



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**  
**CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO HACIA LOS ESTADOS UNIDOS, DESDE LA UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS E INDÍGENAS DEL CANTÓN ECHEANDÍA “UNORCIE” PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2018.

AUTORA:

**MARICELA ISABEL BALSECA QUIRUMBAY**

RIOBAMBA- ECUADOR

2018

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la señorita Maricela Isabel Balseca Quirumbay, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

**Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilánez**  
**DIRECTOR DEL TRIBUNAL**

---

**Ing. Natali del Rocío Torres Peñafiel**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **MARICELA ISABEL BALSECA QUIRUMBAY**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos que constan en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos del presente trabajo de titulación.

Riobamba, Noviembre del 2018

---

**Maricela Isabel Balseca Quirumbay**  
**C.C. 180492432-0**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo

A mi padre que con humildad y sacrificio se ha esforzado depositando su confianza para llegar a cristalizar mi meta profesional, a mi madre (+) mi ángel guardián que siempre he sentido sus aliento guiándome hasta el final, a mi abuelita Isabel que cumplió con los atributos de madre desde que yo era una adolescente. Mismos que con la enseñanza de los valores me han hecho una mejor persona llena de sueños y metas cumplidas para no rendirme mediante el transcurso de mi vida.

Como no olvidarme de mis hermanos quienes me han apoyado incondicionalmente en mi vida diaria.

Para ustedes con mucho amor.

Maricela Isabel Balseca Quirumbay

Cedl. 1804924320

## **AGRADECIMIENTO**

Al empezar a redactar mi fraterno agradecimiento, quiero dar gracias a Dios por la sabiduría, salud y la vida mismo que me permitió culminar mis estudios universitarios, conjuntamente con la grata ayuda de mi amado padre y hermanos a quien aprecio con amor por haberme forjado como un buen ser humano a quien debo mis logros alcanzados, se agradece infinitivamente a mis formadores de la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo quienes se han esforzado por compartir sus conocimientos, el proceso no fue sencillo pero gracias a su energía que transmiten he logrado importantes objetivos culminando mis estudios. Con éxitos he obtenido una afable titulación.

Maricela Isabel Balseca Quirumbay

Cedl. 1804924320

# ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de tablas .....	xi
Índice de figuras.....	xiii
Índice de anexos.....	1
Resumen.....	2
Abstract.....	3
Introducción .....	4
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1. Formulación del problema .....	5
1.1.2. Delimitación del problema.....	5
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	6
1.3 OBJETIVOS .....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos .....	7
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....</b>	<b>8</b>
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	8
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16
2.2.1. Plan.....	16

2.2.2. Comercio exterior .....	17
2.2.3. Plan de exportación.....	18
2.2.3.1. Importancia del plan de exportación.....	19
2.2.3.2. Objetivos de un plan de exportación.....	19
2.2.3.3. Pasos para desarrollar un plan de exportación.....	20
2.2.3.4. Elementos del plan de exportación .....	21
2.2.4. Exportación .....	21
2.2.4.1. Tipos de exportación.....	21
2.2.4.2. Exportación Directa .....	22
2.2.4.3. Exportación Indirecta.....	22
2.2.5. Proceso de exportación .....	23
2.2.6. Declaración Aduanera de Exportación .....	25
2.2.7. Acuerdos comerciales entre Estados Unidos y Ecuador .....	26
2.2.8. Requisitos para exportar a Estados Unidos.....	27
2.2.9. Incoterms .....	27
2.2.9.1. Tipos de Incoterms.....	28
2.2.9. Medios de pago en comercio internacional .....	36
2.3. Marco conceptual.....	40
2.4. Fundamentación Legal .....	41
2.4.1. Constitución de la República del Ecuador .....	41
2.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir .....	42
2.4.3. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones .....	43
2.4.4. Servicio de Rentas Internas.....	44
2.5. IDEA A DEFENDER .....	44
2.6. VARIABLES .....	44
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>45</b>
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	45

3.1.1.	Fuentes de información.....	45
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	47
3.2.1	Investigación exploratoria.....	47
3.2.2.	Investigación descriptiva .....	47
3.2.3.	Investigación Bibliográfica.....	47
3.2.4.	Investigación de Campo.....	48
3.3.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	48
3.3.1.	Métodos .....	48
3.3.1.1.	Método empírico.....	48
3.3.1.2.	Método hipotético-deductivo .....	49
3.3.1.3.	Método analítico-sintético .....	49
3.3.1.4.	Método deductivo e inductivo .....	49
3.3.2.	Técnicas .....	49
3.3.3.	Instrumentos.....	50
3.4.	Población y Muestra .....	50
3.5.	Resultados.....	52
3.5.1.	Resultados encuesta .....	52
3.5.2.	Resultados entrevista .....	62
3.5.3.	Triangulación de datos .....	65
3.6.	Verificación de la idea a defender .....	66
	<b>CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....</b>	<b>68</b>
4.1.	TEMA .....	68
4.2.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	68
4.2.1	ESTUDIO DE MERCADO .....	68
4.2.1.1	Oferta .....	68
4.2.1.1.1	Proyección de la oferta .....	70
4.2.1.2.	Demanda .....	71

4.2.1.2.1. Mercado bjetivo .....	71
4.2.1.2.2. Comercio Internacional entre Ecuador y Estados Unidos .....	72
4.2.1.2.3. Principales productos exportados desde Ecuador a Estados Unidos .....	74
4.2.1.2.4. Florida .....	74
4.2.2. ESTUDIO TÉCNICO .....	78
4.2.2.1 Localización.....	78
4.2.2.2 Proceso de producción .....	78
4.2.2.3 Equipos y personal técnico .....	80
4.2.2.4. Requerimientos de exportación .....	81
4.2.2.4.1. Normativa de exportación.....	81
4.2.2.4.2. Empaque, embalaje y etiquetado .....	83
4.2.2.5. Modalidad de Transporte .....	84
4.2.2.6. Incoterms .....	85
4.2.3. ESTUDIO FINANCIERO .....	86
4.2.3.1 Instalaciones.....	86
4.2.3.2 Activos Fijos .....	86
4.2.3.2.1 Depreciación de Activos Fijos .....	87
4.2.3.3. Mano de obra .....	89
4.2.3.4. Materia prima.....	92
4.2.3.5. Gastos de exportación .....	92
4.2.3.6. Capital de trabajo .....	93
4.2.3.7. Costos de producción.....	94
4.2.3.8. Financiamiento.....	94
4.2.3.9. Egresos.....	97
4.2.3.10. Ingresos .....	97
4.2.3.11. Estados financieros .....	98
4.2.3.12. Evaluación Financiera.....	101

CONCLUSIONES .....	104
RECOMENDACIONES.....	105
BIBLIOGRAFÍA .....	106
ANEXOS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Incoterms EXW obligaciones del vendedor y comprador .....	29
<b>Tabla 2</b>	Incoterms FCA obligaciones del vendedor y comprador .....	30
<b>Tabla 3</b>	Incoterms CPT obligaciones del vendedor y comprador .....	31
<b>Tabla 4</b>	Incoterms CIP obligaciones del vendedor y comprador .....	32
<b>Tabla 5</b>	Incoterms DAT obligaciones del vendedor y comprador .....	32
<b>Tabla 6</b>	Incoterms DAP obligaciones del vendedor y comprador .....	33
<b>Tabla 7</b>	Incoterms DDP obligaciones del vendedor y comprador .....	33
<b>Tabla 8</b>	Incoterms DAP obligaciones del vendedor y comprador .....	34
<b>Tabla 9</b>	Incoterms DAP obligaciones del vendedor y comprador .....	34
<b>Tabla 10</b>	Incoterms CFR obligaciones del vendedor y comprador.....	35
<b>Tabla 11</b>	Incoterms CIF obligaciones del vendedor y comprador .....	35
<b>Tabla 12</b>	Población .....	50
<b>Tabla 13</b>	Muestra .....	51
<b>Tabla 14</b>	Tiempo de producción de cacao .....	52
<b>Tabla 15</b>	Producción de cacao mensual .....	53
<b>Tabla 16</b>	Costo por quintal.....	54
<b>Tabla 17</b>	Factibilidad de exportación.....	55
<b>Tabla 18</b>	Aceptación en el mercado extranjero.....	56
<b>Tabla 19</b>	Comercialización del producto .....	57
<b>Tabla 20</b>	Capacidad de abastecimiento.....	58
<b>Tabla 21</b>	Incremento de la producción.....	59
<b>Tabla 22</b>	Dificultades de exportación .....	60
<b>Tabla 23</b>	Diferencias del producto .....	61
<b>Tabla 24</b>	Valor nutricional del cacao .....	69
<b>Tabla 25</b>	Oferta mensual.....	69
<b>Tabla 26</b>	Oferta anual.....	69
<b>Tabla 27</b>	Cálculo de la proyección de la oferta.....	70
<b>Tabla 28</b>	Tabla resumen Proyección de la oferta.....	71
<b>Tabla 29</b>	Datos Estados Unidos .....	71
<b>Tabla 30</b>	Balanza Comercial no petrolera Ecuador- EEUU .....	72
<b>Tabla 31</b>	Comercio regional entre EEUU vs América Latina y El Caribe 2017 .....	73

<b>Tabla 32</b> Exportación de productos hacia Estados Unidos .....	74
<b>Tabla 33</b> Ficha Estado de Florida .....	75
<b>Tabla 34:</b> Personal Administrativo .....	80
<b>Tabla 35:</b> Equipos y materiales .....	81
<b>Tabla 36:</b> Instalaciones .....	81
<b>Tabla 37:</b> Unidad de medida.....	84
<b>Tabla 38</b> Instalaciones.....	86
<b>Tabla 39</b> Activos Fijos (maquinaria y equipo) .....	86
<b>Tabla 40</b> Depreciaciones activos fijos .....	88
<b>Tabla 41</b> Mano de obra directa .....	89
<b>Tabla 42</b> Mano de obra indirecta .....	89
<b>Tabla 43</b> Nómina de trabajadores primer año .....	90
<b>Tabla 44</b> Nómina de trabajadores segundo año .....	91
<b>Tabla 45</b> Materia prima directa.....	92
<b>Tabla 46</b> Materia prima indirecta.....	92
<b>Tabla 47</b> Costos de exportación .....	93
<b>Tabla 48</b> Capital de trabajo .....	93
<b>Tabla 49</b> Costo de producción .....	94
<b>Tabla 50</b> Financiamiento.....	94
<b>Tabla 51</b> Tabla de amortización.....	94
<b>Tabla 52</b> Proyección de egresos.....	97
<b>Tabla 53</b> Costos fijos, unitarios y variables .....	98
<b>Tabla 54</b> Ingresos.....	98
<b>Tabla 55</b> Resumen costos.....	98
<b>Tabla 56</b> Estado de pérdidas y ganancias .....	99
<b>Tabla 57</b> Flujo de efectivo .....	100
<b>Tabla 58</b> TMAR.....	101
<b>Tabla 59</b> VAN.....	101
<b>Tabla 60</b> TIR.....	102
<b>Tabla 61</b> Periodo de recuperación del capital .....	102
<b>Tabla 62</b> Relación Costo-Beneficio .....	102
<b>Tabla 63</b> Criterios de evaluación .....	103

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Beneficios del comercio exterior.....	18
<b>Figura 2</b>	Elementos a considerar en la exportación directa .....	22
<b>Figura 3</b>	Organismos que intervienen en el proceso de exportación .....	23
<b>Figura 4</b>	Proceso de exportación.....	24
<b>Figura 5</b>	Documentos de acompañamiento de la DAE.....	26
<b>Figura 6</b>	Incoterms para cualquier medio de transporte .....	28
<b>Figura 7</b>	Incoterms para transporte marítimo .....	29
<b>Figura 8</b>	Formas de pago internacionales .....	36
<b>Figura 9</b>	Proceso de cobro del cheque personal.....	37
<b>Figura 10</b>	Proceso de cobro de cheque bancario .....	38
<b>Figura 11</b>	Proceso de cobro de transferencia .....	38
<b>Figura 12</b>	Proceso de cobro de la orden de pago documentaria .....	39
<b>Figura 13</b>	Proceso de cobro de la remesa simple.....	39
<b>Figura 14</b>	Proceso de cobro de la remesa documentaria.....	40
<b>Figura 15</b>	Proceso de cobro de crédito documentario .....	40
<b>Figura 16</b>	Tiempo de producción de cacao.....	52
<b>Figura 17</b>	Producción de cacao mensual .....	53
<b>Figura 18</b>	Costo por quintal .....	54
<b>Figura 19</b>	Factibilidad de exportación .....	55
<b>Figura 20</b>	Aceptación en el mercado extranjero .....	56
<b>Figura 21</b>	Comercialización del producto.....	57
<b>Figura 22</b>	Capacidad de abastecimiento .....	58
<b>Figura 23</b>	Incremento de la producción .....	59
<b>Figura 24</b>	Dificultades de exportación.....	60
<b>Figura 25</b>	Diferencias del producto .....	61
<b>Figura 26</b>	Balanza comercial no petrolera Ecuador-EEUU.....	73
<b>Figura 27</b>	Mapa de Florida .....	76
<b>Figura 28</b>	Hoffman`s.....	78
<b>Figura 29</b>	Macro localización .....	78
<b>Figura 30</b>	Flujograma del proceso cacao en grano .....	79
<b>Figura 31</b>	Proceso de exportación.....	83

<b>Figura 32</b> Diseño de empaque .....	84
<b>Figura 33</b> Distancia Ecuador- Estados Unidos .....	85

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1</b> Modelo de encuesta.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Anexo 2</b> Modelo de entrevista.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar un plan para la exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos, desde la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía “UNORCIE”, Provincia de Bolívar, año 2018, que defina los procesos para mejorar la rentabilidad. Durante el proceso investigativo se han utilizado diferentes métodos, técnicas e instrumentos que permitieron la correcta recopilación de datos; posterior a la aplicación de entrevistas a los directivos y encuestas a los socios, se determinó que aproximadamente la organización cuenta con una producción máxima de 1500 quintales de cacao en grano mensuales; actualmente UNORCIE solo comercializa en el mercado interno sin embargo los socios creen que la exportación del producto es una oportunidad de crecimiento. Se realizaron diferentes estudios de mercado, técnico y financiero; de los cuales se concluyó que el cacao ecuatoriano es apetecido en el mercado extranjero; la materia prima se enviará a Florida de manera específica a la chocolatería Hoffman’s; así también se han descrito los requisitos tanto para el proceso de exportación ecuatoriano y el proceso de importación estadounidense. Se recomienda a los socios de UNORCIE aprovechar las oportunidades de crecimiento, abrirse nuevos mercados, buscando la generación de mayores utilidades en beneficio de las familias productoras del cantón. La evaluación financiera demostró que se proyecta una recuperación del capital en un tiempo aproximado de 2 años y 6 meses; TIR de 31,43%, VAN de USD 992.231,29, y un costo beneficio de USD 2,34; demostrando así la viabilidad económica del proyecto.

**Palabras Clave:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS> <PLAN DE EXPORTACIÓN> <CACAO EN GRANO> <ESTUDIO DE MERCADO> <ESTUDIO FINANCIERO> <INDICADORES ECONÓMICOS> <BOLÍVAR (PROVINCIA)>

---

**Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilánez**  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## ABSTRACT

This research aims to design a plan for the exportation of cocoa beans to the United States, from the Union of Peasant and Indigenous Organizations of the Canton Echeandia "UNORCIE", Bolivar Province, in the year 2018, which defines the processes to improve the profitability. Different methods, techniques and instruments have been used during the investigative process that allowed the correct collection of data; After the application of interviews to the managers and surveys to the members, it was determined that the organization has approximately a maximum production of 1500 quintals of cocoa beans per month; UNORCIE only sells in the internal market at the moment; however the partners believe that exporting the product is an opportunity for growth. Different technical and financial market studies were carried out; concluding that Ecuadorian cocoa is desired in the foreign market; the raw material will be sent to Florida specifically to Hoffman's chocolate shop; the requirements for both the Ecuadorian export process and the US import process have also been described. It is recommended that UNORCIE partners take advantage of growth opportunities, open new markets, looking for the generation of higher earnings for the benefit of the producer families of the canton. The financial evaluation showed that a capital recovery is expected in an approximate time of 2 years and 6 months; IRR of 31.43%, NPV of USD 992,231.29, and a cost benefit of USD 2.34; demonstrating the economic viability of the project.

**Key Words:** <ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES> <EXPORT PLAN> <COCOA BEANS > <MARKET STUDY> <FINANCIAL STUDY> <ECONOMIC INDICATORS> <BOLÍVAR (PROVINCE)>

## INTRODUCCIÓN

El comercio internacional en los últimos años ha permitido generar mayores ingresos para el país, siendo una de las grandes ventajas el ingreso de utilidades por las exportaciones de pequeños y medianos productores. La participación de los pequeños productores agropecuarios en los negocios internacionales ha generado grandes alternativas para el incremento de la economía, determinando las exigencias de la demanda en cuanto a la calidad.

En el Ecuador la producción de cacao se da a grandes escalas considerando que la mayor parte de esta se comercializa en el mercado extranjero como materia prima para la elaboración de chocolate.

La presente investigación fue desarrollada con el objetivo de diseñar un plan para la exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos, desde la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía “UNORCIE”, Provincia de Bolívar, año 2018, que defina los procesos para mejorar la rentabilidad.

Par el desarrollo de la investigación se consideró cuatro capítulos de los cuales se caracterizan de la siguiente manera:

**Capítulo I:** Planteamiento del problema, es una de las primeras etapas del estudio de investigación en donde se plantea la importancia de la investigación, la finalidad y las principales causas que hacen el desarrollo del mismo, de igual manera se determina la justificación como los objetivos tanto general como específicos.

**Capítulo II:** Marco teórico, se desarrolla la sustentación teoría a través de las definiciones de las variables, mediante la determinación de los conceptos y sustentos para la elaboración del plan de exportación, tomando en cuenta la documentación necesaria y datos bibliográficos.

**Capítulo III:** Marco metodológico, a través de este capítulo se da a conocer los métodos, tipos, técnica e instrumentos utilizados en el proceso investigativo que fueron de utilidad para la obtención de información.

**Capítulo IV:** Marco Propositivo, en este punto plantea el diseño del plan de exportación, estudio de mercado, estudio técnico y financiero, determinando la factibilidad para el desarrollo del mismo.

# CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según el informe presentado por la Organización Internacional del Cacao (ICCO), en los años 2016 y 2017 existió aproximadamente una producción de 4733 millones de toneladas de cacao, es decir la producción incremento el 18,5% en relación a la producción del periodo 2015-2016 que fue de 3993 millones de toneladas (Crespo, 2017). Según estudios realizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), se prevé un crecimiento en los hábitos de consumo de 2,1%, de la misma manera recalca que los consumidores serán los habitantes de países desarrollados aproximadamente el 64% del consumo mundial de cacao se da en dichos países (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, 2016).

Según datos obtenidos de (Candy Industry, 2017), las 10 principales empresas dedicadas a la elaboración de productos en base a cacao tuvieron ventas netas de aproximadamente 83,2 millones de dólares, de las cuales 4 son estadounidenses (Ferrara Candy Co; Kellogg Co.; General Mills; Hershey Co), 2 japonesas (Moringa & Co. Ltd; Bourbon Corp.), 2 suizas (Chocoladefabrikanten Lindt & Sprüngli AG; Nestlé) y 1 argentina (Arcor).

Los principales compradores de cacao en Estados Unidos son empresas que procesan productos derivados del cacao tales como: licor, manteca, tortas, polvo y chocolate. A continuación se detallan a los principales compradores

- ADM Cocoa
- Barry Callebaut
- Cargil COcoa & Chocolate CO
- Ghirardelli Chocolate Co.
- Guittard Chocolate Co
- Mars Snackfood
- Nestlé Chocolate & Confections
- The Blommer Chocolate Co

- The Hershey Company

- World's Finest Chocolate

La tendencia en los hábitos de consumo ha cambiado radicalmente en la población de los Estados Unidos, mediante una encuesta realizada se determinó que el 74% de adultos adquieren alimentos orgánicos o naturales mientras que el 20% sostuvo que los compradores adquieren del total de comestibles un cuarto de productos orgánicos (Mercados Centroamericanos para la Biodiversidad, 2016).

En Ecuador se producen dos tipos de cacao el Nacional Arriba (fino) y el CCN-51 (corriente), tanto la superficie cosechada como la producción cacaotera local se han ido incrementando con el pasar del tiempo, y es así que se ha logrado que alrededor de 600 mil personas se involucren en el proceso productivo del cacao, representando el 4% de la PEA nacional y el 12,5% de la PEA agrícola (Rodríguez, 2016).

De la totalidad de la exportación de cacao que realiza el Ecuador, se estima que el 75% es cacao de fino aroma mientras que el 25% pertenece a otras variedades, es importante recalcar que debido a las condiciones climáticas existentes en el país se cuenta con una ventaja competitiva frente a otros competidores como Venezuela, Panamá y México. Ecuador exporta tres formas diferentes de cacao bien diferenciadas: granos de cacao, semi-elaborados y producto terminado. Las exportaciones para el 2015 fueron de 260 mil toneladas métricas de cacao en grano y sus derivados existiendo un aumento del 10% en comparación al año 2014. De la totalidad exportada porcentualmente se concluye que el 87% fue de granos de cacao, el 12% semi-elaborados de cacao y el 0,8% productos terminados (Anecacao , 2016) .

La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE, es una organización que se ubica en el Cantón Echeandía perteneciente a la provincia de Bolívar. En este sector, el 55% de los pobladores realizan actividades agropecuarias, el 3% a actividades industriales y el 42% a otro tipo de actividades. Debido a la situación climática del sector, el principal producto que se cultiva es el cacao, por lo cual se concluye que:

- Debido a la falta de conocimientos UNORCIE comercializa su producto a través de intermediarios, lo cual afecta a la rentabilidad de la organización ya que no

existen ganancias reales, debido al aprovechamiento en peso y precio de los productos por parte de los intermediarios. Es decir al realizar este tipo de comercialización no existe un comercio justo, ya que los intermediarios no fijan precios reales y justos perjudicando a la organización.

- El no contar con un proceso establecido, hace que los procesos sean repetitivos y por ende existan pérdida de tiempo y recursos.
- UNORCIE es considerado como uno de los centros de acopio de cacao más importantes del cantón de Echeandía, el problema radica en que la organización no cuenta con un modelo de exportación que le permita hacer uso del mismo y poder comercializar sus productos de manera directa con el comprador extranjero, sin la necesidad de recurrir a intermediarios.

### **1.1.1. Formulación del problema**

¿Cómo beneficiará a la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORIE” el diseño de un plan de exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos?

### **1.1.2. Delimitación del problema**

El presente trabajo de investigación a realizar se desarrollará en:

#### **Campo:**

- Comercio Exterior (exportación)

#### **Delimitación Temporal:**

- Enero a Diciembre 2018

#### **Delimitación Espacial:**

- La presente investigación se llevará a cabo en las instalaciones de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

Las exportaciones juegan un papel importante en la economía de los países, y el Ecuador no es la excepción. Las exportaciones no petroleras crecieron el 7,6% comparado al año 2016; la balanza comercial existente en el periodo enero-noviembre 2017 es de 26,8 millones de USD., las exportaciones de cacao representaron al país 535.550 miles de dólares, según la información recopilada por el (Banco Central del Ecuador, 2017).

El crecimiento en nuevos mercados es el objetivo de la mayoría de las empresas y UNORCIE no es la excepción, lo que se busca a través de la investigación presentada radica en brindar toda la asesoría necesaria para que la organización tenga la posibilidad de abrirse en nuevos mercados; buscando ser más competitiva y productiva.

La importancia de la investigación radica en que a través de la misma se busca que las familias del cantón Echeandía y de manera específica a los socios que pertenecen a la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas UNORCIE, cuenten con alternativas que le permitan generar mayores ingresos y por ende rentabilidad económica.

Con la propuesta de un plan de exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos se prevé que los miembros de la organización aprovechen los recursos existentes, de manera que se generen alternativas de desarrollo sostenible y sustentable que permitan el crecimiento económico del sector.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1. Objetivo General**

Diseñar un plan para la exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos, desde la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía “UNORCIE”, Provincia de Bolívar, año 2018, que defina los procesos para mejorar la rentabilidad.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía “UNORCIE”, Provincia de Bolívar.
- Determinar la factibilidad económica y financiera para la realización de un plan de exportación de cacao en grano hacia los Estado Unidos.
- Elaborar un plan de exportación de cacao en grano para la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía “UNORCIE”

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Es necesario realizar una revisión en los diferentes repositorios existentes, de manera que se determinen los estudios en los cuales se basará la investigación presentada, se ha considerado el análisis de estudios similares al tema propuesto, para lo cual se ha utilizado la investigación bibliográfica, y a continuación se exponen los resultados encontrados.

