre manifestantes y la policía.

Es evidente que personas de todo el mundo se están volviendo cada vez más insatisfecho con el increíble poder ejercido por las corporaciones multinacionales y las “elites mundiales”.

Algunos incluso llaman a una “re-localización” de esfuerzos, para dar más poder a las comunidades locales sobre los asuntos que les afectan individualmente.

A pesar de que muchas soluciones se han propuesto para todos los problemas del mundo, es probable que no exista una “sola” una solución para arreglar todo.

## **CAPÍTULO II**

### **6. HIPÓTESIS**

La comercialización del cacao incide en la economía local del cantón Chone durante el cuatro trimestre del 2014.

#### **6.1 VARIABLES**

##### **6.1.1 Variable Independiente:**

La comercialización del cacao

##### **6.1.2 Variable Dependiente:**

Economía local

##### **6.1.3 Término de Relación:**

Incide

## CAPÍTULO III

### 7. MARCO METODOLÓGICO

#### 7.1 Tipos de Investigación.

Para llevar a cabo la presente investigación, se hizo uso de investigación de **campo**, ya que se acudió al lugar de los hechos, como algunos comercios del Cantón Chone, para diagnosticar la comercialización del cacao. Además se empleó la investigación **bibliográfica**, ya que se tomó información de libros, también se hará uso de la investigación **analítica**, porque se realizó para efectuar el planteamiento del problema de contextualización, el análisis del marco teórico, igualmente en el análisis de los resultados.

#### 7.2 Niveles de investigación.

En esta investigación, los niveles que se aplicaron fueron, el **descriptivo**, permitió realizar una descripción de la problemática presentada a nivel mundial, regional y local. La investigación **cuantitativa**, sirvió en este estudio al permitir conocer los resultados al aplicar las técnicas de recolección de información como la entrevista y la encuesta.

#### 7.3 Métodos.

Para desarrollar la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

**Deductivo.-** Se utilizó para el desarrollo de la problemática en los varios contextos. Se pretendió conocer la problemática más amplia a nivel mundial y enfocándose a nivel local, ya que la temática es de gran relevancia en el cantón Chone.

**Inductivo.-** Para el conocimiento en el planteamiento de las preguntas en relación a los instrumentos que se utilizaron, en el caso de los instrumentos de recolección de información se aplicaron la entrevista y la encuesta a los comerciantes de cacao en el cantón Chone.

**Sintético.-** Se aplicó para realizar comparaciones y debatirlas con los resultados de la investigación, así como para la comprobación de la hipótesis, y determinar las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación. La síntesis fue de vital importancia para la realización de cualquier estudio.

**Estadístico.-** Se empleó al momento de tabular los datos de acuerdo a los resultados, en la presentación de valores porcentuales de las respuestas a las interrogantes presentadas en las encuestas, los cuales son representados en gráficos.

#### **7.4 Técnicas de recolección de información.**

Se aplicó la encuesta y la entrevista. Entrevista a funcionario de ANECACAO y las encuestas a los comerciantes

### **7.5 Población y Muestra**

#### **7.5.1 Población**

Habitantes del cantón Chone que se dedican a la comercialización del cacao (80)

#### **7.5.2 Muestra**

Por ser una población limitada se consideró el 100% de la población.

## 8. MARCO ADMINISTRATIVO

### 8.1 Talento Humano

#### Investigador:

- Laura Mariel Loor Mendoza.

#### Asesor:

- Ing. Lenin Párraga Zambrano.

#### Investigados:

- Comerciantes de cacao del cantón Chone.
- Presidente de ANECACAO

### 8.2 Recursos Financieros

<b>Implementos</b>	<b>Valor</b>
Libros	\$ 173.00
Impresión	\$ 500.00
Copias	\$ 300.00
Cámara fotográfica	\$ 60.00
Encuadernación	\$ 14.00
Anillados	\$ 3.00
Movilización	\$ 300.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1350.00</b>

## CAPÍTULO IV

### 9. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISIS DE DATOS

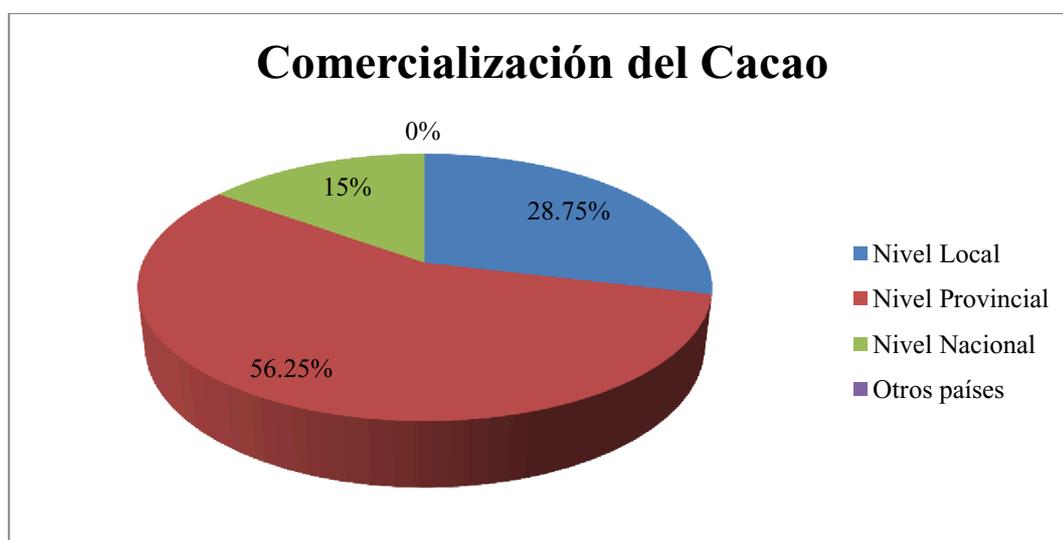
#### 9.1. Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los comercializadores del cacao del cantón Chone.

##### 9.1.1. El cacao que usted comercializa, lo ofrece a:

Tabla No.1

ALTERNATIVAS	F	%
Nivel Local	23	28.75%
Nivel Provincial	45	56.25%
Nivel Nacional	12	15.00%
Otros países	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.1