**Tema:** PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PROCESAMIENTO Y EXPORTACIÓN DE PASTA DE CACAO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CACAO “UNIÓN DE CASACAY” UBICADA EN LA PARROQUIA CASACAY DEL CANTÓN PASAJE PROVINCIA DE EL ORO HACIA EL MERCADO DE ALEMANIA, AÑO 2014

**Universidad:** Universidad Técnica de Machala

**Autor:** Mayra Mora

**Año:** 2014

Sostiene que durante el desarrollo investigativo que en el Ecuador el cacao o la “pepa de oro”, es uno de los principales cultivos, y posee gran acogida en el mercado nacional e internacional debido a las características propias de aroma y sabor del producto; (Mora, 2016).

La investigadora afirma que al realizar una comercialización justa existe la generación de beneficios para la comunidad y los productores de cacao, de manera que se incrementa la competitividad en mercados internacionales. Es necesario manifestar, que aunque el cacao es grano es apetecido en el mercado internacional los productos semielaborados también ha crecido continuamente, por lo que muchos países están optando por la industrialización del cacao y la comercialización del producto final (Mora, 2016).

Se recomienda la socialización y promoción de los beneficios y características de la pasta de cacao, y sobre todo el comercio justo, en el mercado alemán este es un tema de importante relevancia, debido a que el comprador llegará a un acuerdo de precios en el

que el vendedor no sea perjudicado, sino contrariamente las dos partes ganen, obteniendo un beneficio de ganar-ganar (Mora, 2016).

**Tema:** PLAN ESTRATÉGICO DE EXPORTACIÓN DE CACAO FINO PRODUCIDO EN EL CANTÓN GUAYAQUIL PARA EL MERCADO DE SHANGHÁI

**Universidad:** Universidad Politécnica Salesiana

**Autores:** Cristhina Mejillones y Vanessa Jaime

**Año:** 2015

En el documento se expresa que el incremento del cultivo del cacao ha sido notorio en los últimos años, por ende, la demanda y precios también han aumentado, representando una fuente de ingresos para las familias que se dedican a esta actividad (Mejillones & Jaime, 2015).

El comercio justo genera beneficios para los productores de cacao, debido a que esto representa una ventaja competitiva; debido a los hábitos de consumo de la población se busca exportar cacao orgánico al mercado europeo; debido a las tendencias existentes en estos países, por lo que es necesario aprovechar las oportunidades que se abren e incrementar los cultivos de estos productos (Mejillones & Jaime, 2015).

La importancia de la participación de las empresas en ferias y eventos internacionales, permite mejorar los canales de promoción, a través de la utilización de diferentes campañas de publicidad, el uso de recursos tecnológicos, entre otros; mismos que permitirán la posibilidad de incrementar la cartera de clientes. Se sugiere además que las instituciones pertinentes realicen proyectos que impulsen a mejorar la calidad de vida de los pobladores que se dedican a las diferentes actividades agrícolas, buscado incrementar la productividad y competitividad en el mercado nacional e internacional (Mejillones & Jaime, 2015).

**Tema:** EXPORTACIÓN DE CACAO ORGÁNICO AL MERCADO ALEMÁN POR MEDIANA EMPRESAS DE GUAYAQUIL

**Universidad:** Universidad Laica Vicente Rocafuerte

**Autores:** Karla Peralta y Samuel Chasin

**Año:** 2016

El estudio básicamente les permitió determinar que debido a los hábitos de consumo de los mercados internacionales la agricultura orgánica ha ido tomando mayor fuerza y debido a esto es posible realizar exportaciones de cacao fino orgánico, que en los mercados internacionales son reconocidos por sus propiedades, además para los productores los costos de producción disminuyen; al exportar un producto orgánico es necesario que se cuente con los certificados que avalen este hecho, durante las etapas de producción, procesamiento y comercialización (Peralta & Chasin, 2016).

En los países que conforman la Unión Europea es donde mayoritariamente se encuentran las empresas que producen chocolate fino o gourmet, Alemania específicamente se ubica en el segundo lugar en lo que se refiere a importaciones de cacao y uno de los principales requisitos es que dicho producto sea 100% orgánico. Se recomienda la capacitación por parte de las instituciones competentes, así también el apoyo económico necesario para que los productores puedan realizar este tipo de cultivos y por consiguiente obtener la certificación requerida, obteniendo así beneficios a largo plazo (Peralta & Chasin, 2016)

**Tema:** PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO FINO DE AROMA PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE LA CIUDAD DE MONTALVO,

**Revista:** Scielo

**Autor:** Maydeline Vera

**Año:** 2016

De acuerdo a lo señalado en el documento manifiesta que la producción cacaotera, ha ido creciendo de manera eficiente a lo largo de todo el país convirtiéndose en uno de los países con mayor producción gracias a las fuentes de ingreso para la mejora de la economía del Ecuador (Vera, 2016).

La investigación se centra en una problemática que actualmente tiene la organización, mediante los productores que busca los factores negativos señalados como la inexistencia de productos al mercado interno, al no contar con una herramienta para conocer los procesos de exportación por lo que se hace notable la existencia para poder comercializar. El desarrollo del trabajo investigativo, se basa en generar respuestas para la comercialización, de las estrategias comerciales con la finalidad de llegar a fidelizarse en el mercado exterior (Vera, 2016).

Como una conclusión del trabajo investigativo se establece que en el mercado interno los precios no son suficientes para incrementar la producción, en la mayor parte de los casos son inestables y existe un déficit en el incremento de las utilidades debido a que son los intermediarios quienes obtienen mayores ganancias viendo se de esta manera afectadas las familias dedicadas a esta actividad (Vera, 2016).

**Tema:** ESTRATEGIA PARA EL CULTIVO, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE CACAO FINO DE AROMA EN ECUADOR

**Revista:** Ciencia UNEMI

**Autores:** Fersenth Villamar, Jorge Calderón, Elsa Mayorga

**Año:** 2016

El cacao es originario de América, en los últimos años ha existido una reducción en la producción por lo cual en la actualidad las investigaciones son intensificadas con la finalidad de conocer los problemas y poder aumentar la producción del cacao ordinario. La tendencia de comercio mundial en Ecuador se encuentra enfocado en comercializar productos basados en la manufactura, debido a que la economía depende en gran parte de las exportaciones que se realizan (Villamar , Calderón , & Mayorga , 2016).

Uno de los grandes problemas que enfrenta la comercialización de cacao en el Ecuador es el intermediario, ya que son ellos quienes obtienen mayores ingresos por la venta del producto en sí, por lo que es necesario la intervención del gobierno para que los productores puedan comercializar directamente el producto al consumidor final (Villamar , Calderón , & Mayorga , 2016).

Como conclusión se determina que la inversión en el sector extranjero sobre el cacao no se lo realiza debido a la falta de inversión, e incentivos. No existe la implementación de programas que permitan asistencia técnica que permita incrementar la productividad por cada hectárea. Para incrementar la comercialización de cacao es necesario se establezca planes de exportación para poder obtener mayores ingresos y de esta manera mejorara el sector comercial (Villamar , Calderón , & Mayorga , 2016).

**Tema:** EL CACAO Y SUS PRODUCTOS COMO FUENTE DE INGRESO A TRAVÉS DE LAS EXPORTACIONES

**Revista:** Scielo

**Autores:** Janeth Parea, Tatiana Cadena, Jenny Herrera

**Año:** 2009

El incremento sobre el interés de consumir productos orgánicos en los últimos años ha permitido al Ecuador mejorar las técnicas de producción con la finalidad de obtener productos de calidad y 100% naturales. Esto ha permitido que la comercialización de los productos no se los realice solamente en el mercado local sino más bien que pueda ser ofertado en el mercado extranjero (Parea , Cadena , & Herrera , 2009 ).

A partir de los resultados obtenidos de acuerdo a la metodología que se utilizó en la investigación se plantea que en cuanto más el producto sea considerado natural las personas tienen a incrementar la adquisición debido a la inexistencia de antioxidantes que puedan perjudicar la salud de las personas (Parea , Cadena , & Herrera , 2009 )..

**Tema:** ESTUDIO SOBRE LOS MERCADOS DE VALOR PARA EL CACAO NACIONAL DE ORIGEN Y CON CERTIFICACIÓN.

**Autor:** Claudia Radí

**Año:** 2005

Los países de alto consumo de cacao, han sido Estados Unidos, Suiza, Francia y Alemania, el consumo en estos países es alto gracias a la calidad del producto y el precio accesible. El incremento del consumo de cacao en países extranjeros ha permitido el apoyo a diferentes programas uno de ellos se centra en el comercio Justo (Radí, 2005 ).

La mayor parte de cacao se encuentra bajo los programas de comercio justo, los cuales tienen una certificación orgánica adicional por lo que se genera el incremento de consumo y la adquisición en grandes tiendas, o estands orgánicos. El incremento de la producción de cacao es el resultado del existo establecido a través de las certificaciones dadas para la comercialización del producto.

**Tema:** CACAO ECUATORIANO, UNA FUENTE DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA EMPRENDEDORES Y PYME EXPORTADORAS

**Autores:** Wilson Aranque, Andrés Arguello

**Año:** 2014

Los investigadores afirman que la producción del cacao en años pasados se basó en el uso de mano de obra barata, por lo que la gran demanda creció en mercados extranjeros siendo Gran Bretaña el mayor consumidor. En la actualidad el cacao que se produce en el Ecuador, se centra en la industria del chocolate, mucho de los países adquieren como materia prima para transformarlo y poder comercializarlo como ya un producto terminado (Aranque & Arguello , 2014).

Según la investigación, se pudo obtener que la producción de cacao y sus elaborados, son una parte importante de la balanza comercial del Ecuador, sin embargo se podría incrementar más la producción, a través de la orientación exportadora de las pequeñas y mediana empresas hacia los grandes mercados, convirtiéndose de esta manera en una parte importante para el incremento de oportunidades en los pequeños productores (Aranque & Arguello , 2014). .

**Tema:** EXPORTACIÓN DE GRANO DE CACAO

**Autores:** Karen Albornoz

**Empresa:** Avansys

**Año:** 2008

El proyecto de exportación se basa en demostrar la viabilidad técnica de la exportación de cacao en grano hacia Estados Unidos, el producto es producido en un ambiente tropical, es una de las fuentes principales de subsistencia para las familias que se dedican a la producción de cacao. Las regiones que cuentan con un ambiente y condiciones adecuadas son las que más producen el cacao y a través de las mismas se permite la exportación (Albornoz, 2015).

Se realizó una investigación de mercado en donde se especifica la influencia de mercado objetivo donde se establece a todas las edades y para todos los niveles socioeconómicos del país, diseñando estrategias comerciales adecuadas tomando en cuenta factores como, Innovación, precios accesibles y gustos o preferencias.

## **Antecedentes históricos del cacao en el Ecuador**

El punto de origen del cacao se dio en los países de México, Honduras, Guatemala, alrededor de 2000 años antes de Cristo. La cultura de cacao en Ecuador es muy antigua, con la llegada de los españoles a las costas del Pacífico, ya se podía observar grandes árboles de cacao y se lo conocía como una especie que habitualmente se da en las costas del Ecuador (Asociación Nacional de Exportadores de cacao , 2016).

En la actualidad en el Ecuador se cultivan algunos tipos de cacao, una de las variedades más representativas y comercializadas es aquella conocida como Nacional, es una de las más buscadas por las empresas dedicadas a la fabricación de chocolate por su aroma y la calidad del grano. Sin embargo, la existencia de grandes plagas como la monoliosis, hizo que la producción decreciera dando lugar a la importación del producto siendo Venezuela uno de los mayores comercializadores.

En el año de 1830, la mayor parte de las familias Ecuatorianas que habitaban en el centro costero, se dedicaban a la producir sus tierras mediante el cultivo del cacao, debido el precio era considerado el más alto de todos los productos. En el año de 1880 se triplicó la producción ascendiendo a un total de 15.000 TM, siendo el Ecuador uno de los principales países exportadores, los primeros Bancos en el país fueron creados gracias a la solidez que se obtuvo con la exportación de este producto (Asociación Nacional de Exportadores de cacao , 2016).

En la actualidad, el cacao ecuatoriano en su mayor parte, corresponde a una mezcla de Nacional y trinitario los cuales fueron introducidos después del 1920, por ser considerado resistente a las enfermedades como plagas.

El cacao Ecuatoriano aporta con más de \$ 700 millones a la economía gracias a las exportaciones en los últimos años ha mantenido su prestigio debido al valor agregado que se le da, exportando el producto terminado como es el chocolate.

## **Antecedentes históricos de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”.**

UNORCIE, es una organización creada sin fines de lucro se encuentra constituida por 16 comunidades campesinas dedicadas a la agricultura indígenas y mestizas, del cantón Echeandía perteneciente a la provincia de Bolívar.

La organización fue creada el 15 de Marzo de 1978, después de haber aso por un largo proceso socio organizativo por un grupo de personas indígenas del sector, las condiciones de pobreza en las que vivían los pobladores conllevó a que se tome la decisión de una unidad de comunas e iniciar con la actividad a la cual actualmente se dedica.

UNORCIE fue reconocida jurídicamente a través del Ministerio de Productividad N° 0454, el 28 de Mayo de 1990, se encuentra afiliada a las organizaciones campesinas indígenas. La organización se encuentra relacionada a la producción y comercialización de cacao orgánico en el mercado local.

Su objetivo principal se centra en capacitar a sus integrantes en el manejo de técnicas agropecuarias para obtener productos de calidad 100% orgánicos, una de las expectativas esperada por la organización es llegar a comercializar sus productos en mercados extranjeros a grandes cantidades.

## **2.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1. Plan**

El término plan hace referencia al momento en el cual se tiene la intención de realizar una actividad, en la que intervienen distintos elementos y por consiguiente se establecen objetivos a corto, mediano o largo plazo; así también el plan es definido como aquel documento en el cual se plasman diferentes acciones y actividades que deben seguirse para el cumplimiento de metas (Ordez & Gloria, 2000).

Horacio Landa, citado por Ordez & Gloria (2000), afirma que el plan es una estructura sistemática de metas, criterios, opiniones y disposiciones que se realizan en diferentes niveles como urbano, comunal, local, rural, nacional, entre otros.

Según lo menciona Jiménez (2016) el plan es “una herramienta metodológica de planeación estratégica, articulación de procesos”, mismas que tiene como finalidad la construcción de propuestas. La autora sostiene que el plan es el documento en el cual se realiza una descripción de las tareas, actividades, responsabilidades de todos los involucrados, en el cumplimiento de las metas trazadas.

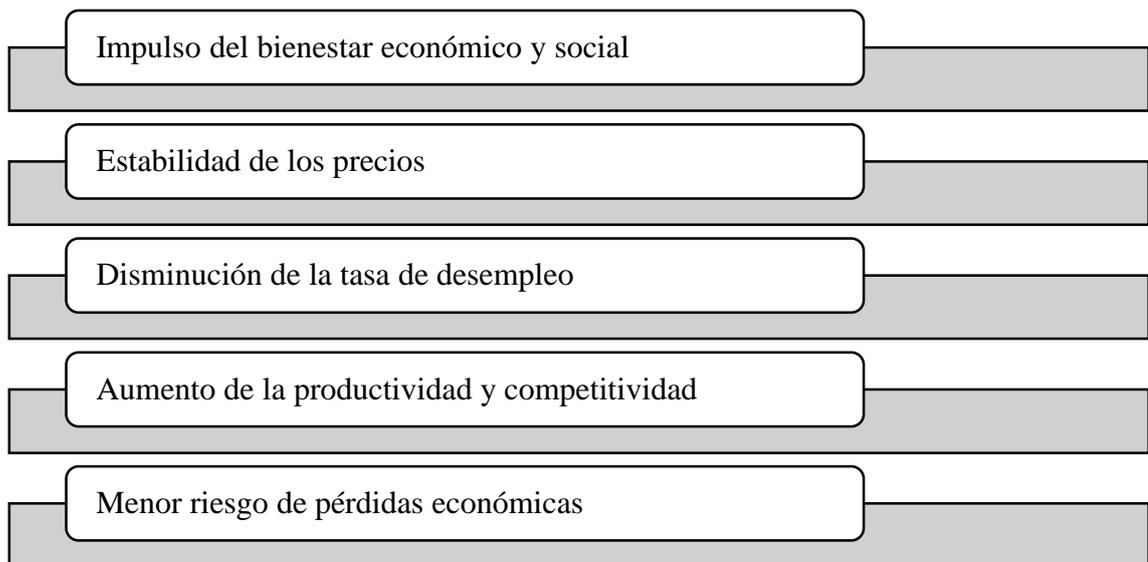
Considerando las definiciones realizadas por diferentes autores, se concluye que un plan es un documento en el que se establecen lineamientos que permitan llegar al cumplimiento de objetivos, buscando de esta forma satisfacer las necesidades de la comunidad, empresa, o quien corresponda.

### **2.2.2. Comercio exterior**

El comercio exterior es definido como el conjunto de relaciones en las cuales se da lugar al proceso de intercambio ya sea de productos o servicios, de un país con otro diferente al de origen; lo que conlleva a que tanto la oferta como la demanda se hacen acreedoras de relación de obligatoriedad jurídica tanto a nivel nacional como internacional (Lafuente, 2010).

Para Bustillo (2016) el comercio exterior es aquel que consiste en la realización de una transferencia de bienes o servicios a cambio de recurso monetario, dicho intercambio se lo realiza atravesando los límites del país de origen.

Dentro de los beneficios del comercio exterior son:



**Figura 1** Beneficios del comercio exterior  
**Fuente:** (García, 2009)

### **2.2.3. Plan de exportación**

Andrade (2014), define al plan de exportación como un documento que describe la naturaleza de los productos o servicios, mercados meta, entorno competitivo, estrategias de entrada y de operación del negocio, y aspectos financieros.

De acuerdo a una publicación realizada por el Banco Nacional de Comercio Exterior (2012), establece que el objetivo de un plan de exportación es: demostrar que un proyecto de exportación es viable y que constituye una buena inversión de recursos.

El plan de exportación, es una herramienta donde se plasman ideas y actividades que se pretenden llevar a cabo para alcanzar fines propuestos, donde un plan va acompañado de metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar con éxito lo requerido.

Es el documento que sirve como una herramienta de guía, facilitando así al empresario el desarrollo del proceso de exportación requerido, dirigiendo de manera adecuada los recursos existentes, y enfocándose en mejorar la competitividad en el mercado extranjero a fin de conseguir con los objetivos propuestos (Lerma & Márquez, 2010).

El plan de exportación es considerada como una herramienta de vital importancia para cualquier tipo de organización que quiere iniciar a comercializar sus bienes o servicios en un mercado extranjero; el principal objetivo de este plan es de guiar de manera adecuada y oportuna con el proceso mencionado, así también el de dar respuesta a los cuestionamiento que surgen con la elaboración y ejecución de estrategias de introducción a mercados internacionales (Llamazares, 2016).

Llamazares (2016), sugiere que para que el plan de exportación sea diseñado de manera adecuada, es necesario considerar responder a las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo seleccionar los mercados de mayor potencial y accesibilidad para sus productos?
- ¿Cuál es la forma de entrada más adecuada?
- ¿Qué acciones deberán llevarse a cabo en sus políticas de marketing?
- ¿Cuáles son los recursos necesarios para cumplir con los objetivos de venta y de rentabilidad que se establecen?

### **2.2.3.1.Importancia del plan de exportación**

El plan de exportación es importante porque se centra en una decisión que implica motivación, compromiso análisis y paciencia. Facilita la posibilidad de poner en práctica el conocimiento adquirido, así como adecuar y plasmar las experiencias y situaciones propias de la empresa para poder realizar un buen plan de exportación para que la organización pueda mejorar sus ingresos (Morales, 2016).

Estos beneficios se podrían sintetizar en la utilidad del plan de exportación, para que la empresa pueda analizar las viabilidades y factibilidades pertinentes que conlleven a la toma de una decisión más fundamentada, adecuada y correcta.

### **2.2.3.2.Objetivos de un plan de exportación**

El objetivo es servir de guía para que los empresarios, puedan realizar su propio plan de negocio de exportación, sin necesidad de asesores o consultores, para poder ir entendiendo el proceso integral, y avanzar en la estructuración del plan (Llamazares, 2016)

Un plan de exportación permite conocer deliberadamente el mercado hacia el cual se desea comercia

El plan de exportación permite definir los mercado-objetivos, determinar las estrategias, actividades y metas de un plan exportación, en función de la situación actual de su empresa y las oportunidades de mercado.

### **2.2.3.3.Pasos para desarrollar un plan de exportación.**

Una parte fundamental para el desarrollo de un plan de exportación son los pasos, elementos o etapas a las cuales se deben considerar dentro del proceso, dentro de estos aspectos para el desarrollo de la propuesta se tomará en cuenta los elementos del plan de exportación.

**Identificar el producto a exportar:** es la descripción detallada del producto o servicio potencial a exportar, desde el punto de vista arancelario, industrial, técnico, funcional y mercadológico, con consideraciones del valor y la utilidad para el cliente, así como enfrentar una ventaja competitiva que pueden hacer una diferencia y enfrentar a la competencia.

**Identificar los requisitos del mercado meta:** definir los mercados más atractivos, para el producto o servicio se elabora un estudio de mercado y finalmente se tomar decisiones mercadológicas.

**Identificar los clientes potenciales dentro de dicho mercado:** el objetivo de este apartado es demostrar la viabilidad comercial del plan. Para ello es necesario determinar el ámbito geográfico, cuantificar el mercado potencial, agrupar el mercado en grupos homogéneos o segmentos con el mismo perfil de cliente, dividir los segmentos en subgrupos llamados nichos, estos serán aquellos donde posicionara para calcular la demanda potencial y las ventas. Se analizarán las necesidades, motivaciones y comportamiento de compra de los clientes y sus necesidades.

**Establecer y comparar los precios de exportación:** para poder fijar el precio de exportación depende de las condiciones del mercado en el extranjero, los costos,

diferentes formatos y tipo de moneda, todo esto afecta el precio que el cliente debe pagar por los productos y servicios.

**Conocer ventajas y requisitos de los tratados o acuerdos:** es importante conocer los Tratados de Libre Comercio porque forman parte de una estrategia comercial de largo plazo que busca consolidar mercados con el fin de desarrollar una oferta exportable competitiva, que a su vez genere más y mejores empleos.

#### **2.2.3.4.Elementos del plan de exportación**

Según lo menciona Lerma & Márquez (2010), los elementos del plan de exportación son los que a continuación se presentan:

- Determinación del estudio de mercado
- Determinación del estudio técnico
- Evaluación financiera

#### **2.2.4. Exportación**

Es el medio a través del cual las empresas inician con sus actividades de comercio a nivel internacional, buscando incrementar los ingresos por ventas del bien o servicio (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2007).

La exportación es aquella actividad en la que sale de manera definitiva un producto o servicio fuera de los límites geográficos de un país con destino a un país extranjero; a través de la exportación se busca incrementar el desarrollo económico y social de los pobladores y por ende de un país; es necesario mencionar que al iniciar con este proceso los directivos responsables deben estar conscientes de que se deben regir tanto a la normativa legal nacional como internacional (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

##### **2.2.4.1.Tipos de exportación**

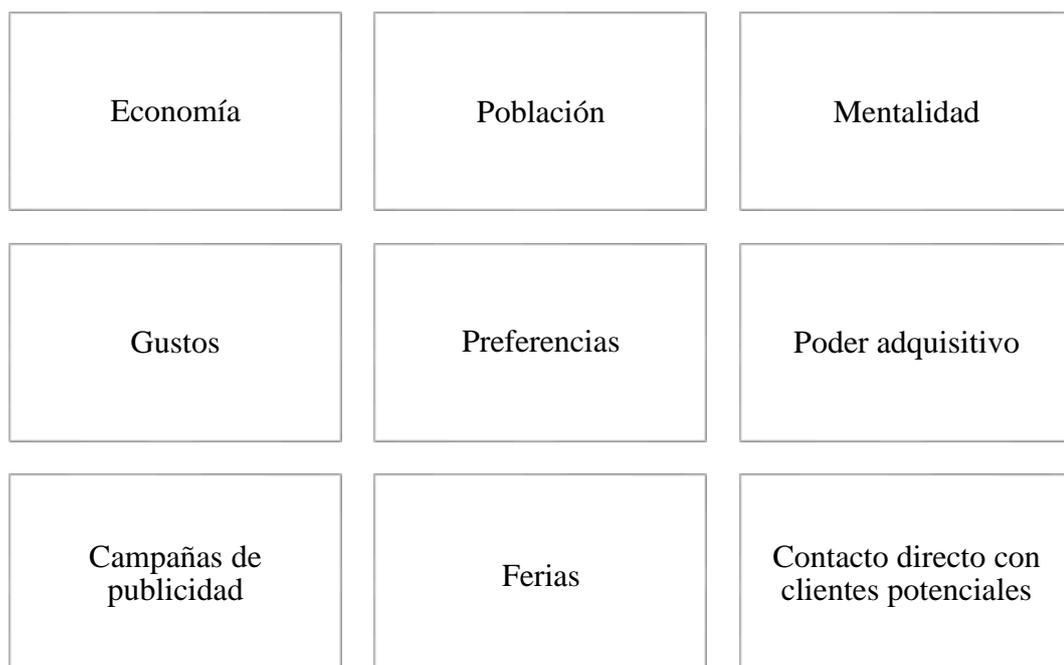
Lafuente (2010), menciona que la exportación se clasifica en directa e indirecta, a continuación, se describe cada una.

#### 2.2.4.2. Exportación Directa

Este tipo de exportación requiere de mayores conocimientos en referencia al mercado internacional al que se desea ingresar, y tanto en aspectos de inversión como de nivel adquisitivo y consumo.

Es fundamental tener en cuenta que para este tipo de exportación es necesario contar con el recurso económico necesario, ya que el periodo de duración generalmente es a largo plazo, lo que de alguna manera se convierte en un riesgo debido a un futuro demasiado incierto (Lafuente, 2010).

En caso de que la empresa considere oportuno la creación de sucursales en el nuevo mercado extranjero, es necesario que se considere:



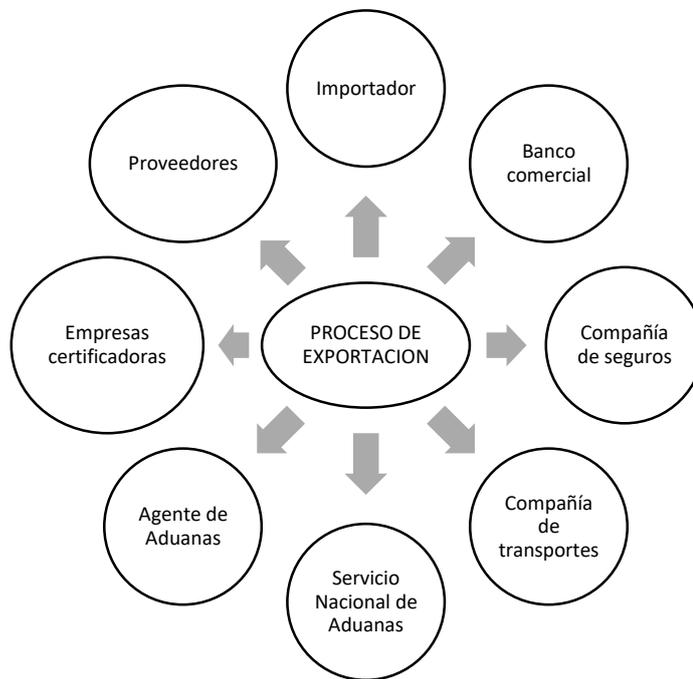
**Figura 2** Elementos a considerar en la exportación directa

**Fuente:** (Lafuente, 2010)

#### 2.2.4.3. Exportación Indirecta

Este tipo de exportación se caracteriza por la presencia de un intermediario cuya especialización es la de comercio exterior, por lo que será la persona encargada del proceso de mercadeo. Es decir el productor únicamente se dedica a realizar de manera eficiente el proceso de producción, mientras que el intermediario es quien asumirá los costos y gastos existentes en el proceso de exportación (Lafuente, 2010).

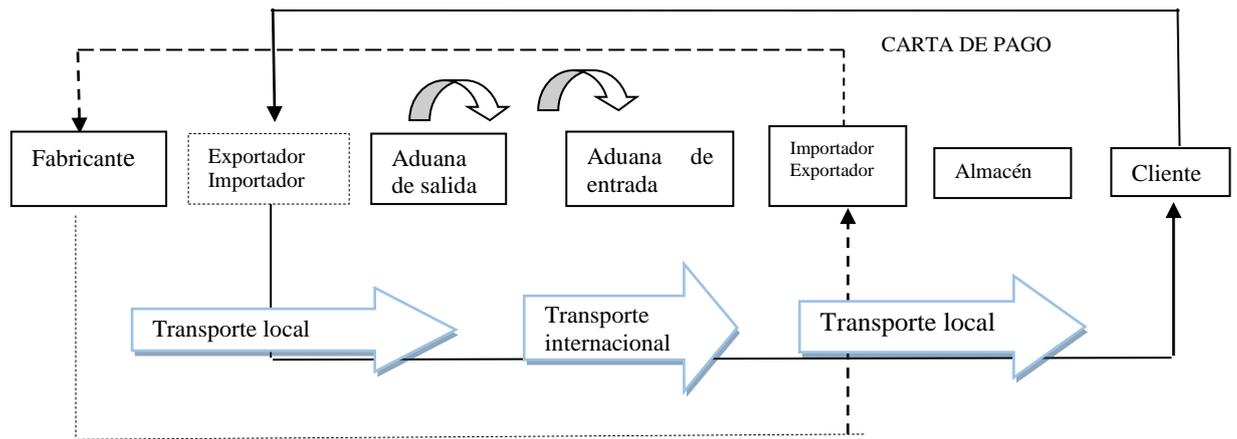
Dentro de los organismos que intervienen en el proceso de exportación, se detallan a continuación:



**Figura 3:** Organismos que intervienen en el proceso de exportación  
**Fuente:** (Proecuador , 2017)

### 2.2.5. Proceso de exportación

En el siguiente grafico se puede visualizar el proceso de exportación que las empresas deben seguir, en el mismo se visualiza de manera clara cada una de las etapas que deben ser cumplidas:



**Figura 4:** Proceso de exportación  
**Fuente:** (Fondo Social Europeo, 2013)

1. La empresa que va a exportar el producto debe realizar un contrato con la empresa que importará el producto
2. La empresa exportadora debe contar con las certificaciones, normalizaciones, entre otros elementos
3. Se establecen condiciones de la entrega del producto o servicio, embalaje y empaquetado
4. Elección de la vía de transporte de la mercadería
5. Traslado de la mercadería desde la empresa exportadora hacia la importadora, considerando que debe existir tanto el transporte interno como externo
6. Trámites aduaneros
7. Traslado de la mercancía hasta la empresa importadora (transporte local)
8. Firma de la recepción del pago

### **Exportador**

Se considera como exportador a las y los ecuatorianos, las y los residentes extranjeros en el país, y a las personas naturales y jurídicas que se dedican a labores de comercio fuera del país de origen (Proecuador , 2017).

Los requisitos que son necesario para proceder a ser exportador son:

1. Tener el Registro Único de Contribuyente (RUC) emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI), detallando la actividad económica a la que se dedica
2. Obtener el certificado de firma digital

### 3. Registro en el ECUAPASS

Para realizar el registro del exportador en ECUAPASS es necesario seguir el siguiente procedimiento:

1. Tramitar el RUC en el SRI
2. Adquirir el certificado digital para la firma electrónica (registro civil)
3. Registrarse en el portal de ECUAPASS
4. Registro de usuario/autenticación electrónica

Para el trámite de declaración juramentada de origen el proceso es el siguiente.

1. Ingreso al portal de ECUAPASS
2. Ventanilla única ecuatoriana
3. Elaboración de la DIO

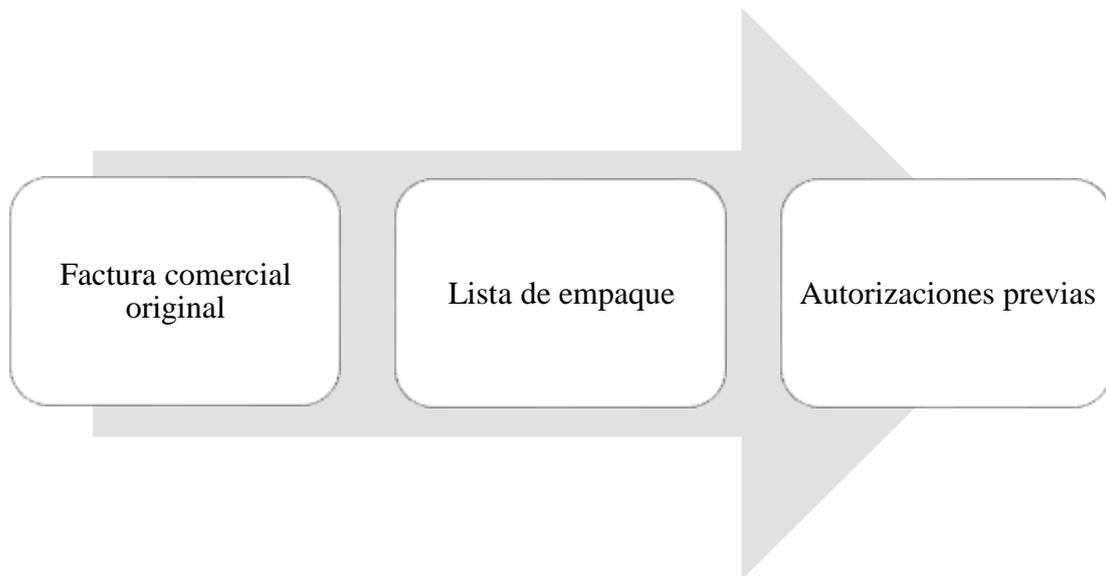
#### **2.2.6. Declaración Aduanera de Exportación**

Es aquella declaración a través de la cual se crea una conexión legal y por ende se atribuyen obligaciones dispuestas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, que deberán ser cumplidas por el exportador (Proecuador , 2017).

Los datos que deben contar en la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) son los siguientes:

- Información de la persona que exporta o realiza la declaración
- Descripción de la mercadería
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidad
- Peso
- Otros de datos de relevancia de la mercancía

Los documentos electrónicos que se vinculan con la DAE a través del ECUAPASS son:



**Figura 5** Documentos de acompañamiento de la DAE  
**Fuente:** (Proecuador , 2017)

### **2.2.7. Acuerdos comerciales entre Estados Unidos y Ecuador**

Para entender de una manera más amplia la política exterior es necesario conocer las relaciones políticas existentes en la actualidad entre Ecuador y Estados Unidos, tomando en consideración las prioridades con respecto a las exportaciones.

En el segundo semestre del año 2018, Ecuador y EEUU, firmaron un acuerdo comercial el cual se basa en la estabilidad a largo plazo para poder ser más competitivos con los productos ecuatorianos.

Uno de los acuerdos comerciales que hasta la actualidad mantienen los dos países es el SGP (Sistema Generalizado de Preferencias); es determinado como un instrumento de política comercial no bilateral que utilizan los estados desarrollados. Es la manera de que los países en vías de desarrollo tengan acceso a la comercialización de productos sin el cobro de aranceles. Es un mecanismo que permite dar preferencia a ciertos países fomentando la diversificación de las economías e incentivando la productividad y la industria en el sector. Los productos destacados que se encuentran libre del cobro de aranceles son los relacionados con la manufactura, productos directos del mar y productos agrícolas (Ministerio de Comercio Exterior , 2018 ).

### **2.2.8. Requisitos para exportar a Estados Unidos**

Según lo mencionado por Murillo (2017), existen varios requisitos que se deben cumplir antes de ingresar al mercado estadounidense; a continuación se mencionan los mismos:

- Certificado de garantía como pólizas ante posibles daños del producto
- Certificaciones de calidad, buenas prácticas de manufactura
- Historial de la empresa u organización
- Certificación que avale las características del producto tales como: “NO GMO”, “GLUTEN FREE”, “ORGANIC”, o similares.

### **2.2.9. Incoterms**

Conocidas como International Commerce Terms, son usadas para determinar las obligaciones y condiciones de entrega tanto del comprador como del vendedor de la mercancía. A través de la utilización de las mismas se estipulan reglas y lineamientos a nivel internacional que deberán ser cumplidas por las partes (Intertransit, 2016).

Los términos Incoterms se encuentran compuestos por 3 letras, que las distinguen unas de otras, la última revisión entró en vigor el 1 de enero del 2011, en donde se eliminaron algunos Incoterms y se introdujeron otros (Intertransit, 2016).

La institución jurídica que se dedica a la legislación mercantil internacional es UNCITRAL, la misma que se encuentra buscando la generación de un enfoque moderno y armónico según las reglas de comercio exterior, las empresas se encuentran en la libre potestad de elegir cualquier tipo de Incoterm existente para su desenvolvimiento en el proceso comercial, considerando las necesidades e intereses de las partes involucradas (E-comex, 2016).

Las reglas establecidas por las Incoterms, según (E-comex, 2016), son:

- Definir cuál de las partes involucradas se responsabilizara del transporte y/o seguro
- Determinar fechas en las que el vendedor entregará la mercancía al comprador
- Exponer cuales son las responsabilidades tanto del comprador como del vendedor en el proceso de exportación

Es necesario antes de definir el tipo de Incoterms a utilizar los siguientes aspectos:

- Propagación de zonas francas

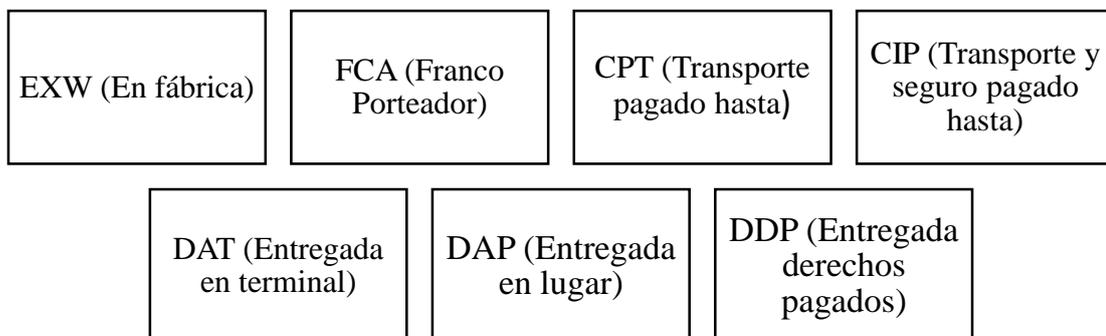
- Uno de comunicaciones electrónicas en el proceso de la transacción comercial
- Seguridad en el traslado de la mercadería
- Cambios en los diferentes usos del transporte

En el estudio realizado por (Intertransit, 2016), se señalan las consideraciones que deben ser tomadas en cuenta, antes de elegir una Incoterms, las mismas se detallan a continuación:

- Tipo de mercancía
- Tipo de transporte a utilizar
- Definir quién de las partes paga el transporte de la mercancía
- Definir quién de las partes cancela los valores del seguro
- Lugar exacto en el que se entregará la mercancía
- Responsable del pago de las obligaciones aduaneras de importación y exportación

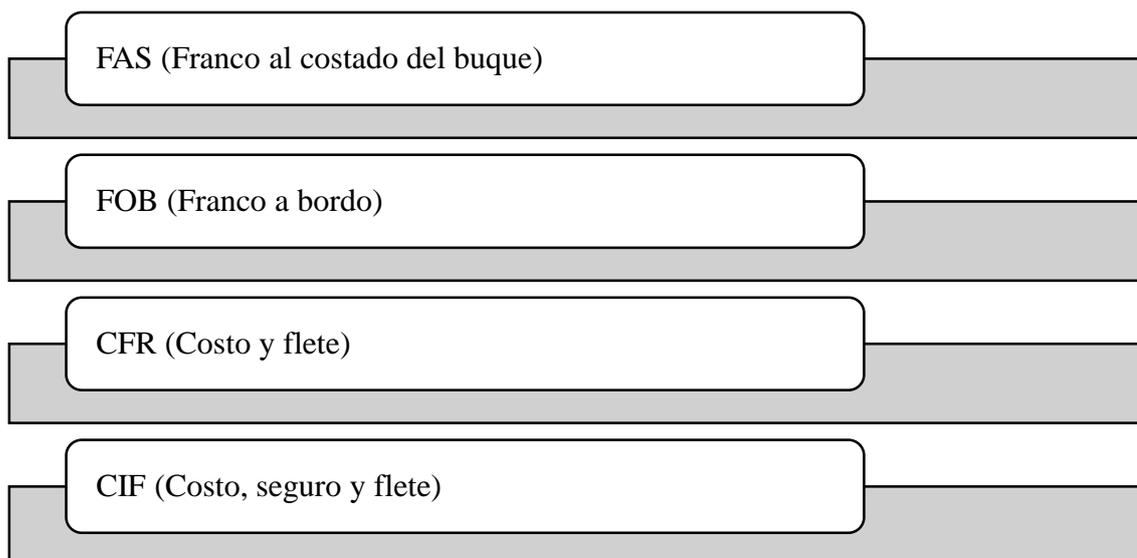
### 2.2.9.1. Tipos de Incoterms

Los Incoterms existentes son:



**Figura 6** Incoterms para cualquier medio de transporte

**Fuente:** (E-comex, 2016)



**Figura 7** Incoterms para transporte marítimo  
**Fuente:** (E-comex, 2016)

- **EXW (En fábrica)**

Este tipo de incoterms puede ser utilizado para cualquier tipo de transporte (multimodal), se caracteriza porque el proveedor es quién se encarga de la logística de entrega mientras que el comprador es quién asume los diferentes gastos, a continuación, se presenta la tabla N° 1 en la cual se exponen las obligaciones que contraen tanto el vendedor como el comprador al momento en que se opte por este término dentro de la negociación.

**Tabla 1** Incoterms EXW obligaciones del vendedor y comprador

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar la mercadería y la documentación requerida en los tiempos establecidos</li> <li>• Mercadería empaquetada y embalada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancelar los valores correspondientes por la mercadería adquirida</li> <li>• Cubrir con los costos de flete interno (de fábrica al lugar de la exportación)</li> <li>• Trámites aduaneros (permisos, requisitos, impuestos)</li> <li>• Cubrir con los gastos de exportación (maniobras, agentes aduaneros, bodega)</li> <li>• Costos de flete internacional (desde el lugar de exportación hasta el lugar de</li> </ul>

---

importación)

- Gastos de seguro
- Gastos de importación
- Transporte y seguro desde el lugar de importación hacia la planta

---

**Fuente:** (E-comex, 2016)

**Elaborado por:** Elaboración propia a partir de (E-comex, 2016)

- **FCA (Franco porteador)**

De la misma manera que el anterior, este tipo de Incoterm puede ser utilizado para cualquier tipo de transporte, sin embargo es uno de los que no se usan con mucha frecuencia en las negociaciones.

Dentro de las principales obligaciones del vendedor y comprador se encuentran detalladas en la siguiente tabla:

**Tabla 2** Incoterms FCA obligaciones del vendedor y comprador

---

<b>Obligaciones del vendedor</b>	<b>Obligaciones del comprador</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entregar a mercadería y documentación necesaria</li><li>• Gastos de empaque y embalaje</li><li>• Flete interno (desde las bodegas hasta el lugar de exportación)</li><li>• Trámites aduaneros (permisos, requisitos, impuestos)</li><li>• Gastos de exportación (almacenaje, agente, entre otros)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cancelar el valor acordado por la mercadería</li><li>• Flete internacional (desde el lugar de exportación hacia el lugar de importación)</li><li>• Seguros</li><li>• Gastos de importación</li><li>• Flete y seguro (lugar de importación hacia la planta o bodegas)</li><li>• Demoras</li></ul>

---

**Fuente:** (E-comex, 2016)

- **CPT (Transporte pagado hasta)**

Dentro de las obligaciones de las partes involucradas se encuentran:

**Tabla 3** Incoterms CPT obligaciones del vendedor y comprador

<b>Obligaciones del vendedor</b>	<b>Obligaciones del comprador</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrega de mercadería y documentación requerida</li><li>• Gasto de empaque y embalaje</li><li>• Gasto flete interno</li><li>• Gastos trámites aduaneros</li><li>• Gastos de exportación</li><li>• Flete</li><li>• Gasto de importación “parcial”</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cancelar el valor acordado por la mercadería</li><li>• Trámites aduaneros</li><li>• Flete y seguro desde el lugar de importación hacia la fabrica</li><li>• Gastos de importación “parcial”</li><li>• Demoras</li></ul>

**Fuente:** (E-comex, 2016)

**Elaborado por:** Elaboración propia a partir de (E-comex, 2016)

- **CIP (Transporte y seguro pagado hasta)**

Utilizado con cualquier tipo de transporte o una combinación de los mismos, a continuación, se muestran las obligaciones del comprador y vendedor, en caso de hacer de esta Incoterms la elegida para el proceso de negociación:

**Tabla 4** Incoterms CIP obligaciones del vendedor y comprador

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar la mercadería y los documentos necesarios</li> <li>• Cubrir los gastos de empaque y embalaje</li> <li>• Costear el flete interno (desde la empresa hasta el lugar de exportación)</li> <li>• Gastos y trámites aduaneros</li> <li>• Gastos del proceso de exportación</li> <li>• Flete y seguro desde el lugar de exportación hasta el de importación</li> <li>• Gastos de importación “parcial”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancelar los valores correspondientes por la compra de la mercadería</li> <li>• Trámites aduaneros</li> <li>• Flete y seguro desde el lugar de importación hacia la empresa</li> <li>• Gasto de importación “parcial”</li> <li>• Demoras</li> </ul>

Fuente: (E-comex, 2016)

- **DAT (Entregada en terminal)**

Las principales obligaciones del comprador y vendedor son:

**Tabla 5** Incoterms DAT obligaciones del vendedor y comprador

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar la mercadería con la documentación correspondiente</li> <li>• Cubrir gastos de embalaje y empaque</li> <li>• Flete desde la empresa hasta el lugar de la exportación</li> <li>• Trámites aduaneros</li> <li>• Gastos de exportación</li> <li>• Flete desde el lugar de exportación hacia el país de importación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancelar los valores correspondientes por la compra de la mercadería</li> <li>• Gastos de importación</li> <li>• Trámites aduaneros</li> <li>• Flete y seguro desde el lugar de importación hacia la empresa</li> <li>• Demoras</li> </ul>

Fuente: (E-comex, 2016)

- **DAP (Entregada en lugar)**

Dentro de las obligaciones del vendedor y del comprador existen:

**Tabla 6** Incoterms DAP obligaciones del vendedor y comprador

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entregar la mercadería y documentos</li><li>• Empaque y embalaje</li><li>• Flete desde la empresa hacia el lugar de exportación</li><li>• Trámites de aduanas</li><li>• Gastos de exportación</li><li>• Flete desde el lugar de exportación hacia el de importación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pagar los valores por la mercadería</li><li>• Gastos de importación</li><li>• Trámites de la Aduana</li><li>• Flete y seguro desde el lugar de la importación hacia la empresa</li><li>• Demoras</li></ul>

Fuente: (E-comex, 2016)

- **DDP (Entrega de derechos pagados)**

**Tabla 7** Incoterms DDP obligaciones del vendedor y comprador

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entregar la mercadería y documentos requeridos</li><li>• Empaque y embalaje</li><li>• Flete desde la empresa hacia el lugar de exportación</li><li>• Trámites aduaneros</li><li>• Gastos de exportación</li><li>• Flete desde el lugar de exportación hacia el de importación</li><li>• Gastos de importación</li><li>• Trámites de aduana</li><li>• Flete desde el lugar de importación hacia la empresa</li><li>• Demoras</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cancelar los valores acordados por la mercadería</li></ul>

Fuente: (E-comex, 2016)

- **DAP (Entregada en Lugar)**

Las obligaciones de las partes se encuentran detalladas en la tabla siguiente:

**Tabla 8** Incoterms DAP obligaciones del vendedor y comprador

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar la mercadería y la documentación</li> <li>• Empaque y embalaje</li> <li>• Flete desde la empresa hacia el lugar de exportación</li> <li>• Trámites aduaneros</li> <li>• Gastos de exportación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancelar los valores por la mercadería</li> <li>• Flete y seguro desde el lugar de exportación hacia el de importación</li> <li>• Gastos de importación</li> <li>• Trámites de aduana</li> <li>• Seguro y flete desde el lugar de importación hacia la empresa</li> <li>• Demoras</li> </ul>

Fuente: (E-comex, 2016)