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

#### INTERPRETACIÓN:

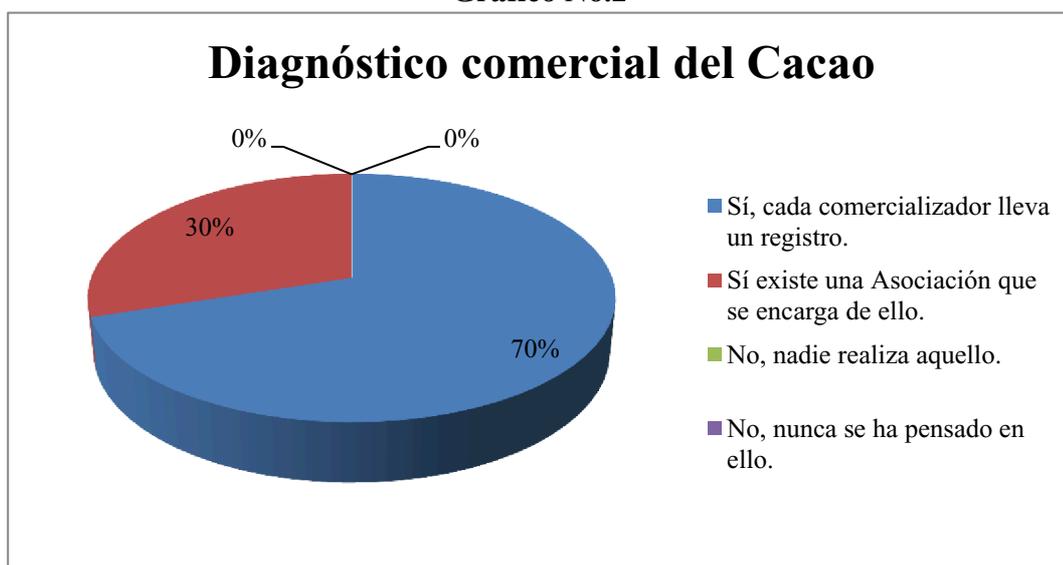
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre donde es comercializado el cacao que proporcionan, el 56.25% indicó a nivel provincial, el 28.75% estableció a nivel local y el 15% manifestó a nivel nacional.

### 9.1.2. Existe un diagnóstico comercial del cacao.

Tabla No.2

ALTERNATIVAS	F	%
Sí, cada comercializador lleva un registro.	56	70.00%
Sí existe una Asociación que se encarga de ello.	24	30.00%
No, nadie realiza aquello.	0	0.00%
No, nunca se ha pensado en ello.	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.2



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

### INTERPRETACIÓN:

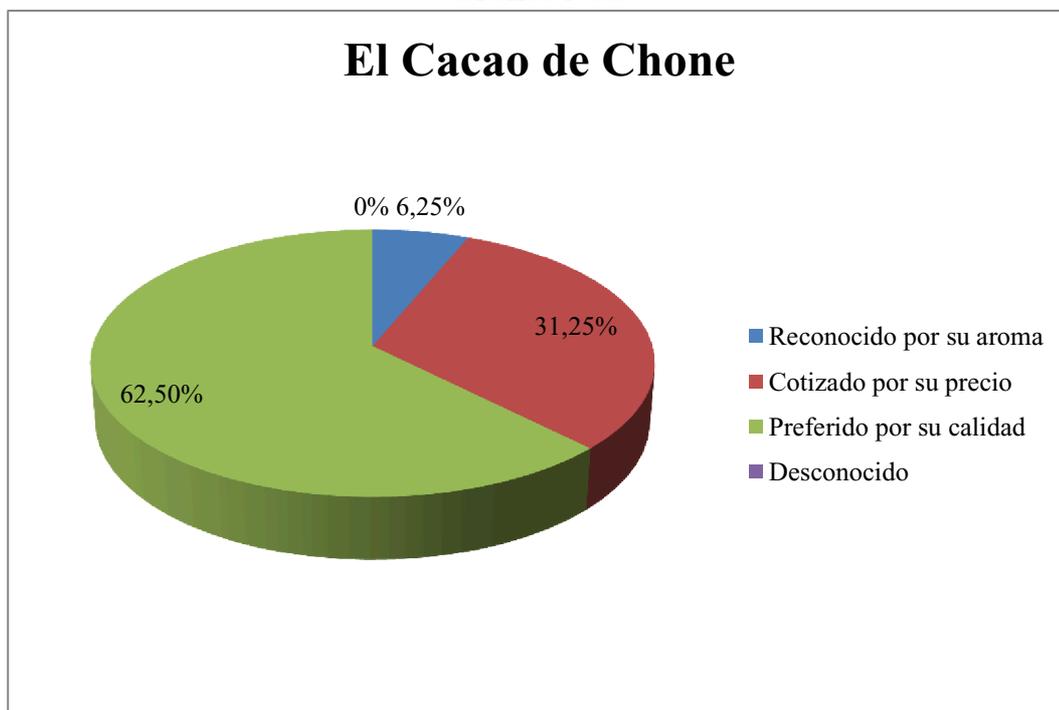
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre la existencia de un diagnóstico comercial del cacao, el 70 % indicó sí, cada comerciante lleva un registro y el 30% manifestó sí, existe una Asociación que se encarga de aquello.

### 9.1.3. Existe un diagnóstico comercial del cacao.

Tabla No.3

ALTERNATIVAS	F	%
Reconocido por su aroma	5	6.25%
Cotizado por su precio	25	31.25%
Preferido por su calidad	50	62.50%
Desconocido	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.3



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

#### INTERPRETACIÓN:

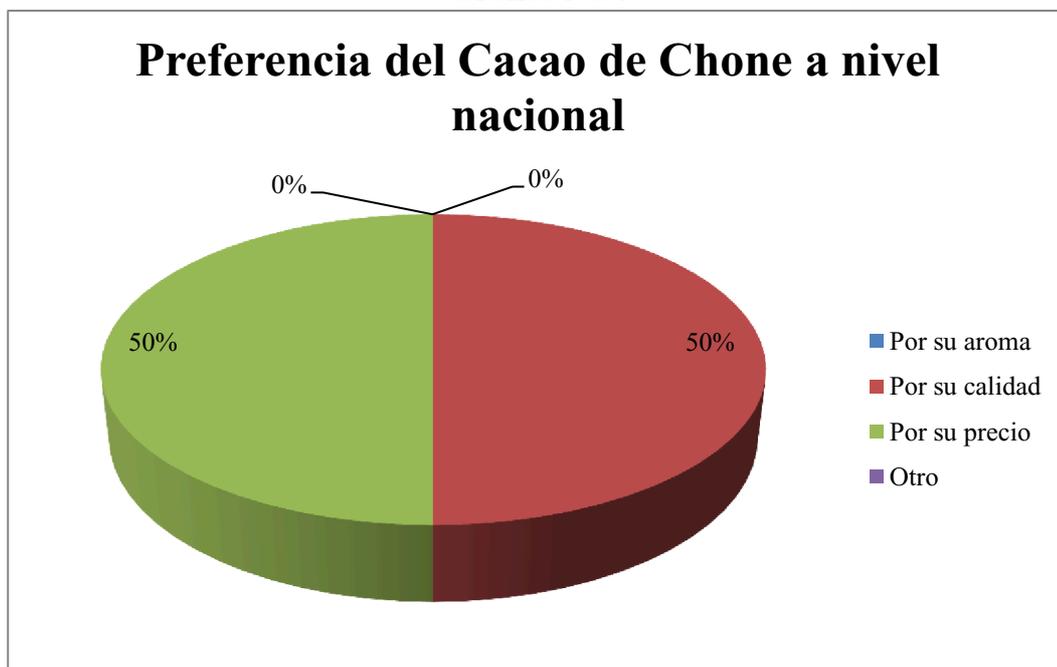
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre el producto que ello comercializan, el 62.50 % indicó que el cacao es preferido por su calidad, el 31.25% manifestó que es cotizado por su precio y el 6.25% manifestó que es reconocido por su aroma.

#### 9.1.4. El cacao del cantón Chone, es preferido a nivel nacional.

Tabla No.4

ALTERNATIVAS	F	%
Por su aroma	0	0.00%
Por su calidad	40	50.00%
Por su precio	40	50.00%
Otro	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.4



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

#### INTERPRETACIÓN:

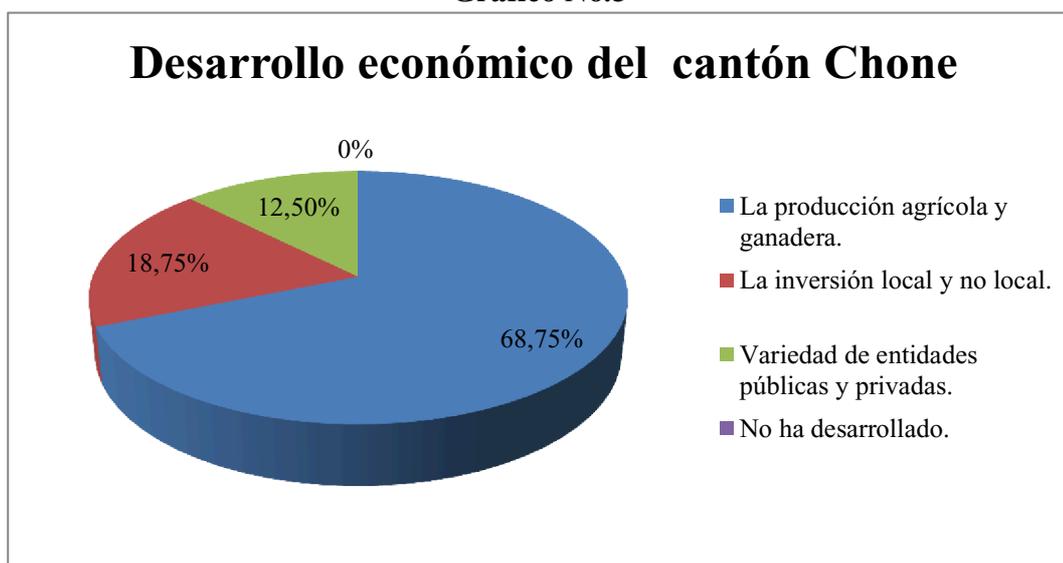
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre la preferencia del cacao de Chone a nivel nacional, el 50% indicó que el cacao Preferido por su calidad y el otro 50% manifestó que es preferido por su precio. El cacao de nuestro cantón es preferido tanto por su calidad como por su precio módico que los comerciantes entregan el producto.

### 9.1.5. El cantón Chone, ha desarrollado económica por:

Tabla No.5

ALTERNATIVAS	F	%
La producción agrícola y ganadera.	55	68.75%
La inversión local y no local.	15	18.75%
Variedad de entidades públicas y privadas.	10	12.50%
No ha desarrollado.	0	0
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.5



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

### INTERPRETACIÓN:

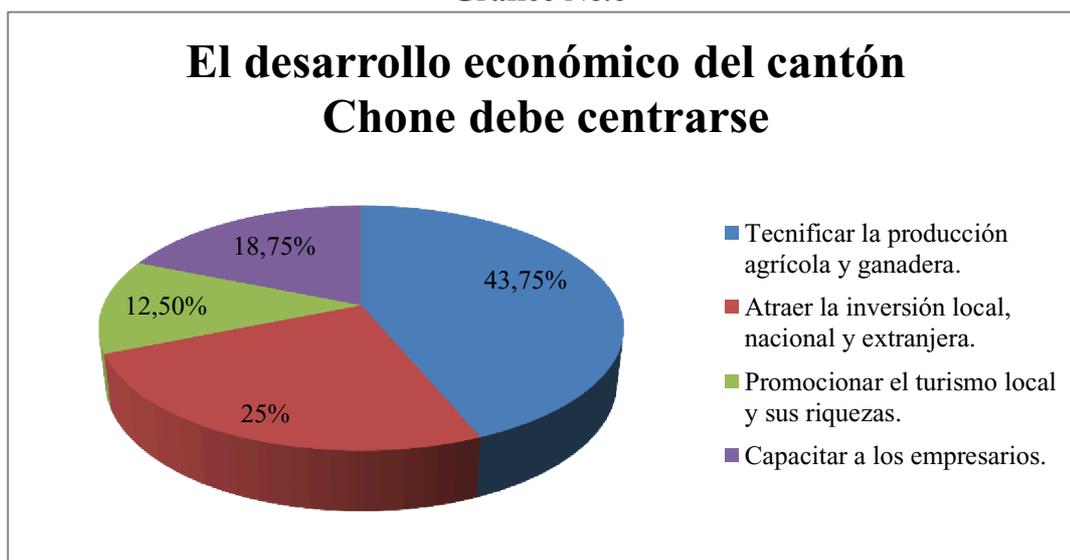
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre cómo se ha desarrollado económicamente el cantón Chone, el 68.75% indicó la producción agrícola y ganadera, el 18.75% manifestó la inversión local y no local y el 12.50% variedad de entidades públicas y privadas.

### 9.1.6. El desarrollo económico del cantón Chone, debe centrarse en:

Tabla No.6

ALTERNATIVAS	F	%
Tecnificar la producción agrícola y ganadera.	35	43.75%
Atraer la inversión local, nacional y extranjera.	20	25.00%
Promocionar el turismo local y sus riquezas.	10	12.50%
Capacitar a los empresarios.	15	18.75%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.6



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

### INTERPRETACIÓN:

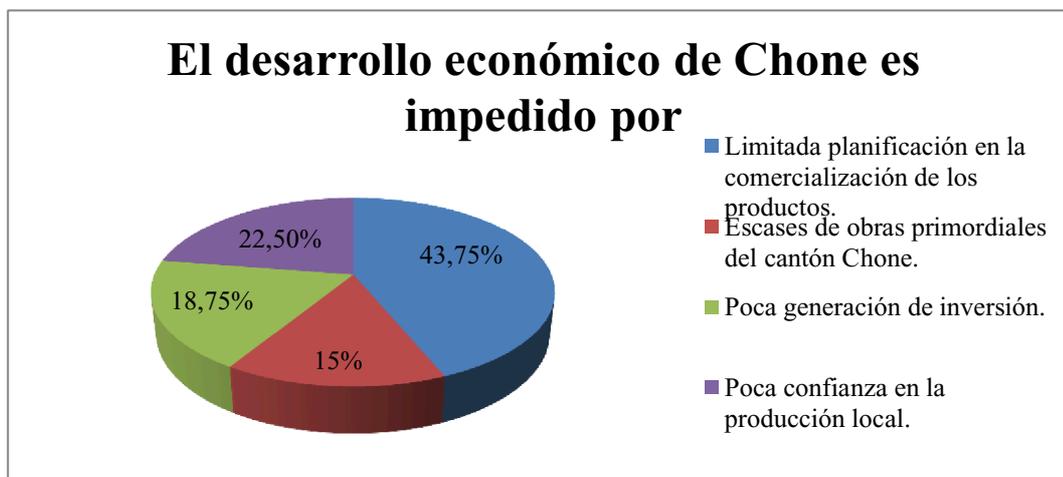
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone en que debe centrarse el desarrollo económico del cantón Chone, el 43.75% indicó tecnificar la producción agrícola y ganadera, el 25% manifestó atraer la inversión local, nacional y extranjera, el 18.75% expresó capacitar a los empresarios y el 12.50% promocionar turismo local y sus riquezas.