- **FOB (Franco a bordo)**

**Tabla 9** Incoterms DAP obligaciones del vendedor y comprador

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar la mercadería y documentos de soporte</li> <li>• Gastos de embalaje y empaquetado</li> <li>• Cubrir los gastos de flete (desde la empresa al lugar de exportación)</li> <li>• Trámites de aduana</li> <li>• Gastos de exportación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancelar los valores correspondientes pro la compra de mercadería</li> <li>• Flete y seguro desde el lugar de exportación hasta el lugar de importación</li> <li>• Gastos de importación</li> <li>• Trámites de aduana</li> <li>• Flete desde el lugar de importación hacia la empresa</li> <li>• Demoras</li> </ul>

Fuente: (E-comex, 2016)

- **CFR (Costo y flete)**

**Tabla 10** Incoterms CFR obligaciones del vendedor y comprador

<b>Obligaciones del vendedor</b>	<b>Obligaciones del comprador</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entregar la mercadería y los documentos necesarios</li><li>• Gasto de empaque y embalaje</li><li>• Flete desde la empresa hasta el lugar de exportación</li><li>• Trámites de aduana</li><li>• Gastos de exportación</li><li>• Flete desde el lugar de exportación hasta el lugar de importación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pago de la mercadería recibida</li><li>• Gastos de importación</li><li>• Trámites de aduana</li><li>• Flete y seguro desde el lugar de importación hacia la empresa</li><li>• Demoras</li></ul>

**Fuente:** (E-comex, 2016)

- **CIF (Costo, seguro y flete)**

**Tabla 11** Incoterms CIF obligaciones del vendedor y comprador

<b>Obligaciones del vendedor</b>	<b>Obligaciones del comprador</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entregar la mercadería y los documentos</li><li>• Empaque y embalaje</li><li>• Flete desde la empresa hasta el lugar de exportación</li><li>• Trámites de aduana</li><li>• Gastos de exportación</li><li>• Flete y seguro desde el lugar de exportación hacia el lugar de importación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pago de la mercadería</li><li>• Gastos de importación</li><li>• Trámites de aduana</li><li>• Flete y seguro desde el lugar de importación hacia la empresa</li><li>• Demoras</li></ul>

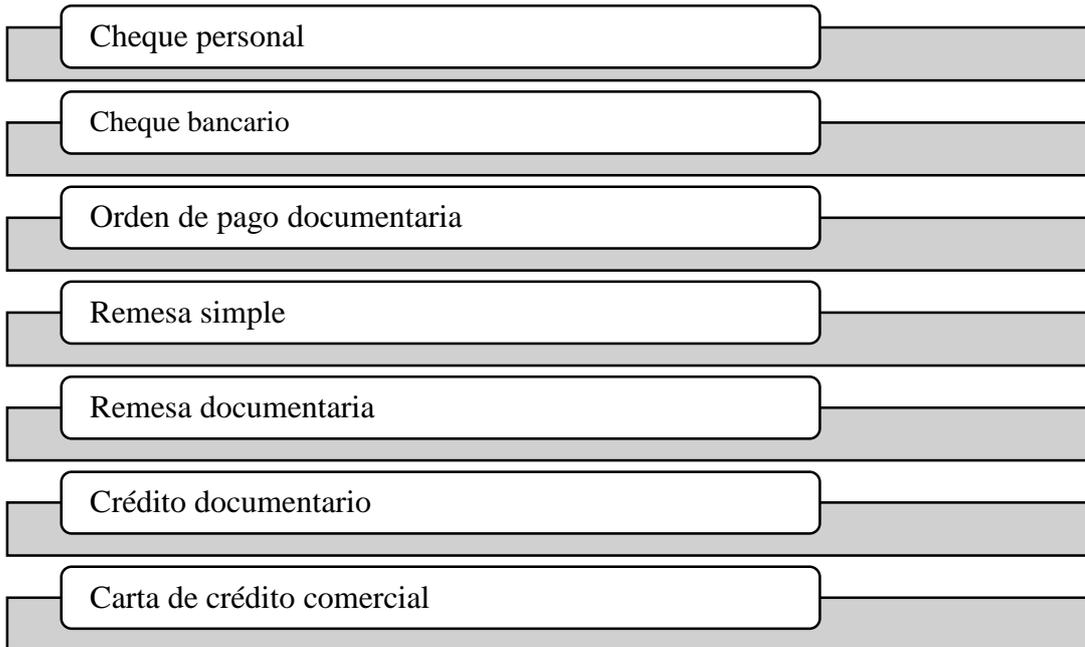
**Fuente:** (E-comex, 2016)

El incoterm FOB, en el Ecuador es uno de los más utilizados ya que es el vendedor quien se encarga de cumplir con las obligaciones en cuanto a la mercancía hasta que llegue al lugar de destino, considerando todos los procesos y trámites para el traslado.

En este caso es el FOB el más utilizado ya que la mayoría de los gastos corren por cuenta del comprador.

### 2.2.9. Medios de pago en comercio internacional

Existen varios medios de pago que se utilizan tanto en las importaciones como en las exportaciones, para la presente investigación el medio de pago en comercio internacional será mediante transferencia u orden de pago simple, debido a que el beneficiario solo requiere de un documento como es la identificación para ser uso de dicho dinero.



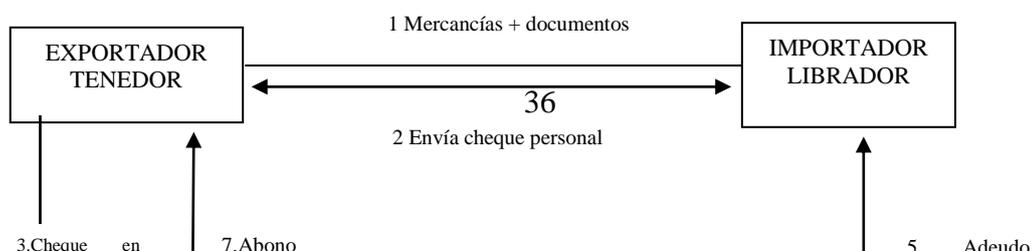
**Figura 8** Formas de pago internacionales  
**Fuente:** (Ruiz, 2014)

### El cheque

Es aquel documento que implícitamente lleva un mandato de pago, en beneficio de una determinada persona. Existen dos tipos de cheques:

#### Cheque personal:

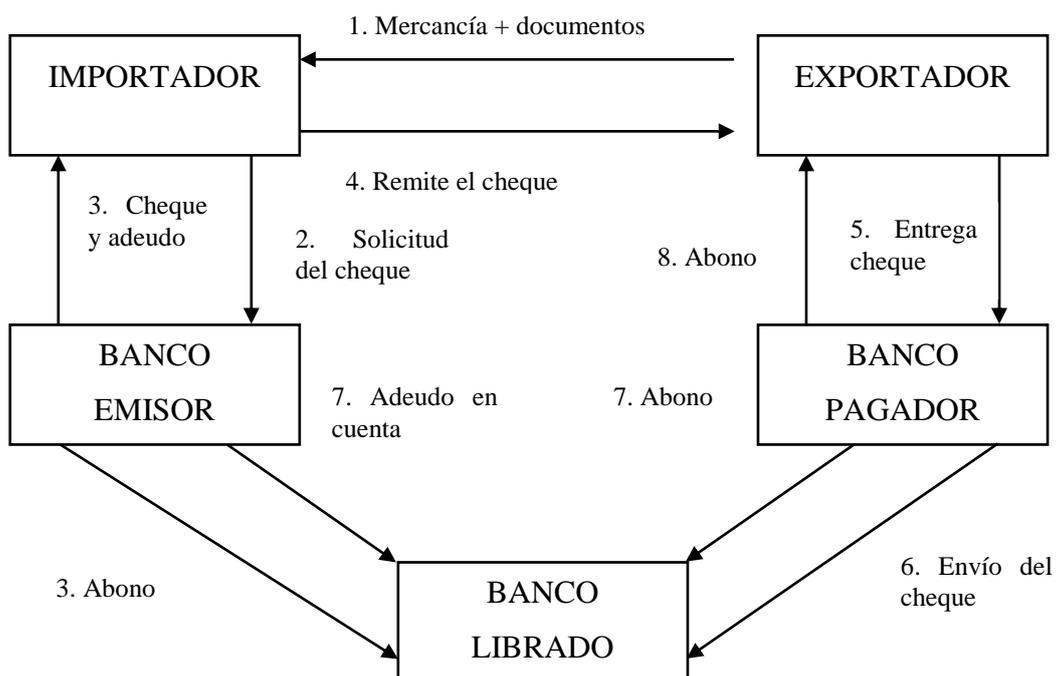
Medio de pago utilizado en operaciones de compra-venta realizadas de manera internacional, dicho documento es emitido por el importador o comprado contra la cuenta que tiene en una institución bancaria a favor del exportador. Al recibir el cheque el beneficiario debe recurrir a los servicios de una entidad de crédito para que proceda a realizar el cobro correspondiente (Ruiz, 2014).



**Figura 9** Proceso de cobro del cheque personal  
**Fuente:** (Ruiz, 2014)

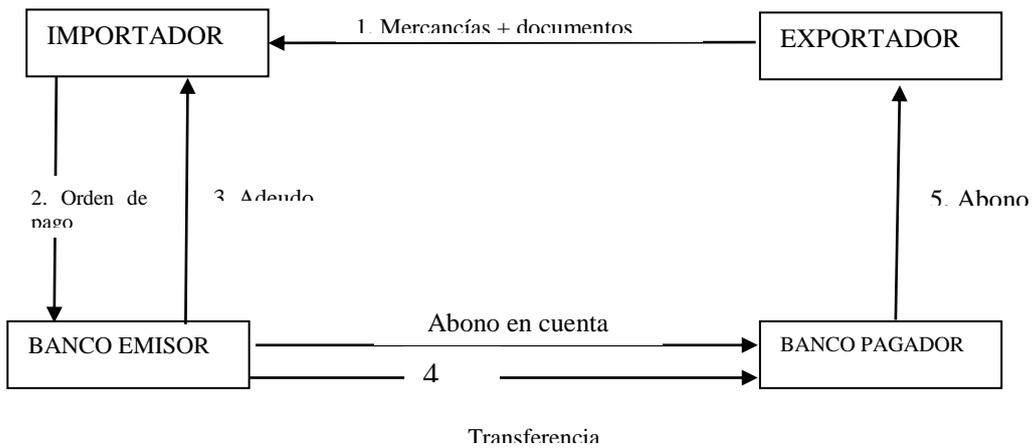
### Cheque bancario

Es una forma de pago en el que a pedido del importado, emite un banco contra sí mismo o contra las cuentas de un tercer banco, en beneficio del exportador. A diferencia del cheque personal, este tipo se emite por una institución financiera con cargo a los fondos de una cuenta que posee en un banco extranjero, o contra sí misma (Ruiz, 2014).



**Figura 10** Proceso de cobro de cheque bancario  
**Fuente:** (Ruiz, 2014)  
**Transferencia u orden de pago simple**

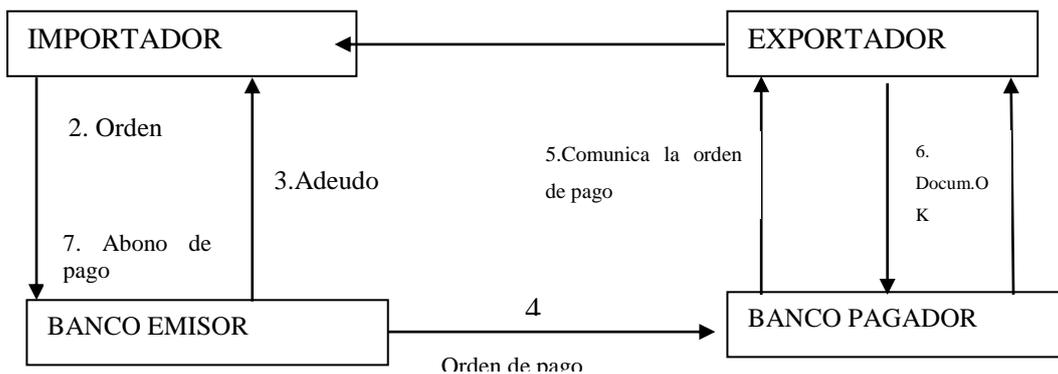
Petición por parte del importador a la entidad bancaria para que éste cancele una cantidad determinada de dinero, al exportador o beneficiario, el termino pago simple hace referencia a que el beneficiario no necesita de ningún documento excepto la identificación para hacer uso de dicho dinero (Ruiz, 2014).



**Figura 11** Proceso de cobro de transferencia  
**Fuente:** (Ruiz, 2014)

### Orden de pago documentaria

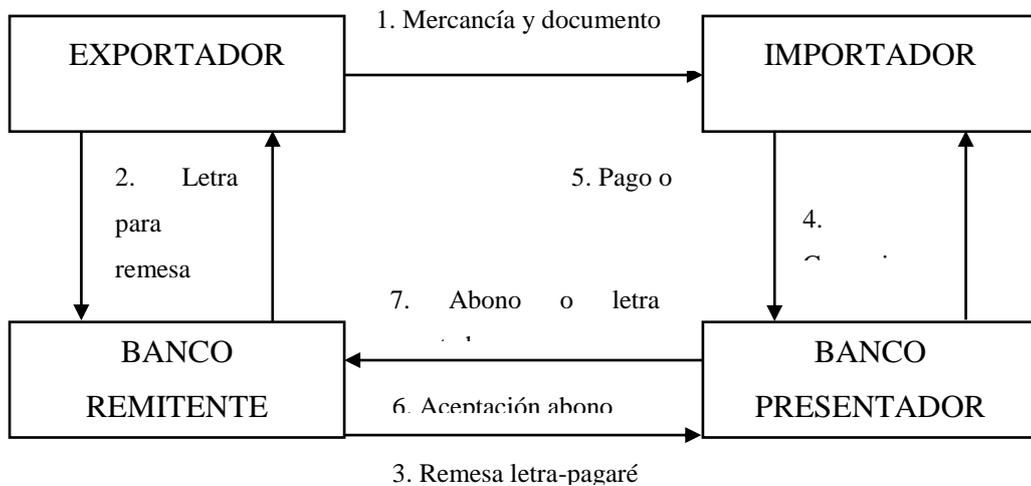
Hace referencia a la petición realizada por el importador a una entidad bancaria para desembolsar determinada cantidad de dinero previo la presentación de documentos que se especifiquen en la orden (Ruiz, 2014).



**Figura 12** Proceso de cobro de la orden de pago documentaria  
**Fuente:** (Ruiz, 2014)

### Remesa simple

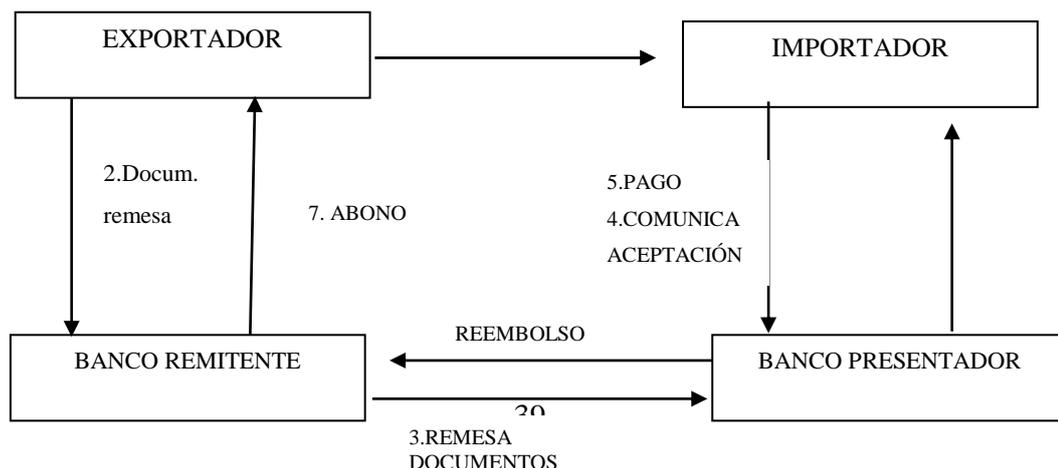
Medio de pago que consiste en que el exportador o vendedor entrega a la institución financiera diferentes documentos, para que la misma proceda a la gestión de cobro por el importador o comprador; este tipo de pago se utiliza con mayor frecuencia cuando existe un nivel de confianza entre el comprador y vendedor (Ruiz, 2014).



**Figura 13** Proceso de cobro de la remesa simple  
**Fuente:** (Ruiz, 2014)

### Remesa documentaria

Es aquella que contiene los documentos financieros, y relativos al dominio de la mercadería que el exportador entrega a su banco con instrucciones de que los entreguen al importador extranjero a través de una institución bancaria (Ruiz, 2014).

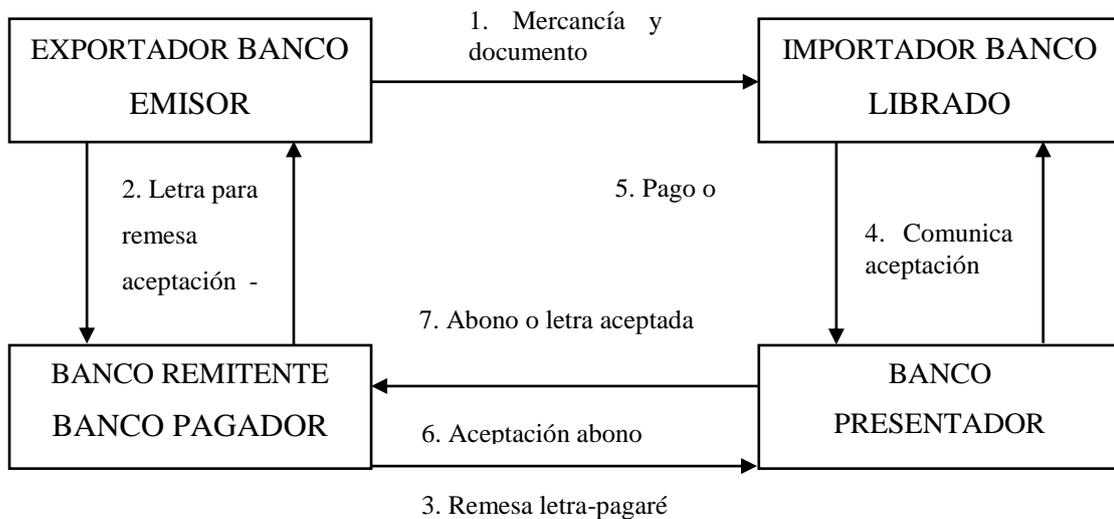


**Figura 14** Proceso de cobro de la remesa documentaria

**Fuente:** (Ruiz, 2014)

### **Crédito documentario**

Compromiso asumido por la institución bancaria (emisor) guiándose con las instrucciones que le da el cliente (ordenante), en el cual se obliga a cancelar una deuda a una tercera persona (beneficiario); para lo cual este deberá respaldar con la documentación requerida (Ruiz, 2014).



**Figura 15** Proceso de cobro de crédito documentario

**Fuente:** (Ruiz, 2014)

### **2.3.Marco conceptual**

**Ámbito:** se rige a la normativa entre todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas, que desarrollen una actividad económica en cualquier parte del territorio nacional (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018).

**Inversión productiva:** Es un tipo de propiedad relacionado con el flujo de recursos destinados a la producción de bienes y servicios, a través del cual se puede generar fuentes de trabajo para mejorar la economía nacional (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018).

**Régimen tributario:** en materia impositiva, las inversiones nacionales y extranjeras estarán sujetas al mismo régimen tributario, con las excepciones previstas en este código (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018).

**Control aduanero:** las personas y medios de transporte que ingresen o salgan de una ZEDE, como también los límites y puntos de acceso y de salida a las zonas especiales de desarrollo económico, las cuales deberían estar sometidas en zonas de vigilancia (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018).

**Exportador:** Cualquier persona natural o jurídica que exporte mercancías y que cumpla con las exigencias del compendio de Normas y leyes establecidas por un país (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018).

**Frontera:** Límite geográfico a través del cual cada país pretende controlar o dificultar la entrada o salida de producto (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2018).

## **2.4.Fundamentación Legal**

La investigación se regirá bajo artículos expuestos en la constitución, plan nacional del Buen vivir, el Servicio de Rentas Internas con el fin de que se determine las pautas para el proceso de exportación.

### **2.4.1. Constitución de la República del Ecuador**

De acuerdo con lo estipulado en la Constitución de la República de Ecuador (2008) estipulado en el régimen de desarrollo, capítulo tercero, sección séptima en donde específica sobre la política comercial estableciendo lo siguiente:

**Art. 306.-** El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

**Art. 310.-**El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.

Capítulo sexto sobre el trabajo y la producción sección primera, indica las formas de organización de la producción y su gestión donde:

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

#### **2.4.2. Plan Nacional del Buen Vivir**

##### **Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva**

A través de este objetivo se sostiene que la transformación de la matriz productiva supone una interacción con la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores (Plan Nacional del Buen Vivir , 2017 ).

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen.

##### **Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible**

Estado debe orientar los recursos públicos y privados de forma sostenible para generar crecimiento económico y logros en empleo, reducción de pobreza, equidad e inclusión económica. Mediante las acciones directas y la regulación, el Estado debe minimizar el riesgo sistémico de la economía. Adicionalmente, la inserción estratégica internacional

del Ecuador debe enfocarse en construir la soberanía económica regional para mitigar el impacto de escenarios externos de crisis (Plan Nacional del Buen Vivir , 2017 ).

### **2.4.3. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones**

Según el libro 1, en donde se especifica sobre el desarrollo productivo y mecanismos orgánicos de competencia, relacionándolo con el capítulo 1 en donde se menciona el rol del estado en el desarrollo productivo donde se especifica lo siguiente:

**Art 5.- Rol del Estado:** El estado fomentará el desarrollo productivo, y la transformación de la matriz productiva, a través del establecimiento de instrumentos e incentivos que permitan dejar atrás el patrón dependiente de productos primarios.

En el capítulo II, del código orgánico de la producción, comercio e inversiones (COPSI) también específico sobre las medidas no arancelarias del comercio exterior determinando a través de los artículos lo siguiente:

**Art. 78.- Medidas no arancelarias:** el comité podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías en los siguientes casos:

- a) Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República;
- b) Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano;
- c) Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional;
- d)** Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal.

**Art. 80.- Tasas:** Las tasas que exijan para el otorgamiento de permisos, registros, autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites, aplicables a la importación y exportación de mercancías o en conexión con ellas distintos a los procesos aduaneros regulares, se fijarán en proporción al costo de los servicios efectivamente prestados.

#### **2.4.4. Servicio de Rentas Internas**

El servicio de rentas internas establece un reglamento legal para los exportadores determinando la ley del régimen tributario en donde establece lo siguiente:

**Artículo 172.- Devolución del impuesto al valor agregado a exportadores de bienes.-**

Para que los exportadores de bienes obtengan la devolución del Impuesto al Valor Agregado pagado, y retenido en los casos previstos en la Ley de Régimen Tributario Interno y este reglamento, en la importación o adquisición local de bienes, materias primas, insumos, servicios y activos fijos, empleados en la fabricación y comercialización de bienes que se exporten, que no haya sido utilizado como crédito tributario o que no haya sido reembolsado de cualquier forma, deberán estar inscritos previamente en el Registro Único de Contribuyentes.

**Art. (...).- Mecanismo de reintegro o compensación de IVA para exportadores de bienes.-**

El Servicio de Rentas Internas, mediante resolución de carácter general, podrá establecer un procedimiento para el reintegro automático del IVA pagado y retenido por los exportadores o la compensación del crédito tributario por el cual tiene derecho a la devolución del IVA con los valores pagados o generados por el IVA resultante de su actividad.

#### **2.5. IDEA A DEFENDER**

El diseño de un plan para la exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos permite definir los procesos para mejorar la rentabilidad de los socios de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”, provincia de Bolívar año 2018.

#### **2.6.VARIABLES**

**Variable Independiente**

Plan de exportación

**Variable dependiente**

Mejora la rentabilidad

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de titulación se realizó a través de la recolección de información mediante la utilización de técnicas e instrumentos de investigación; fue necesario aplicar una investigación de campo, así como la utilización del análisis y síntesis; por lo tanto se determina que el estudio es de tipo exploratorio y descriptivo.

Además es importante enfatizar que es una investigación no experimental, debido a que no existe ningún tipo de manipulación de las variables.