### 9.1.7. El desarrollo económico del cantón Chone, es impedido por:

Tabla No.7

ALTERNATIVAS	F	%
Limitada planificación en la comercialización de los productos.	35	43.75%
Escases de obras primordiales del cantón Chone.	12	15.00%
Poca generación de inversión.	15	18.75%
Poca confianza en la producción local.	18	22.50%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.7



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

### INTERPRETACIÓN:

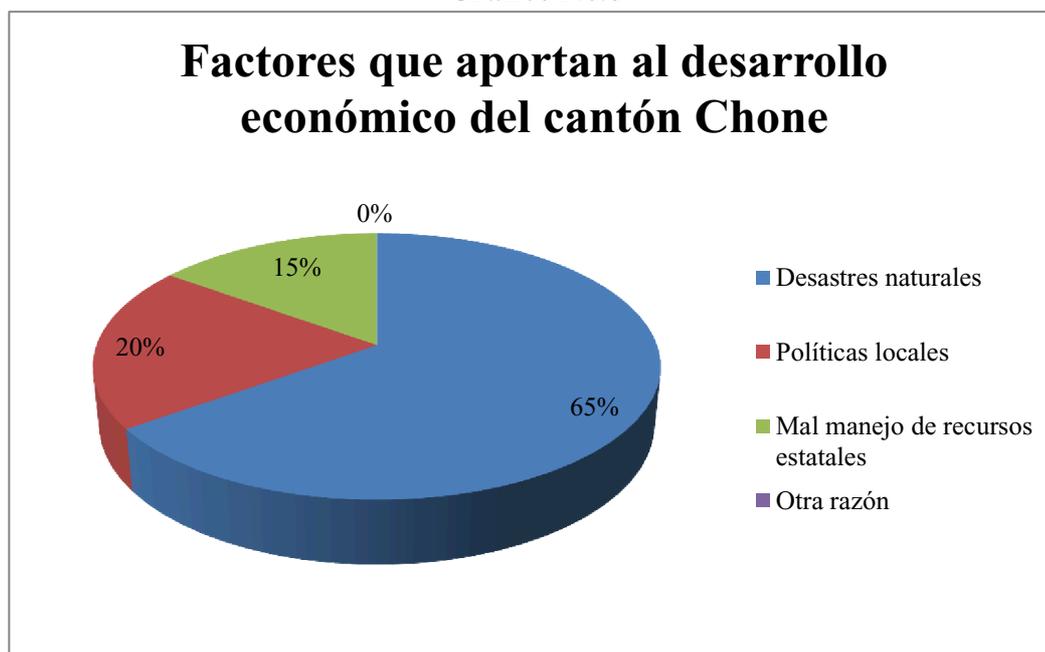
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre lo que impide el desarrollo económico del cantón, el 43.75% indicó limitada planificación en la comercialización de los productos, el 22.50% expresó poca confianza en la producción local, el 18.75% manifestó poca generación de inversión y el 15% escasas de obras primordiales del cantón Chone.

### 9.1.8. Los factores que no han aportado al desarrollo económico del cantón:

Tabla No.8

ALTERNATIVAS	F	%
Desastres naturales	52	65.00%
Políticas locales	16	20.00%
Mal manejo de recursos estatales	12	15.00%
Otra razón	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.8



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

### INTERPRETACIÓN:

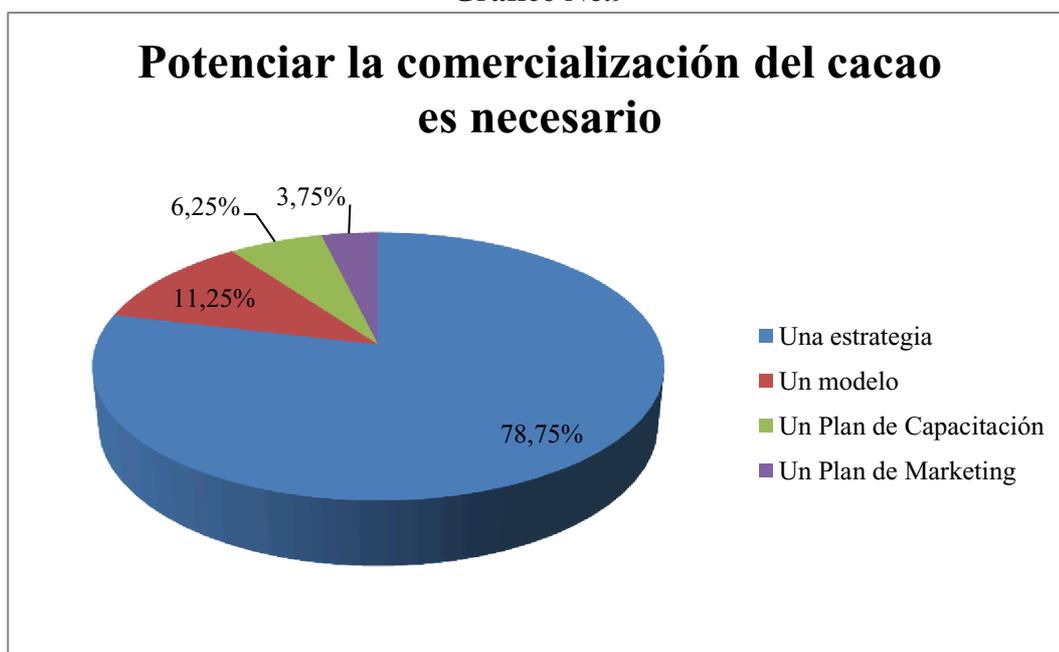
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre los factores que aportan al desarrollo económico del cantón, el 65% indicó desastres naturales, el 20% manifestó políticas locales y el 15% expresó mal manejo de los recursos estatales.

### 9.1.9. Los factores que no han aportado al desarrollo económico del cantón:

Tabla No.9

ALTERNATIVAS	F	%
Una estrategia	63	78.75%
Un modelo	9	11.25%
Un Plan de Capacitación	5	6.25%
Un Plan de Marketing	3	3.75%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.9



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

### INTERPRETACIÓN:

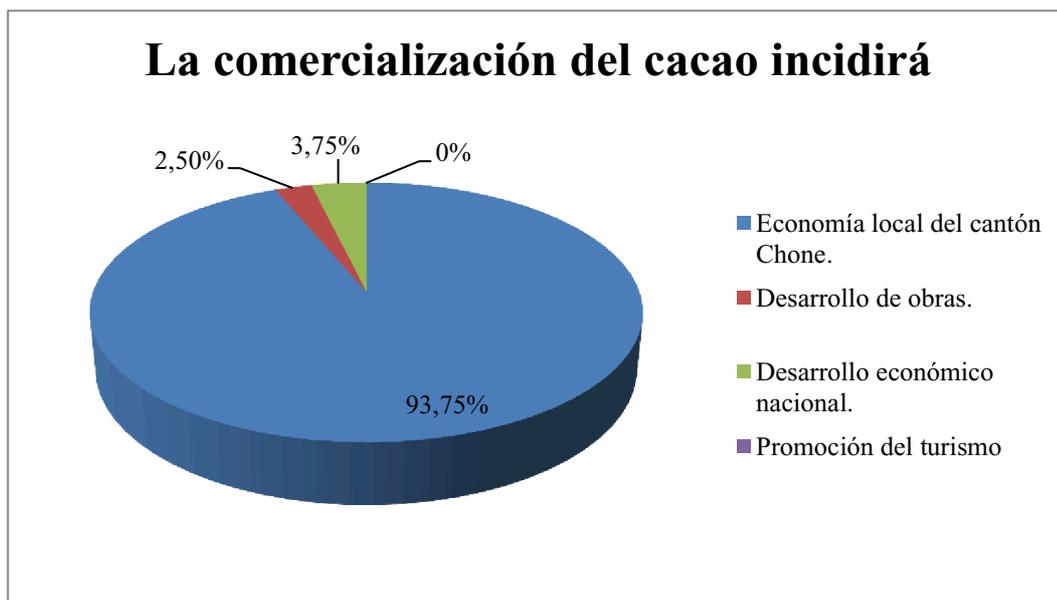
Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre lo que es necesario aplicar para potenciar la comercialización del cacao, el 78.75% indicó una estrategia, el 11.25% manifestó un modelo, el 6.25% un plan de capacitación y el 3.75% sugirió un plan de mejora. Al aplicar estrategia los comercializadores optimizan su comercialización y el desarrollo local del cantón.

### 9.1.10. La comercialización del cacao incidirá en:

Tabla No.10

ALTERNATIVAS	F	%
Economía local del cantón Chone.	75	93.75%
Desarrollo de obras.	2	2.50%
Desarrollo económico nacional.	3	3.75%
Promoción del turismo	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.00</b>

Gráfico No.10



**Fuente:** Comercializadores del cacao del cantón Chone

**Elaborado por:** Autora de la investigación

### INTERPRETACIÓN:

Al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre la incidencia de la comercialización del cacao, el 93.75% indicó economía local del cantón Chone, el 3.75% manifestó desarrollo económico nacional y el 2.50% expresó desarrollo de obras.

## **9.2. Análisis de la entrevista realizada al Presidente de ANECACAO.**

Durante la **Segunda Cumbre Mundial de Cacao**, realizada en Guayaquil desde el 25 al 28 de agosto se destacó el cacao manabita el cual fue ponderado por expositores y exportadores. **Iván Ontaneda, presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao)**, organizador del evento, también dio su punto de vista.

**¿Cuán apetecido es el cacao de Manabí en el medio?** Muchísimo, el cacao de Manabí es muy apetecido en la industria chocolatera del mundo, gracias a que es un producto de altísima calidad por su sabor único, sabor floral que es demandado por la alta chocolatería mundial.

**¿A qué se debe esa calidad?** Por su material genético y por la calidad del suelo. Ese conjunto de realidades hacen uno de los mejores productos. Hay empresarios internacionales que nos piden exclusivamente cacao de Manabí. De hecho mi empresa Ekokakao compra en Convento, Chone y vende en Italia.

**¿Si el cacao es tan bueno por qué la provincia ha perdido espacio en el mercado y sus agricultores no tienen altas ganancias?** Porque le ha faltado infraestructura, riego agrícola, capacitación a los productores y comerciantes para el manejo post cosecha que es muy importante. La falta de asociatividad también ha incidido, además hay árboles viejos, sin renovación, no hay viveros.

**¿Y en cuanto a la comercialización ?** Allí también se ha fallado los precios no son atractivos para los productores. Han aparecido personas inescrupulosas, vendedores que han mezclado el cacao, dañando la reputación.

**¿Qué se puede hacer para mejorar esta actividad en Manabí?** Se puede hacer bastante. De hecho yo como presidente de Anecacao y toda la institución estamos dispuestos a ser parte de una estrategia para capacitar en todo los ámbitos, desde

producción hasta comercialización y que le permita a Manabí recuperar ese sitio que tenía que en su buen momento cuando fue el primer productor, pero ahora está en cuarto puesto.

**A nivel nacional ¿cómo está la actividad?** En la actualidad hay un nuevo renacer del cacao en Ecuador, con programas de capacitaciones del Gobierno, con el mejoramiento de las exportaciones, con la creciente demanda del producto en mercados internacionales.

Cada año vendemos más. Este año se calculaba exportar 205 mil toneladas de cacao y semielaborados, pero es probable que llegemos a 230 mil toneladas y en el 2016 llegaremos a 300 mil. Sólo Manabí se está quedando.

Al entrevistar a un experto productor de cacao, si existe un diagnóstico comercial del cacao en el cantón Chone, manifestó que a pesar que Chone es considerado un cantón cacaotero no existe un diagnóstico en este sector.

Al indagar, si se lleva un control de comercialización de cacao en el cantón Chone, expresó que aunque ciertos productores de Cacao se encuentran agremiados, no llevan un control grupal, más bien cada productor lleva su control personal, el cual no ha sido compartido.

Al cuestionar, como se considera el cacao de Chone a nivel nacional, estableció que Ecuador se ha reconocido por la variedad y calidad de este producto, se considera la importancia que tiene por ser la base para la elaboración de muchos elaborados.

Al investigar, cual es el impacto del cacao de Chone a nivel nacional, puntualizó que es un buen punto, considerando que muchas familias han mejorado su nivel de vida, gracias a este producto. Aunque se debe aceptar que falta tecnificación en

sus procesos, capacitación a sus agricultores, entre las fallas más importantes que afectan a un mejor impacto de este producto.

Al preguntar, considera usted que Chone tiene un buen desarrollo económico, indicó que Chone tiene muchos aspectos para ser un cantón desarrollado, el talento de sus habitantes la rica producción de su tierra; sin embargo considera que no existe un desarrollo económico aceptable para este sector.

Al indagar, cuáles son las estrategias idóneas para el desarrollo económico, manifestó que la primera es mayor inversión, además del compromiso de las autoridades locales, regionales y nacionales al aporte del desarrollo del cantón considerando viabilidad, organización, mejoras continuas, entre las más importantes.

Al investigar, cuáles son los factores que impiden el desarrollo económico del cantón Chone, articuló que en primer lugar el no creer en nuestra tierra, en la poca inversión local y de afuera, en el poco compromiso de las autoridades, por citar algunas.

Al cuestionar, cuáles cree usted son los factores que no aportan al desarrollo económico del cantón Chone, expresó la variación de precios sobre los mismos productos, el poco apoyo a la producción y comercialización de cualquier producto.

Al preguntar, considera usted que la comercialización del cacao incidirá en la economía del Cantón Chone, manifestó que indudablemente al aumentar la comercialización se aportará a la economía de este y todos los cantones que se dediquen a este producto. Al investigar, con la finalidad de potenciar la comercialización del cacao qué se debe realizar se manifestó que realizar una estrategia para solucionar los inconvenientes presentados.

## **10. Comprobación de Hipótesis**

La hipótesis planteada al iniciar esta investigación es: La comercialización del cacao incide en la economía local del cantón Chone durante el cuatro trimestre del 2014.