#### **3.1.1. Fuentes de información**

Hace referencia a toda la información formal, informal, escrita, oral, entre otras. Son consideradas como las bases teóricas que permiten la obtención de conocimiento y datos sobre un tema determinado, facilitando al investigador generar el énfasis en cada temática, buscando solucionar el problema encontrado.

Dentro de las principales fuentes de información se encuentran:

##### **Primarias**

La información recopilada es original, ha sido publicada por una sola vez y no se ha evaluado por nadie, es decir es el resultado de una investigación exhaustiva y creativa.

Este tipo de datos se obtuvieron a través de la recolección de información por medio de la técnica de la observación de campo, misma que se llevó a cabo en las instalaciones de la asociación UNORCIE.

##### **Secundaria**

Para el desarrollo investigativo fue necesario analizar la información recolectada, misma que procede de fuentes investigativas como revistas científicas, estudios similares, navegación en diferentes páginas web académicas, libros, revistas, periódicos, entre otros.

Es necesario e importante recalcar que la información será citada basándose en las Normas APA sexta edición.

## **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 Investigación exploratoria**

Este tipo de estudio es de fundamental importancia debido a que a través del mismo se busca indagar sobre acontecimientos que no tienen información previa, de manera que resulta para el investigador un reto que debe ser cumplido, buscando todo tipo de información que sea de relevancia para la investigación propuesta (Sampieri, 2007).

La investigación exploratoria será utilizada a partir del momento en que se inicie con la investigación, de manera que a través de la misma se pueda realizar un diagnóstico que permita conocer la situación actual por la que está atravesando la Unión Nacional de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”

### **3.2.2. Investigación descriptiva**

El estudio descriptivo particularmente hace referencia a la descripción de los hechos que ocurren en determinado momento. Así también se establece que a través de este tipo de estudio el investigador se encuentra en la posibilidad de describir de mejor manera los hechos, sucesos, o acciones que buscan dar solución al problema planteada, es por esta razón que la importancia de los estudios descriptivos es claramente visible.

Este tipo de investigación se realizará al momento de establecer el diseño del plan de exportación para la Unión Nacional de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”.

### **3.2.3. Investigación Bibliográfica**

Para el autor Arias (2012), la investigación bibliográfica:

Se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. (p.87)

A través de la utilización de este tipo de investigación se procederá a la investigación respectiva mediante fuentes de consulta como libros, revistas, tesis, artículos científicos, que permitirán la construcción más detallada del marco teórico correspondiente; en el

que se describirá los conocimientos científicos de varios autores sobre el tema propuesto de la investigación.

#### **3.2.4. Investigación de Campo**

Según los autores, Palella y Martins (2012), definen a la Investigación de Campo:

Como la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (pág. 88)

Se utilizará este tipo de investigación durante el proceso investigativo, ya que es necesario el respectivo levantamiento de información, con la finalidad de desarrollar el Plan de exportación para la Unión Nacional de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE” será necesario estar presente de forma directa con la realidad problemática en la cual se desenvuelve la organización, tanto con su talento humano y con los procesos que se dan dentro de la empresa.

### **3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.3.1. Métodos**

##### **3.3.1.1. Método empírico**

Doctrina que sostiene que el conocimiento está basado en la experiencia, es decir parte de una realidad externa y cuantificable, negándose de esta manera la posibilidad del pensamiento a priori (Campusano 2015).

Este tipo de datos pueden ser recolectados a través de la observación que se realiza a un hecho, suceso o fenómeno; se basa principalmente en la lógica empírica, he ahí la importancia de la presencia de este método en la investigación, ya que le permitirá al investigador realizar una serie de procesos que le permitan desarrollar procedimientos claves.

Para el estudio se ha considerado la utilización de este método debido a que se determinaran por medio de la observación el proceso que la organización lleva a cabo para establecer los lineamientos de exportación requeridos.

### **3.3.1.2. Método hipotético-deductivo**

El método hipotético-deductivo parte de observación en función de diferentes puntos de vista del estudio, para lo cual es necesaria la formulación de la hipótesis o de la idea a defender, misma que posteriormente en base a diferentes métodos se procederá a la verificación, obteniendo conclusiones de relevancia para la investigación (Palella & Martins, 2012).

A través de la utilización de estos métodos se busca conocer información, que permita llegar a conclusiones generales partiendo de datos específicos; de manera que se conozca con mayor detalle y claridad las causas del problema estudiado.

### **3.3.1.3. Método analítico-sintético**

Este método permitió el desarrollo adecuado de la fundamentación teórica, debido a que se realizó un análisis de toda la información recopilada, para posteriormente proceder a la síntesis de la misma, buscando que esta sea de calidad y que se enfoque con lo relacionado a cada una de las variables de estudio, siendo de fácil comprensión (Palella & Martins, 2012).

### **3.3.1.4. Método deductivo e inductivo**

El método deductivo infiere los hechos observados basándose en la ley general a diferencia del inductivo, en el cual se formulan leyes a partir de hechos observados, el método inductivo permite obtener conclusiones generales a partir de las premisas particulares, es decir se procede de lo general a lo particular. En lo que respecta al método inductivo parte de lo particular a lo general (Fundación UPM, 2016).

## **3.3.2. Técnicas**

En el presente plan se utilizarán:

- **Encuesta:** A través de la aplicación de este instrumento se procederá a recoger datos sobre la producción de cacao, información de la asociación, entre otros; misma que permitirá direccionar de manera adecuada la elaboración de la propuesta.

- **Entrevista:** Se formulará una entrevista a los representantes de la organización de productores de cacao, con el fin de recabar información que sirva de base para la el diseño del plan de exportación.
- **Observación directa:** Este es un instrumento que ayuda a la recolección de datos importantes, consiste en el registro sistemático, válido y confiable de características determinadas, conductas o criterios diferentes, en donde se utilizan, fichas de observación recomendadas para hacer anotaciones de todo lo ya antes mencionado.

### 3.3.3. Instrumentos

- Cuestionario ( encuestas y entrevistas)
- Ficha de observación.

### 3.4. Población y Muestra

La Unión Nacional de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE, se conforma por las familias de 16 comunidades del cantón, según datos obtenidos del (GAD Echeandía, 2016), aproximadamente existe una totalidad de 2091 habitantes, para lo cual considerando un estimado de 4 personas por familia se establece la presencia de 523 familias que pertenecen a UNORCIE.

**Tabla 12** Población

<b>Población Total 16 comunidades</b>	<b>Número de familias (4 habitantes *familias)</b>	<b>Población de Estudio</b>
2.091	523	523
	<b>TOTAL</b>	<b>523</b>

**Fuente:** (GAD Echeandía, 2016)

### Muestra

Para determinar la muestra respectiva, se procede al cálculo de la misma, mediante la utilización de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

A continuación, en la tabla 13 se detallan los respectivos datos:

**Tabla 13** Muestra

<b>DATOS</b>	<b>Simbología</b>	<b>Valor</b>
Nivel de confianza	Z	1,96
Población de estudio	N	523
Posibilidades a favor de que se cumpla la idea a defender	p	0,90
Posibilidades en contra de que se cumpla la idea a defender	q	0,10
Desviación Estándar	E	0,05
Muestra	n	?

$$n = \frac{1,96^2 * 0,90 * 0,10 * 523}{0,05^2(523 - 1) + 1,96^2 * 0,90 * 0,10}$$

$$n = \frac{180,824112}{1,650744}$$

$$n = 110$$

Después de los respectivos cálculos, se concluye que en la presente investigación se trabajará con una muestra de 110 personas.

### 3.5. Resultados

#### 3.5.1. Resultados encuesta

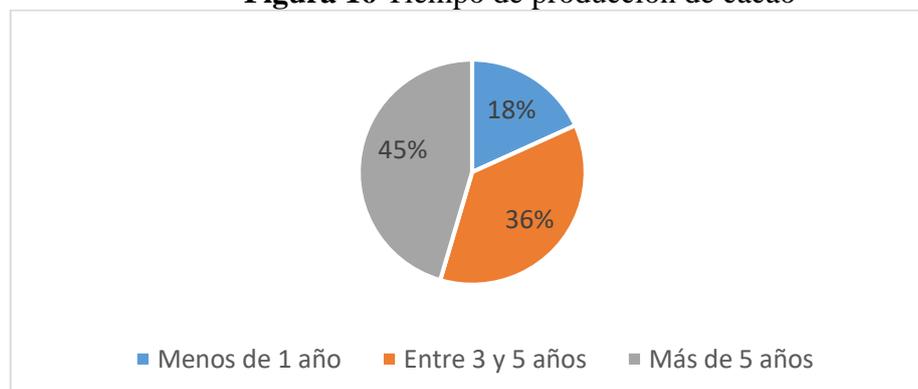
##### Pregunta 1. ¿Cuántos años lleva produciendo cacao en grano?

**Tabla 14** Tiempo de producción de cacao

Opciones	Frecuencia	%
Menos de 1 año	20	18%
Entre 3 y 5 años	40	36%
Más de 5 años	50	45%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 16** Tiempo de producción de cacao



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 14

#### Análisis e interpretación

Teniendo como base los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta, se determina que el 45% de los productores de cacao, cultivan este producto por un tiempo mayor a 5 años; seguidos de un 36% cuyo tiempo de producción oscila en un tiempo estimado entre 3 y 5 años y finalmente el 18% de los socios se encuentra produciendo en un tiempo menor a un año.

Es importante destacar que la gran mayoría de los productores se encuentran cultivando el cacao por un tiempo superior a 5 años lo cual significa que tienen los conocimientos básicos para cultivar un producto de calidad.

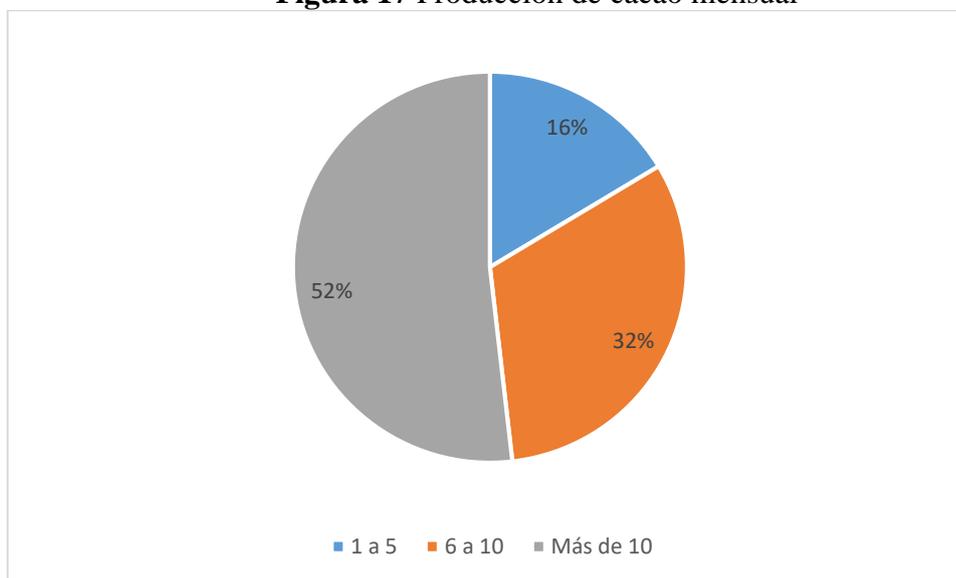
**Pregunta 2.** ¿Cuántos quintales de cacao produce al mes?

**Tabla 15** Producción de cacao mensual

Opciones	Frecuencia	%
1 a 5	18	16%
6 a 10	35	32%
Más de 10	57	52%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 17** Producción de cacao mensual



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la tabla 15

### **Análisis e interpretación**

El 52% de los productores afirman que mensualmente cosechan más de 10 quintales de cacao en grano; el 32% cultiva entre 6 a 10 quintales mensuales y el 16% entre 1 a 5 quintales aproximadamente.

Es necesario manifestar que para realizar los procesos de exportación es importante que la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas UNORCIE incremente su nivel de producción de manera que se pueda comercializar interna y externamente, mejorando los niveles de ingresos de las familias productoras.

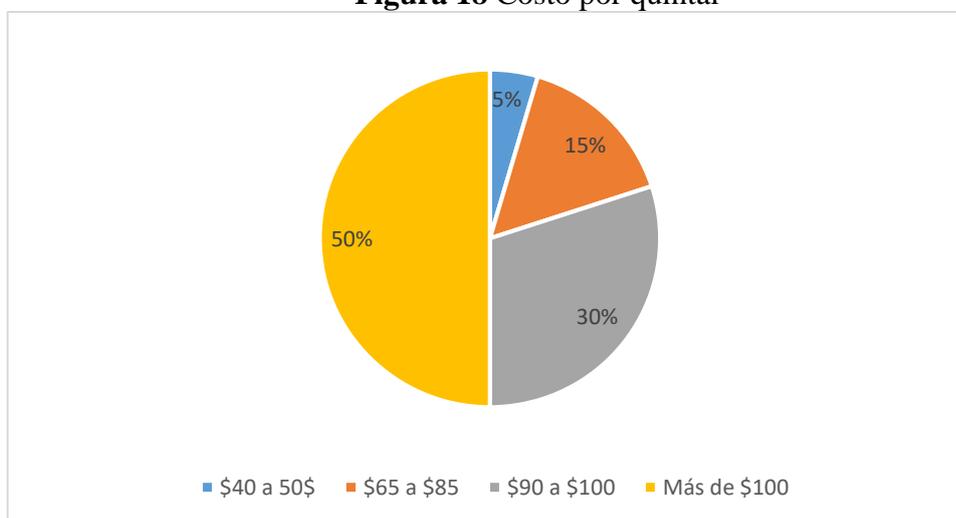
**Pregunta 3.** ¿Cuál es el costo por cada quintal de cacao en grano?

**Tabla 16** Costo por quintal

Opciones	Frecuencia	%
\$40 a \$50	5	5%
\$65 a \$85	17	15%
\$90 a \$100	33	30%
Más de \$100	55	50%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 18** Costo por quintal



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la tabla 16

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con la información obtenida por los productores encuestados se determina que aproximadamente el 50% de socios expende su producto a un precio mayor a \$100,00; el 30% lo comercializa en un estimado entre \$90,00 a \$100,00; el 15% entre \$65,00 a \$85,00 y el 5% a un rango entre \$40,00 y \$50,00.

El precio en el cual se expende el producto es muy variante, todo depende de los precios y la producción existente en el mercado, por lo que las autoridades pertinentes deberían realizar un control de precios para que los mismos se sometan a un comercio justo y equitativo.

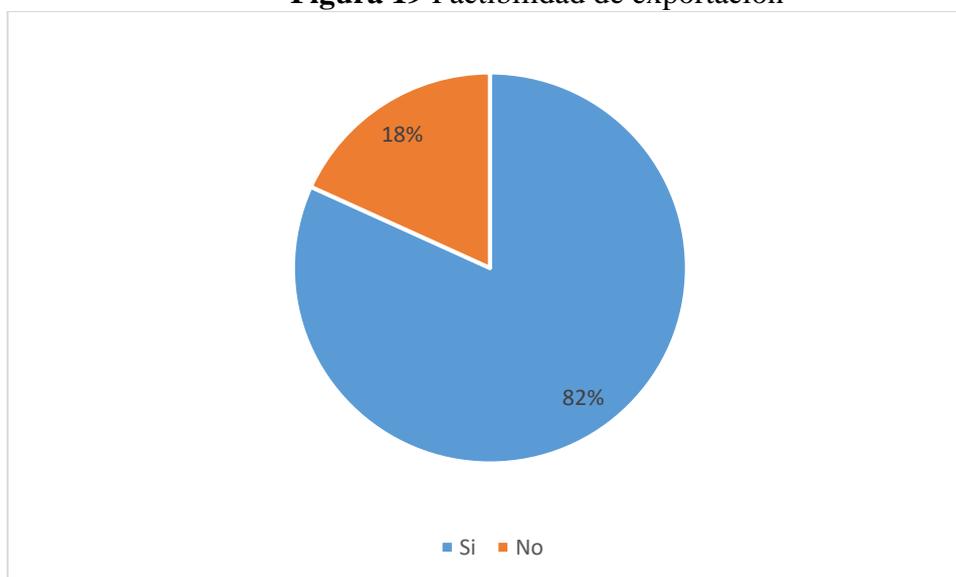
**Pregunta 4:** ¿Considera usted que es factible la exportación de cacao en grano?

**Tabla 17** Factibilidad de exportación

Opciones	Frecuencia	%
Si	90	82%
No	20	18%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 19** Factibilidad de exportación



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la tabla 17

### **Análisis e interpretación**

Frente al cuestionamiento planteado, se obtiene que el 82% de los encuestados manifiestan que creen que UNORCIE puede exportar su producto a un país extranjero; mientras que el 18% de productores considera una respuesta negativa relacionada al enunciado.

Al determinar que la mayoría de encuestados tienen un pensamiento positivo para realizar la exportación del producto, se muestra el compromiso por parte de los productores para hacer de este proyecto factible.

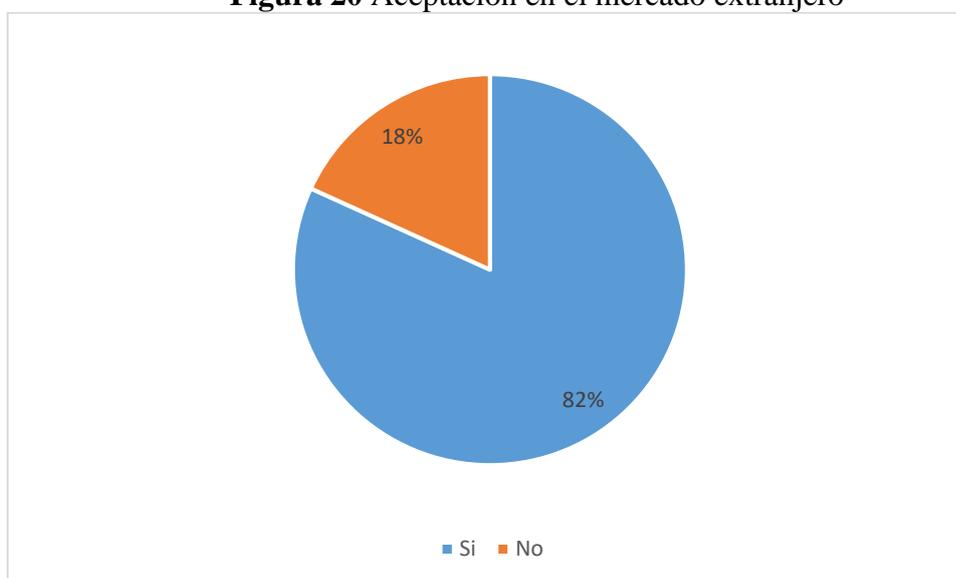
**Pregunta 5:** ¿Cree usted que el cacao en grano de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía, sea aceptado en el mercado extranjero?

**Tabla 18** Aceptación en el mercado extranjero

Opciones	Frecuencia	%
Si	90	82%
No	20	18%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 20** Aceptación en el mercado extranjero



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 18

### **Análisis e interpretación**

El 82% de los encuestados manifiestan y creen que el producto (cacao en grano) será aceptado por la demanda extranjera mientras que el 18% manifiesta lo contrario.

Al hacer énfasis en esta pregunta y la anterior, se observa la conexión existente entre las mismas, lo cual, debido al alto porcentaje de aceptación a este cuestionamiento, se ratifica la factibilidad del plan de exportación de cacao en grano.

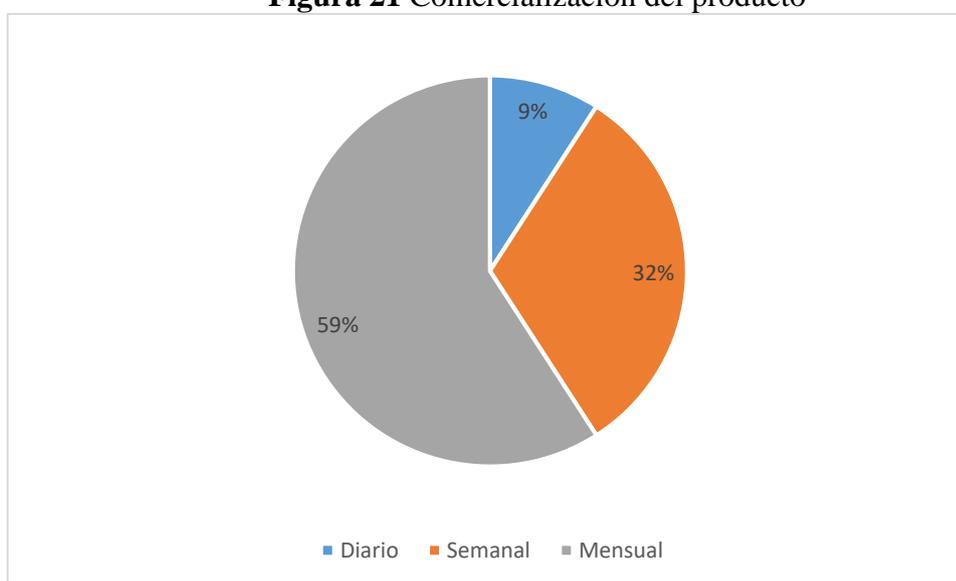
**Pregunta 6.** Indique, ¿Cuál es la forma en que UNORCIE se maneja para comercializar su producto?

**Tabla 19** Comercialización del producto

Opciones	Frecuencia	%
Diario	10	9%
Semanal	35	32%
Mensual	65	59%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 21** Comercialización del producto



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la tabla 19

### **Análisis e interpretación**

El 59% de los encuestados manifiesta que UNORCIE comercializa de manera mensual sus productos, el 32% dice es semanal y el 9% de manera diarias; es importante mencionar que todo esto depende de la época en la que se vende el producto, épocas de cultivo, ya que estos factores son determinantes al momento de realizar la comercialización.

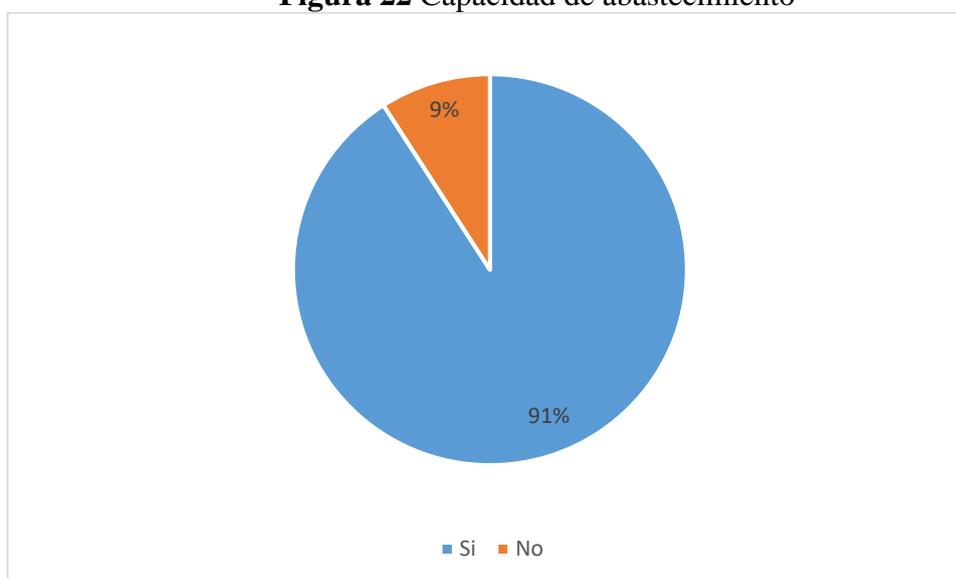
**Pregunta 7.** ¿Considera usted que la Unión de Productores tiene la capacidad de abastecer el mercado local y extranjero?

**Tabla 20** Capacidad de abastecimiento

Opciones	Frecuencia	%
Si	100	91%
No	10	9%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 22** Capacidad de abastecimiento



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 20

### **Análisis e interpretación**

El 91% de los productores consideran que Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía se encuentran en la capacidad de abastecer el mercado local e internacional, mientras que un mínimo 9% está en desacuerdo con lo mencionado.

En caso de que los requerimientos sean mayores, se debería producir más cacao en grano, con la finalidad de satisfacer los requerimientos del cliente, y no descuidar ninguno de los mercados en los que se encuentra inmerso UNORCIE.