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de información, en lo referente a la encuesta en la Tabla No. 10, al preguntar a los comercializadores del cacao del cantón Chone sobre la incidencia de la comercialización del cacao, el 93.75% indicó economía local del cantón Chone, el 3.75% manifestó desarrollo económico nacional y el 2.50% expresó desarrollo de obras.

Referente al entrevistado, el indicó que la comercialización del cacao incide en la economía local del cantón Chone y que incluso es aplicable esta hipótesis para cualquier realidad, considerando que todo producto que se comercialice genera ingresos, los cuales aportan a la economía local.

Ante estas respuestas, se puede indicar que la hipótesis planteada es AFIRMATIVA.

## **CAPÍTULO V**

### **11. Conclusiones**

El diagnóstico comercial del cacao en el cantón Chone no se conoce exactamente, sin embargo cada productor sabe cuál es su realidad, lo que no beneficia al sector local.

El cacao a nivel nacional tiene un gran impacto, sin embargo existen muchos limitantes que hace que este producto no tenga el sitio que se merece.

El desarrollo económico del cantón Chone no surge, más bien se ha considerado que ha retrocedido por diversos factores.

Los factores que impiden el desarrollo económico del cacao en el cantón Chone, es el poco apoyo de las autoridades locales, poca inversión, poca capacitación a este sector, limitados créditos o engorrosos trámites para acceder a un crédito.

Existe carencia en la elaboración o aplicación de estrategias para potencializar el comercio del cacao en el cantón Chone.

## **12. Recomendaciones**

Los comerciantes de cacao en el cantón Chone, todos deben agremiarse. Además deben armar una línea base sobre: producción, comercialización, fortalezas y debilidades presentadas referentes al cacao.

Todos conocen las bondades del cacao a nivel nacional e internacional, sin embargo para que este impacto sea más alto deben aportar para fortalecer a este sector. Además difundir el impacto con cifras actuales por cantón, provincial y a nivel nacional.

El desarrollo económico del cantón Chone, es muy limitado por no indicar que es nulo. Lo cual debe comprometer a autoridades, instituciones educativas, comerciantes, empresarios y comunidad en general. Existe un alto índice de migración porque no ven desarrollo y por ende no se mejora el nivel de vida de sus habitantes.

Se debe buscar estrategias para que los factores que impiden el desarrollo económico del cacao en el cantón Chone, se conviertan en fortalezas y sean solucionadas para beneficio de toda la colectividad.

Al elaborar una estrategia se pretende potencializar el comercio del cacao en el cantón Chone, en la provincia, en el país y hasta en el extranjero.

### **13. BIBLIOGRAFÍA.**

CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL. (2001). Cacao. Guía de prácticas comerciales. Ginebra: Palais des Nations.

ETOURNEAU FÉLICIE 1999. Estudio de la cadena del cacao en el ecuador y análisis de costo. Informe de proyecto cacao.

FISCHER, S. (1990). Economía. Madrid: Mc.Graw-Hill.

FLEITMAN, J. (1997). Evaluación Integral. Manual para el Diagnóstico y solución de Problemas de Productividad, Calidad y Competitividad. México: Mc.Graw-Hill .

GUAMÁN, C. (2007). Elementos de Economía. Tercera Edición. España, Madrid: ISBN: 259-698-574-6 .

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA IICA Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA, FAO. (s.f.). Estudio de Caso: Denominación de Origen “Cacao Arriba”. Ecuador: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura, FAO.

KLIKSBERG, B. (1975). El penamiento Organizativo: Del Taylotismo a la Organizacion. Mc. Graw Hill.

LÓPEZ, C. (2007). Cálculo Financiero aplicado, en un enfoque profesional. Segunda Edición. Argentina, Buenos Aires: Editorial La Ley.

MARTÍN, A. R. (2008). Operaciones con bases de datos ofimáticas y corporativas. España: International Thomson Editores Spain Paraninfo .

MARTÍNEZ CHAVÉZ, V. (1998). Diagnóstico Administrativo: Procedimientos, Procesos y Reingeniería. México: Trillas.

MINISTERIOS DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA(MAGAP) Y ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS POR LA AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN (FAO). (2010). Proyecto: Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina "Diagnóstico de la cadena de valor del Cacao en el Ecuador". Ecuador: Ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca(MAGAP) y Organización de las Naciones Unidas por la Agricultura y Alimentación (FAO).

MORIN, E. (1990). Introducción al Pensamiento Complejo. Editorial Gedisa.

NAVAS, G. (2009). Marketing en el Mercado . España: Salamanca: Taurus.

OCDE. (1965). Econometric models of education: some application. París.

ORTIZ GÓMEZ, A. (1995). Gerencia Financiera, un enfoque estratégico. Mc. Graw Hill.

PACIANO FERMOSO Javier: (1997). Manual de Economía de la Educación. Peñolabrada 28940 Fuenlabrada, Madrid.

PETTY, W. (2008). Administración de Pequeña Empresa. Primera Edición. México: Editorial Learning S.A.

RODRÍGUEZ MANCILLA, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. México: Alfaomega.

STONER, J. (1998). Administración. Sexta Edición. Editorial Prentice Hall.

THIBAUT, J. (1994). Manual de Diagnóstico en la Empresa. Guía para la Evolución de todas las áreas de la Empresa. Primera Edición. Madrid: Editorial Paraninfo.

URIBE RUIZ, M. G. (2008). Proyecto para la producción y exportación de pkanitos snack al mercado mexicano. México, México.

VIDAL ARISTIZABAL, E. (2004). Diagnóstico Organizacional: Evaluación Sistema de Desempeño Empresarial en la era Digital. Segunda Edición. Bogotá: Ecoe Ediciones.

ZEA, L. F. (2004). La Organización como tejido convencional. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

ZORRILLA ARENA, S. (2004). Cómo Aprender economía: conceptos básicos. Editorial Limosa, Baldera, México D.F. Baldera, México D.F.: Editorial Limosa.

### **13.1. Webgrafía.**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CACAO. (25 de Octubre de 2014). Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, ANECACAO. Obtenido de Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, ANECACAO: <http://www.anecacao.com>

DOPP CONSULTORES. (25 de Octubre de 2014). Dopp Consultores. Obtenido de Dopp Consultores: <http://www.doppconsultores.es/es/desarrollo-comercial/diagnostico-comercial>

ECONOMIALOCAL. (05 de Marzo de 2015). ECONOMIALOCAL. Obtenido de ECONOMIALOCAL: <http://economialocal.webnode.es/news/algunos-conceptos-de-economia-local/>

EUMED. (25 de Octubre de 2014). Eumed.net. Obtenido de Eumet.net: [www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1314/diagnostico-comercial.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1314/diagnostico-comercial.html)

INGRAM, D., & DEMAND, M. (05 de Marzo de 2015). PyMe La Voz de Houston. Obtenido de PYME La Voz de Houston: <http://pyme.lavoztx.com/ventajas-de-los-comercios-en-la-economia-local-10154.html>

INTERNATIONAL COCOA ORGANIZATION. (25 de Octubre de 2014). International Cocoa Organization;. Obtenido de International Cocoa Organization;: <http://www.icco.org./growing.aspx>

PRO ECUADOR. (25 de Octubre de 2014). Pro Ecuador. Obtenido de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-cacao-2013>

# ANEXOS

**Anexo # 1**  
**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**EXTENSIÓN CHONE**



**Entrevista dirigida:** al Presidente de ANECACAO.

**OBJETIVO:** Determinar la incidencia del cacao en la economía local del cantón Chone durante el cuarto trimestre del 2014.

**1.- DATOS INFORMATIVOS**

1.1.Lugar y fecha: .....

**ENTREVISTA**

- 1. Existe un diagnóstico comercial del cacao en el cantón Chone.**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 2. Se lleva un control de la comercialización del cacao en el cantón Chone.**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 3. A nivel nacional, ¿Cómo se considera el cacao de Chone?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 4. ¿Cuál es el impacto del cacao de Chone a nivel nacional?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 5. Considera usted que Chone tiene un buen desarrollo económico**

- 6. ¿Cuáles son las estrategias idóneas para el desarrollo económico?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 7. ¿Cuáles son los factores que impiden el desarrollo económico del cantón Chone?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 8. ¿Cuáles cree usted son los factores que no aportan al desarrollo económico del cantón Chone?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 9. Considera usted que la comercialización del cacao incidirá en la economía local del cantón Chone.**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 10. Con la finalidad de potenciar la comercialización del cacao ¿qué se debe realizar?**

## Anexo # 2

### UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSION CHONE



**Encuesta dirigida a:** comercializadores del cacao del cantón Chone.

**OBJETIVO:** Determinar la incidencia del cacao en la economía local del cantón Chone durante el cuarto trimestre del 2014.

**INSTRUCCIONES:** Mucho agradeceré se sirva responder con sinceridad marcando una X dentro del paréntesis de la alternativa de su elección.

#### 1. DATOS INFORMATIVOS

1.1.Lugar y fecha: \_\_\_\_\_

1.2.Ubicación: Rural ( ) Urbana ( ) Urbana Marginal ( )

1.3.Parroquia: \_\_\_\_\_

#### CUESTIONARIO

##### 1. El cacao que usted comercializa, lo ofrece a :

- a) Nivel Local ( )
- b) Nivel Provincial ( )
- c) Nivel Nacional ( )
- d) Otros países ( )

##### 2. Existe un diagnóstico comercial del cacao.

- a) Sí, cada comercializador lleva un registro ( )
- b) Sí, existe una Asociación que se encarga de ello ( )
- c) No, nadie realiza aquello ( )
- d) No, nunca se ha pensado en ello ( )

##### 3. A nivel nacional, el cacao de Chone es:

- a) Reconocido por su aroma ( )
- b) Cotizado por su precio ( )
- c) Preferido por su calidad ( )
- d) Desconocido ( )

##### 4. El cacao del cantón Chone, es preferido a nivel nacional:

- a) Por su aroma ( )
- b) Por su calidad ( )
- c) Por su precio ( )

d) Otro ( )

**5. El cantón Chone, ha desarrollado económicamente por:**

- a) La producción agrícola y ganadera. ( )
- b) La inversión local y no local. ( )
- c) Variedad de entidades públicas y privadas. ( )
- d) No ha desarrollado. ( )

**6. El desarrollo económico del cantón Chone, debe centrarse en:**

- a) Tecnicificar la producción agrícola y ganadera. ( )
- b) Atraer la inversión local, nacional y extranjera. ( )
- c) Promocionar el turismo local y sus riquezas. ( )
- d) Capacitar a los empresarios locales. ( )

**7. El desarrollo económico del cantón Chone, es impedido por:**

- a) Limitada planificación en la comercialización de los productos. ( )
- b) Escases de obras primordiales del cantón Chone. ( )
- c) Poca generación de inversión. ( )
- d) Poca confianza en la producción local. ( )

**8. Los factores que no han aportado al desarrollo económico del cantón Chone son:**

- a) Desastres naturales. ( )
- b) Políticas locales. ( )
- c) Mal manejo de recursos estatales. ( )
- d) Otra razón. ( )

**9. Para potencializar la comercialización del cacao es necesario aplicar:**

- a) Una estrategia. ( )
- b) Un modelo. ( )
- c) Un Plan de Capacitación. ( )
- d) Un Plan de Marketing. ( )

**10. La comercialización del cacao incidirá en:**

- a) Economía local del cantón Chone. ( )
- b) Desarrollo de obras. ( )
- c) Desarrollo económico nacional. ( )
- d) Promoción del turismo. ( )

## **Anexo # 3**

### **PROPUESTA**

#### **1. NOMBRE DE LA PROPUESTA**

ESTRATEGIA PARA POTENCIALIZAR EL COMERCIO DEL CACAO EN EL CANTÓN CHONE.

#### **2. INTRODUCCIÓN**

Hoy, el Ecuador posee una gran superioridad en este producto, más del 70% de la producción mundial de cacao fino y de aroma, se encuentra en este país, convirtiéndolo en el mayor productor de cacao de aroma del mundo. Esto ha generado un prestigio importante, favorable, destacable, indispensable y representativo para el país.

Este tipo de cacao, tiene características individuales distintivas, de toques florales, frutales, nueces, almendras, especias que lo hace único y especial, sobresaliendo con su ya conocido sabor arriba.

Todos estos detalles de sabor y aroma están en el origen genético del grano, que se logra con el correcto tratamiento post-cosecha, sumado a condiciones naturales de suelo, clima, temperatura, luminosidad que convergen en un solo punto, en un solo territorio.

El cacao nacional, también conocido como la pepa de oro, es procesado industrialmente para obtener semielaborados con las mismas virtudes de exquisitas tonalidades de aroma y sabor únicos del cacao ecuatoriano y de alta calidad como: licor, manteca, torta y polvo de cacao, con los que se logra un producto final exquisito; desde la chocolatería más fina y gourmet, los más apetecido platos en artes culinarias, bebidas frías y calientes y muchas otras

delicias combinadas que son un deleite absoluto para el paladar, hasta productos de belleza y que son de grandes beneficios confirmados para la salud humana.

El cacao es un producto representativo de varios cantones de la provincia de Manabí y su producción ha sido durante años la fuente de ingresos para muchas familias manabitas. Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) en Manabí, existen 100.961 hectáreas sembradas con cacao, de éstas 52.546 son en monocultivos y 48.415 asociados.

La Corporación Fortaleza del Valle es uno de los principales centros de acopio de cacao con los que cuenta el cantón Bolívar. Esta organización se ha convertido en uno de los principales referentes. Bertho Zambrano, gerente de la corporación, manifiesta que en el 2006 eran 60 los productores que colaboraban con la actividad y en la actualidad se cuenta con unos mil.

Cerca de 4.000 personas de los cantones Bolívar, Junín, Chone, Tosagua y Portoviejo venden su producto a Fortaleza del Valle; además se lleva a efecto una serie de proyectos en ejecución tanto con el Gobierno Nacional como con empresas internacionales. Los principales mercados de exportación son Suiza y EE.UU.

En la actualidad se está exportando 500 toneladas y la demanda está en aumento por la calidad del producto, dijo Zambrano. Además agregó que a través de Caders se desarrolla un proyecto con un aporte por parte del gobierno de 260.000 dólares entre lo que se destaca el mejoramiento de infraestructura.