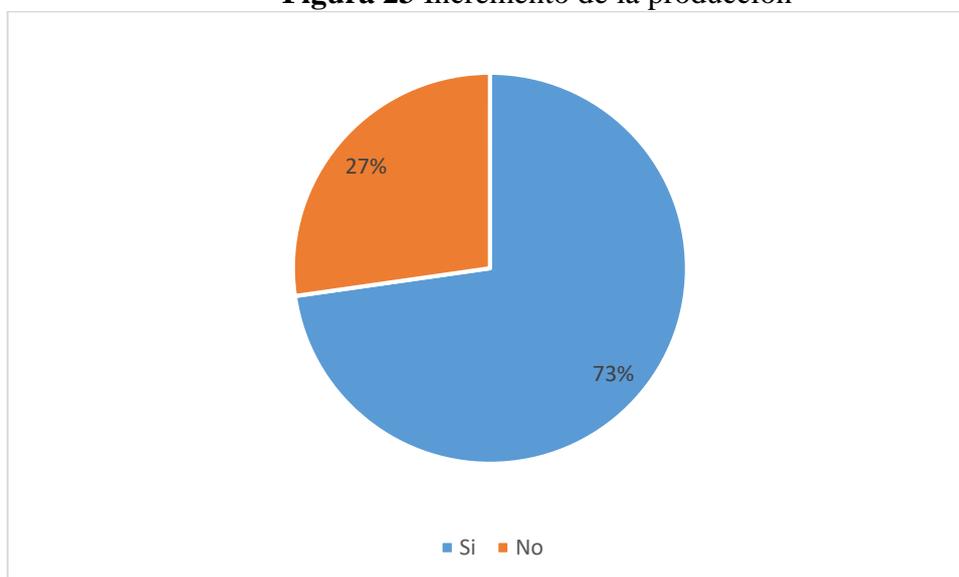
**Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a incrementar la producción de cacao para la exportación?**

**Tabla 21** Incremento de la producción

Opciones	Frecuencia	%
Si	80	73%
No	30	27%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 23** Incremento de la producción



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 21

**Análisis e interpretación**

El 73% de los encuestados está dispuesto en incrementar la producción en caso de ser necesario, el 27% restante no lo está. Es importante manifestar que debido al gran porcentaje de aceptación en los cuestionamientos relacionados directamente con la producción y la exportación la gran mayoría de encuestados se encuentran predispuestos a trabajar para que este estudio permita a UNORCIE abrirse nuevos mercados, y por ende mejorar la calidad de vida de la población.

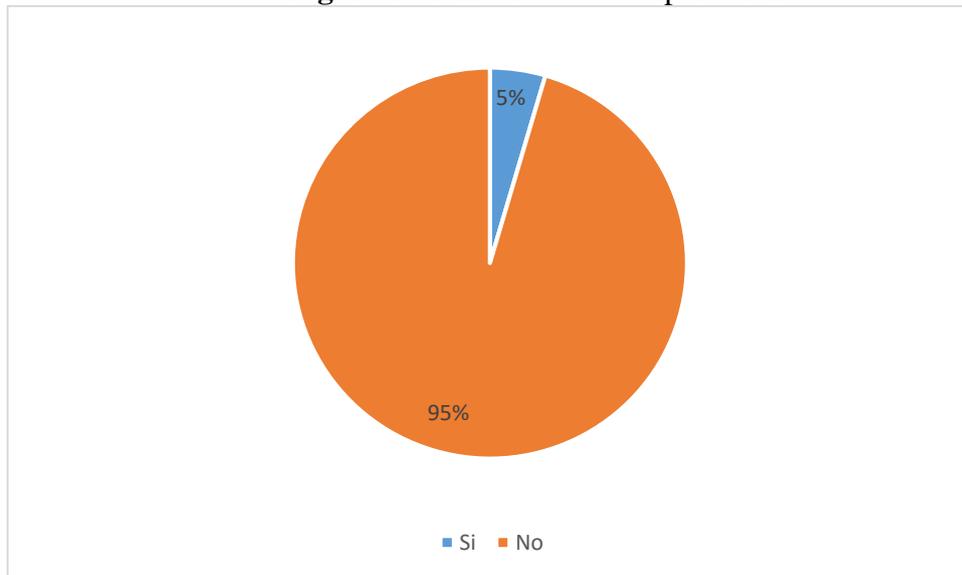
**Pregunta 9.** ¿Conoce alguna dificultad que pueda impedir la exportación de cacao en grano?

**Tabla 22** Dificultades de exportación

Opciones	Frecuencia	%
Si	5	5%
No	105	95%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 24** Dificultades de exportación



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 22

### **Análisis e interpretación**

El 95% de encuestados no conoce de algún limitante que dificulte la exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos, mientras el 5% manifiesta que sí.

Para que UNORCIE pueda ingresar al mercado estadounidense deberá cumplir con los requisitos necesarios, cumplir con los estándares de calidad entre otros elementos.

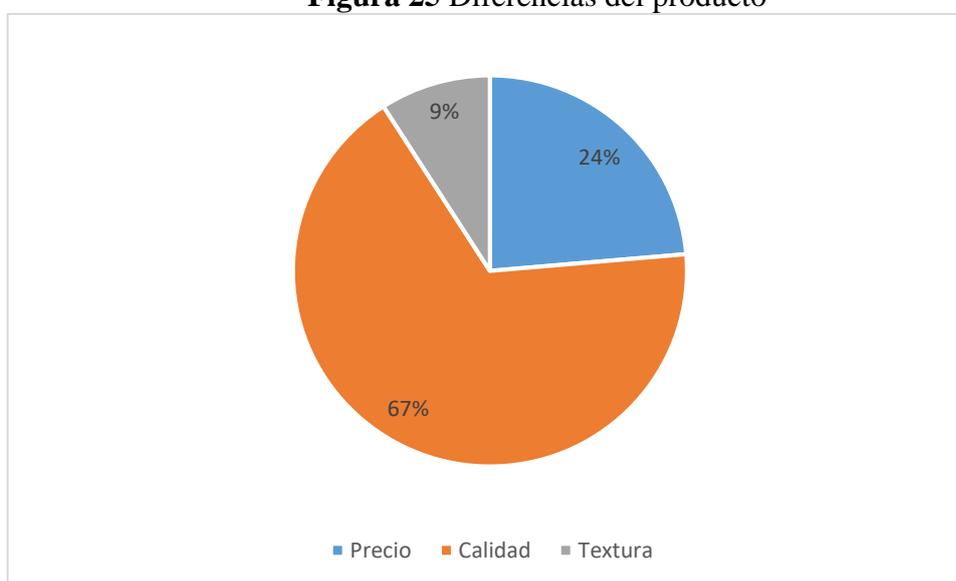
**Pregunta 10.** ¿Qué factores diferencian el cacao en grano que oferta UNORCIE, de la competencia?

**Tabla 23** Diferencias del producto

Opciones	Frecuencia	%
Precio	26	24%
Calidad	74	67%
Textura	10	9%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los productores de UNORCIE

**Figura 25** Diferencias del producto



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la tabla 23

### **Análisis e interpretación**

El principal factor diferenciador del producto ofertado por UNORCIE frente a la competencia es la calidad, así lo expresa el 67% de encuestados; el precio el 24% y la textura el 9%.

El poseer factores diferenciadores permite que le empresa cuenta con una ventaja competitiva superior en el mercado, lo que por consiguiente le permitirá contar con mayores niveles de ingresos ya que la demanda preferirá adquirir aquel producto que tiene ese toque diferenciador.

### **3.5.2. Resultados entrevista**

**Entrevista con el Ing. Luis Ponce** representante de la Asociación de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE” Provincia de Bolívar, año 2018.

#### **1. ¿Cuál es la producción mensual de cacao?**

De acuerdo a la pregunta, la producción mensual de cacao está entre 922 a 1000 quintales, considerando que en épocas invernales la producción alcanza hasta 1500 quintales de cacao mensual.

#### **2. ¿Considera usted que el cacao que comercializa es de calidad?**

Los productores de cacao están capacitados en todo el sector de la producción, desde la siembra hasta obtener el producto, con expertos y técnicos que conocen de la materia con el fin de obtener productos orgánicos y de calidad.

#### **3. ¿Considera usted que se deben mejorar los procesos de cultivo de cacao?**

Para el cultivo de cacao se cree necesario la existencia de una guía en donde se establezca paso a paso desde la siembra hasta la cosecha de manera que los productores puedan conocer de manera específica cada uno de los procesos y así mejorar los procesos.

#### **4. Según su criterio, ¿Considera usted que la Unión de Organización Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE, debería exportar su producto?**

Los productos que comercializamos se los realiza solo en el mercado interno, a pequeñas y medianas empresas para la producción de chocolate, sin embargo, considero que los productos pueden ser comercializados también en el mercado extranjero debido a que permitiría un incremento en la producción y por ende en las utilidades para los productores.

#### **5. ¿La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE, cuenta con recursos necesarios para incursionar en el mercado de exportación de cacao?**

La organización al querer expandir los productos al mercado extranjero estaría dispuesta a disponer de todo lo que esté al alcance para incursionar en nuevos mercados, sin

embargo, en la actualidad contamos con los recursos económicos para poder iniciar con un proyecto de exportación.

**6. ¿Considera usted que es importante la elaboración de un plan de exportación de cacao en grano para la Unión de Organizaciones Campesinas e indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE hacia los Estados Unidos?**

La realización de un plan de exportación lo considero importante ya que existirá la generación de varios beneficios, de los cuales se podría contribuir al incremento de la producción como eje principal.

**7. ¿Piensa usted que a través de la exportación se incrementarán las ganancias para la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE?**

La exportación trae consigo una serie de beneficios y una de ellas es el aspecto económico, ya que a los productores podrían obtener mayores utilidades, de la misma manera se implementaría nuevas fuentes de empleo debido a que la producción incrementará, y no solo con ello ganaría el productor sino más bien se beneficiaría al país con el incremento de las exportaciones de cacao en grano.

**8. ¿Cuáles son las características que considera usted que diferencian el cacao cultivado y comercializado por la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía?**

Una de las principales diferencias dadas con respecto al cacao comercializado por la organización está dado por ser de calidad diferenciándolo así por su aroma y aspecto en sí, lo que le hace más atractivo para las empresas industriales que se dedican a al elaboración de chocolate.

**9. ¿Está dispuesto a cumplir con cada uno de los requisitos de calidad demandados por el mercado estadounidense?**

Con respecto a la pregunta, UNORCIE se encuentra disponible para el cumplimiento del 100% de los requisitos estipulados por el mercado extranjero, tomando en consideración que en caso de que se creyera necesario se generaría la producción del cacao.

**Entrevista con el Sr. Enrique Tumalli** representante de los productores de la Asociación de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE” Provincia de Bolívar, año 2018.

**1. ¿Cuál es la producción mensual de cacao?**

La producción de cacao depende en gran parte de las épocas, pero sin embargo existe una producción constante dada por un total de 900 a 1000 quintales de cacao mensuales, considerando ya el producto netamente para la comercialización.

**2. ¿Considera usted que el cacao que comercializa es de calidad?**

El producto comercializado en el mercado nacional se encuentra regido bajo normas de calidad, cuenta con las debidas certificaciones para ser comercializado, por lo que considero que el producto es de calidad.

**3. ¿Considera usted que se deben mejorar los procesos de cultivo de cacao?**

Los productores de cacao, estamos regidos bajo guías y estandartes de producción para obtener productos de calidad, sin embargo, existe aún la necesidad de implementar capacitaciones continuamente para estar al tanto de las nuevas maneras de producción, con el fin de mejorar los procesos de cultivo.

**4. Según su criterio, ¿Considera usted que la Unión de Organización Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía UNIORCIE, debería exportar su producto?**

La actividad cacaotera siempre ha sido parte del sostén de la economía del país, sin embargo, con la participación del gobierno en el sector ha permitido el incremento de las exportaciones, considero que la organización debería exportar el producto ya que podrían incrementar los rubros económicos para los agricultores mismo quienes dependen en su mayor parte del cultivo de cacao.

**5. ¿La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE, cuenta con recursos necesarios para incursionar en el mercado de exportación de cacao?**

En la actualidad uno de los recursos más importantes con los que cuenta UNORCIE, es la disponibilidad de recurso financiero, recursos administrativos y uno de los más importantes el recurso humano quien dispone del producto final para la exportación.

**6. ¿Considera usted que es importante la elaboración de un plan de exportación de cacao en grano para la Unión de Organizaciones Campesinas e indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE hacia los Estados Unidos?**

Considero importante la elaboración de un plan de exportación ya que permitirá obtener una guía de respaldo para conocer e identificar las necesidades y requerimientos con los que se debe cumplir, para poder comercializar el producto en el mercado extranjero.

**7. ¿Piensa usted que a través de la exportación se incrementarán las ganancias para la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía UNORCIE?**

Al exportar el cacao al mercado extranjero se constituirá en un gran beneficio directamente para los productores, ya que son quienes en la mayor parte dependen de la producción agrícola en el sector.

**8. ¿Cuáles son las características que considera usted que diferencian el cacao cultivado y comercializado por la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía?**

Una de las características principales diferenciadoras de otros productos es el aroma y la textura del caco en grano, debido a que se rige mediante los estándares de calidad para su producción y comercialización.

**9. ¿Está dispuesto a cumplir con cada uno de los requisitos de calidad demandados por el mercado estadounidense?**

Como productores estaríamos dispuestos a incrementar la producción de cacao, siempre y cuando las utilidades del mismo sean rentables, de igual manera se podrá mejorar la calidad del producto a través de la asistencia a capacitaciones para el cultivo.

**3.5.3. Triangulación de datos**

Posterior al levantamiento de información tanto de entrevistas como encuestas, se procede a la triangulación de la información obtenida, misma que es presentada a continuación:

- La mayoría de los productores se encuentran produciendo el cacao por un tiempo superior a 5 años, lo que significa que existe experiencia en el cultivo del mismo.

- El precio en el que los productores comercializan el quintal de cacao en grano oscila en un precio aproximado de \$100,00 o más.
- Los productores confían en que la exportación de cacao en grano es posible, con un trabajo en conjunto y organizado
- Los productores consideran que en caso de necesitar incrementar la producción de cacao, lo realizarán ya que la exportación es una oportunidad de mejorar la calidad de vida de las familias.
- La ventaja competitiva que posee UNORCIE con relación al producto que expende es decir cacao en grano, es la calidad, textura y precio; por ende este factor permitirá la acogida del mismo en el mercado extranjero.
- La producción mensual de cacao equivale entre 922 a 1000 quintales, considerando que en épocas invernales la producción alcanza hasta 1500 quintales de cacao mensual.
- De acuerdo a los resultados de las entrevistas se concluye que los productos que le caracterizan a UNORCIE son de alta calidad por lo que son adquiridos por las empresas dedicadas a la producción de chocolate.
- En la actualidad UNORCIE, comercializa el cacao solo en el mercado interno, debido que no existe un plan de exportación que sirva de guía para poder comercializar sus productos de manera directa con el comprador extranjero, sin la necesidad de recurrir a intermediarios.
- Los productores de cacao se encuentran debidamente capacitados para el manejo de la cadena productiva y obtener productos de calidad para la comercialización.
- Los representantes de la organización, consideran que es importante la elaboración de un plan de exportación ya que se obtendrá varios beneficios siendo uno de los más importantes el incremento de las ganancias.

### **3.6. Verificación de la idea a defender**

De acuerdo al análisis realizado mediante los instrumentos de investigación, se comprueba que el plan de exportación de cacao, es beneficioso para la organización de productores indígenas debido a que la misma cuenta con la disponibilidad del producto para la exportación, así también existe un 91% de productores que cuentan con la capacidad para abastecer el mercado extranjero.

El 73% de las personas encuestadas se encuentran dispuestas en incrementar la producción de cacao para la exportación, de igual manera cabe recalcar que los productos que comercializa UNORCIE, son de calidad ya que se rigen bajo normas para la producción.

Es necesario considerar que los productores de cacao se encuentran debidamente capacitados para cumplir con la cadena productiva, por lo que se considera un beneficio importante para la implementación de la comercialización en el mercado extranjero.

Con lo mencionado anteriormente, se determina que el diseño de un plan para la exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos si permitirá incrementar la utilidad de los socios de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”, provincia de Bolívar año 2018.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1. TEMA**

PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO HACIA LOS ESTADOS UNIDOS, DESDE LA UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS E INDÍGENAS DEL CANTÓN ECHEANDÍA “UNORCIE” PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2018.

### **4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

La propuesta se encuentra encaminada en el desarrollo de un plan de exportación de cacao en grano, con el fin de ofrecer a la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía, una visión al momento de exportar el producto al mercado internacional.

La propuesta se encuentra basada mediante los siguientes elementos:

- Determinación del estudio de mercado
- Determinación del estudio técnico
- Evaluación financiera

#### **4.2.1 ESTUDIO DE MERCADO**

##### **4.2.1.1 Oferta**

El cacao es uno de los productos más ricos y de alto nivel nutritivo, este se constituye como la materia prima requerida para la producción de bombones, chocolate en barra, tabletas, o en polvo; mismos que son hechos para el consumo humano; el valor nutritivo del cacao en grano según el Instituto de Nutrición es:

**Tabla 24** Valor nutricional del cacao

<b>Componente</b>	<b>Cantidad</b>
Calorías	428
Agua	5,80 g
Proteínas	12,40 g
Grasas	43,70 g
Carbohidratos	30,00 g
Fibra	4,30 g
Ceniza	3,80 g
Vitamina A	4,00 mcg
Calcio	130,00 mg
Fosforo	500,00 mg
Hierro	5,80 mg
Tiamina	0,18 mg
Riboflavina	0,16 mg
Niacina	1,90 mg
Vitamina C	3,00 mg

**Fuente:** (Fundesyram, 2016)

La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”, aproximadamente cuenta con la producción mensual de 1000 quintales de cacao en grano, y en épocas de mayor cosecha esta cantidad asciende a los 1500 quintales, estos datos han sido obtenidos posterior a la aplicación de las encuestas y entrevistas respectivas. A continuación en la siguiente tabla se detalla los valores mencionados:

**Tabla 25** Oferta mensual

<b>Época invernal (mensual)</b>	<b>Otras épocas del año (mensual)</b>	<b>Oferta mensual (promedio)</b>
1500 quintales	1000 quintales	1250 quintales

**Fuente:** Investigación de campo

**Tabla 26** Oferta anual

<b>Oferta mensual</b>	<b>Oferta anual</b>
1250 quintales	15000 quintales

**Fuente:** Investigación de campo

#### 4.2.1.1.1 Proyección de la oferta

Según el gerente de UNORCIE se estima un crecimiento de la producción del 1,5% anual, por lo tanto se procede a realizar las respectivas proyecciones para 5 años, para lo cual es necesario aplicar la fórmula que a continuación se detalla:

$$P_n = PO (1+i)^n$$

Donde:

**P<sub>n</sub>**: Producción en el año n

**P<sub>o</sub>**: producción en el año inicial

**1**: Constante

**i**: Tasa de crecimiento de producción

**n**: número de años

**Tabla 27** Cálculo de la proyección de la oferta

<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
<p><b>P<sub>n</sub>: PO (1+i)<sup>n</sup></b> P<sub>n</sub>= 15.000 (1+0,015)<sup>1</sup> P<sub>n</sub>= 15.225</p>	<p><b>P<sub>n</sub>: PO (1+i)<sup>n</sup></b> P<sub>n</sub>= 15.225 (1+0,015)<sup>2</sup> P<sub>n</sub>= 15.685</p>
<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>
<p><b>P<sub>n</sub>: PO (1+i)<sup>n</sup></b> P<sub>n</sub>= 15.685 (1+0,015)<sup>3</sup> P<sub>n</sub>= 16.401</p>	<p><b>P<sub>n</sub>: PO (1+i)<sup>n</sup></b> P<sub>n</sub>= 16.401 (1+0,015)<sup>4</sup> P<sub>n</sub>= 17.407</p>
<b>Año 2022</b>	
<p><b>P<sub>n</sub>: PO (1+i)<sup>n</sup></b> P<sub>n</sub>= 17.407 (1+0,015)<sup>5</sup> P<sub>n</sub>= 18.752</p>	

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la tabla 26

**Tabla 28** Tabla resumen Proyección de la oferta

<b>Año</b>	<b>Proyección</b>
2017 (año base)	15.000 quintales
2018	15.225 quintales
2019	15.685 quintales
2020	16.401 quintales
2021	17.407 quintales
2022	18.752 quintales

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la tabla 27

#### 4.2.1.2. Demanda

##### 4.2.1.2.1. Mercado objetivo

Estados Unidos se encuentra ubicada en América del Norte, y es considerado como uno de los países más poblados a nivel mundial, aproximadamente existen 33 habitantes por cada km<sup>2</sup>. De la misma manera este país se ubica dentro de las primeras economías a nivel mundial por el volumen existente de su Producto Interno Bruto PIB, la última variación existe de la tasa anual del IPC hasta mayo del 2018 fue del 2,8% (Datosmacro, 2018).

**Tabla 29** Datos Estados Unidos

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>País</b>	Estados Unidos
<b>Capital</b>	Ciudad de Washington
<b>Superficie</b>	325.886.000
<b>Moneda</b>	Dólar USA (1 EUR=1,1672 USD)
<b>Religión</b>	Cristianismo en su mayoría
<b>Inmigrantes</b>	49.776.970
<b>Tasa de crecimiento poblacional anual</b>	0,81%
<b>Grupos comerciales</b>	G20 G8 FMI TLCAN OTAN OEA

	OCDE ONU OSCE
<b>COMERCIO</b>	
Exportaciones (+)	\$ 1.369.146,30
Exportaciones % PIB (+)	7,98%
Importaciones (+)	\$ 2.132.862,80
Importaciones % PIB (+)	12,43%
Balanza comercial	\$ -763.716,50
Balanza comercial % PIB (+)	-4,45%

**Fuente:** (Datosmacro, 2018)

#### **4.2.1.2.2. Comercio Internacional entre Ecuador y Estados Unidos**

Estados Unidos es el principal país al que se dirigen las exportaciones ecuatorianas, por lo tanto el comercio bilateral entre estos países constituye un gran aporte a la economía, debido a que se incrementan las fuentes de trabajo, las condiciones de acceso al mercado de Estados Unidos mejorará y la balanza comercial también se verá involucrada (Orellana, 2017).

El 26% de exportaciones no petroleras son enviadas hacia los Estados Unidos, el 24% hacia la Unión Europea y la diferencia se distribuye a países como Colombia, México, Brasil y otros países del continente asiático.

Es importante conocer los datos referentes a la balanza comercial existente entre Ecuador y Estados Unidos y es por ello que, a continuación se muestran los siguientes gráficos para mayor comprensión.

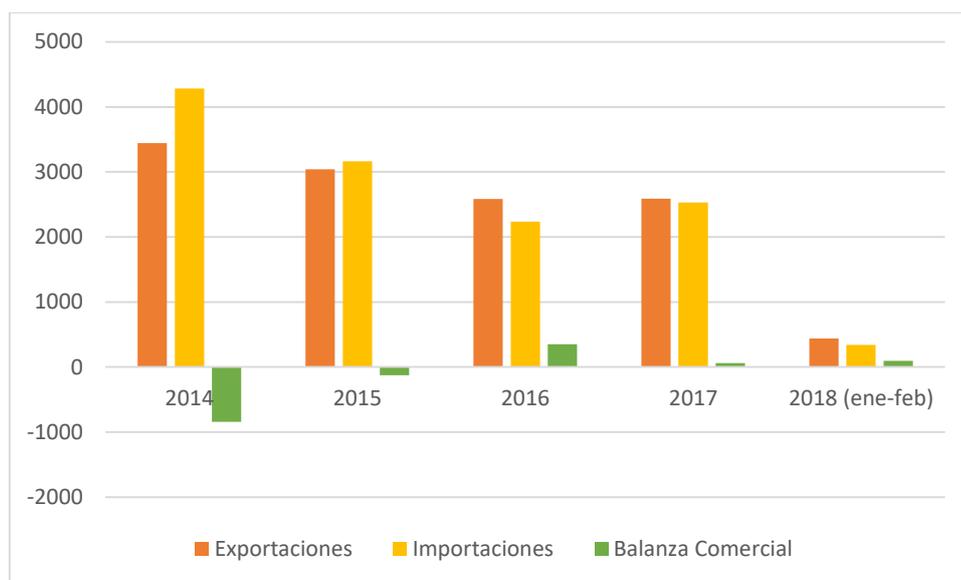
**Tabla 30** Balanza Comercial no petrolera Ecuador- EEUU

<b>BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)</b>
--

	2014	2015	2016	2017	2018 (ene-feb)
<b>Exportaciones</b>	3445	3039	2583	2591	438
<b>Importaciones</b>	4285	3165	2234	2532	342
<b>Balanza Comercial</b>	-840	-126	349	59	96

Fuente: (Pro Ecuador , 2018)

Elaborado por: Elaboración propia a partir de la fuente (Pro Ecuador, 2018)



**Figura 26** Balanza comercial no petrolera Ecuador-EEUU

Fuente: (Pro Ecuador , 2018)

Como se visualiza conjuntamente en la tabla y en el gráfico correspondiente, se determina que en los años 2014 y 2015 existió un déficit en la balanza comercial con este país, es decir se realizaron más importaciones que exportaciones; sin embargo para los años posteriores incluido el primer bimestre del año 2018 se determina la existencia de saldos positivos en la balanza comercial, consecuentemente la relación efectiva es que hubieron mayores niveles de exportaciones que importaciones.

Es importante mencionar que el comercio internacional de Estados Unidos con otros países de la región y el Caribe, se refleja en la siguiente tabla:

**Tabla 31** Comercio regional entre EEUU vs América Latina y El Caribe 2017

<b>IMPORTACIONES</b>	437.963.860,00	<b>EXPORTACIONES</b>	390.653.899,00
<b>PAÍSES</b>			
México	72%	México	62%
Brasil	7%	Brasil	9%

Colombia	3%	Chile	3%
<b>PRODUCTOS</b>			
Aceites de petróleo	8%	Aceites medios	8%
Automóviles	5%	Aceites ligeros	5%
Unidades de proceso digitales	4%	Partes y accesorios de procesadoras de datos	3%

**Fuente:** (Pro Ecuador , 2018)

#### 4.2.1.2.3. Principales productos exportados desde Ecuador a Estados Unidos

Ecuador posee un sinnúmero de productos que son comercializados a nivel nacional e internacional; en el caso de los productos expendidos en el extranjero son productos petroleros y no petroleros. Para la investigación presentada se busca exportar productos no petroleros, a continuación se muestran los principales productos que se exportan hacia los Estados Unidos.

**Tabla 32** Exportación de productos hacia Estados Unidos

<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	<b>PRODUCTO</b>
0803.90.12.00	Banana orito (musa acuminata)
0603.11.00.00	Rosas frescas cortadas
0306.17.99.00	Demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados NCOP
0306.16.00.00	Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría congelados
7108.12.00.00	Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario
1801.00.19.90	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado no orgánico
0803.90.11.90	Las demás bananas frescas tipo Cavendish
0803.90.11.10	Banano fresco tipo Cavendish orgánico certificado
0603.19.90.90	Las demás flores y capullos fresco, cortados, con contemplado en otra parte
0306.18.90.00	Los demás langostinos (género de las familia Penaidae) Congelados

**Fuente:** (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones , 2017)

#### 4.2.1.2.4. Florida

A continuación se presentan los datos más relevantes del Estado de Florida ubicado al sureste de los Estados Unidos:

**Tabla 33** Ficha Estado de Florida

<b>Elemento</b>	<b>Información</b>
<b>Nombre oficial</b>	Estado de Florida
<b>Capital</b>	Tallahassee
<b>Superficie</b>	140.093 km <sup>2</sup> extensión terrestre 11.577 km <sup>2</sup> extensión de aguas dentro del territorio
<b>Límites</b>	<b>Norte:</b> Georgia y Alabama <b>Sur:</b> Océano Atlántico <b>Este:</b> Océano Atlántico <b>Oeste:</b> Golfo de México
<b>Coordenadas</b>	<b>Latitud:</b> 29° 07' 23.0" N <b>Longitud:</b> 82° 48' 14.0" W
<b>Población (2016)</b>	20.612.439
<b>Edad media</b>	41,5
<b>Porcentaje de la población femenina</b>	51,1%
<b>Porcentaje de la población masculina</b>	48,9%
<b>Población por de los 5 años</b>	5,4%
<b>Población por debajo de los 18 años</b>	20,3%
<b>Personas mayores de 65 años</b>	19,4%
<b>Personas entre los 18 y 65 años</b>	54,90%
<b>Densidad demográfica</b>	147,1 personas por km <sup>2</sup>
<b>Grupos de población</b>	Blancos (77,7%) Afroamericanos (16,8%) Nativos americanos (0,5%) Asiáticos (2,8%) Hawaianos y de otras islas del Pacifico (0,1%) Dos o más razas (2%) *La población hispano latina representa el 24,5% de la población
<b>Ciudades más pobladas</b>	Jacksonville Miami Tampa Orlando St. Petersburg

<b>Idioma</b>	Inglés Español Francés Portugués
<b>División administrativa</b>	67 Condados y 379 Municipios

Fuente: (ICEX, 2017)



**Figura 27** Mapa de Florida

Fuente: Google maps

## Transporte

El estado de Florida cuenta con una red de transportes bastante amplia, buscando satisfacer las necesidades de los pobladores, turistas y empresarios, es así que en este estado se encuentra:

### Transporte terrestre

- Sistema de ferrocarril
- Metrorail
- Metromover
- Tri-Rail System
- Autobús
- Metrobus

- El palm Tran

### **Transporte Aéreo**

- Orlando International Airport
- Tampa International Airport
- Schiphol
- Orlando Sanford International Airport
- Miami International Airport
- Aeropuerto internacional Fort Lauderdale Hollywood
- Aeropuerto Internacional de Palm Beach

### **Transporte marítimo**

- Puerto de Miami
- Puerto Everglades
- Puerto de Palm Beach

### **Empresa Hoffman`s Chocolates**

Inicio sus operaciones industriales en 1974 por Paul Hoffman, quien inicialmente empezó su negocio de chocolate en Lake Worth al sur de Florida, con un préstamo que le realizó un amigo. Con el transcurso del tiempo, este negocio fue creciendo poco a poco y en la actualidad es una de las compañías de chocolates más grandes que existen en el estado de Florida, en la actualidad el gerente de este negocio es Fred Meltzer y yerno del fundador; la idea de este negocio surge al no encontrar chocolates de calidad; por lo que Paul Hoffman inicio tomando clases de chocolatería y viajo a varios países con la finalidad de encontrar los mejores ingredientes y conseguir a los proveedores de materia prima más confiables (Cross, 2017).

Hoy en día, existen varias fábricas de chocolates Hoffman`s en los diferentes estados del país, anualmente se producen alrededor de 4 millones de piezas de chocolate, 1200 productos y más de 150 tipos de frutas; durante la época invernal la producción alcanza miles de libras diarias. Bon Appetit describe a Chocolatería Hoffman`s como “una de las mejores tiendas de chocolate de América”; el Wall Street Journal categorizo como una de las mejores tiendas que expende canastas de Pascua (Cross, 2017).



**Figura 28** Hoffman`s  
**Fuente:** (Hoffman's Chocolate, 2017)

## 4.2.2. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.2.2.1 Localización

La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía se encuentra ubicado en:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Bolívar

**Cantón:** Echeandía

**Ubicación:** Km 1 vía a Ventanas

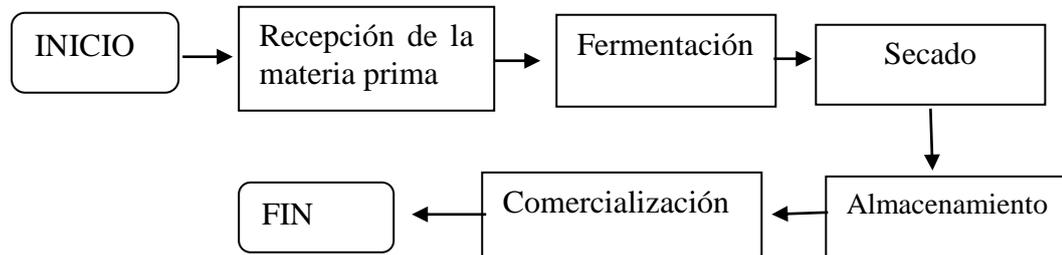


**Figura 29** Macro localización  
**Fuente:** (GifeX, 2017)



### 4.2.2.2 Proceso de producción

El proceso de obtención del cacao en grano posee una serie de procedimientos, los mismos que se muestran en el Flujograma correspondiente:



**Figura 30** Flujograma del proceso cacao en grano

### **1. Recepción del cacao**

Los agricultores deben llegar al centro de acopio de UNORCIE, y dejar el producto para continuar con los siguientes procesos.

### **2. Fermentación**

En este proceso las almendras son sometidas a varios cambios bioquímicos que permitirán mejorar la calidad del producto, el proceso de fermentación debe durar aproximadamente 2 días (48 horas). Al haberse cumplido con el plazo establecido se procede a realizar la primera remoción con una palana de madera, se debe efectuar la misma acción el tercer, cuarto y quinto día.

En el quinto día se deben seleccionar 10 almendras al azar con la finalidad de conocer el nivel de fermentación; para decidir esto se debe considerar que al menos 7 almendras al ser cortadas deberán arrojar un líquido de color marrón, con esto quedaría verificada la fermentación requerida, para continuar con el siguiente proceso.

Es importante conocer los beneficios de este proceso:

- Eliminación de la pulpa externa
- Matar el embrión
- Generar calor, aromas y sabor característico
- Facilitar el secado

Para este proceso se pueden utilizar cajones de madera, sacos de polipropileno y canastas.

### **3. Secado**

Es el proceso que complementa la fermentación, a través del secado los granos de cacao adquieren mayor sabor y aroma a chocolate. Generalmente el secado a sol es el más utilizado.

Durante el proceso se debe considerar que el espesor de la capa de la almendra el mismo que debe ser de aproximadamente 5 cm, con esto se garantiza un secado gradual y óptimo; además se elimina un 60% de humedad; obteniendo un grano que tiene entre un 7% y 8% de humedad que es lo recomendable para la comercialización.

#### **4. Almacenamiento**

El lugar destinado para este proceso debe ser:

- Higiénico
- Ventilado
- Seco

Los granos de cacao deben ser almacenados en sacos de yute y apilados sobre madera. El tiempo de almacenamiento del cacao en grano debe ser máximo de 4 meses.

#### **5. Comercialización**

Finalmente UNORCIE se encuentra en la capacidad de expender su producto a los diferentes oferentes.

##### **4.2.2.3 Equipos y personal técnico**

Para el diseño del plan de exportación de cacao se ha considerado la maquinaria y el personal necesario debido a que las exportaciones se realizarán de manera permanente ya que la organización en la actualidad no cuenta con los equipos que sugiere el proceso de producción.

**Tabla 34:** Personal Administrativo

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
1	Gerente
1	Jefe de exportaciones
1	Secretaría

1	Contadora
---	-----------

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 35:** Equipos y materiales

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
1	Secadora
1	Empacadora
1	Balanza
1	Clasificadora

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 36:** Instalaciones

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
200 m <sup>2</sup>	Instalaciones para la producción de cacao.

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.2.4. Requerimientos de exportación

##### 4.2.2.4.1. Normativa de exportación

Según lo establecido por el Ministerio de Comercio Exterior, los requisitos con los que se debe contar UNORCIE para la exportación de caco en grano son los siguientes:

1. Verificar estatus fitosanitarios
2. Encontrarse registrado en la página de Agrocalidad
3. Contar con el certificado de calidad
4. Solicitar el certificado fitosanitario
5. Encontrarse registrado en el sistema ECUAPASS

Dentro de los requisitos específicos se encuentran los siguientes:

- 1. Autorizaciones:** son determinadas por los organismos institucionales correspondientes, dependiendo del producto el cual vaya a exportar; en este caso para la exportación de cacao las principales instituciones que generan las

autorizaciones son Ministerio de Agricultura, Ministerio del Ambiente, Ministerio de industrias y productividad.

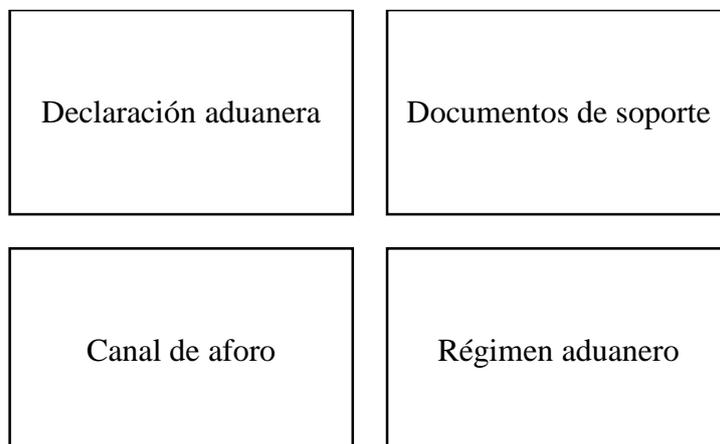
**2. Certificados sanitarios:** son documentos que son considerados al momento de la exportación de un producto en el caso del cacao se requiere de lo siguiente:

- Certificados fitosanitarios establecidos por la agencia ecuatoriana de aseguramiento de calidad.
- Certificación de calidad en donde se puedan conocer aspectos como la humedad, color, textura, peso, este proceso debe ser realizado por una empresa denominada por AGROCALIDAD.
- Notificación sanitaria para el proceso de exportación de alimentos.

**3. Requisitos fitosanitarios específicos para la exportación de cacao a los Estados Unidos**

- La organización ha considerado las cantidades para el empaque del producto, de 50 kg, por quintal.
- Adecuado procedimiento para el empaque del producto.
- Para el proceso de producción se establece un registro de tratamiento de fumigación autorizado por AGOCALIDAD.
- Se determina el tiempo el tiempo de exposición, temperatura ambiental, humedad.
- La organización a tomando en cuenta las precisiones necesarias en cuanto al empaque para evitar contaminantes físicos.

### **Proceso de exportación**



**Figura 31:** Proceso de exportación  
**Fuente:** Elaboración propia a partir de (Proecuador , 2017)

### **Normativa y requisitos para la importación hacia Estado Unidos**

Según la Cámara de comercio se deben cumplir con los requisitos necesarios para la exportación de cacao.

- Registro de instalaciones alimentaria.
- Contratar un agente de aduanas
- Notificación previa de alimentos exportados, 8 horas antes del arribo por vía marítima.
- Establecimiento y mantenimiento de registros
- Descripción del producto
- Claridad y legibilidad en los documentos de venta.

Entre los requisitos necesarios para exportar se establece el empaque y el embalaje

**Requisitos de embalaje:** la empresa de establecer y contar con la logística más indicada para de proceso de exportación.

**Requisitos de etiquetado:** el etiquetado debe contener información específica de la empresa que exporta, peso, lugar de origen.

#### **4.2.2.4.2. Empaque, embalaje y etiquetado**

De acuerdo a los requerimientos determinados por instituciones competentes de los Estado Unidos, existen diferentes elementos que deben ser considerados para iniciar con el proceso de embalaje, etiquetado, y empaquetado del producto que se exporta; con el fin que posterior a eso no exista problemas que retrasen el proceso (Pro Ecuador, 2014).

Tanto el marcado como el etiquetado sobre productos deben cumplir con códigos de regulación de federal, Título 21, Parte 101 “Food Labeling” (21 CFR 101).

Para el embalaje se debe utilizar pallets sobre la base inferior de los productos los cuales deben ser lo suficientemente resistentes para soportar la carga, debe poseer separaciones entre las tablas que permita la circulación del aire. Además, se debe de cumplir con las Reglas Obligatorias de Etiquetado de País de Origen, mejor conocidas como “COOL”

por sus siglas en inglés (Country of Origin Labeling), que aplican a los productos agrícolas perecibles.

El peso del producto será determinado mediante la siguiente tabla:

**Tabla 37:** Unidad de medida

PESO	
50 Kg	110 libras



**Figura 32:** Diseño de empaque

#### 4.2.2.5. Modalidad de Transporte

Para la modalidad de transporte se ha considerado realizarlo mediante la utilización de un contenedor exclusivamente para el cacao en grano, con la finalidad de que no exista ningún tipo de contaminación en el transporte que pueda afectar la utilización del mismo. El transporte que será utilizado para la transportación será vía marítima.



**Figura 33:** Distancia Ecuador- Estados Unidos

#### **4.2.2.6. Incoterms**

Una de las negociaciones más utilizadas con las ciudades de Estado Unidos es mediante la utilización de termino FOB, este tipo de incoterms se lo realiza en las transportaciones de vía marítima y fue escogido debido a que tanto el vendedor como el comprador tendrán ciertas obligaciones,

El exportador o vendedor como tal generará las responsabilidades de los gastos de envío incluido el transporte.

El comprador como tal tendrá obligaciones sobre el pago de la mercancía y gastos de llegada.

### 4.2.3. ESTUDIO FINANCIERO

A continuación se presenta el estudio financiero realizado, para determinar la viabilidad económica del proyecto de exportación de cacao en grano de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía UNORCIE hacia los Estados Unidos.

#### 4.2.3.1 Instalaciones

Para que UNORCIE pueda iniciar con el proceso de exportación de manera correcta es importante contar con nuevas adecuaciones, que permitan mejorar los diferentes procesos, cumplimiento de esta manera con las normas de calidad existentes.

**Tabla 38** Instalaciones

<b>INSTALACIONES</b>				
	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Adecuaciones para procesamiento de cacao en grano	200	m <sup>2</sup>	45	9.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>9.000,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.3.2 Activos Fijos

Los activos fijos que se requieren para mejorar los procesos de producción de cacao en grano son:

**Tabla 39** Activos Fijos (maquinaria y equipo)

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario USD</b>	<b>Costo Total USD</b>
Secadora de cacao	1	8.500,00	8.500,00
Empacadora	3	1.800,00	5.400,00
Balanza industrial	4	120,00	480,00
Cosedora de sacos	3	140,00	420,00
Clasificadora de granos	2	2.600,00	5.200,00
<b>Total</b>			<b>20.000,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### **4.2.3.2.1 Depreciación de Activos Fijos**

A continuación se presentan los respectivos cálculos de depreciación, utilizando el método de línea recta.

**Tabla 40** Depreciaciones activos fijos

<b>ACTIVOS TANGIBLES</b>													
<b>Activos</b>	<b>Valor</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Maquinaria y equipos	20.000,00	10	2000,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Adecuaciones	9.000,00	10	900,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00	810,00
<b>TOTAL</b>	<b>29.000,00</b>			<b>2.610,00</b>									

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.3.3. Mano de obra

La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía, al someterse a un proceso de exportación debe considerar integrar a un nuevo personal en el área administrativa y de producción; mismos que se encargarán de realizar cada uno de los procedimientos necesarios.

A continuación se presenta la nueva tabla de personal, con la que se trabajará:

**Tabla 41** Mano de obra directa

<b>Mano de obra directa</b>	
Operadores	2
Obreros	2
Jefe de producción	1
Laboratorista	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 42** Mano de obra indirecta

<b>Mano de obra indirecta</b>	
Gerente	1
Jefe de exportación	1
Secretaria	1
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 43** Nómina de trabajadores primer año

<b>NÓMINA PRIMER AÑO</b>								
<b>TALENTO HUMANO</b>								
<b>No.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Pago por trabajador</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Totales Sueldo Mensual USD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1	Jefe de exportación	700,00	700,00	78,05	700,00	386,00	868,55	10.422,60
4	Operarios	386,00	1.544,00	172,16	6.176,00	1.544,00	2.359,49	28.313,87
2	Técnicos	500,00	1.000,00	111,50	2.000,00	772,00	1.342,50	16.110,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.586,00</b>	<b>3.244,00</b>	<b>361,71</b>	<b>8.876,00</b>	<b>2.702,00</b>	<b>4.570,54</b>	<b>54.846,47</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 44** Nómina de trabajadores segundo año

<b>NÓMINA A PARTIR DE SEGUNDO AÑO</b>										
<b>TALENTO HUMANO</b>										
<b>No.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Pago por trabajador</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Totales Sueldo Mensual USD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1	Jefe de exportación	700,00	700,00	78,05	350,00	58,31	700,00	386,00	956,03	11.472,32
4	Operarios	386,00	1.544,00	172,16	772,00	128,62	1.544,00	1.544,00	2.166,44	25.997,25
2	Técnicos	500,00	1.000,00	111,50	500,00	83,30	1.000,00	772,00	1.384,13	16.609,60
<b>TOTAL</b>		<b>1.586,00</b>	<b>3.244,00</b>	<b>361,71</b>	<b>1.622,00</b>	<b>270,23</b>	<b>3.244,00</b>	<b>2.702,00</b>	<b>4.506,60</b>	<b>54.079,17</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.3.4. Materia prima

La materia prima necesaria para realizar la exportación de cacao en grano, se detalla en las siguientes tablas:

**Tabla 45** Materia prima directa

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad quintales por mes</b>	<b>Total Materia Prima Mensual USD</b>	<b>Total Materia Prima Anual USD</b>
Quintales de cacao en grano	80,00	1250	100.000,00	1.200.000,00
<b>Total</b>			<b>100.000,00</b>	<b>1.200.000,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 46** Materia prima indirecta

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Estimado mensual</b>	<b>Costo Promedio por unidad</b>	<b>Total Materia Prima Mensual USD</b>	<b>Total Materia Prima Anual USD</b>
Sacos de yute	1250	4,00	5.000,00	60.000,00
Etiquetas	1250	0,50	625,00	7.500,00
Kit equipo de seguridad	4	200,00	800,00	9.600,00
Hilo de empacar	5	30,00	150,00	1.800,00
<b>Total</b>			<b>6.575,00</b>	<b>78.900,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.2.3.5. Gastos de exportación

Es importante determinar los costos a los que debe incurrir la empresa durante el proceso de exportación, por lo que a continuación se visualizan los valores correspondientes que UNORCIE debe asumir:

**Tabla 47** Costos de exportación

<b>COSTO DE EXPORTACIÓN</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Transporte Interno	500,00	6.000,00
Agente Afianzado	350,00	4.200,00
Trámite aduanero	175,00	2.100,00
Certificado de inspección	200,00	2.400,00
Recargos locales en naviera	200,00	2.400,00
Manejo de carga	100,00	1.200,00
Seguro	1.500,00	18.000,00
Obtención de certificado de origen (MIPRO)	10,00	120,00
Obtención de certificado fitosanitario	250,00	3.000,00
Almacenamiento temporal de mercancía hasta el momento de exportación (embarque)	600,00	7.200,00
Costos inspección operativo antinarcóticos	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.935,00</b>	<b>47.220,00</b>

Fuente: Elaboración propia

**4.2.3.6. Capital de trabajo**

Es importante calcular el capital de trabajo, ya que a través de esto se determina el valor requerido para que UNORCIE pueda cumplir con sus obligaciones de pago al talento humano, proveedores e incluso los costos de exportación durante los 3 primeros meses de funcionamiento.

**Tabla 48** Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>3 meses</b>
Sueldos	4.570,54	13.711,62
Materia Prima Directa	100.000,00	300.000,00
Materia Prima Indirecta	6.575,00	19.725,00
Costo de exportación	3.935,00	47.220,00
<b>Sub total</b>	<b>115.080,54</b>	<b>380.656,62</b>
<b>TOTAL</b>		<b>380.656,62</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3.7. Costos de producción

**Tabla 49** Costo de producción

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Mano de obra directa	4.570,54	54.846,47
Materia Prima Directa	100.000,00	1.200.000,00
Materia Prima Indirecta	6.575,00	78.900,00
<b>TOTAL</b>	<b>111.145,54</b>	<b>1.333.746,47</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3.8. Financiamiento

Para iniciar con la exportación de cacao en grano es necesario contar con un financiamiento de \$61.722,54; cantidad que será financiada en una relación 60-40; 60% será aportado por los socios de UNORCIE y el 40% por la entidad bancaria Ban Ecuador, con una tasa del 11,20% anual.