En Bolívar se lleva a efecto, a través de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM), teniendo como prioridad el cacao, el programa Parque Temático del Cacao Fino de Aroma, con el cual se mantienen alianzas estratégicas con los Gobiernos Autónomos Descentralizados de diferentes cantones, informó Libertad Regalado coordinadora del programa.

Para reforestar. Las plantas de cacao son utilizadas ahora incluso para reforestar. La Corporación Forestal y Ambiental de Manabí (Corfam) entregó desde el 2009 al 2012 semilla de cacao fino certificada como incentivo a los agricultores reforestadores. A la fecha existe una siembra de 1.500 hectáreas.

La finalidad es obtener un cacao fino de aroma que cumpla con las normativas que exige la Unión Europea y Norte América, señala Emilio Chonlong, director de la Corfam. En este aspecto los cantones que más han reforestado con cacao son Portoviejo, Chone, El Carmen y Pedernales, según datos proporcionados por la entidad.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Esta propuesta se justifica por varias razones:

Es una temática actual y de gran importancia para el cantón Chone, el cual es considerado un gran productor de cacao, sin embargo no se ha desarrollado por algunos factores.

Es factible porque todos los involucrados con este sector, están conscientes que deben realizar cambios para mejorar la producción de este y otros productos.

Otros consideran primordial la ayuda a través de capacitaciones, lo cual aportaría a una mejor producción y a una mejor comercialización.

Un gran porcentaje de los productores de cacao en el cantón Chone comercializan el cacao sin generar valor agregado a la producción, la venta la realizan a intermediarios, los cuales pagan precios en muchos casos por debajo a los costos de producción, lo que hace que cada día se incremente la brecha entre pobres y más pobres, esta es la razón fundamental por la que los agricultores viven en condiciones de pobreza, ya que sus ingresos promedios no cubren los costos de la canasta vital.

La necesidad de generar propuestas que inserten actividades que incluyan el mejoramiento de los sistemas productivos, tecnología de procesamiento y sistemas adecuados de comercialización.

El de dotar a los agricultores de tecnología local de procesamiento (cacao con productos de alto contenido nutritivo). Sin embargo hay que considerar que el aspecto más importante para el desarrollo económico de cualquier cantón no solo es el apoyo de instituciones, autoridades sino la predisposición de mejorar por parte de los involucrados. Y esta característica se encuentra en los habitantes del cantón Chone.

#### **4. OBJETIVOS**

Elaborar una estrategia que permita impulsar el comercio del cacao en el cantón Chone.

Ejecutar la estrategia comercial.

Evaluar la estrategia comercial.

#### **5. RESULTADOS ESPERADOS**

Al aplicar la estrategia comercial se pretende que se desarrolle el comercio del cacao del cantón Chone y por ende se mejore el nivel socioeconómico de los involucrados.

Además que Chone se sitúe como el cantón que posee rica producción agropecuaria y por ende debe poseer beneficios no solo en este sector sino en todo el cantón.

Además se busca que se agremien los productores y comercializadores de este producto.

Otro logro que se pretende obtener es que exista una línea base referente al cacao en el cantón Chone.

## **6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

Establecer un proyecto que contemple el establecimiento de una planta procesadora de cacao en el cantón Chone, que permita la colocación del producto a precio justo y no al precio que ponen los intermediarios.

Ejercer un estricto control de calidad de las características del grano de cacao, buscando minimizar el grado de enmohecimiento, germinación, impurezas, humedad y olores extraños.

Realizar talleres de capacitación sobre la comercialización del cacao y manejo gerencial del cultivo, dirigido fundamentalmente a las organizaciones de productores.

## **7. CRONOGRAMA**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>FECHA INICIO</b>	<b>FECHA FINAL</b>
Establecer un proyecto que contemple el establecimiento de una planta procesadora de cacao en el cantón Chone, que permita la colocación del producto a precio justo y no al precio que ponen	01/05/2015	01/05/2016

los intermediarios.		
Ejercer un estricto control de calidad de las características del grano de cacao, buscando minimizar el grado de enmohecimiento, germinación, impurezas, humedad y olores extraños.	01/06/2015	02/06/2015
Realizar talleres de capacitación sobre la comercialización del cacao y manejo gerencial del cultivo, dirigido fundamentalmente a las organizaciones de productores.	01/07/2015	01/09/2015

## 8. PRESUPUESTO

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>MONTO</b>
Establecer un proyecto que contemple el establecimiento de una planta procesadora de cacao en el cantón Chone, que permita la colocación del producto a precio justo y no al precio que ponen los intermediarios.	\$ 300.000.00
Ejercer un estricto control de calidad de las características del grano de cacao, buscando minimizar el grado de enmohecimiento, germinación, impurezas, humedad y olores extraños.	\$50.000.00
Realizar talleres de capacitación sobre la comercialización del cacao y manejo gerencial del cultivo, dirigido fundamentalmente a las organizaciones de productores.	\$ 35.000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$385.000.00</b>

## Anexo # 4

### Fotografías que evidencian la investigación



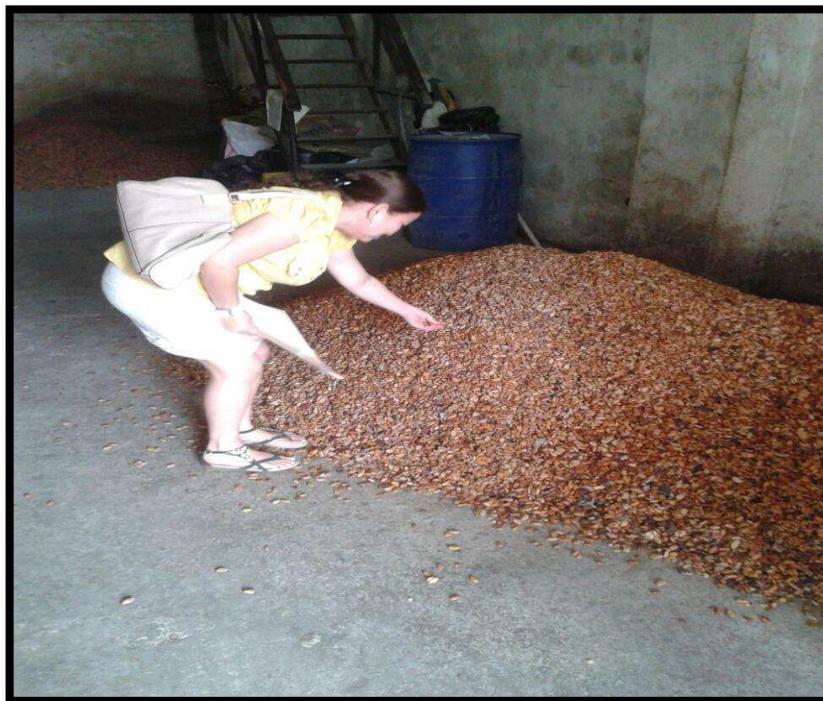
Encuestando a comercializador de cacao



Diagnosticando el cacao



Observando el cacao



Palpando el cacao