**Tabla 50** Financiamiento

<b>% INVERSIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Recursos propios	245.793,97	60%
Financiamiento	163.862,65	40%
<b>Total</b>	<b>409.656,62</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestra la respectiva tabla de pagos que se deberá realizar con la obtención del crédito:

**Tabla 51** Tabla de amortización

<b>TABLA DE PAGOS</b>				
<b>Periodo de pago:</b>		<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>	
<b>Monto:</b>		163.862,65	2.731,04	
<b>Plazo (años):</b>		5	60	
<b>Periodo de gracia (años):</b>		0	0	
<b>Tasa de interés (anual):</b>		11,20%	0,93%	
<b>Periodo</b>	<b>Principal</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Cuota</b>
1	163.862,65	1.529,38	2.731,04	4.260,43
2	161.131,60	1.503,89	2.731,04	4.234,94
3			2.731,04	

	158.400,56	1.478,41		4.209,45
4	155.669,51	1.452,92	2.731,04	4.183,96
5	152.938,47	1.427,43	2.731,04	4.158,47
6	150.207,43	1.401,94	2.731,04	4.132,98
7	147.476,38	1.376,45	2.731,04	4.107,49
8	144.745,34	1.350,96	2.731,04	4.082,00
9	142.014,29	1.325,47	2.731,04	4.056,51
10	139.283,25	1.299,98	2.731,04	4.031,02
11	136.552,21	1.274,49	2.731,04	4.005,53
12	133.821,16	1.249,00	2.731,04	3.980,04
13	131.090,12	1.223,51	2.731,04	3.954,55
14	128.359,07	1.198,02	2.731,04	3.929,06
15	125.628,03	1.172,53	2.731,04	3.903,57
16	122.896,99	1.147,04	2.731,04	3.878,08
17	120.165,94	1.121,55	2.731,04	3.852,59
18	117.434,90	1.096,06	2.731,04	3.827,10
19	114.703,85	1.070,57	2.731,04	3.801,61
20	111.972,81	1.045,08	2.731,04	3.776,12
21	109.241,76	1.019,59	2.731,04	3.750,63
22	106.510,72	994,10	2.731,04	3.725,14
23	103.779,68	968,61	2.731,04	3.699,65
24	101.048,63	943,12	2.731,04	3.674,16
25	98.317,59	917,63	2.731,04	3.648,67
26	95.586,54	892,14	2.731,04	3.623,19
27	92.855,50	866,65	2.731,04	3.597,70

28	90.124,46	841,16	2.731,04	3.572,21
29	87.393,41	815,67	2.731,04	3.546,72
30	84.662,37	790,18	2.731,04	3.521,23
31	81.931,32	764,69	2.731,04	3.495,74
32	79.200,28	739,20	2.731,04	3.470,25
33	76.469,24	713,71	2.731,04	3.444,76
34	73.738,19	688,22	2.731,04	3.419,27
35	71.007,15	662,73	2.731,04	3.393,78
36	68.276,10	637,24	2.731,04	3.368,29
37	65.545,06	611,75	2.731,04	3.342,80
38	62.814,01	586,26	2.731,04	3.317,31
39	60.082,97	560,77	2.731,04	3.291,82
40	57.351,93	535,28	2.731,04	3.266,33
41	54.620,88	509,79	2.731,04	3.240,84
42	51.889,84	484,31	2.731,04	3.215,35
43	49.158,79	458,82	2.731,04	3.189,86
44	46.427,75	433,33	2.731,04	3.164,37
45	43.696,71	407,84	2.731,04	3.138,88
46	40.965,66	382,35	2.731,04	3.113,39
47	38.234,62	356,86	2.731,04	3.087,90
48	35.503,57	331,37	2.731,04	3.062,41
49	32.772,53	305,88	2.731,04	3.036,92
50	30.041,49	280,39	2.731,04	3.011,43
51	27.310,44	254,90	2.731,04	2.985,94
52			2.731,04	

	24.579,40	229,41		2.960,45
53	21.848,35	203,92	2.731,04	2.934,96
54	19.117,31	178,43	2.731,04	2.909,47
55	16.386,26	152,94	2.731,04	2.883,98
56	13.655,22	127,45	2.731,04	2.858,49
57	10.924,18	101,96	2.731,04	2.833,00
58	8.193,13	76,47	2.731,04	2.807,51
59	5.462,09	50,98	2.731,04	2.782,02
60	2.731,04	25,49	2.731,04	2.756,53
<b>TOTAL</b>	<b>46.646,23</b>	<b>163.862,65</b>		-

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3.9. Egresos

Se realizará una proyección a 5 años de los gastos a los que incurrirá la empresa, se ha considerado establecer un promedio de la tasa de inflación desde junio 2017 a junio 2018, la misma que es del 1,24%.

**Tabla 52** Proyección de egresos

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Año</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Descripción</b>					
<b>Costos de producción</b>	<b>1.333.746,47</b>	<b>1.364.389,30</b>	<b>1.395.736,14</b>	<b>1.427.803,18</b>	<b>1.460.606,96</b>
Sueldos	54.846,47	56.106,57	57.395,62	58.714,28	60.063,24
Materia Prima Directa	1.200.000,00	1.227.570,00	1.255.773,42	1.284.624,82	1.314.139,07
Materia Prima Indirecta	78.900,00	80.712,73	82.567,10	84.464,08	86.404,64
<b>Costos de Ventas</b>	<b>47.220,00</b>	<b>48.304,88</b>	<b>49.414,68</b>	<b>50.549,99</b>	<b>51.711,37</b>
Costo de exportación	47.220,00	48.304,88	49.414,68	50.549,99	51.711,37
<b>Gastos Financieros</b>	<b>16.670,29</b>	<b>12.999,77</b>	<b>9.329,25</b>	<b>5.658,72</b>	<b>1.988,20</b>
Intereses Financiamiento	16.670,29	12.999,77	9.329,25	5.658,72	1.988,20
<b>Total Egresos</b>	<b>1.397.636,77</b>	<b>1.425.693,95</b>	<b>1.454.480,07</b>	<b>1.484.011,89</b>	<b>1.514.306,53</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3.10. Ingresos

Los ingresos lo constituyen aquellas entradas de dinero provenientes de la venta de la mercancía, en este caso del cacao en grano que se exportara a Estados Unidos; a continuación se presenta la tabla en la que se muestran los costos fijos, variables y unitarios por cada quintal del producto mencionado.

**Tabla 53** Costos fijos, unitarios y variables

	<b>Costo valor unitario</b>	<b>Costo fijo unitario</b>	<b>Costo total unitario</b>
Quintal de cacao en grano	88,916	1,111	90,028

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos se obtienen con la venta estimada de la cantidad ofertada por el precio de venta, teniendo el siguiente resultado

**Tabla 54** Ingresos

<b>INGRESOS</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Costo por quintal</b>	<b>Margen de utilidad por quintal</b>	<b>Precio por quintal</b>	<b>Estimado de quintal por mes</b>	<b>Total ingreso mensual USD</b>	<b>Total ingreso anual USD</b>
Quintal cacao en grano	90,03	30,00%	117,04	1.125,00	131.665,63	1.579.987,62

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente cuadro se presenta un, exportación y financieros a los que debe incurrir la organización durante el proceso resumen de los costos de producción descrito:

**Tabla 55** Resumen costos

<b>COSTOS</b>	<b>Mensual</b>
Costo de producción	111.145,54
Costo de Ventas (costo de exportación)	3.935,00
Costos financieros	1389,19
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>116.469,73</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3.11. Estados financieros

##### Estado de pérdidas y ganancias

**Tabla 56** Estado de pérdidas y ganancias

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>Cuenta</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
(+)Ingreso por ventas	1.579.987,62	1.658.987,00	1.741.936,35	1.829.033,16	1.920.484,82
(-) Costos de producción	1.333.746,47	1.364.389,30	1.395.736,14	1.427.803,18	1.460.606,96
<b>(=) Utilidad bruta</b>	<b>246.241,14</b>	<b>294.597,70</b>	<b>346.200,20</b>	<b>401.229,98</b>	<b>459.877,86</b>
(-) Costos de ventas (Costos de exportación)	47.220,00	49.581,00	52.060,05	54.663,05	57.396,21
(-)Costos financieros	16.670,29	12.999,77	9.329,25	5.658,72	1.988,20
<b>(=)Utilidad antes de impuestos y participación</b>	<b>182.350,85</b>	<b>281.597,93</b>	<b>336.870,96</b>	<b>395.571,26</b>	<b>457.889,66</b>
(-)15% reparto utilidad trab.	27.352,63	42.239,69	50.530,64	59.335,69	68.683,45
<b>(=)Utilidad antes de impuestos</b>	<b>154.998,22</b>	<b>239.358,24</b>	<b>286.340,31</b>	<b>336.235,57</b>	<b>389.206,21</b>
(-)23% Impuesto a la Renta	35.649,59	52.658,81	65.858,27	77.334,18	89.517,43
<b>(=)Utilidad antes de reservas</b>	<b>119.348,63</b>	<b>186.699,43</b>	<b>220.482,04</b>	<b>258.901,39</b>	<b>299.688,79</b>
<b>(-)5% Reserva de Capital</b>	<b>5.967,43</b>	<b>9.334,97</b>	<b>11.024,10</b>	<b>12.945,07</b>	<b>14.984,44</b>
<b>(=)Utilidad Neta</b>	<b>113.381,20</b>	<b>177.364,46</b>	<b>209.457,94</b>	<b>245.956,32</b>	<b>284.704,35</b>

Fuente: Elaboración propia

## Flujo de efectivo

Tabla 57 Flujo de efectivo

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>						
<b>Cuenta</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
(+)Ingreso por ventas	0,00	1.579.987,62	1.658.987,00	1.741.936,35	1.829.033,16	1.920.484,82
(-) Costos de producción	0,00	1.333.746,47	1.364.389,30	1.395.736,14	1.427.803,18	1.460.606,96
<b>(=) Utilidad bruta</b>	<b>0,00</b>	<b>246.241,14</b>	<b>294.597,70</b>	<b>346.200,20</b>	<b>401.229,98</b>	<b>459.877,86</b>
(-)Costos financieros	0,00	49.442,82	45.772,30	42.713,53	38.431,25	34.760,73
(-)Depreciaciones	0,00	2.610,00	2.610,00	2.610,00	2.610,00	2.610,00
<b>(=)Utilidad antes de impuestos y participación</b>	<b>0,00</b>	<b>194.188,32</b>	<b>246.215,40</b>	<b>300.876,67</b>	<b>360.188,73</b>	<b>422.507,13</b>
(-) 15% reparto utilidad trab.	0,00	29.128,25	36.932,31	45.131,50	54.028,31	63.376,07
<b>(=)Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>0,00</b>	<b>165.060,07</b>	<b>209.283,09</b>	<b>255.745,17</b>	<b>306.160,42</b>	<b>359.131,06</b>
23% Impuesto a la Renta	0,00	37.963,82	48.135,11	58.821,39	70.416,90	82.600,14
<b>(=)Utilidad antes de reservas</b>	<b>0,00</b>	<b>127.096,26</b>	<b>161.147,98</b>	<b>196.923,78</b>	<b>235.743,52</b>	<b>276.530,92</b>
<b>5% Reserva de Capital</b>	<b>0,00</b>	<b>6.354,81</b>	<b>8.057,40</b>	<b>9.846,19</b>	<b>11.787,18</b>	<b>13.826,55</b>
<b>(=)Utilidad Neta</b>	<b>0,00</b>	<b>120.741,44</b>	<b>153.090,58</b>	<b>187.077,59</b>	<b>223.956,35</b>	<b>262.704,37</b>
(-)Capital de trabajo	380.656,62	380.656,62	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación capital de trabajo	0,00	380.656,62	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Depreciación	0,00	2.610,00	2.610,00	2.610,00	2.610,00	2.610,00
(-)Inversión Activos	29.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Reinversión de activos	0,00	0,00	0,00	4.099,86	0,00	1.430,18
(+)Valor de rescate de activo	0,00	0,00	0,00	1.366,62	0,00	286,04
<b>(=)Flujo neto generado</b>	<b>-409.656,62</b>	<b>123.351,44</b>	<b>155.700,58</b>	<b>186.954,35</b>	<b>226.566,35</b>	<b>264.170,23</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.3.12. Evaluación Financiera

##### TMAR

La tasa mínima de retorno, se encuentra predeterminada por 3 indicadores a nivel país:

- Tasa pasiva
- Inflación
- Riesgo país

**Tabla 58 TMAR**

<b>Indicadores</b>	<b>%</b>
Tasa Pasiva*	4,13%
Tasa de inflación global de la economía*	1,24%
Riesgo del proyecto (mediano) *	5,24%
<b>TMAR :</b>	<b>10,61%</b>

Fuente: Elaboración propia

##### Valor Actual Neto

El valor actual neto del proyecto es de:

**Tabla 59 VAN**

<b>Tasa descuento</b>	<b>10,61%</b>
<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
Inversión	409.656,62
Año 1	123.351,44
Año 2	155.700,58
Año 3	186.954,35
Año 4	226.566,35
Año 5	264.170,23
<b>VAN</b>	<b>992.231,29</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 57

##### Tasa Interna de Retorno

Al realizar el cálculo correspondiente se obtiene:

**Tabla 60 TIR**

<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
Inversión	-409.656,62
Año 1	123.351,44
Año 2	155.700,58
Año 3	186.954,35
Año 4	226.566,35
Año 5	264.170,23
<b>TIR</b>	<b>31,43%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 57

### Periodo de recuperación del capital

Se estima un tiempo de recuperación de la inversión de:

**Tabla 61** Periodo de recuperación del capital

<b>Inversión USD</b>		409.656,62	
<b>Tiempo</b>	<b>Flujo de Fondos</b>	<b>Valor USD</b>	<b>Acumulación de Flujos</b>
Año 1	Flujo de Fondos 1	123.351,44	123.351,44
Año 2	Flujo de Fondos 2	155.700,58	279.052,02
Año 3	Flujo de Fondos 3	186.954,35	466.006,38
Año 4	Flujo de Fondos 4	226.566,35	692.572,73
Año 5	Flujo de Fondos 5	264.170,23	956.742,96
<b>PRC 2 AÑOS Y 6 MESES</b>			

Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 57

### Relación Costo-Beneficio

**Tabla 62** Relación Costo-Beneficio

<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
Año 1	123.351,44
Año 2	155.700,58
Año 3	186.954,35
Año 4	226.566,35
Año 5	264.170,23
<b>Total</b>	956.742,96
Inversión	409.656,62
<b>Beneficio/Costo</b>	<b>2,34</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 57

La relación costo beneficio de la empresa al exportar cacao en grano es de \$2,34 es decir que por cada dólar invertido por la empresa, la misma cuenta con una ganancia de \$2,34.

### Criterios de evaluación

Al obtener los valores correspondientes se determina la factibilidad del proyecto, debido a que los parámetros evaluados cumplen con los resultados que verifican la viabilidad del proyecto.

**Tabla 63** Criterios de evaluación

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	
<b>Criterios</b>	<b>Resultado</b>
TIR > TMAR	Viable
VAN descontado TMAR > 0	Viable
PRC < 5 años	Viable

**Fuente:** (Robbins & Coulter, 2005)

## CONCLUSIONES

- La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”, aproximadamente cuenta con la producción mensual de 1000 quintales de cacao en grano, y en épocas de mayor cosecha esta cantidad asciende a los 1500 quintales, de los cuales el total de la producción es comercializada en el mercado local directamente a los intermediarios, uno de los problemas que actualmente se determina en la organización es que no cuenta con un modelo de exportación que le permita hacer uso del mismo y poder comercializar los productos de manera directa con el comprador extranjero.
- El proyecto de exportación de cacao en grano hacia los Estados Unidos es factible, ya que de acuerdo con los indicadores de evaluación financiera demuestran que a través de las proyecciones realizados se obtuvieron como resultados que: el Valor Actual Neto (VAN) es de USD 992.231,29; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 31,43%; se prevé un periodo de recuperación de la inversión en un tiempo estimado de 2 años y 6 meses aproximadamente, y un costo beneficio de \$2,34; de acuerdo con los criterios mencionados se concluye que existe viabilidad del proyecto en mención.
- El plan de exportación que se realizó durante la investigación constó de tres etapas, el estudio de mercado a través del cual se determinó la oferta y la demanda; el estudio técnico en el cual se mencionan los requerimientos de material y equipo, recursos humanos, entre otros; así también se describió el transporte a utilizar y los procesos requeridos para realizar la exportación; y finalmente se elaboró el estudio financiero a través del cual se comprobó la factibilidad económica y financiera.

## RECOMENDACIONES

- Aprovechar la producción de cacao con la que actualmente cuenta la Organización para comercializar en el mercado extranjero con la finalidad de obtener mejores ingresos para los productores, mediante la generación de un modelo de exportación que permita la venta directa sin intermediarios.
- De acuerdo con los resultados obtenidos al realizar el estudio económico, se sugiere a los socios de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas “UNORCIE” que procedan a realizar la exportación del cacao en grano hacia la ciudad de Florida en los Estados Unidos, ya que a través de este tipo de comercialización las utilidades crecerán y por ende la rentabilidad mejorará.
- Se sugiere a los socios de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía “UNORCIE”, que realicen el proyecto de exportación, aprovechando las ventajas competitivas que ofrece el mercado ecuatoriano con el producto ofertado, que se busquen nuevos mercados y se aprovechen al máximo las oportunidades que se presenten, buscando así el crecimiento empresarial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, K. (2015). Recuperado de <https://es.scribd.com/document/280276257/Proyecto-de-Exportacion-Cacao>
- Anecacao . (2016). *Cacao nacional. Un producto emblemático del Ecuador* . Recuperado de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>
- Aranque , W., & Arguello , A. (2014). *Cacao Ecuatoriano una fuente de oportunidades de negocio para emprendedores y Pymes Exportadoras* . Recuperado de [http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/ARTICULO%20CACAO%20FINAL%20\(2\).pdf](http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/ARTICULO%20CACAO%20FINAL%20(2).pdf)
- Asociación Nacional de Exportadores de cacao . (2016). *Historia del cacao*. Recuperado de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/historia-del-cacao.html>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Análisis comparativo Balanza Comercial* . Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/299-evoluci%C3%B3n-de-la-balanza-comercial>
- Bustillo, R. (2016). *Comercio exterior. Materia y ejercicios* . México : Argitalpem Serbitzua.
- Candy Industry. (2017). *2017 Global Top 100: part 4*. Recuperado de <http://www.candyindustry.com/2017-Global-Top-100-Part-4>
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. (2018). *Desarrollo de inversiones productivas*. Recuperado de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador . (2008 ). *Política Comercial* . Quito .
- Crespo, J. (2017). *Producción mundial del cacao aumentó 18,5% en último año cacaotero* . Recuperado de <http://vivaelcacao.com/es/produccion-mundial-de-cacao-aumento-185-en-ultimo-ano-cacaotero/>

- Cross, P. (2017). *Chocolate artesanal Hoffman's: La fábrica de chocolate más grande de Florida* . Recuperado de <https://www.visitflorida.com/es/comidas-bebidas/fabrica-de-chocolates-hoffmans.html>
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2007). *Negocios internacionales* . México : Pearson Educación.
- Datosmacro. (2018). *Economía y demografía de Estados Unidos* . Recuperado de <https://www.datosmacro.com/paises/usa>
- E-comex. (2016). *Incoterms-principales características para la correcta aplicación en ECUAPASS*. Recuperado de <http://www.e-comex.com/reglas-incoterms-aplicacion-ecuapass/>
- Fernández, N. (2002). *Manual de proyectos*. Madrid: Junta de Andalucía.
- Fondo Social Europeo. (2013). *Exportación e importación en la empresa*. Recuperado de [https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.9\\_exportacion\\_importacion.pdf](https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.9_exportacion_importacion.pdf)
- Fundación UPM. (2016). *Guía para la formulación de proyectos* . Recuperado de <http://www.upm.uy/SiteCollectionDocuments/fundacion/GU%C3%8DA-PARA-LA-FORMULACI%C3%93N-DE-PROYECTOS-FUNDACI%C3%93N-UPM.pdf>
- Fundesyam. (2016). *Valor nutritivo y uso actual del cacao*. Recuperado de <http://www.fundesyam.info/biblioteca.php?id=3413>
- GAD Echeandía. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Echeandía*. Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0260000330001\\_PDOT\\_Act\\_Echeandia\\_Tot\\_13-03-2015\\_18-29-20.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0260000330001_PDOT_Act_Echeandia_Tot_13-03-2015_18-29-20.pdf)
- García, F. (2009). *Elementos del comercio exterior* . México : Trillas.
- GifeX. (2017). *Mapas y satélites del mundo* . Recuperado de <http://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Chimborazo/Politicos.html>
- Hernández, M. (2012). *Administración de empresas*. Madrid: Pirámide.

- Hoffman's Chocolate. (2017). *Shop Hoffman`s*. Recuperado de <https://www.hoffmans.com/chocolate-assortments-s/25.htm>
- ICEX. (2017). *Ficha técnica Estado de Florida* . Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2017709880.html>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones . (2017). *Estados Unidos. Ficha Técnica País* . Recuperado de [www.PROEC\\_FT2017\\_USA\\_OCTUBRE-1.pdf](http://www.PROEC_FT2017_USA_OCTUBRE-1.pdf)
- Intertransit. (2016). *¿Qué son y cómo funcionan los INCOTERMS?* Recuperado de <http://www.intertransit.com/wp-content/uploads/2015/05/INCOTERMS.pdf>
- Jiménez, M. (2016). *Planificación, plan, programa, proyecto* . Recuperado de <https://centrodeociolachopera.files.wordpress.com/2013/12/plan-programa-proyecto.pdf>
- Lafuente, F. (2010). *Aspectos del comercio exterior*. Honduras: Prisma.
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional* . México: McGraw-Hill.
- Llamazares, O. (2016). *¿Qué es un plan de exportación?* Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- Mejillones, C., & Jaime, V. (2015). *Plan estratégico de exportación de cacao fino producido en el cantón Guayaquil para el mercado de Shangái*. (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10015/1/UPS-GT001016.pdf>
- Mercados Centroamericanos para la Biodiversidad. (2016). *Demanda de cacao amigable con la biodiversidad en los Estados Unidos*. Recuperado de <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A7733e/A7733e.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior . (12 de Febrero de 2018 ). *Acuerdos bilaterales Ecuador y Estados Unidos* . Recuperado de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/11/comercio-bilateral-con-Estados-Unidos.pdf>

- Mora, M. (2016). *Plan de negocios para el procesamiento y exportación de pasta de cacao de la Asociación de Productores de cacao "Unión de Casacay" ubicada en la parroquia Casacay del cantón Pasaje provincia de El Oro hacia el mercado de Alemania, año 2014.* (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala). Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4763/1/TUACE-2016-CI-CD00001.pdf>
- Morales, C. (2016). *Plan de exportación de nuez marañón hacia Canadá.*(Universidad de El Salvador, Tesis de pregrado) Recuperado de <http://ri.ues.sv/id/eprint/9511>
- Murillo, V. (2017). *Exportaciones desde Ecuador.* Recuperado de [https://www.ecancham.com/Boletines/Informacion\\_export.pdf](https://www.ecancham.com/Boletines/Informacion_export.pdf)
- Orellana, W. (2017). Acuerdo comerciales y preferencias, claves para negociaciones con EE.UU. *El Telégrafo*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación. (2016). *Cacao.* Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/007/y5143s/y51433s0w.htm>
- Parella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa.* Caracas: FEDUPEL.
- Parea, J., Cadena, T., & Herrera, J. (2009). El cacao y sus productos como fuente de ingreso a través de las exportaciones. *Scielo*, 128-134.
- Peralta, K., & Chasin, S. (2016). *Exportación de cacao orgánico al mercado alemán por medianas empresas de Guayaquil.* (Tesis de pregrado. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1265/1/T-ULVR-1125.pdf>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2017). *La garantía sobre el trabajo digno en todas sus formas.* Quito: SENPLADES.
- Pro Ecuador. (2018). *Ficha técnica de Estados Unidos 2018.* Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-estados-unidos/>
- Pro Ecuador. (2014). *Perfil logístico de Estados Unidos año 2014. PRO ECUADOR.*
- Proecuador. (2017). *Guía del Exportador.* Quito: Ministerio de Comercio Exterior.

- Radí, C. (2005). *Estudio sobre los mercados de valor para el cacao Nacional de origen y con certificación*. Recuperado de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/43827.pdf>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración de empresas*. 8a. ed. México: Pearson Educación .
- Rodríguez, J. (2016). *Estudios industriales. Orientación estratégica para la toma de decisiones. Industria de cacao*. Guayaquil: Espae-ESPOL.
- Ruiz, J. (2014). *Comercio Exterior*. Madrid: Ecoe Ediciones.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2012). *Requisitos para exportar* . Recuperado de [https://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](https://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2016). *Exportaciones*. Recuperado de <https://www.aduana.gov.ec>
- TPS. (2015). *Glosario de términos de comercio exterior* . Recuperado de [https://www.tps.cl/prontus\\_tps/site/artic/20090511/pags/20090511162142.html](https://www.tps.cl/prontus_tps/site/artic/20090511/pags/20090511162142.html)
- Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía . (2017). *Antecedentes históricos* . Recuperado de <http://unorcac.nativeweb.org/objetivas.html>
- Vera, M. (2016). Plan de exportación de cacao fino de aroma para la Asociación de productores de la ciudad de montalvo. *SciELO*, 23-56.
- Villamar , F., Calderón , J., & Mayorga , E. (2016). Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación de cacao fino de aroma en Ecuador . *Ciencia UNEMI* , 45-55.

